

แผนธุรกิจ  
ร้านขายยา PharmaSeed



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

**แผนธุรกิจ ร้านขายยา PharmaSeed**

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2560



นางสาวลภัสรดา ชุบลไสย

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,

Ph.Ds.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ,

Ed.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจร้านขายยา PharmaSeed นี้สำเร็จลงได้ด้วยดีเนื่องจากความช่วยเหลือของผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง อาจารย์ที่ปรึกษาของผู้วิจัย ซึ่งได้ชี้แนะแนวทางการจัดทำแผนธุรกิจและการดำเนินการวิจัย รวมถึงให้คำแนะนำด้านการวิเคราะห์ข้อมูลตลอดการจัดทำแผนธุรกิจนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ ออกแบบ และวางแผนธุรกิจนี้ได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการการสอบสารนิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงเจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่คอยช่วยประสานงาน และทำให้งานวิจัยนี้ถูกต้องและสมบูรณ์

อีกทั้งขอกราบขอบพระคุณครอบครัวที่คอยสนับสนุน คอยดูแล เอาใจใส่ รวมถึงพี่ เพื่อน น้อง และผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และคอยสนับสนุนด้วยดีเสมอมา รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้และคำแนะนำเพื่อให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำแผนธุรกิจนี้จนประสบความสำเร็จได้ด้วยดี

ลภัสรดา ยุกตไสย

แผนธุรกิจร้านขายยา PharmaSeed  
BUSINESS PLAN PHARMASEED

หลักทรัพย์เลขที่ 5850183

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง, Ph.D., สุภรักษ์ สุริยพันธ์เกียรติ  
แก้ว, Ph.Ds., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม ก้นตามระ, Ed.D.

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจร้านขายยา PharmaSeed เกิดขึ้นเนื่องจากธุรกิจร้านขายยามีอัตราการเติบโตและมูลค่าตลาดสูง อีกทั้งนโยบายภาครัฐสนับสนุนให้ร้านขายยาเป็นส่วนหนึ่งของหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงยาได้มากขึ้น อีกทั้งเภสัชกรก็สามารถดูแลสุขภาพของคนในชุมชนได้ง่ายขึ้นด้วย รวมถึงพฤติกรรมความเร่งรีบและข้อจำกัดด้านค่าใช้จ่ายทำให้คนเข้าร้านขายยามากขึ้น ดังนั้นจึงนับว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ

แผนธุรกิจนี้รวบรวมข้อมูลจาก 1) เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานธุรกิจ เน้นธุรกิจ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ และ สังคม 2) การสัมภาษณ์คนในชุมชนเพื่อศึกษาความต้องการของลูกค้าเพื่อใช้วางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์ รวมถึงการสร้างความรู้สึกร่วมในการมีส่วนร่วมการออกแบบตราสินค้าและรูปแบบร้านของคนในชุมชนอีกด้วย

แผนธุรกิจร้านขายยา PharmaSeed นี้ ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 1,500,000 บาท แผนธุรกิจนี้สามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1 ปี 10 เดือน และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อสิ้นปีที่ 5 มีมูลค่า 1,836,585 บาท และมีผลตอบแทนโครงการ (IRR) ร้อยละ 49.06

คำสำคัญ : แผนธุรกิจร้านขายยา PharmaSeed

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญรูปภาพ	ฉ
<b>บทที่ 1</b>	<b>1</b>
บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาธุรกิจ	1
1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ	3
1.3 รูปแบบธุรกิจ	4
1.3.1 บริเวณที่ตั้ง	4
1.3.2 วิสัยทัศน์ Vision	5
1.3.3 พันธกิจ Mission	5
<b>บทที่ 2</b>	<b>6</b>
<b>การวิเคราะห์อุตสาหกรรม</b>	<b>6</b>
2.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมร้านขายยาและตลาดยาในประเทศไทย	6
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	9
2.2.1 การเมืองและนโยบายภาครัฐ (Political)	9
2.2.2 เศรษฐกิจ (Economics)	11
2.2.3 สังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture)	12
2.2.4 เทคโนโลยี (Technology)	14
2.2.5 สิ่งแวดล้อม (Environment)	15
2.2.6 กฎหมาย (Legal)	16
2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	18
2.3.1 สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Firms within The Industry)	18
2.3.2 ภัยคุกคามจากการเข้ามาของกลุ่มรายใหม่ (Threat of New Entry)	19

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)	20
2.3.3 อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)	20
2.3.4 อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)	20
2.3.5 อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Buyers)	20
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง	22
2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	26
2.5.1 จุดแข็ง (Strengths)	26
2.5.2 จุดอ่อน (Weaknesses)	28
2.5.3 โอกาส (Opportunities)	28
2.5.4 อุปสรรค (Threat)	29
2.6 โอกาสทางธุรกิจ	30
<b>บทที่ 3</b> แผนการตลาด	<b>31</b>
3.1 สถานที่ตั้ง	31
3.2 แผนการตกแต่งร้าน	32
3.3 แผนผังร้าน	35
3.4 แผนการดำเนินงาน	36
3.5 กระบวนการให้บริการ	37
3.6 การควบคุมคุณภาพ	40
3.6.1 หมวดสถานที่	40
3.6.2 หมวดอุปกรณ์	41
3.6.3 หมวดวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (บุคลากร)	41
3.6.4 หมวดวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (การควบคุมคุณภาพยา)	42
3.6.5 หมวดวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (การให้บริการทางเภสัชกรรมในร้านยา)	43



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4</b>	
<b>แผนการตลาด</b>	<b>45</b>
4.1 เป้าหมายทางการตลาด	45
4.1.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 0 – 1)	45
4.1.2 เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 – 3)	45
4.1.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 เป็นต้นไป)	46
4.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้า (Segmentation)	48
4.2.1 การจำแนกตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)	48
4.2.2 การจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)	49
4.2.3 การจำแนกตามลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)	49
4.2.4 การจำแนกตามลักษณะด้านอรรถประโยชน์ (Utility Segmentation)	50
4.2.5 การจำแนกตามลักษณะทางพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Segmentation)	50
4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target)	51
4.3.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก	51
4.3.2 กลุ่มเป้าหมายรอง	51
4.4 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)	52
4.5 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps)	53
4.5.1 กลยุทธ์ด้านสินค้าหรือบริการ (Product/Service)	53
4.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	58
4.5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	58
4.5.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion)	59
4.5.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)	60
4.5.6 กลยุทธ์กระบวนการให้บริการ (Process)	61
4.5.7 กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evident)	61

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 5</b>	
<b>การบริหารจัดการในองค์กร</b>	<b>63</b>
5.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	63
5.2 ลักษณะการบริหารงาน	64
5.3 โครงสร้างองค์กร	64
5.4 แผนการบริหารบุคลากร	65
5.4.1 ตำแหน่งผู้จัดการร้าน	66
5.4.2 ตำแหน่งเกสัชกร	68
5.4.3 ตำแหน่งผู้ช่วยเกสัชกร	69
5.4.4 คู่มือปฏิบัติงาน หรือ Manual สำหรับการต้อนรับและการลาลูกค้า ด้านวิธีการต้อนรับลูกค้า	70
5.4.5 คู่มือปฏิบัติงาน หรือ Manual สำหรับการต้อนรับและการลาลูกค้า ด้านวิธีการกล่าวลาลูกค้า	71
5.5 การวางแผนกำลังคนและ โครงสร้างค่าตอบแทน	72
5.6 วันและเวลาการทำงาน	73
5.7 การสรรหาและการคัดเลือกพนักงาน	74
5.8 แผนการพัฒนาบุคลากร	75
5.9 การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน	76
<b>บทที่ 6</b>	
<b>แผนการเงิน</b>	<b>77</b>
6.1 ข้อสมมติฐานทางการเงิน	77
6.2 งบการเงิน	79
6.3 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน	91
6.3.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	91
6.3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value: NPV)	91
6.3.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)	92
6.3.4 อัตราส่วนทางการเงิน	93
6.3.5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	93



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	94
6.3.6 การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) ทางการเงิน	94
<b>บทที่ 7</b> การประเมินความเสี่ยงและแนวทางการจัดการความเสี่ยง	<b>98</b>
7.1 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ	98
7.2 ความเสี่ยงความเสี่ยงจากการแข่งขัน	99
7.3 ความเสี่ยงทางการเงิน	99
7.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ	100
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>101</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>103</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 ตารางแสดงแรงกดดันด้านต่างๆ ในธุรกิจร้านขายยา	21
2.2 ตารางแสดงการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Matrix)	23
3.1 ตารางแสดงแผนการดำเนินงาน	37
5.1 แสดงการวางแผนจำนวนการจ้างงานของพนักงาน	72
5.2 แสดงการผลตอบแทนของพนักงานในปีแรก	73
5.3 แสดงช่วงเวลาการทำงานของพนักงาน	74
6.1 แสดงต้นทุนโครงการ	79
6.2 การประมาณการต้นทุนคงที่	81
6.3 การประมาณการต้นทุนผันแปร	81
6.4 การประมาณการยอดขายสินค้าและบริการ ปีที่ 1 – 5	81
6.5 แสดงประมาณการต้นทุนค่าซื้อสินค้า	81
6.6 แสดงประมาณการซื้อสินค้า เงินสด:เงินเชื่อ (สัดส่วนซื้อสด:ซื้อเชื่อ 30:70 ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 90 วัน) ปีที่ 1	82
6.7 แสดงประมาณการซื้อสินค้า เงินสด:เงินเชื่อ (สัดส่วนซื้อสด:ซื้อเชื่อ 30:70 ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 90 วัน) ปีที่ 2 (ต่อ)	82
6.8 แสดงประมาณการซื้อสินค้า เงินสด:เงินเชื่อ (สัดส่วนซื้อสด:ซื้อเชื่อ 30:70 ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 90 วัน) ปีที่ 3 (ต่อ)	82
6.9 แสดงประมาณการซื้อสินค้า เงินสด:เงินเชื่อ (สัดส่วนซื้อสด:ซื้อเชื่อ 30:70 ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 90 วัน) ปีที่ 4 (ต่อ)	83
6.10 แสดงประมาณการซื้อสินค้า เงินสด:เงินเชื่อ (สัดส่วนซื้อสด:ซื้อเชื่อ 30:70 ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 90 วัน) ปีที่ 5 (ต่อ)	83
6.11 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ ปีที่ 1	83
6.12 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ ปีที่ 2	84
6.13 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ ปีที่ 3	84
6.14 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ ปีที่ 4	84

