

ชื่อโครงการวิจัย	สภาพการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
ชื่อคณะผู้วิจัย	รองศาสตราจารย์ยุพธนา ธรรมเจริญ, นางสาววัฒน์ วัฒนวิทย์กิจ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติลล่ำ พงศ์ยี่ห้ำ
ปีที่ทำการวิจัย	2549 – 2553

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาปัจจุบันในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจและศึกษา สภาวะการแข่งขันของธุรกิจ โครงสร้างการจัดการที่เปลี่ยนแปลงไป จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการพัฒนาตนเอง และความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม กระบวนการวิจัยเป็นการสำรวจและสอบถาม บุคลากรของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม จากร้านค้าจำนวน 400 ร้าน โดยแบ่งตัวแทนจากพื้นที่เป้าหมายออกเป็น 5 กลุ่มๆ ละ 80 คน ประกอบด้วย กรุงเทพมหานครและปริมณฑล, ภาคกลางและภาคตะวันออก, ภาคเหนือ, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ รวมทั้งสิ้น 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยใช้ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับแบบสอบถามปลายเปิดใช้การวิเคราะห์โดยการรวบรวมจำแนกแยกแยะ จัดกลุ่ม และการเขียนเป็นความเรียง (Descriptive)

ผลการวิจัย

1. สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

1.1 สภาวะธุรกิจของร้านขายยา ยังมีลักษณะกิจการที่เป็นเจ้าของเพียงคนเดียวและบริหารงานด้วยตนเอง การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนยอดขายที่ลดลง ส่งผลให้ผลกำไรของธุรกิจร้านขายยาแบบดั้งเดิมมีทิศทางลดลง แต่ในด้านสินทรัพย์ของธุรกิจร้านขายยา มีทิศทางสูงขึ้น

1.2 ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน คือด้านต้นทุนการซื้อสินค้าเข้าร้าน ด้านการตลาด และด้านความหลากหลายของสินค้า

2. โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

โครงสร้างการดำเนินธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมได้มีการเปลี่ยนแปลงจากที่มีการบริหารงานที่ใช้การตัดสินใจด้วยตนเองโดยอาศัยประสบการณ์ มาเป็นการใช้หลักการบริหารงานสมัยใหม่เกี่ยวกับการบริหารการเงิน การบริหารการเงิน และการจัดการข้อมูลข่าวสาร

ลักษณะของโครงสร้างจากธุรกิจขายยาเพียงอย่างเดียว มาเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสุขภาพและความสวยงาม โดยเป็นธุรกิจเสริม และมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงเป็นธุรกิจหลัก

3. การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจมีน้อย เป็นเพียงการติดต่อกับผู้ผลิตและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในระหว่างกลุ่มกับผู้ขายยาด้วยกัน ไม่มีการรวมกลุ่มในเรื่องการบริหารจัดการสินค้าและการบริหารการเงิน

4. จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

4.1 จุดแข็งของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย 1) การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้า 2) การสั่งงานภายในร้าน 3) การเงิน 4) ร้านค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และ 5) การจัดส่ง

4.2 จุดอ่อนของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย 1) การบริหารต้นทุน 2) วิธีการบริหารสมัยใหม่ 3) เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์ 4) การจัดการสต็อกสินค้า และ 5) คุณภาพของพนักงาน

4.3 โอกาสของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย 1) คู่แข่งค้าปลีกดั้งเดิม 2) เจ้าหนี้ / สถาบันการเงิน 3) ชุมชนละแวกใกล้เคียง 4) สมาคมการค้าปลีก / ชมรม และ 5) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

4.4 ภัยคุกคามของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย 1) กฎหมาย / กฎเกณฑ์ของรัฐบาล 2) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี 3) สภาพสังคมและค่านิยม 4) คู่แข่งค้าปลีกสมัยใหม่ และ 5) การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค

5. ปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

5.1 ปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมระดับสูง ประกอบด้วย 1) เรื่องต้นทุนสินค้าที่สูง 2) ความหลากหลายของสินค้า 3) เงินทุน 4) ความทันสมัย / เทคโนโลยี และ 5) การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์

5.2 ปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมในระดับรองลงมา ประกอบด้วย 1) ความรู้เรื่องการตลาดค้าปลีกยังมีน้อย 2) ความเชื่อมั่นต่อคุณภาพสินค้าของผู้บริโภคสมัยใหม่กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ 3) การจัดวางสินค้า และ 5) การบริการลูกค้า

