

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีก โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์และสมรรถนะของร้านค้าปลีก 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีก และ 3) เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีก

ผลการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

(1) ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ ประกอบด้วย กระบวนการสั่งซื้อ, คลังสินค้า, สินค้าคงคลัง, การขนถ่ายวัสดุ, บรรจุภัณฑ์, การขนส่ง, และการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากรายงานการศึกษาของ Williams et al. (1994), Feinberg et al. (2001), Dessouky et al. (2006), Sheng (2012), Kienle et al. (2013), Shim and Kumar (2013), Liao et al. (2017), Bilous et al. (2019), Petroianu et al. (2020), Li et al. (2021); (2) กลุ่มของคู่ค้าและเวชภัณฑ์ ประกอบด้วย โครงสร้างกลุ่มคู่ค้า, กลุ่มอุปทาน, การเป็นพันธมิตร, ส่วนแบ่งการตลาด, รูปแบบรายได้ และ โครงสร้างต้นทุน ซึ่งปรับปรุงจากรายงานการศึกษาของ Molyneaux (1952), Bhaskar et al. (2020), Rubin et al. (2020), Gereffi (2021), Kshatriya et al. (2021), Patil et al. (2021); (3) ช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ ประกอบด้วย ลักษณะและความต้องการลูกค้า, ลักษณะของบริษัท, ลักษณะสินค้า, คู่แข่งขัน, ช่องทางการจัดจำหน่าย และข้อกำหนดทางกฎหมาย ซึ่งปรับปรุงจากรายงานการศึกษาของ Williams et al. (1994), Dessouky et al. (2006), Shim and Kumar (2013), Liao et al. (2017), Petroianu et al. (2020); (4) กลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย สินค้า/บริการ, ราคา, สถานที่/ช่องทางขาย และการส่งเสริมการขาย ซึ่งปรับปรุงจากรายงานการศึกษาของ Wang (1996), Olson et al. (2018), Pani et al. (2019), Vergamini et al. (2019), Al-Dawalibi et al. (2020), Hong and Nguyen (2020), Jong et al. (2020), Liao et al. (2020), Liu et al. (2020), Pavlidou and Efsthadiades (2020), Varadarajan (2020), Esmacilian et al. (2021); และ (5) สมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ ประกอบด้วย สมรรถนะการขาย, สมรรถนะการเงิน และสมรรถนะบริการลูกค้า ซึ่งปรับปรุงจากรายงานการศึกษาของ Brooks et al. (2008), Hutchin et al. (2009), Pritchard

and Perri III (2011), Cassim and Dlodlu (2012), George and Elrashid (2020), Prykhodko and Velmozhna (2020), Vagnoni et al. (2020), Zhan et al. (2020)

โดยผู้วิจัยกำหนดประชากรของผู้ที่ให้ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้คือ คือ ธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ จำนวน 3,596 ราย และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 520 ราย ด้วยการสุ่มตัวอย่างเป็นง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งสุ่มตามประเภทของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์และสมรรถนะของร้านค้าปลีก โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ทางออนไลน์ (Online) และแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2561 โดยการนำเสนอเนื้อหาในบทที่ 5 นั้น มีหัวข้อการนำเสนอแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

### ตอนที่ 1 สรุปผลการวิจัย

#### ตอนที่ 2 อภิปรายผลการวิจัย

##### 2.1 การอภิปรายผลการวิจัย

##### 2.2 การสร้างแบบจำลองการวิจัย

##### 2.2.1 โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐาน

##### 2.2.2 แบบจำลองที่สร้างขึ้นจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ

##### 2.3 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อยืนยันแบบจำลองที่สร้างขึ้น

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อการนำเสนอออกเป็น 7 หัวข้อ ได้แก่ (1) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อตรวจสอบตัวแปรในกรอบแนวคิด (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (3) ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆที่ศึกษา (4) ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (5) ผลการวิเคราะห์เส้นทาง (6) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา และ (7) ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยวิเคราะห์และสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

##### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสัดส่วนการถือหุ้น(ไทย) ร้อยละ 51 - 75 จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 38.08 มีสัดส่วนการถือหุ้น(ต่างชาติ) น้อยกว่า ร้อยละ 25 จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 62.31 มีเงินทุนจดทะเบียน 3 - 4 ล้านบาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 มียอดขาย

1 - 2 ด้านบาท จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 44.81 และมีพนักงานทั้งหมด 51 - 100 คน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8

## 2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการกระจาย และกลุ่มของคู่ค้าและเวชภัณฑ์ ช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาด และสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์

2.1 ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้านพบว่า การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ บรรจุกฎหมาย การขนส่ง กระบวนการสั่งซื้อ คลังสินค้า การขนถ่ายวัสดุ และสินค้าคงคลัง

2.2 กลุ่มของคู่ค้าและเวชภัณฑ์ โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มของอุปทานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ รูปแบบรายได้ ส่วนแบ่งการตลาด การเป็นพันธมิตร โครงสร้างต้นทุน โครงสร้างกลุ่มคู่ค้า

2.3 ช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายด้านพบว่า ลักษณะสินค้ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อกำหนดทางกฎหมาย คู่แข่งขัน ช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะและความต้องการลูกค้า และลักษณะของบริษัท

2.4 กลยุทธ์การตลาด โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้านพบว่า สินค้า/บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ การส่งเสริมการขาย ราคา และสถานที่/ช่องทางขาย

2.5 สมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้านพบว่า สมรรถนะการขายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สมรรถนะบริการ และสมรรถนะการเงิน

## 3. ดัชนีความกลมกลืนของโมเดลปัจจัยการจัดการกระจายและการนำสินค้าออกสู่ตลาดสำหรับร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลครั้งแรก พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่คำนวณได้ คือ ค่า  $\chi^2 = 775.73$ ,  $df = 290$ ,  $p\text{-value} = 0.000$ ,  $\chi^2 / df = 2.675$ ,  $CFI = 0.97$ ,  $GFI = 0.87$ ,  $AGFI = 0.84$ ,  $RMSEA = 0.065$  และ  $RMR = 0.017$  ซึ่งค่าสถิติที่สำคัญบางตัวยังไม่ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับโมเดล (Model Modification) ด้วยการปรับพารามิเตอร์โดยยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้น โดยให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลโดยรวมหลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับโมเดล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือค่าดัชนี  $\chi^2 = 226.04$ ,  $df = 225$ ,  $p\text{-value} = 0.46789$ ,  $\chi^2 / df = 1.005$ ,  $CFI = 1.00$ ,

GFI = 0.96, AGFI = 0.93, RMSEA = 0.003 และ RMR = 0.013 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

#### 4. การวิเคราะห์เส้นทาง

4.1 ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SPAP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCAP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.50 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.2 กลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ (GPAM) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCAP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.45 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.3 ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SPAP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ สมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.14 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.4 กลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ (GPAM) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ สมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.18 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.5 กลยุทธ์การตลาด (MKST) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ สมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.82 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.6 ช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCAP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ สมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.11 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.7 ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SPAP) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อ สมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยผ่านช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCAP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.12 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.8 กลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ (GPAM) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อ สมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยผ่านช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCAP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.11 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5. การสร้างโมเดลใหม่

ผู้วิจัยดำเนินการปรับตัวแบบ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและระบุองค์ประกอบร่วมที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ผลที่ได้คือลดจำนวนตัวแปรสังเกตได้ และสร้างตัวแปรใหม่ ในรูปขององค์ประกอบร่วมที่เป็นการรวมกลุ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นองค์ประกอบ เดียวกัน ผลการวิจัยพบว่า (1) ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SPAP) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ กระบวนการสั่งซื้อและคลังสินค้า สินค้าคงคลังและการขนถ่ายวัสดุ บรรจุก๊าซ และการขนส่ง และการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูล (2) กลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ (GPAM) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ การจัดการ และต้นทุน การส่งเสริมการตลาดและการพัฒนา และความสามารถในการแข่งขัน (3) ช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCAP) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ลักษณะของความต้องการลูกค้าและบริษัท ลักษณะสินค้าและคู่แข่ง ช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อกำหนดทางกฎหมาย (4) กลยุทธ์การตลาด (MKST) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ สินค้า/บริการ ราคา/สถานที่/ช่องทางขาย และการส่งเสริมการขาย และ (5) สมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ สมรรถนะการขายและบริการ และ สมรรถนะการเงิน