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
6.15 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ ปีที่ 5	85
6.16 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด	85
6.17 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ	86
6.18 แสดงประมาณการค่าเสื่อมราคา	86
6.19 แสดงประมาณการงบกำไร/ขาดทุน	87
6.20 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด	88
6.21 แสดงประมาณการงบดุล	89
6.22 แสดงประมาณการงบดุล (ต่อ)	90
6.23 แสดงกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ	91
6.24 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน	92
6.25 แสดงอัตราผลตอบแทนของโครงการ	92
6.26 แสดงอัตราส่วนทางการเงิน	93
6.27 แสดงจุดคุ้มทุน	94
6.28 แสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะปกติ	95
6.29 แสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะที่ยอดขายลดลงร้อยละ 20	96
6.30 แสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะที่ต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 20	97

## สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
1.1 แผนที่แสดงที่ตั้งร้านขายยา PharmaSeed	4
2.1 มูลค่าตลาดของธุรกิจร้านขายยาในประเทศไทย	6
2.2 ข้อมูลสัดส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเวชภัณฑ์และค่ารักษาพยาบาลเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน	8
3.1 แผนที่แสดงที่ตั้งร้านขายยา PharmaSeed	31
3.2 รูปแสดงการตกแต่งด้านหน้าร้าน	33
3.3 รูปแสดงการตกแต่งด้านข้างร้าน	34
3.4 รูปแสดงการตกแต่งภายในร้าน	34
3.5 รูปแสดงการตกแต่งภายในร้าน	35
3.6 รูปแสดงแผนผังภายในร้าน	36
3.7 รูปแสดงแผนผังขั้นตอนการให้บริการ Service Blueprint	39
4.1 แผนที่แสดงขอบเขตระยะห่างบริเวณที่ตั้งร้านขายยา PharmaSeed ในรัศมี 1 กิโลเมตร	49
4.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target)	52
4.3 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Perceptual Map)	53
4.4 ตราสัญลักษณ์และป้ายชื่อร้านขายยา PharmaSeed แบบที่ 1	54
4.5 ตราสัญลักษณ์แบบที่ 2	54
4.6 ป้ายชื่อร้านขายยา PharmaSeed แบบที่ 2	55
4.7 แผนผังการให้บริการ	56
4.8 ป้ายแสดงการรับรองร้านยาคุณภาพ	62
4.9 ป้ายแสดงการเข้าร่วมโครงการร้านขายยาในระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ	62
5.1 รูปแสดงแผนผังโครงสร้างองค์กร	64

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาธุรกิจ

“การไม่มีโรคเป็นลาภอันประเสริฐ” เป็นความจริงที่ไม่มีใครปฏิเสธได้ ในตลาดจึงมีผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างๆมากมายที่ช่วยดูแล ป้องกัน บรรเทาอาการเจ็บป่วยและรักษาสุขภาพ ให้ดี ที่สุด ผลิตภัณฑ์ฯ ซึ่งเป็นปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิตของมนุษย์จึงนับเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถขายได้ไม่ ว่าปัจจัยภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย จะเปลี่ยนแปลงไปก็ตาม แต่ข้อมูลล่าสุดในปี 2558 ก็แสดงให้เห็นว่าแม้ตลาดยาและเวชภัณฑ์จะมีแนวโน้มการขยายตัวในช่วงปีหลังเริ่มลดลงจากในอดีตที่โตมากกว่า แต่ในปีดังกล่าวนั้นตลาดยาที่ยังมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6 ต่อปี (อุทัย สุขวิวัฒน์ศิริกุล, 2016)

อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ฯนั้นเน้นกลุ่มลูกค้าในการรักษาโรคเป็นส่วนใหญ่ แต่การดูแลสุขภาพและป้องกันโรคคนทั่วไปมักให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นหลัก โดยแหล่งกระจายยาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่สำคัญคือ โรงพยาบาล คลินิก สถานีอนามัย และร้านขายยา แต่เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันมักให้ความสำคัญกับเวลาค่อนข้างมาก ต้องการความรวดเร็วในการเข้ารับบริการ ดังนั้นร้านขายยาจึงนับว่าเป็นช่องทางการกระจายยาที่เข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากใกล้ชิดกับคนในชุมชนในละแวกที่ตั้งของร้านมาก อีกทั้งยังสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและราคาค่าบริการต่อครั้งไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับสถานพยาบาลอื่นๆ เช่น โรงพยาบาล เป็นต้น

ดังนั้นการเปิดร้านขายยาในบริเวณชุมชนจึงน่าจะเป็นช่องทางการกระจายที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีความหลากหลายของผู้คนในย่านนั้น ทั้งด้านฐานะ ลักษณะครอบครัว รายได้ ช่วงอายุ รวมถึง ลักษณะงาน และปัจจัยอื่นๆ เป็นต้น แม้ร้านขายยาจะเป็นช่องทางการกระจายยาที่ใกล้ชิดกับคนในชุมชนมาก แต่พฤติกรรมในการเลือกสินค้าที่มีคุณภาพสูงและบริการที่ดียังคงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้คนในชุมชนเลือกใช้บริการร้านขายยานั้น และรู้สึกผูกพันมากยิ่งขึ้นจนทำให้ร้านขายยานั้นเป็นที่พึ่งของคนในชุมชนนั้นๆ ได้

นอกจากนี้แนวโน้มพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้บริโภคยังเน้นการดูแล ป้องกัน ร่วมกับการรักษาโรคในยามเจ็บป่วย ทำให้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นอีกหนึ่งกลุ่มสินค้าที่สามารถ



เพิ่มยอดขายให้กับร้านขายยาได้เป็นอย่างดี อีกทั้งพฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้บริโภคทั่วไปที่มากขึ้น ผู้คนให้ความสนใจกับรูปร่างและความสวยงามมากขึ้น จึงทำให้ผลิตภัณฑ์เวชสำอางเป็นสินค้าอีกหนึ่งกลุ่มที่ผู้บริโภคมองหาในร้านขายยา เนื่องจากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในตลาดนั้นสูงมาก ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้นค่อนข้างยาก เกษัชกรชุมชนหรือผู้ประกอบการวิชาชีพเภสัชกรรมในร้านขายยาชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด รวมถึงการให้คำปรึกษาด้านการเลือกซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆอย่างถูกต้องและเหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละราย

แม้ว่าร้านขายยาจะเปรียบดั่งห้องยาของชุมชนและเป็นที่พักพิงให้กับประชาชนในละแวกนั้น แต่ก็มีร้านขายยาหลายแห่งที่ไม่ได้มีเภสัชกรอยู่ปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลาทำการ เป็นเพียงเภสัชกรในนามหรือที่เรียกกันว่า “เภสัชกรแขวนป้าย” ที่นอกจากจะไม่รับผิดชอบต่อหน้าที่และไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพในการช่วยเหลือผู้ป่วยให้ได้รับการรักษาที่ถูกและเหมาะสมแล้ว ยังเป็นการทำร้ายระบบสาธารณสุขของประเทศอย่างรุนแรง เนื่องจากการที่ผู้ป่วยไม่ได้รับการดูแลอย่างถูกต้องทั้งด้านการให้คำแนะนำ คัดเลือก และส่งมอบได้รับยาที่เหมาะสมกับโรค หรือลักษณะอาการของผู้ป่วยนั้น นอกจากจะเพิ่มความเสี่ยงให้ผู้ป่วยได้รับอันตรายจากการใช้ยาแล้วยังส่งผลต่อการใช้ยาอย่างสมเหตุสมผล (Rational Drug Use) และสามารถสร้างปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง เช่น ปัญหาการดื้อยาจากการใช้ยาปฏิชีวนะมากเกินไป เป็นต้น

ทั้งนี้สภาเภสัชกรรมแห่งประเทศไทยตระหนักถึงปัญหานี้จึงได้กำหนดให้มีการจัดทำร้านยาคุณภาพ หรือ ร้านขายยาที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากสภาเภสัชกรรม โดยกำหนดมาตรฐานของร้านยาคุณภาพไว้ 5 ด้าน ได้แก่ 1.สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งสนับสนุนบริการ 2.การบริหารจัดการเพื่อคุณภาพ 3.การบริการเภสัชกรรมที่ดี 4.การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และจรรยาบรรณ และ 5.การให้บริการและการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคม

นอกจากนี้เพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้รับบริการจากร้านขายยาที่มีคุณภาพหรือตรงตามมาตรฐานวิชาชีพ และเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยในการใช้ยาและสุขภาพที่ดีของประชาชน จึงได้มีการออกกฎกระทรวงการขออนุญาต และการออกใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน พ.ศ. 2556 ซึ่งมีสาระสำคัญที่เพิ่มเติมจากกฎกระทรวงฉบับเดิมตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติมที่สำคัญคือ การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขในการต่ออายุใบอนุญาต โดยนำเรื่องการผ่านการตรวจประเมินวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน และประวัติการกระทำผิดตามกฎหมายว่าด้วยยามาใช้ประกอบการพิจารณาเพื่อต่ออายุใบอนุญาต และมีข้อกำหนดเกี่ยวกับสถานที่ อุปกรณ์ ที่สอดคล้องและส่งเสริมให้เกิดงานบริการทางเภสัชกรรมที่ดีในร้านยา รวมถึงการปรับหลักเกณฑ์และรูปแบบเกี่ยวกับการทำบัญชีและรายงานให้มีความสอดคล้องกับสภาพปัญหาด้านยาในปัจจุบัน