6. ความต้องการพัฒนาตนเอง ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ความต้องการพัฒนาตนเอง ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย 1) เสริมความรู้ด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก 2) เสริมความรู้ด้านการตลาดค้าปลีก 3) เงินทุน 4) เสริมความรู้ด้านการจัดการการเงิน และ 5) เสริมความรู้ด้านการบริการ

7. ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย 1) ให้รัฐช่วยสร้างแรงสนับสนุนทางกระแสสังคมให้หันมาสนับสนุนร้านค้าปลีกไทย 2) ให้รัฐส่งเสริมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก 3) จัดอบรมด้านการตลาดค้าปลีก 4) จัดอบรมด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก 5) ให้รัฐช่วยเหลือเงินทุน 6) จัดอบรมด้านการเงิน และ 7) จัดอบรมด้านการบริการ



Research Title: The competition on traditional drug stores in retail business.
Researcher: Mr. Yutthana Thamcharoen, Ms. Wattanee Watthanawitkit, and
Ms. Adilla Pongyeela.
Research year: 2006 – 2010

ABSTRACT

The research is a survey research to study the change and the competition in retail drugstore business in Thailand. The objectives of this research are to survey and study the competitive environment of the business, the change in management structure, strength, weakness, opportunity and threat, the demand for self development, and the needs for government support to the traditional retail drugstore. As for research method, we survey and interview the person from 400 traditional retail drugstores, with the total of 400 persons divided in to 5 groups of 80 peoples from Bangkok and perimeter, central region and eastern region, northern region, north eastern region, and south region. The statistic analysis use in this research are percentage (%), average (\bar{X}), and standard deviation (S.D.). As for open-ended questionnaire, the method of analysis is collecting, classifying, grouping, and descriptive writing.

Research result

1. The competitive environment of the traditional retail drugstore business.

1.1 The retail drugstore business environment is still one business owner who take care all of the business by himself. The change of the business in the past 3 years illustrate that the sales proportion is decreasing. As a result, the profit of the business is lower. However, the asset value of the retail drugstore business is increasing.

1.2 The influences from the change of the business environment in the present day are the cost of the product purchasing, the marketing, and the variety of the product.

2. The structure of changing in the traditional retail drugstore business environment.

The business structure of the traditional retail drugstore has changed from making the decision by using self-experience to the using of modern principle of management, financial management, and information management.

The business structure has also changed from medical vender only to include health related product and cosmetic as an additional business. However, the trend is additional business can become to be core business in the future.

3. The collaboration and the business relation of the traditional drugstore business.

There is very little business collaboration and business relation, only supplier contact, and exchange information between the retail drugstore person. There is no collaboration of the product management and financial management.

4. The SWOT analysis of the traditional retail drugstore business.

4.1 Strength: 1) Close relationship with the customers. 2) Commanding within the store. 3) Financial. 4) The store is well known. 5) Purchasing.

4.2 Weakness: 1) Cost management. 2) Modern management. 3) Technology /Computer. 4) Stock Management. 5) Employee quality.

4.3 Opportunity: 1) Traditional retail Competitors. 2) Creditor and financial institute. 3) Nearby community. 4) Retail association / club. 5) Change in technology.

4.4 Threat: 1) Law / government regulation. 2) Change in technology. 3) State of society and social value. 4) New generation retail. 5) Change in consumer behavior.

5. The problems and obstacle of the traditional retail drugstore business.

The first priority problems and obstacles of the traditional retail drugstore business are 1) High cost. 2) Product variety. 3) Capital. 4) Modern / technology. 5) Advertising / public relation.

The second priority problems and obstacles of the traditional retail drugstore business are 1) A little knowledge in marketing of retail business. 2) The confident of the new generation consumer to the new generation retail drugstore. 3) Product placement. 4) Customer service.

6. The needs for self improvement of the traditional retail drugstore business.

The needs for self improvement of the traditional retail drugstore business include. 1) Education in technology related to retail business. 2) Marketing knowledge in retail business. 3) Capital 4) Education in financial management. 5) Enhancing knowledge in customer service.

7. The needs for government's supporting to the traditional retail drugstore business.

The needs for government's supporting to the traditional retail drugstore business are 1) Government should establish a campaign to enhance the social support for Thai retail store. 2) Government should support for advertising and public relation of the small retail shop. 3) Establish a training in marketing for retail business. 4) Establish a training in technology for retail business. 5) Financial support. 6) Establish a training in financial. 7) Establish a training in service.