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบโดยรวมหลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับตัวแบบ พบว่า ตัวแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 8 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี  $\chi^2 = 68.17$ ,  $df = 55$ ,  $\chi^2 / df = 1.239$ ,  $p\text{-value} = 0.109$ ,  $RMSEA = 0.024$ ,  $SRMR = 0.046$ ,  $CFI = 1.00$ ,  $GFI = 0.98$  และ  $AGFI = 0.95$

### ผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า

(1) ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SPAP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCAP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.52 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(2) กลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ (GPAM) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCAP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.41 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(3) ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SPAP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.28 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(4) กลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ (GPAM) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของ

ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.18 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(5) กลยุทธ์การตลาด (MKST) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.89 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(6) ช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCAP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.15 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(7) ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SPAP) และกลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ (GPAM) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PPAM) โดยผ่านช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCAP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.18 และ 0.16 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีก โดยมีกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัย 5 มิติ ดังนี้ ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์, กลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์, ช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์, กลยุทธ์การตลาด, และสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ โดยได้ทำการวิเคราะห์ตามสมมติฐานของการศึกษาวิจัย 6 สมมติฐาน ดังนี้

1) สมมติฐานที่ 1 ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่าระบบการกระจายเป็นกระบวนการวางแผนการดำเนินงาน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ชิ้นส่วนและสินค้าสำเร็จรูปทั้งขาเข้าและขาออกจากองค์การธุรกิจในช่วงทางกระจายสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำ ตลอดจน การบริการเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า หากวางแผนระบบที่ดี จะทำให้วางแผนช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ George and Elrashid (2020) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของมิติทั้งห้าของการปฏิรูปประเทศผู้ประกอบการ (EO): ความสร้างสรรค์ ความเป็นอิสระ การรับความเสี่ยง ความกระตือรือร้นในเชิงรุก และความก้าวร้าวทางการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินธุรกิจของร้านขายยาค้า

ปลีก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการในภาคร้านขายยาค้าปลีกจำเป็นต้องมุ่งเน้นเพียงสองมิติของ EO (นวัตกรรมและการเสี่ยงภัย) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Basingab (2020) ยังได้ระบุถึง การนำเทคโนโลยี IoT มาใช้และการใช้กระบวนการทัศน์การจำลองเพื่อจับภาพความซับซ้อนของระบบ ผลการวิจัย พบว่า การนำเสนอการรับรู้ที่น่าเชื่อถือและต่อเนื่องไปยังสถานะปัจจุบันและอนาคตที่น่าจะเป็นไปได้ และประเมินความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจของการนำไปใช้ดังกล่าว นำเสนอกรณีศึกษาของเครือข่ายค้าปลีกร้านขายยาที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่ง แนะนำให้ใช้อุปกรณ์ IoT เพื่อตรวจสอบความล้มเหลวของระบบหน่วยทำความเย็นแบบกระจายตามภูมิศาสตร์จากระยะไกล มีการเสนอระบบกระจายตัวแทนหลายรายเพื่อจำลองพฤติกรรมการทำงานของผู้เย็นและคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ของการนำ IoT ไปใช้