ซึ่งจะช่วยทำให้ประชาชนได้รับบริการที่ดีและมั่นใจได้ว่าร้านขายยานั้นสามารถเป็นที่พึ่งด้านสุขภาพให้กับคนในชุมชนได้จริง เนื่องจากการกีดกันการต่ออายุใบอนุญาตขายยาของร้านขายยาที่ไม่มีเภสัชปฏิบัติการตามเวลาทำการจริง อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับร้านยาอีกด้วย

นอกจากนี้จากรายงานสถิติใบอนุญาตสถานประกอบกิจการเกี่ยวกับยาทั่วราชอาณาจักร ด้านสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 15,359 ร้าน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 27 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2556 ที่มีจำนวน (สำนักยา, 2557) ร้านขายยาประมาณ 12,123 ร้าน โดยในจังหวัดสมุทรปราการนั้นมีจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย 1) ที่ได้รับใบอนุญาตสถานประกอบการเพียง 535 ร้านในปี พ.ศ. 2557 และมีปริมาณคงที่เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 ซึ่งแม้ว่าตลาดร้านขายยาทั่วประเทศไทยจะเติบโตขึ้น แต่ปริมาณร้านขายยาในจังหวัดสมุทรปราการไม่ได้เพิ่มขึ้นตามตลาด ดังนั้นอาจคาดการณ์ได้ว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของแต่ละร้านขายยาในจังหวัดสมุทรปราการมีแนวโน้มสูงขึ้น

ดังนั้นจึงนับว่าเป็นโอกาสที่ดีในการจัดทำแผนธุรกิจเกี่ยวกับร้านขายยาในช่วงเวลานี้ เพื่อช่วยในการวางแผนการลงทุนก่อนเริ่มดำเนินกิจการ และพัฒนาร้านขายยาให้เป็นร้านยาคุณภาพที่สามารถเป็นที่พึ่งให้คนในชุมชนได้อย่างแท้จริง

## 1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ

บริเวณสี่แยกเทพารักษ์มีที่พักอาศัยจำนวนมาก ทั้งรูปแบบหมู่บ้าน เช่น หมู่บ้านร่วมโพธิ์ หมู่บ้านสกุลไพศาล หมู่บ้านทหารเรือ คอนโดมิเนียมลมพินิมิกซ์ ซึ่งก่อสร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วและมีจำนวนยูนิตสูงมาก กล่าวคือ เป็นอาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น 7 อาคาร จำนวน 2041 ยูนิต (Home, 2559) และอพาร์ทเมนท์จำนวนมาก รวมถึงมีโรงงานหลายแห่ง ทำให้มีพนักงานโรงงานและผู้คนเดินทางผ่านตลอดทั้งเส้นทางเทพารักษ์ทั้งจากฝั่งสำโรงและหนามแดง รวมถึงถนนศรีนครินทร์อีกด้วย โดยสี่แยกเทพารักษ์นั้นเป็นจุดเปลี่ยนรถโดยสารประจำทางเพื่อเดินทางไปทั้งสี่ด้านของถนน ทำให้มีผู้คนผ่านบริเวณนั้นค่อนข้างมาก แต่กลับมีร้านขายยาเพียงแห่งเดียวในละแวกนั้น อีกทั้งร้านขายยาดังกล่าวมิได้มีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดระยะเวลาการดำเนินการ ซึ่งจากการสัมภาษณ์กับผู้ที่พักอาศัยในชุมชนในละแวกนั้นเมื่อวันที่ 2 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2560 จำนวน 5 ท่าน พบว่าบุคคลเหล่านั้นต้องการให้มีร้านขายยาที่มีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่และคอยให้คำแนะนำในการดูแลสุขภาพให้กับคนในชุมชน เนื่องจากรายได้ของคนในชุมชนในละแวกนั้นมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก แต่คนส่วนใหญ่มักเลือกใช้บริการร้านขายยามากกว่าสถานพยาบาลอื่นๆ เช่น โรงพยาบาล เป็นต้น เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการต่อครั้งไม่สูงมากนัก และระยะเวลาในการรับบริการสั้นเมื่อ

เปรียบเทียบกับที่อื่นๆ ดังนั้นจึงนับเป็น โอกาสที่ดีในการวางแผนธุรกิจเกี่ยวกับร้านขายยาในบริเวณดังกล่าว

### 1.3 รูปแบบธุรกิจ

ร้านขายยา PharmaSeed เป็นร้านขายยาแผนปัจจุบันที่จดทะเบียนร้านขายยาเป็นนิติบุคคล มีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดระยะเวลาทำการ (ขย. 1) และเป็นร้านยาคุณภาพที่ได้รับการรับรองโดยคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) อีกทั้งยังเป็นร้านขายยาที่ได้ผ่านการประเมินการตรวจสอบคุณภาพในการให้บริการตามหลักวิธีปฏิบัติที่ดีในร้านยา หรือที่เรียกว่า Good Pharmacy Practice หรือ GPP โดยให้บริการปรึกษาและให้คำแนะนำด้านการดูแลสุขภาพ การป้องกันและรักษาโรค รวมถึงการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเวชสำอางแก่คนในชุมชน นอกจากนี้ร้านขายยา PharmaSeed ยังเป็นร้านขายยาร้านแรกในเขตพื้นที่ตำบลเทพารักษ์ในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาระบบการดูแลสุขภาพผู้ป่วยโรคเรื้อรังอย่างต่อเนื่องโดยร้านยาคุณภาพ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ กล่าวคือเป็นร้านขายยาที่เป็นส่วนหนึ่งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาตินั่นเอง

#### 1.3.1 บริเวณที่ตั้ง

บริเวณสี่แยกเทพารักษ์ ตำบลเทพารักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้



รูปที่ 1.1 แผนที่แสดงที่ตั้งร้านขายยา PharmaSeed

### 1.3.2 วิสัยทัศน์ Vision

PharmaSeed ร้านยาที่คุณดูแลสุขภาพของคนในชุมชนเหมือนคนในครอบครัว

### 1.3.3 พันธกิจ Mission

1. PharmaSeed เป็นร้านยาคุณภาพที่เป็นศูนย์รวมสุขภาพที่ดีของคนในชุมชน
2. คัดเลือกผลิตภัณฑ์ยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เวชสำอาง ที่มีคุณภาพดี และส่งมอบสินค้าตามหลักวิธีปฏิบัติที่ดีในร้านยา (Good Pharmacy Practice)
3. มุ่งเน้นการให้บริการทางเภสัชกรรมที่ดีเลิศ เพื่อเป็นที่พึ่งด้านสุขภาพของทุกคนในครอบครัวในชุมชน
4. ให้คำปรึกษาด้านปัญหาสุขภาพอย่างครบวงจร



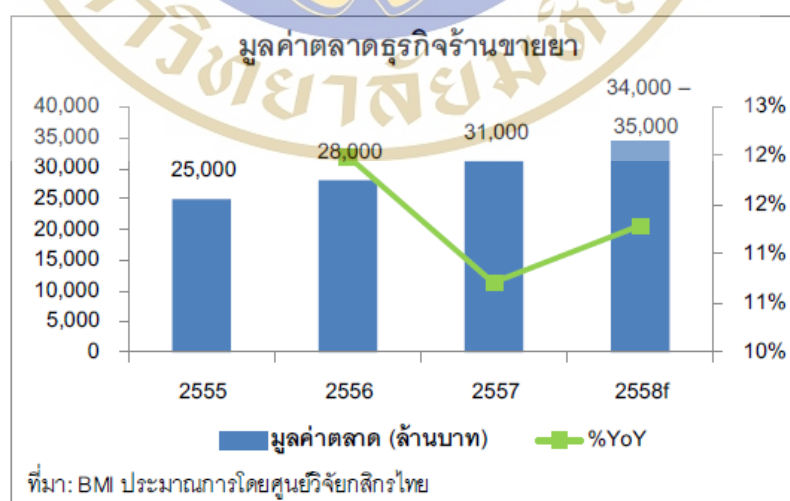
## บทที่ 2

### การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

#### 2.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมร้านขายยาและตลาดยาในประเทศไทย

อัตราการเติบโตของตลาดยาในกลุ่มประเทศตลาดยาเกิดใหม่ (Pharmerging) เช่น จีน อินเดีย เกาหลีใต้ บราซิล รวมถึงประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง และอัตราการเติบโตสูงกว่ากลุ่มประเทศที่มีการเจริญเติบโตของตลาดยาเต็มที่แล้ว (Mature) เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา ประเทศในทวีปยุโรป และญี่ปุ่น ที่ยังคงพัฒนาใหม่อย่างต่อเนื่องและเป็นผู้นำตลาดยา โดยในปี พ.ศ. 2559 ตลาดยามีมูลค่าสูงถึงประมาณ 1,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (อรศิริ ศรีคุณ, 2559)

สำหรับธุรกิจร้านขายยาในประเทศไทยเองก็เติบโตอย่างต่อเนื่อง อ้างอิงจากรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรไทย วันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2558 พบว่ามูลค่าตลาดของธุรกิจร้านขายยาในประเทศไทยมีประมาณ 34,000 – 35,000 ล้านบาท โดยคำนวณจากมูลค่าตลาดยาทั้งหมดของประเทศไทยที่กระจายไปสู่ช่องทางร้านขายยา โดยไม่รวมช่องทางอื่นๆ เช่น โรงพยาบาลและคลินิก ทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน โดยตลาดร้านขายยาตัวเพิ่มสูงขึ้นประมาณร้อยละ 10 – 12 เมื่อเทียบกับปี 2557 ดังนี้



