

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	จ
Abstract	ซ
กิตติกรรมประกาศ	ฅ
สารบัญตาราง	ฒ
สารบัญภาพ	ด
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
ประเด็นปัญหาในการวิจัย	3
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
<b>บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>6</b>
ประเภทของร้านขายยา	6
มูลค่าตลาดยาในประเทศไทย	7
ทฤษฎี Five Forces	8
ทฤษฎี Value Chain	12
แนวคิดเรื่องสภาพแวดล้อมธุรกิจ	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
กรอบแนวคิดในการวิจัย	19

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3 การดำเนินงานวิจัย</b>	21
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	21
ประชากรกลุ่มเป้าหมาย	22
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	23
การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
การวิเคราะห์ข้อมูล	24
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	25
ข้อมูลประชากรกลุ่มเป้าหมาย	26
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ	26
สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	34
โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	38
การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	39
จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	41
สภาพปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	45
ความต้องการพัฒนาตนเอง ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	46
ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	47
ข้อมูลอื่นๆ เกี่ยวกับการค้าของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	48
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย</b>	51
ผลการวิจัย	52
การสรุปผลการวิจัย	55
สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	55
โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	55
การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	55
จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	56

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สภาพปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	56
ความต้องการพัฒนาตนเอง ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	56
ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม	57
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	57
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>59</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>62</b>
แบบสอบถามในการวิจัย	63
รายชื่อร้านขายยาแบบดั้งเดิมกลุ่มเป้าหมาย	74



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 การบริโภคผ่านร้านขายยาแบ่งตามภูมิศาสตร์ (Geographical)	8
ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรเป้าหมาย	22
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (ประชากรกลุ่มเป้าหมาย) จำแนกตามเขตพื้นที่	26
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการและภาค	26
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดร้านค้าและภาค	28
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่ตั้งของร้านค้าและภาค	28
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะของร้านและภาค	29
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่เปิดบริการใน 1 วัน และภาค	29
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนลูกจ้างและภาค	30
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ และภาค	30
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบกิจการและภาค	31
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหน้าที่หลักที่มีในกิจการ และภาค	31
ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการบริหารงานของกิจการ และภาค	32
ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามยอดขายต่อวันและภาค	33
ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของยอดขายในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามภาค	34
ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกำไรในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามภาค	35

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามภาค	36
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการถูกระทบจากสภาพแวดล้อม ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันในภาพรวมทุกภาค	37
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการปรับตัวและพัฒนาธุรกิจในปัจจุบัน ในภาพรวมทุกภาค	38
ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเชื่อมโยงหรือรวมกลุ่ม และมีส่วนร่วม ในภาพรวมทุกภาค	39
ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของผู้เลือกชนิด ยี่ห้อสินค้าเข้าร้าน จำแนกตามภาค	39
ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของการใช้แหล่งเงินทุน จำแนกตามภาค	40
ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของจุดแข็งในภาพรวมทุกภาค	41
ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของจุดอ่อนในภาพรวมทุกภาค	42
ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของโอกาสในภาพรวมทุกภาค	43
ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภัยคุกคามในภาพรวมทุกภาค	44
ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละของปัญหาและอุปสรรค จำแนกตามภาค	45
ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละของความต้องการพัฒนาตนเอง จำแนกตามภาค	46
ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละของความต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือ จำแนกตามภาค	47
ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละของสินค้าที่ขายดีที่สุดที่ร้านค้า	48

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 Five Forces Model	11
ภาพที่ 2.2 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	12
ภาพที่ 2.3 สภาพแวดล้อมธุรกิจ	13