2) สมมติฐานที่ 2 ระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่าระบบการกระจายเป็นกระบวนการวางแผนการดำเนินงาน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบขึ้นส่วนและสินค้าสำเร็จรูปทั้งขาเข้าและขาออกจากองค์การธุรกิจในช่วงทางกระจายสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำ ตลอดจน การบริการเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า หากวางแผนระบบที่ดีจะทำให้ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ดำเนินธุรกิจได้ดีและเติบโต ซึ่งสามารถเพิ่มระดับสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ได้โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Zhu and Hilsenrath (2014) ที่ได้ทำการศึกษาตามใบสั่งแพทย์สำหรับชาวอเมริกันที่เปลี่ยนจากอุตสาหกรรมกระท่อมของร้านขายยาอิสระและรวมเป็นร้านขายยาในเครือและการสั่งซื้อทางไปรษณีย์ ผลการศึกษาพบว่า ความเข้มข้นของอุตสาหกรรมร้านขายยาขายปลีกมีความสัมพันธ์เชิงลบกับราคาผู้ผลิตและมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการทำกำไร การค้นพบของเราสอดคล้องกับมุมมองที่ว่าร้านขายยาขายปลีกกำลังควรรวมกิจการเพื่อสร้างอำนาจต่อรองสำหรับการเจรจาต่อรองกับฝ่ายอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทาน ตลาดทุนรับรู้การควรรวมกิจการเหล่านี้ในเชิงบวกและผู้ถือหุ้นได้รับประโยชน์จากการทำธุรกรรมเหล่านี้ ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Mkhabela et al. (2015) ยังได้ระบุถึง ประเมินระดับความรู้ของเภสัชกรที่ทำงานให้กับกลุ่มร้านขายยาขายปลีกเฉพาะด้านการรักษาเอชไอวีในผู้ใหญ่ตามที่ NDoH กำหนดในปี 2553 ผลการวิจัย พบว่า เภสัชกรที่ทำงานให้กับร้านขายยาเอกชนรายย่อยแห่งนี้ขาดความรู้ในปัจจุบันที่เพียงพอเกี่ยวกับเอชไอวีและการจัดการ ดังนั้นจึงแนะนำให้เข้าร่วมหลักสูตรฝึกอบรมด้านเอชไอวีและการจัดการเป้าหมาย

3) สมมติฐานที่ 3 กลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ไซ่อุปทานของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ที่เป็นกลุ่มพันธมิตร ที่มีความร่วมมืออย่างแนบแน่นกับคู่ค้าทางธุรกิจและซัพพลายเออร์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า หากร่วมมือกันดี จะทำให้สร้างความได้เปรียบเพื่อให้มีช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Dessouky et al. (2006) ที่ได้ทำการศึกษาประเด็นสำคัญบางประการในการออกแบบห่วงโซ่อุปทานด้านเภสัชกรรมที่มีประสิทธิภาพนั้นเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจว่าจะวางคลังสินค้า/สินค้าคงคลังไว้ที่ใด และวิธีการกำหนดเส้นทางยานพาหนะสำหรับการจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่า การแก้ปัญหาสถานที่ที่เหมาะสมและปัญหาในเส้นทางของยานพาหนะสามารถรับประกันการออกแบบเครือข่ายโลจิสติกส์ที่สามารถแจกจ่ายเวชภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาทั้งสองนี้จะต้องได้รับการแก้ไขร่วมกันเพื่อจ่ายเวชภัณฑ์อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉินขนาดใหญ่ ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Belson (2005) ยังได้ระบุถึง การจัดเก็บ การแจกจ่าย และการจ่ายยาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการรับมือเหตุฉุกเฉิน สหรัฐอเมริกามีห่วงโซ่อุปทานที่ไม่ฉุกเฉินที่ได้รับการพัฒนาอย่างดีเพื่อจัดหายา ผลการวิจัย พบว่า การจัดเก็บ การแจกจ่าย และการจ่ายเวชภัณฑ์ภายใต้สถานะที่ไม่ฉุกเฉิน ตลอดจนการเตรียมการพิเศษที่จัดทำขึ้นสำหรับสถานะฉุกเฉิน เช่น ในกรณีของการเกิด bioterrorism รายงานนี้อ้างอิงจากการสัมภาษณ์บุคลากรในโรงพยาบาล คลินิก ผู้ผลิต ซัพพลายเออร์ด้านการแพทย์ ผู้ค้าปลีก เภสัชกร นักวางแผนเหตุฉุกเฉิน และอื่นๆ ที่ทำงานเกี่ยวกับเภสัชกรรม