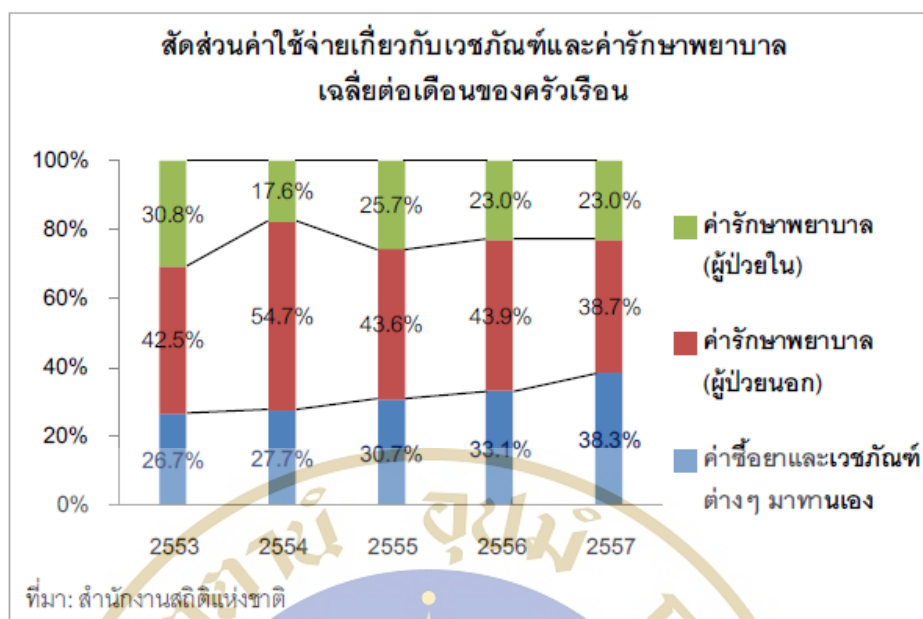
รูปที่ 2.1 มูลค่าตลาดของธุรกิจร้านขายยาในประเทศไทย (ที่มา: BMI ประมาณการ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นการขยายตัวของร้านขายยานั้น ส่วนหนึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการขยายสาขาร้านขายยาที่เป็นเชนสโตร์ (Chain Store) ของกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น เนื่องจากเห็นโอกาสในการเติบโตของร้านขายยาและต้องการส่วนแบ่งทางการตลาด รวมถึงการเป็นผู้นำทางการตลาดในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งทำให้การแข่งขันในธุรกิจนี้รุนแรงมากยิ่งขึ้น

จากรายงานสถิติใบอนุญาตสถานประกอบกิจการเกี่ยวกับยาทั่วราชอาณาจักร ด้านสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 15,359 ร้าน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 27 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2556 ที่มีจำนวนร้านขายยาประมาณ 12,123 ร้าน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) โดยในจังหวัดสมุทรปราการนั้นมีจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย 1) ที่ได้รับใบอนุญาตสถานประกอบกิจการร้านขายยาในปี พ.ศ. 2557 เพียง 535 ร้าน และมีปริมาณคงที่เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายยาในปี พ.ศ. 2551 (สำนักยา, 2557) ซึ่งแม้ว่าตลาดร้านขายยาทั่วประเทศไทยจะเติบโตขึ้นแต่ปริมาณร้านขายยาในจังหวัดสมุทรปราการไม่ได้เพิ่มขึ้นตามตลาด ดังนั้นอาจคาดการณ์ได้ว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของแต่ละร้านขายยาในจังหวัดสมุทรปราการน่าจะมีแนวโน้มสูงขึ้น

นอกจากนี้พฤติกรรมของคนไทยในการดูแลสุขภาพก็เพิ่มมากขึ้น และพฤติกรรมเกี่ยวกับความสะอาด และความเร่งรีบ ก็ทำให้คนมักซื้อยามารับประทานเองเมื่อมีอาการเจ็บป่วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่ออาการนั้นไม่รุนแรงมากนัก ร้านขายยาจึงยังเป็นที่นิยมและทำให้ความต้องการยามีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยเมื่อพิจารณาจากสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อยาและเวชภัณฑ์ต่างๆของครัวเรือนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าเมื่อประชาชนมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นที่อาการไม่รุนแรงมากนัก เช่น ไข้หวัด ปวดศีรษะ ท้องเสีย และ ท้องผูก เป็นต้น หรือเป็นโรคที่สามารถดูแลตนเองได้ ประชาชนส่วนใหญ่มักเลือกที่จะหาซื้อยามารับประทานเองแทนการไปพบแพทย์ เนื่องจากสามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้ ดังกราฟแสดงข้อมูลสัดส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเวชภัณฑ์และค่ารักษาพยาบาลเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน ดังนี้





**รูปที่ 2.2** ข้อมูลสัดส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเวชภัณฑ์และค่ารักษาพยาบาลเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน (ที่มา ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมาก ทั้งผู้ประกอบการรายย่อยและนักลงทุนชาวต่างชาติที่ร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการไทย สนใจในการทำธุรกิจค้าปลีกร้านขายยา (Chain Store) และผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) สนใจเข้ามาทำธุรกิจในตลาดร้านขายยาเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ร้านขายยาแบบเซนส์โตร (Chain Store) มีแนวโน้มการขยายสาขาเฉลี่ยอย่างน้อย 70 สาขาต่อปี ซึ่งนับว่าสูงมากทีเดียว

อย่างไรก็ตาม โดยรวมแล้วจากส่วนแบ่งการตลาด แนวโน้มการเติบโตของตลาดยาและความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นจากพฤติกรรมตามที่กล่าวมานั้น ส่งผลให้ธุรกิจร้านขายยามีโอกาสในการเติบโต และสร้างผลตอบแทนให้นักลงทุนทั้งแบบรายย่อยและการร่วมลงทุนทั้งในรูปแบบ Franchise และร้านขายยาสาขาแบบเซนส์โตร (Chain Store) ในอนาคต (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

นอกจากนี้ส่วนแบ่งการตลาดของร้านขายยาในอนาคตมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากโครงการพัฒนาระบบการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังต่อเนื่องโดยร้านยาคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ปี 2559 โดยสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) ที่ผลักดันให้ร้านขายยาเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของระบบหลักประกันสุขภาพ (สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ, 2560) ซึ่งในอดีตนั้นจำกัดการให้บริการด้านสุขภาพอยู่ภายใน



สถานพยาบาลของภาครัฐเท่านั้น ดังนั้นเมื่อขยายเครือข่ายออกมาสู่ร้านขายยาคุณภาพ จึงทำให้ร้านขายยามีแนวโน้มในการแบ่งส่วนแบ่งการตลาดจากสถานพยาบาลของภาครัฐมาได้ จึงนับว่าเป็นโครงการที่ดีและเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านขายยาเป็นอย่างยิ่ง

## 2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจุบันปัจจัยภายนอกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมทุกขนาดตั้งแต่ธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ และครอบคลุมในทุกพื้นที่ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกในระดับธุรกิจหรือระดับอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อมองหาโอกาสทางธุรกิจให้กับองค์กรหรือร้านขายยา เพื่อให้สามารถนำโอกาสนั้นมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับร้าน PharmaSeed จึงเป็นการค้นหาอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นกับร้านขายยาเพื่อให้สามารถบริหารความเสี่ยง (Risk Management) หรือสามารถจัดอุปสรรคที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กรได้ นอกจากนี้การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกดังกล่าวสามารถนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ให้กับองค์กรได้อีกด้วย โดยปัจจัยภายนอกที่สามารถส่งผลกระทบต่อองค์กรหรือธุรกิจได้ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเมืองและนโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านขายยาได้ ดังนี้

### 2.2.1 การเมืองและนโยบายภาครัฐ (Political)

การเมืองและนโยบายภาครัฐนับว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจร้านขายยาอย่างสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยาส่วนใหญ่ที่มีขายสามัญประจำบ้านนั้นจัดเป็นสินค้าที่ถูกควบคุมโดยภาครัฐ ไม่สามารถขายได้โดยอิสระ การขายผลิตภัณฑ์ยานั้นจำเป็นต้องได้รับอนุญาตสถานประกอบการขายยาจากทางภาครัฐ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย) ในกรณีที่สถานประกอบการนั้นตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร หรือ สำนักงานสาธารณสุขประจำจังหวัดในกรณีที่สถานประกอบการนั้นตั้งอยู่ในจังหวัดอื่นๆ ดังนั้นผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้จึงได้รับผลกระทบจากการเมืองและนโยบายภาครัฐสูง

โดยอ้างอิงข้อมูลจากแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (ด้านสาธารณสุข) ของกระทรวงสาธารณสุขประจำปีงบประมาณ 2560 โดยสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข เมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559 ระบุว่า นโยบายหรือระบบหลักประกันสุขภาพของประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ทำให้รัฐบาลยังคงสนับสนุนนโยบายนี้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่านโยบายดังกล่าวจะใช้งบประมาณภาครัฐในปริมาณมากก็ตาม ซึ่งจากการสนับสนุนของ

ภาครัฐนี้ ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายยาจำเป็นต้องปรับตัวให้สามารถแข่งขันและเติบโตในตลาดสุขภาพได้อย่างยั่งยืน เพราะนโยบายนี้เป็นการเพิ่มคู่แข่งให้กับร้านขายยาทางอ้อม ไม่ใช่แค่เพียงคู่แข่งที่เป็นร้านขายยาเท่านั้น แต่คู่แข่งทางการตลาดนี้ยังรวมถึงสถานพยาบาลของรัฐบาล เช่น โรงพยาบาลรัฐ เป็นต้น

อ้างอิงข้อมูลจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) พบว่าในปี พ.ศ. 2558 ประชาชนไทยมีหลักประกันสุขภาพครอบคลุมกว่าร้อยละ 99.9 (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง, 2559) ซึ่งนโยบายหลักประกันสุขภาพนี้ดูเหมือนจะก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจร้านขายยา แต่ในทางตรงกันข้ามกลับสร้างโอกาสที่ดีให้ร้านขายยาเนื่องจากสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) หรือ National Health Security Office (NHSO) มีโครงการพัฒนาระบบการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังอย่างต่อเนื่องโดยร้านยาคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ในกลุ่มเป้าหมายร้านยาคุณภาพ 350 แห่งทั่วประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาระบบป้องกันและควบคุมโรคในระดับปฐมภูมิ และทุติยภูมิ โดยการคัดกรองโรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง รวมถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และการพัฒนาระบบส่งต่อผู้ป่วยร่วมกับหน่วยบริการปฐมภูมิ (สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ, 2560) ซึ่งโครงการดังกล่าวทำให้ร้านขายยาที่เข้าร่วมโครงการนั้นเปลี่ยนสถานะให้เป็นส่วนหนึ่งของระบบหลักประกันสุขภาพ และสามารถเข้าถึงผู้ป่วยได้มากขึ้น รวมถึงโอกาสในการเพิ่มรายได้จากผู้ป่วยกลุ่มเป้าหมายของ โครงการนี้อีกด้วย ดังนั้นจึงนับว่าโครงการดังกล่าวเป็นการส่งเสริมการค้าปลีกธุรกิจร้านขายยาและการพัฒนาระบบสุขภาพของประเทศควบคู่กันไป

นอกจากนี้ตามแผนยุทธศาสตร์ชาตินี้ ยังมีโครงการสร้างเสริมสุขภาพประชาชนบนผืนแผ่นดินไทย โดยมีการบูรณาการองค์การทุกภาคส่วนทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และท้องถิ่น เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนในประเทศ โดยมีการเชื่อมโยงระบบสุขภาพและพัฒนาระบบบริการบริการส่งเสริมสุขภาพ และข้อมูลสุขภาพสู่ประชาชนอย่างเป็นระบบ ดังนั้นนโยบายในส่วนนี้อาจส่งเสริมธุรกิจร้านขายยาซึ่งใกล้ชิดกับประชาชนในแต่ละชุมชน ให้ได้รับการสนับสนุนและเป็นโอกาสในการพัฒนาร้านขายยาได้ อีกทั้งโครงการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ ที่รัฐบาลจะสร้างช่องทางการสื่อสารและเผยแพร่ความรู้ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการด้านสุขภาพอย่างทั่วถึง รวมถึงสามารถทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้นนั้น จะช่วยให้คนในชุมชนสามารถดูแลสุขภาพด้วยตนเองได้ง่ายขึ้น และเป็นการสนับสนุนให้ร้านขายยาในชุมชนเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีในชุมชนและสามารถเข้าถึงคนในชุมชนได้ง่ายยิ่งขึ้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2559)

นอกจากนี้กระทรวงสาธารณสุขยังมีโครงการพัฒนาร้านขายยาให้เป็นสถานบริการสาธารณสุขของชุมชน โดยการสนับสนุนและยกระดับมาตรฐานร้านขายยาให้เป็นร้านยาคุณภาพ

มากขึ้น ทำให้มีมาตรฐานระดับสากล และทำให้ประชาชนรับรู้ถึงมาตรฐานการบริการที่ดีและมีคุณภาพของร้านขายยา ทำให้ผู้รับบริการเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยและบริการที่ดีจากร้านขายยามากยิ่งขึ้น

ดังนั้นเบื้องต้นผู้ประกอบการร้านขายยาควรศึกษารายละเอียดคนนโยบายภาครัฐอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถตอบสนองหรือเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับสถานการณ์ หรือนโยบายสุขภาพที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอาจเปลี่ยนแปลงในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามโดยรวมแล้วนโยบายและโครงการส่งเสริมสุขภาพของภาครัฐนับว่าช่วยสนับสนุนและสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการร้านขายยา

### 2.2.2 เศรษฐกิจ (Economics)

ข้อมูลจากสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาคเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ระบุว่าเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สามของปี พ.ศ. 2559 ขยายตัวร้อยละ 3.2 ต่อเนื่องจากการขยายตัวร้อยละ 3.5 ในไตรมาสก่อนหน้า โดยรวม 9 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2559 เศรษฐกิจไทยขยายตัวร้อยละ 3.3 โดยมูลค่าการนำเข้าหมวดสินค้าทุนขยายตัวร้อยละ 2.2 ทั้งนี้ข้อมูลส่วนหนึ่งเนื่องมาจากมูลค่าการนำเข้ายา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์นมเพิ่มสูงขึ้น สำหรับสาขาการค้าปลีกนั้นขยายตัวต่อเนื่องตามการขยายตัวของค่าใช้จ่ายในครัวเรือน อีกทั้งดัชนีค่าส่งยังปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นในทุกหมวดสินค้า รวมถึงการขนส่งสินค้าทางเกษตรกรรมและทางการแพทย์ด้วย และคาดว่าแนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี พ.ศ. 2560 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.0 – 4.0 และปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2559 (สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นนั้นเป็นข้อมูลด้านเศรษฐกิจโดยรวมของทั้งประเทศ แต่สำหรับแนวโน้มการเติบโตของตลาดยานั้น ตามข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2558 ระบุว่าสถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจร้านขายยาในปี 2558 คาดว่าธุรกิจร้านขายยามีมูลค่าตลาดประมาณ 34,000 – 35,000 ล้านบาท โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 – 12 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการขยายตัวของร้านขายยาจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านขายยาแบบที่มีสาขาหรือร้านขายยาที่เป็น Chain Store ของกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามสัดส่วนของร้านขายยาของผู้ประกอบการรายใหญ่หรือที่เป็น Chain Store มีประมาณร้อยละ 10 ของจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันทั้งหมด และที่เหลืออีกร้อยละ 90 เป็นร้านขายยาเดี่ยว (Stand-alone) ที่เกษตรกรที่เรียนจบด้านเกษตรศาสตร์เป็นผู้ประกอบการเอง นอกจากนี้ข้อมูลดังกล่าวยังระบุว่าแนวโน้มของธุรกิจร้านขายยาในปี 2559 น่าจะเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากปัจจัยด้านความต้องการบริโภคยาของผู้บริโภคและพฤติกรรมดูแลสุขภาพที่มากขึ้น





ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปที่สูงบุหรี่ยี่และดื่มสุราคิดเป็นร้อยละ 20.7 และ 32.3 ตามลำดับ นอกจากนี้ปัญหาการตั้งครรภ์ในกลุ่มวัยรุ่นก็มีความรุนแรงมากขึ้นในสังคมไทย ซึ่งอาจส่งผลให้เด็กที่เกิดมีพัฒนาการไม่สมวัย ข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุขยังระบุว่าอัตราการคลอดในวัยรุ่นอายุ 15-19 ปี สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ (กระทรวงสาธารณสุข, 2559) จากประเด็นดังกล่าวนี้ ร้านขายซึ่งนับเป็นสถานที่ให้บริการด้านสุขภาพสามารถช่วยแก้ไขปัญหานี้ในสังคม และมีโอกาสในการเข้ามามีบทบาทในการให้คำแนะนำด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และให้คำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเลิกบุหรี่ ทั้งจากการใช้ผลิตภัณฑ์สำหรับเลิกบุหรี่และการปฏิบัติตนที่เหมาะสม รวมถึงการให้คำแนะนำและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการคุมกำเนิดในวัยรุ่น ทั้งเพศหญิงและเพศชายอย่างถูกต้อง

ในส่วน of ประชากรกลุ่มวัยทำงาน หรือช่วงอายุระหว่าง 15 – 59 ปี ปัญหาสุขภาพที่สำคัญ คือ โรคเมเร็ง โรคระบบทางเดินหายใจ โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคของต่อมไร้ท่อ และโรคติดเชื้อ ทั้งนี้ นอกจากปัญหาด้านอุบัติเหตุบนถนนแล้ว สาเหตุการตายอันดับแรกของทั้งเพศชายและเพศหญิงคือ การติดเชื้อเอชไอวี/โรคเอดส์ ส่วนโรคเมเร็งตับและโรคหลอดเลือดสมอง เป็นลำดับถัดมาในเพศชาย สำหรับในเพศหญิงนั้นสาเหตุการตายลำดับถัดมาคือ โรคเบาหวานและโรคหลอดเลือดสมองซึ่งทั้งหมดนี้เป็นโรคเรื้อรังที่ต้องรับประทานยาอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ร่วมกับการดูแลสุขภาพหรือปฏิบัติตนอย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งโรคเรื้อรังนี้ยังเป็นปัญหาสุขภาพอันดับหนึ่งของประชากรในกลุ่มผู้สูงอายุหรือคนที่อายุ 60 ปีขึ้นไปซึ่งมีปริมาณมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ (กระทรวงสาธารณสุข, 2559) ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจร้านขายยาที่จะสามารถให้คำแนะนำผู้ป่วยและส่งมอบผลิตภัณฑ์กันภัยได้อย่างถูกต้อง

อย่างไรก็ตามอัตราการเพิ่มขึ้นของเภสัชกรมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยในปี พ.ศ. 2540 จำนวนเภสัชกรในประเทศไทยมีเพียง 712 คน และเพิ่มขึ้นเป็น 1,745 คนในปี พ.ศ. 2556 และอัตราส่วนประชากรต่อเภสัชกรลดลงจากประมาณ 18,000:1 ในปี พ.ศ. 2522 เหลือเพียงประมาณ 5,500:1 ในปี พ.ศ. 2556 นี้ แม้ว่าปริมาณเภสัชกรในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศรวมทั้งเภสัชกรสามารถประกอบอาชีพได้หลายสาขา โดยเภสัชกรชุมชนหรือผู้ที่ประกอบอาชีพในร้านขายยานั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของอาชีพเภสัชกรเท่านั้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2559)

นอกจากนี้แนวโน้มการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคที่มากขึ้น ยังทำให้ความต้องการบริโภคยาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงปัจจัยด้านความสะดวกสบายและพฤติกรรมเกี่ยวกับความเร่งรีบ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปโรงพยาบาล จึงส่งเสริมให้ร้านขายยาเป็นช่องทางกระจายยาและผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ได้รับความนิยม จากข้อมูลของ

สำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2557 พบว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อยาและเวชภัณฑ์ต่างๆ ของครัวเรือนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จากร้อยละ 26.7 ในปี พ.ศ. 2553 เป็นร้อยละ 38.3 ในปี พ.ศ. 2557 ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับการดำเนินธุรกิจร้านขายยา เพื่อตอบสนองความต้องการยาที่มากขึ้นของคนในประเทศ

#### 2.2.4 เทคโนโลยี (Technology)

ปัจจุบันนับเป็นยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงเร็วมาก โดยส่วนใหญ่แล้วการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีนั้นมักเป็นการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาของเทคโนโลยีเดิมที่มีอยู่ หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ใกล้ชิดกับแบบเดิมก็ได้ เทคโนโลยีมักเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องอยู่ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์เช่นนี้ และมีประโยชน์ในหลายๆ ด้าน เช่น การสื่อสารที่ทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งจนเปรียบเสมือนโลกไร้พรมแดนตามที่หลายคนเคยได้ยินมา นอกจากนี้เทคโนโลยียังมีบทบาทและอิทธิพลสูงมากในแง่ของธุรกิจ การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมกับองค์กรสามารถช่วยเพิ่มทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับองค์กร

ในกลุ่มธุรกิจร้านขายยาในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีเข้ามาบทบาทมากในแง่ของระบบสารสนเทศ และการจัดการกับข้อมูลทั้งข้อมูลของทางร้านขายยา เช่น รายการสินค้าทั้งหมด สถานะสินค้าคงคลังราคาสินค้า รายรับและรายจ่ายในแต่ละวัน และข้อมูลของลูกค้าที่ถูกบันทึกในประวัติ การซื้อขายผลิตภัณฑ์ภายในร้าน ประวัติการรักษาหรือโรคประจำตัวของลูกค้าเป็นอยู่ ซึ่งระบบหรือเทคโนโลยีช่วยทำให้เภสัชกรสามารถคัดกรองโรคได้เร็วขึ้น รวมถึงเลือกยาได้ตรงกับชนิดหรือตราสินค้าเดิมที่ลูกค้าแต่ละรายเคยใช้ เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกส่วนมากมักเข้าใจว่ายาที่ลักษณะภายนอกแตกต่างกันอาจเป็นยาคนละชนิด และให้ผลรักษาที่ต่างกันซึ่งในความเป็นจริงอาจไม่ได้เป็นเช่นนั้นเสมอไป ดังนั้นการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยในการบริหารจัดการร้านยา จะช่วยอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการข้อมูล ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลทำได้ง่ายขึ้น รวมถึงการตรวจสอบผลการดำเนินงานของธุรกิจก็สามารถวิเคราะห์ให้สะดวกมากยิ่งขึ้น

เทคโนโลยีใหม่ๆ จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการร้านขายยาสามารถสร้างโอกาสในการทำธุรกิจได้มากขึ้น ตัวอย่างซอฟต์แวร์ (Software) ที่ได้รับความนิยมในร้านขายยา เช่น โปรแกรมบริหารร้านยา PharmaSys คือ โปรแกรมระบบงานร้านขายยา ที่ช่วยลดความยุ่งยากในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory) ภายในร้าน มีระบบการเชื่อมโยงข้อมูลข้อมูลจากไฟล์ไมโครซอฟท์เอ็กเซล สามารถระบุรายละเอียดยาต่างๆ เช่น ชื่อสามัญทางยา ชื่อสินค้า และข้อมูลจำเพาะของสินค้า เช่น บาร์โค้ด, จุดสั่งซื้อสินค้า (Reorder Point), Lot หรือ Batch หรือรุ่นการผลิต,



การแจ้งเตือนวันหมดอายุ, และการแปลงหน่วยสินค้า โดยโปรแกรมจะช่วยตรวจสอบ รายการยาเดิมที่มีอยู่ ในฐานข้อมูลก่อนการบันทึกข้อมูลเพื่อป้องกันการสร้างรายการยาซ้ำซ้อน) นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดราคาขายตามประเภทลูกค้าตามที่ทางร้านกำหนดได้อีกด้วย สามารถค้นหารายการสินค้าได้รวดเร็ว สามารถเชื่อมต่อกับเครื่องเก็บเงินและเครื่องพิมพ์ใบเสร็จได้อย่างย่อ นอกจากนี้ยังช่วยลดความสูญเสียจากสินค้าที่หมดอายุด้วยระบบการรายงานสินค้าหมดอายุและการแจ้งเตือนรายงานสินค้าใกล้หมดอายุ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบสินค้าที่ใกล้หมดอายุได้ อีกทั้งยังมีระบบการช่วยจัดเตรียมรายงานการขาย เช่น แบบ ข.ย.9, ข.ย.10, ข.ย.11, ข.ย.12, และ ข.ย.13 เพื่อรายงานให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ตามประกาศกฎกระทรวงสาธารณสุขได้อีกด้วย ซึ่งนอกจากจะช่วยลดเวลาในการทำรายงานสำหรับผู้ประกอบการยังสามารถให้ผลการขายข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำได้อีกด้วย (Platonic Software Limited Partnership, 2559)

การพัฒนาเทคโนโลยีที่ดีขึ้น ช่วยส่งเสริมและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้ร้านขายยาสามารถเตรียมความพร้อมในการแข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น และสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประหยัดเวลาในการทำงาน ลดข้อผิดพลาดในการทำงาน อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนในการบริหารจัดการสินค้า และกิจกรรมการดำเนินงานภายในร้านได้อีกด้วย รวมถึงสามารถให้บริการที่ดีต่อลูกค้าได้อีกด้วย ทำให้ลูกค้ารู้สึกผูกพันกับร้านได้อีกด้วย

### 2.2.5 สิ่งแวดล้อม (Environment)

ปัจจุบันอากาศร้อนและมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิสูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลากลางวัน ส่งผลกระทบต่อการควบคุมคุณภาพของยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งยาที่ต้องเก็บในอุณหภูมิห้อง หรืออุณหภูมิต่ำกว่า 25 องศาเซลเซียส ซึ่งผู้ประกอบการร้านขายยาจำเป็นต้องเก็บยาในห้องแอร์ที่ทำให้ควบคุมอุณหภูมิภายในห้องได้ง่ายขึ้น แต่การเก็บยาในห้องแอร์นั้นก็เพิ่มต้นทุนให้กับผู้ประกอบการร้านขายยาด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ร้านขายยา PharmaSeed ยังตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งมีโรงงานผลิตยา Generic หรือยา Local Made จำนวนมาก เช่น บริษัทยา ไบโอแลป จำกัด และ บริษัท เอ็ม แอนด์ เอช จำกัด เป็นต้น โดยบริษัทเหล่านี้นับเป็นโรงงานที่ผลิตยาขายใหญ่ของประเทศ และมีต้นทุนการผลิตและการขนส่งที่ต่ำ แต่หากได้รับผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม เช่น อุทกภัย อาจทำให้การผลิตยามีปัญหา และส่งผลกระทบต่อต้นทุนยาของร้านขายยาสูงขึ้นได้

นอกจากนี้ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เพิ่มขึ้นเป็นสาเหตุหนึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทำให้เกิดภัยพิบัติต่างๆ และอาจก่อให้เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดต่อทั้งโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติซ้ำอีกทั้งยังอาจทำให้ความรุนแรงของโรคมามากขึ้น อีกทั้งสารอันตรายที่ใช้ใน

อุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรมยังส่งผลให้เกิดปัญหาสุขภาพ ทำให้แนวโน้มผู้ที่ป่วยจากโรคที่เกิดจากการประกอบอาชีพเพิ่มสูงขึ้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2559)

ทั้งนี้พื้นที่ในจังหวัดสมุทรปราการนั้นมีนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และโรงงานจำนวนมากทำให้ประชาชนในบริเวณใกล้เคียงอาจได้รับผลกระทบด้านสุขภาพ จึงนับเป็นโอกาสที่ดีของร้านขายยาในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่ ซึ่งจะสามารถช่วยเหลือประชาชนได้ในขณะเดียวกันก็ได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมด้วย

### 2.2.6 กฎหมาย (Legal)

จากการปรับปรุงกฎหมายพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ซึ่งเป็นกฎหมายฉบับเดิมที่บังคับใช้มาเป็นระยะเวลานาน และปรากฏว่าไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จึงได้ออกกฎกระทรวงการขออนุญาตและการออกใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน พ.ศ. 2556 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2557

สาระสำคัญที่เพิ่มเติมจากกฎกระทรวงฉบับเดิม คือ การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการเงื่อนไขในการต่ออายุใบอนุญาต โดยนำประเด็นเรื่องการผ่านการตรวจประเมินวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน และประวัติการกระทำผิดตามกฎหมายว่าด้วยยา มาใช้ประกอบการพิจารณาเพื่อต่ออายุใบอนุญาต อาศัยอำนาจตามความ ในมาตรา ๑๗ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 เพื่อให้ร้านขายยามีวิธีปฏิบัติที่ดีทางเภสัชกรรม (Good Pharmacy Practice : GPP) ซึ่งกำหนดให้ร้านขายยาทุกร้านต้องมีเภสัชกรประจำร้าน มีการแสดงป้ายชื่อพร้อมรูปเภสัชกร และมีการกำหนดมาตรฐานด้านสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องมือในการเก็บรักษาคุณภาพยา