4) สมมติฐานที่ 4 กลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ไซ่อุปทานของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ที่เป็นกลุ่มพันธมิตร ที่มีความร่วมมืออย่างแนบแน่นกับคู่ค้าทางธุรกิจและซัพพลายเออร์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า หากร่วมมือกันดี จะทำให้ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ดำเนินธุรกิจได้ดีและเติบโต ซึ่งสามารถเพิ่มระดับสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ได้ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Kamat and Nyato (2010) ที่ได้ทำการศึกษา มุมมองของเจ้าของและผู้จัดการของร้านค้าปลีกและร้านขายยาในคาร์เอสซาลาม ต่อวาทกรรมและแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขที่โดดเด่น โดยรอบการใช้การบำบัดแบบผสมผสาน (ACT) ที่เน้นอาร์เทมิซิโนนเป็น



แนวทางในการควบคุมโรคมาลาเรีย ผลการศึกษาพบว่า ในการพิจารณาการแทรกแซงด้านกฎระเบียบ ผู้วางแผนด้านสุขภาพต้องระบุข้อกังวลอย่างชัดเจนว่าร้านขายยาขายปลีกมีบทบาทสำคัญในระบบการดูแลสุขภาพของประเทศ และ Nexus ที่ซับซ้อนซึ่งขับเคลื่อนตลาดเภสัชกรรมทั่วโลกมักจะควบคุมการดำเนินงานในระดับท้องถิ่น

5) สมมติฐานที่ 5 กลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเป็นแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นสำหรับสร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์การตลาด ทำให้ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ดำเนินธุรกิจได้ดีและเติบโต ซึ่งสามารถเพิ่มระดับสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ได้ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Brooks et al. (2008) ที่ได้ทำการศึกษาการสังเกตการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในการใช้ยาที่ต้องสั่งโดยแพทย์จากร้านขายยาขายปลีก ระดับการบริการที่ร้านขายยาขายปลีก และราคาที่ย่ำสำหรับใบสั่งยาจากร้านขายยาขายปลีก ผลการศึกษาพบว่า 1) กฎีหลังเกี่ยวกับร้านขายยาขายปลีกและตำแหน่งภายในห่วงโซ่อุปทานยา 2) การอภิปรายข้อมูลที่มีอยู่เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้และมาตรการที่สามารถพัฒนาได้จากข้อมูลเหล่านี้ และ 3) การทบทวนผลการวิจัยที่มีอยู่และช่องว่างในความรู้ ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ยังได้ระบุถึง ผลการวิจัยพบว่า Jones (1984) ในบางครั้ง ภาคเภสัชกรรมอยู่ในตำแหน่งที่ไม่ปกติในการมีรหัสสองรหัส – รหัส EAN มาตรฐานและรหัส Pharmacists Interface Product (PIP) ของตนเอง หลังถูกใช้โดยนักเคมีอิสระและ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกของ NPU ตอนนี้ Boots ได้ตัดสินใจที่จะ "ไป EAN" Gil Jones กล่าวถึงความหมายของการตัดสินใจครั้งนี้สำหรับภาคเภสัชกรรม

6) สมมติฐานที่ 6 ช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ช่องทางการกระจายเป็นเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาด ช่องทางกระจาย สินค้าประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลางที่เกี่ยวข้อง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หากมีช่องทางการกระจายที่เหมาะสม จะทำให้ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ดำเนินธุรกิจได้ดีและเติบโต ซึ่งสามารถเพิ่มระดับสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ได้ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ

Shabbir et al. (2021) ที่ได้ทำการศึกษา จัดทำกรอบพื้นฐานในด้านธนาคารรายย่อยแบบ Omni-channel นอกจากนี้ยังเสนอให้ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผ่าน CFA และการถดถอย โดยใช้ AMOS ผลการศึกษาพบว่า มีส่วนร่วมในวรรณกรรมที่มีอยู่ของการมีส่วนร่วมของลูกค้าที่จะค้นพบขอบเขตใหม่สำหรับแนวคิดและจะให้รอยเท้าแก่นักวิจัยในอนาคต ผู้จัดการธนาคารสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการมีส่วนร่วมของลูกค้าโดยเน้นปัจจัยที่จะสำรวจโดยการศึกษา นอกจากนี้ ผู้จัดการในประเทศกำลังพัฒนาอาจได้รับประโยชน์จากข้อมูลเชิงลึกจากเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้ว ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Kaur et al. (2019) ยังได้ระบุถึงการเกิดขึ้นของช่องทางออนไลน์ใหม่ๆ มีผลกระทบสำคัญต่ออุตสาหกรรมค้าปลีกในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา และคาดว่าความจำเป็นในการบูรณาการช่องทางต่างๆ จะเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมค้าปลีกในทศวรรษหน้า ผลการวิจัย พบว่า แนวโน้มในอนาคตของการค้าปลีกแบบ Omni-Retailing ในมาเลเซียยังอยู่ในระดับเริ่มต้น บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักในหมู่ผู้ค้าปลีกในมาเลเซียให้ทันกับแนวทางการค้าปลีกทุกช่องทาง

### 5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ (1) ประโยชน์เชิงวิชาการ (2) ประโยชน์เชิงธุรกิจ (3) ประโยชน์ด้านการนำผลการวิจัยไปใช้ และ (4) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1) ประโยชน์เชิงวิชาการ

จากผลการวิจัย ผลการวิจัยจะได้ข้อค้นพบทางวิชาการเกี่ยวกับการอธิบายถึงปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีก โดยผลของการวิจัยในครั้งนี้ทำให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์และสมรรถนะของร้านค้าปลีก ซึ่งสามารถที่จะนำไปพัฒนา และต่อยอดในเชิงวิชาการเพื่อศึกษา และนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงวิชาการในด้านอื่น ๆ ต่อไป

#### 2) ประโยชน์เชิงธุรกิจ

จากผลการวิจัย ผลวิจัยทำให้สัมภรณ์ ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ สามารถเตรียมความพร้อมในช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาด เพื่อเพิ่มระดับสมรรถนะของร้านค้าปลีก บนพื้นฐานของระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ กลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ หรือกลยุทธ์การตลาดได้ ที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับปรุงการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

### 3) ประโยชน์ด้านการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางในด้านการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิจัยพบว่าระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ ด้านกระบวนการสั่งซื้อ, คลังสินค้า, สินค้าคงคลัง, การขนถ่ายวัสดุ, บรรจุภัณฑ์, การขนส่ง, และการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูล มีอิทธิพลทางตรงต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ และสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ ที่วิเคราะห์แล้วว่ามีนัยสำคัญตามข้อสมมุติฐาน โดยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้ หากผู้ประกอบการวางแผนระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ดี จึงยังผลให้สามารถกำหนดทางเลือกของเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาดได้ และเพิ่มระดับสมรรถนะผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกมากขึ้น

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มของกลุ่มค้ายาและเวชภัณฑ์ ด้านโครงสร้างกลุ่มลูกค้า, กลุ่มอุปทาน, การเป็นพันธมิตร, ส่วนแบ่งการตลาด, รูปแบบรายได้ และโครงสร้างต้นทุน มีอิทธิพลทางตรงต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ และสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ ที่วิเคราะห์แล้วว่ามีนัยสำคัญตามข้อสมมุติฐาน โดยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้ หากผู้ประกอบการรวมกลุ่มกันที่มีรูปแบบเป็นพันธมิตรระยะยาว จึงยังผลให้สามารถกำหนดทางเลือกของเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาดได้ และเพิ่มระดับสมรรถนะผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกมากขึ้น

ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การตลาด ด้านสินค้า/บริการ, ราคา, สถานที่/ช่องทางขาย และการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ ที่วิเคราะห์แล้วว่ามีนัยสำคัญตามข้อสมมุติฐาน โดยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้ หากผู้ประกอบการกลยุทธ์การตลาดที่ดี เป็นการวางแผนเพื่อช่วยสร้างความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ถือเป็นกลยุทธ์เครื่องมือในการใช้แข่งขันทางการตลาด และยังเป็นการใช้ส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นวิธีพื้นฐานเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ทำให้เกิดความต้องการสินค้าจากการตัดสินใจในการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด จึงยังผลให้สามารถกำหนดทางเลือกของเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาดได้ และเพิ่มระดับสมรรถนะผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกมากขึ้น

### 4) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางในการทำวิจัยในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้ การวิจัยในครั้งต่อไป ควรนำแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีก เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่สำคัญตัวอื่นเพิ่มเติม ที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีก เนื่องจากยังมีอีกหลายปัจจัยที่ผู้วิจัยยังไม่ได้นำมาศึกษา เช่น

- ที่ตั้ง (Location) เป็นปัจจัยความสำเร็จอันดับแรกของร้านค้าปลีกที่ต้องอยู่ใกล้กลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยในการเลือกที่ตั้งร้านค้าอย่างรอบคอบ เช่น สภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรอบ, วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย, แนวโน้มทางเศรษฐกิจของสถานที่ตั้ง, และความรุนแรงในการแข่งขัน
- รูปแบบและรูปลักษณ์ของร้าน (Store Layout and Appearance) คือ ประเภทของสินค้าหรือบริการที่เป็นปัจจัยที่แสดงลักษณะของร้านค้าปลีก ที่มีความแตกต่างกันด้วยการให้บริการสถานที่ตั้ง กลุ่มลูกค้าที่ให้บริการ ดังนั้น ร้านค้าปลีกจะต้องทราบถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย และพัฒนาร้านค้าไปในแนวทางที่กำหนดไว้เนื่องจากมีรูปแบบที่ทันสมัย สะดวกสบาย สามารถเลือกซื้อสินค้าเองได้
- บริการและการแบ่งประเภท (Service and Assortment) เป็นการแบ่งประเภทของกิจกรรมของกระบวนการที่ส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ยาก
- การขายรวมกัน (Bundle Selling) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่บริษัทขายสินค้าหรือบริการหลายอย่างรวมกันเป็นหน่วยเดียวที่รวมกัน ผลผลิตภัณฑ์และบริการที่รวมเข้าด้วยกันมักจะมี ความเกี่ยวข้องกัน แต่ก็อาจประกอบด้วยรายการที่ไม่เหมือนกันซึ่งดึงดูดลูกค้ากลุ่มหนึ่งได้

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเจาะลึก (วิจัยเชิงคุณภาพ) ถึงประเด็นการควบรวมและเข้าซื้อกิจการ (Mergers and Acquisitions) ของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์รายใหญ่ ซึ่งเป็นการรวมบริษัทหรือสินทรัพย์เข้าด้วยกัน โดยมุ่งไปที่การกระตุ้นการเติบโต การได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มส่วนแบ่งการตลาด หรือมีอิทธิพลต่อห่วงโซ่อุปทาน โดยที่บริษัทที่ควบรวมกิจการหรือซื้อบริษัทอื่นมีเหตุผลต่างๆ ได้แก่ การทำงานร่วมกัน การเติบโต เพิ่มราคาซัพพลายเชน อำนาจ ขจัดการแข่งขัน เป็นต้น โดยที่การควบรวมกิจการระหว่างร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์รายใหญ่ อาจทำให้เกิดการผูกขาดการขายสินค้าได้ ดังนั้น การควบรวมอาจมีผลกระทบที่อาจตามมาต่อร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์รายย่อยหรือปานกลางได้ ซึ่งเป็นตัวแปรที่ทำให้ระบบการกระจายและขนาดกลุ่มลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงช่องทางการกระจายและสมรรถนะของร้านค้าปลีก