ทั้งนี้ร้านขายยาเปิดใหม่จะต้องดำเนินการตามที่แต่สำหรับร้านขายยาที่เปิดมาก่อนหน้านี้มีระยะเวลาในการปรับปรุงร้านขายยาให้ตรงตามเกณฑ์ GPP ภายใน 8 ปี มิเช่นนั้นจะไม่สามารถต่ออายุใบอนุญาตสถานประกอบการร้านขายยาได้ ซึ่งนั่นหมายความว่าร้านขายยาที่ไม่มีเภสัชกรประจำร้านขายยาจริง หรือเป็นเพียงสถานประกอบการที่อาศัย “เภสัชกรแขวนป้าย” ต้องปิดกิจการลงเนื่องจากไม่สามารถต่ออายุใบอนุญาตประจำปีได้อีกต่อไป (กระทรวงสาธารณสุข, 2557)

จากกฎกระทรวงดังกล่าว นับว่าเป็นผลดีต่อร้านขายยาที่มีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดระยะเวลาปฏิบัติการตามที่ได้รับอนุญาต อีกทั้งยังสามารถทำให้ร้านขายยาที่ไม่มีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่จริงต้องปิดกิจการลง ทำให้คู่แข่งโดยตรงทางธุรกิจลดจำนวนลง นอกจากนี้ยังเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้มารับบริการจากร้านขายยาอีกด้วย ทำให้ผู้รับบริการได้รับบริการที่มีคุณภาพและปลอดภัยตามมาตรฐานวิชาชีพเภสัชกร อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดความปลอดภัยด้านการใช้ยา นำไปสู่สุขภาพที่ดีของประชาชน และสามารถสร้างความมั่นใจให้ประชาชนในชุมชนและคนไทย

ทั้งประเทศ จากการรับบริการจากร้านขายยามากยิ่งขึ้น ทำให้คนในชุมชนมั่นใจได้ว่า ร้านขายยาสามารถอำนวยความสะดวกให้คนในชุมชน และเป็นที่ยึดด้านสุขภาพที่ใกล้บ้าน ได้อย่างแท้จริง

ทั้งนี้การสร้างภาพลักษณ์การบริการด้วยเภสัชกร เป็นหนึ่งในแนวทางที่จะสามารถช่วยให้ร้านขายยาเดี่ยว หรือ SME สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในตลาดร้านขายยาในปัจจุบัน (ประภัสสร มหาภิรมย์, 2559)

ดังนั้นกฎกระทรวงฉบับนี้จึงเปรียบเสมือนเครื่องมือในการสร้างโอกาส และสนับสนุนการทำธุรกิจร้านขายยาที่ให้บริการ โดยเภสัชกรที่แท้จริง นอกจากนี้กฎกระทรวงดังกล่าว ยังเป็นการเตรียมความพร้อมให้ร้านขายยาเข้าสู่การจذبบริการในระบบประกันสุขภาพ รวมทั้งเป็นการเสริมสร้างความพร้อมของร้านยาให้มีศักยภาพในการแข่งขันมากยิ่งขึ้นด้วย ดังนั้นจึงนับเป็นโอกาสที่ดีสำหรับร้านขายยาทั่วประเทศที่จะปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ และกฎหมายฉบับปรับปรุงใหม่นี้ รวมถึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับร้านขายยา PharmaSeed ในการดำเนินธุรกิจในอนาคตอันใกล้นี้อีกด้วย

อย่างไรก็ตามในร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2559 ที่ผ่านประชามติ เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2559 มาตรา 47 ระบุว่า “บุคคลยากไร้ย่อมมีสิทธิได้รับบริการสาธารณสุขของรัฐโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายตามที่กฎหมายบัญญัติ” โดยกฎหมายนี้อาจเป็น โอกาสหนึ่งของการดำเนินธุรกิจร้านขายยาในปัจจุบันเนื่องจากสามารถรองรับผู้รับบริการที่มีข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจได้

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกสามารถสรุปได้ว่า แม้ว่าการแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาที่มีความรุนแรง และทำให้ร้านขายยาจำเป็นต้องวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ที่แตกต่างและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับทางร้านได้เป็นอย่างดี รวมถึงผลกระทบด้านลบจากสิ่งแวดล้อมทั้งอุณหภูมิที่สูงขึ้นและภัยธรรมชาติ อาจส่งผลให้ต้นทุนของร้านขายยาเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งกฎหมายที่เข้มงวดอาจทำให้การประกอบธุรกิจร้านขายยาดำเนินการได้ยาก หรือเป็นอุปสรรคต่อร้านขายยาอยู่บ้าง แต่โดยรวมแล้วธุรกิจร้านขายยาก็มีโอกาสในการเติบโตมากมาย

จากปัจจัยภายนอกด้านต่างๆ ทั้งนโยบายภาครัฐที่สร้าง โครงการพัฒนาระบบการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังอย่างต่อเนื่อง โดยร้านยาคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ทำให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงการใช้ยาและการดูแลสุขภาพได้ง่ายขึ้น และโครงการพัฒนาร้านขายยาให้เป็นสถานบริการสาธารณสุขของชุมชน โดยการยกระดับมาตรฐานร้านขายยาให้เป็นร้านยาคุณภาพทำให้สร้างความน่าเชื่อถือให้ร้านขายยา

อีกทั้งแนวโน้มของธุรกิจร้านขายยาที่เพิ่มสูงขึ้นจากปัจจัยด้านความต้องการบริโภคยาของผู้บริโภค และพฤติกรรมดูแลสุขภาพที่มากขึ้น รวมถึงแนวโน้มการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคที่มากขึ้น ทำให้ความต้องการบริโภคยาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มสูงขึ้น และปัจจัยด้านความ

สะดวกสบาย พฤติกรรมเกี่ยวกับความเร่งรีบ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปโรงพยาบาล ก็ส่งเสริมให้ร้านขายยายังเป็นช่องทางการกระจายยาและผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ได้รับความนิยม

นอกจากนี้เทคโนโลยีที่ดี ที่ช่วยให้ร้านขายยาสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประหยัดเวลาในการทำงาน ลดข้อผิดพลาดด้านต่าง และช่วยลดต้นทุนในการบริหารจัดการสินค้า

รวมถึงกฎกระทรวงการขออนุญาตและการออกใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน พ.ศ. 2556 ทำให้ร้านขายยาแผนปัจจุบันจำเป็นต้องมีเภสัชกรประจำร้านขายยา นอกจากจะเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของร้านขายยาต่อประชาชนแล้ว ยังนับว่าเป็นการลดคู่แข่งร้านขายยาที่ไม่สามารถปฏิบัติตามกฎข้อบังคับ หรือไม่มีเภสัชกรประจำร้านได้อีกด้วย

ดังนั้นจากปัจจัยภายนอกจึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยโดยส่วนใหญ่เอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมธุรกิจร้านขายยาคุณภาพให้สามารถแข่งขันในกลุ่มอุตสาหกรรมร้านขายยาได้เป็นอย่างดี

## 2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมหรือสถานะทางการแข่งขันของธุรกิจร้านขายยา โดยใช้เครื่องมือ Five Forces Model (Porter, 1980) นั้นจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและจัดการกับภัยคุกคามในแต่ละด้านได้อย่างรอบคอบและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยภัยคุกคาม หรือ Forces ประกอบด้วยด้านต่างๆ 5 ประการ ดังนี้

### 2.3.1 สถานะการณ้แข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Firms within The Industry)

เนื่องจากธุรกิจร้านขายยามีมูลค่าตลาดค่อนข้างสูงมากตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ทำให้ผู้ประกอบการทั้งที่เกิดจากการร่วมลงทุนของนักลงทุนในต่างประเทศกับคนไทยเพื่อเปิดร้านขายยาแบบ Chain Store และผู้ประกอบการเดี่ยวซึ่งส่วนใหญ่เป็นเภสัชกรนั้น สนใจในธุรกิจกลุ่มนี้เป็นจำนวนมาก ทำให้การแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูงมาก โดยข้อมูลจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ระบุว่าในปี พ.ศ. 2557 มีร้านขายยา ขย. 1 ที่ได้รับอนุญาตทั่วประเทศจำนวน 15,359 ร้าน โดยแบ่งเป็นร้านขายยาในกรุงเทพมหานครจำนวน 4,794 ร้าน และร้านขายยาในภูมิภาคจำนวน 10,565 ร้าน (สำนักยา, 2557) ซึ่งนับว่ามีปริมาณสูง เมื่อพิจารณาระดับการแข่งขันของ



ธุรกิจร้านขายยาในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่ามีจำนวนร้านขายยาที่ได้รับอนุญาตสถานประกอบการจำนวน 535 ร้าน โดยในจำนวนนี้มีร้านขายยาที่ได้รับการรับรองเป็นร้านขายยาคุณภาพเพียง 37 ร้าน (สำนักงานรับรองคุณภาพร้านยา, 2017)

ในขณะที่ข้อมูลจากระบบสถิติทางการทะเบียน (Official Statistic Registration System) ระบุว่า จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 มีจำนวนสูงถึง 1,293,553 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2559) ดังนั้นหากวิเคราะห์เฉพาะตลาดร้านขายยาในเขตจังหวัดสมุทรปราการนั้น การแข่งขันจึงไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดร้านขายยาทั้งประเทศ

ทั้งนี้โดยรอบบริเวณสี่แยกเทพารักษ์ที่จะใช้เป็นพื้นที่ดำเนินกิจการร้านขายยา PharmaSeed นั้นมีคู่แข่งที่เปิดกิจการอยู่ในปัจจุบันเพียงรายเดียว แต่หากประเมินจากพื้นที่โดยรอบที่ตั้งร้านขายยา PharmaSeed ในระยะรัศมี 5 กิโลเมตร จะมีคู่แข่งร้านขายยาเพิ่มขึ้นเป็น 5 แห่ง รวมถึงร้านขายยา Boots และ Watsons ซึ่งเป็นร้านขายยาที่เป็น Chain Store

ดังนั้นภัยคุกคามจากสถานะการคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกันในปัจจุบันจึงอยู่ในระดับปานกลาง

### 2.3.2 ภัยคุกคามจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entry)

การดำเนินธุรกิจร้านขายยาสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ในปัจจุบันนี้นับว่ามีภัยคุกคามหรืออุปสรรคที่สูงมาก เนื่องจากร้านขายยาเป็นร้านค้าปลีกที่ถูกควบคุมโดยกฎหมายทั้งในระดับพระราชบัญญัติยา กฎกระทรวง และประกาศกระทรวงฉบับต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อกฎกระทรวงการขออนุญาตและการออกใบอนุญาต ขายยาแผนปัจจุบัน พ.ศ. 2556 ถูกบังคับใช้ในวันที่ 25 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557 ทำให้ร้านขายยาที่เปิดใหม่ต้องปฏิบัติตามวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (Good Pharmacy Practice : GPP) และยังคงแสดงป้ายชื่อพร้อมรูปถ่ายเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการทราบว่าขณะเปิดทำการมีผู้มีหน้าที่ปฏิบัติที่เป็นเภสัชกรอยู่อันเป็นการตอบสนองสิทธิผู้บริโภค รวมถึงข้อบังคับอื่นๆที่ต้องปฏิบัติตามนั้นทำให้ผู้ประกอบการที่ต้องการเปิดร้านขายยาต้องหาเภสัชกรประจำร้านเพื่อปฏิบัติหน้าที่จริง ไม่ใช่เพียงแค่นำป้ายหรือใบประกอบวิชาชีพมาแขวนไว้ภายในร้านยาเท่านั้น

นอกจากนี้การเริ่มต้นธุรกิจร้านขายยาใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ทั้งค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างหรือปรับปรุงสถานที่ให้ตรงตามข้อกำหนดที่กฎหมายกำหนด รวมถึงเงินลงทุนสำหรับการซื้อสินค้าเพื่อวางจำหน่ายในร้านขายยา จำเป็นต้องมีสินค้าชนิดเดียวกันแต่บริษัทผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ต่างกัน เพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มาก



ขึ้น อีกทั้งค่าแรงของพนักงานหรือค่าจ้างสำหรับเภสัชกรนั้นยังสูงกว่าค่าแรงขั้นต่ำสำหรับสำหรับ วุฒิกการศึกษาในระดับปริญญาตรีทั่วไป และยังมีค่าใบประกอบโรคศิลป์สำหรับเภสัชกรซึ่งต้องจ่าย แยกจากเงินเดือน เนื่องจากต้องระบุนายการค่าใช้จ่ายนี้ในสัญญาที่เป็นแบบฟอร์มสำหรับการยื่นขอ อนุญาตสถานประกอบการร้านขายยา ขย. 1 กับทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตพื้นที่ที่ร้านขายยานั้นตั้งอยู่อีกด้วย ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ ว่าภัยคุกคามจากการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่นั้นสูงมากในปัจจุบัน

### 2.3.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

แม้ว่ายาจะเป็นสินค้าจำเป็นที่ถือว่าเป็นปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ แต่จากความ หลากหลายของแนวทางในการดูแลสุขภาพและการรักษาโรค เช่น แพทย์ทางเลือก ทั้งแพทย์แผน ไทย และแพทย์แผนจีน รวมถึงแหล่งกระจายยาอื่น เช่น สถานพยาบาลทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน เช่น โรงพยาบาล สถานีอนามัย หรือโรงพยาบาลตำบล คลินิก ทำให้ร้านขายยาได้รับผลกระทบจาก สินค้าทดแทนค่อนข้างสูง จึงนับว่าอุปสรรคจากสินค้าทดแทนนี้สูงมากและส่งผลในแง่ลบต่อ ประกอบการร้านขายยาทั้งรายเดิมและรายใหม่

### 2.3.4 อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

แม้ว่าร้านขายยาจำเป็นต้องพึ่งพาบริษัทยาซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าให้กับร้านขายยา อีกทั้ง ในตลาดยาชนิดเดียวกันก็มีทั้งยาที่ผลิตภายในประเทศหรือที่เรียกว่า Generic Drug และยาต้นแบบ หรือยา Original ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ และการแข่งขันที่รุนแรงของตลาดยานั้น ทำให้บริษัทยา หลายแห่งพยายามแข่งขันด้วยกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้สามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ได้

ดังนั้นบริษัทยาจึงต้องพึ่งพาร้านขายยา เพื่อเป็นแหล่งกระจายสินค้าด้วยเช่นกัน อีกทั้ง ร้านขายยาแผนปัจจุบันที่ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าแต่ละชนิดไม่สูงมากนัก สามารถซื้อสินค้าจากร้าน ยาค้าส่งหรือ Drug Wholesaler ได้ ซึ่งร้านขายยาเหล่านี้มักแข่งขันกันสูงมากทำให้อำนาจการต่อรอง ของผู้ขายปัจจัยการผลิตมีน้อย

### 2.3.5 อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Buyers)

เนื่องจากสินค้าทดแทนในตลาดมีค่อนข้างมากและหลากหลาย รวมถึงจำนวนร้านขายยาที่มี ปริมาณมาก ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการต่อรองสูง เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจร้านขายยา

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมหรือสถานะทางการแข่งขันของธุรกิจร้านขายยา สามารถสรุปผลกระทบจากแรงกดดันด้านต่างๆ ได้ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงแรงกดดันด้านต่างๆในธุรกิจร้านขายยา

Five Forces	ผลกระทบ
1. สถานะการณ้แข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Firms within The Industry)	(+) แรงกดดันอยู่ในระดับปานกลาง เพราะแม้จะมีอุปสรรคจากสถานะการณ้แข่งขันที่รุนแรง แต่ร้านขายยา PharmaSeed สามารถสร้างจุดเด่นโดยการให้บริการที่ดีโดยเภสัชกรและเน้นการดูแลผู้ป่วยอย่างเหมาะสมและเป็นกันเอง
2. ภัยคุกคามจากการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ (Threat of New Entry)	(+) แรงกดดันอยู่ในระดับสูง เป็นอุปสรรคต่อผู้ดำเนินกิจการรายใหม่ หากไม่มีเภสัชกรประจำร้าน เนื่องจากประเด็นด้านกฎหมายที่ต้องปฏิบัติตามวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (Good Pharmacy Practice : GPP) และ เงินลงทุนที่สูง แต่สนับสนุนการเปิดกิจการของร้าน PharmaSeed และในระยะยาวจะส่งผลดี เนื่องจากเป็นการกีดกันร้านขายยาที่ไม่มีเภสัชกรอยู่ปฏิบัติหน้าที่
3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)	(-) แรงกดดันอยู่ในระดับสูง เป็นอุปสรรคต่อร้านขายยา PharmaSeed
4. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)	(+) แรงกดดันอยู่ในระดับต่ำ เพราะจำนวนผู้ขายปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมยังมีปริมาณ อำนาจการต่อรองของร้านขายยา PharmaSeed อยู่ในระดับสูง จึงเป็นโอกาสในการเปิดกิจการ
5. อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Buyers)	(-) แรงกดดันอยู่ในระดับสูง เนื่องจากมีทั้งคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม รวมถึงนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนการให้บริการทางการแพทย์ฟรีสำหรับประชาชน จึงเป็นอุปสรรคต่อการเปิดกิจการของร้าน PharmaSeed

หมายเหตุ (+) หมายถึง เป็นผลดีต่อธุรกิจของผู้วิจัย

(-) หมายถึง เป็นผลลบต่อธุรกิจของผู้วิจัย

## 2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง

การวิเคราะห์คู่แข่งช่วยให้สามารถร้านขายยา PharmaSeed สามารถประเมินคู่แข่งเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่ช่วยให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ต่อร้านขายยา PharmaSeed ได้ โดยในการวิเคราะห์คู่แข่งนี้แบ่งการประเมินออกเป็น 7 ด้าน ตามการประยุกต์หลักการกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ (7Ps) มาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ กล่าวคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านหลักฐานของคุณภาพในการให้บริการ ด้านกระบวนการทำงาน และด้านบุคลากร โดยเปรียบเทียบกับร้านขายยา PharmaSeed กับร้านขายยาอื่นในบริเวณใกล้เคียงรอบสี่แยกเทพารักษ์ซึ่งเป็นแยกที่ตัดตัดระหว่างถนนศรีนครินทร์และถนนเทพารักษ์ ซึ่งมีร้านยาเดี่ยวเพียงร้านเดียวในบริเวณดังกล่าว ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Matrix)

หัวข้อ	ร้านขายยา PharmaSeed	ร้านขายยาเดี่ยว	ร้านขายยา Chain Store
ผลิตภัณฑ์ (Product)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยาแผนปัจจุบัน ยาสมุนไพร</li> <li>- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร</li> <li>- ผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็ก</li> <li>- เวชสำอางค์</li> <li>- เครื่องมือทางการแพทย์</li> </ul>	<b>รุ่งเจริญโฮสเทล, ละมั่งนิเฮลธ์, และ Save Drug</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ยาแผนปัจจุบัน</li> <li>- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร</li> </ul>	<b>Boots และ Watsons</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ยาแผนปัจจุบัน ยาสมุนไพร</li> <li>- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร</li> <li>- เวชสำอางค์</li> <li>- เครื่องมือทางการแพทย์</li> </ul>
ราคา (Price)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาใกล้เคียงกับตลาด (ราคาต่ำกว่าคู่แข่งเล็กน้อย)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาสูงกว่าราคาตลาด แต่ถูกกว่าร้านขายยา Chain Store</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาสูงกว่าตลาด</li> </ul>
สถานที่ (Place)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ ใกล้ร้านขายยาคู่แข่ง อีกด้านติดคลินิกทำฟัน</li> <li>- หน้าร้านมีทางม้าลาย ผู้คนเดินผ่านจำนวนมาก พื้นที่ขนาดใหญ่</li> <li>- ประตูร้านเปิดเข้าออกได้บริเวณหน้าร้านเท่านั้น</li> <li>- แสงแดดไม่สามารถส่องถึงสินค้าได้ จึงไม่ทำให้ยกเลื่อมคุณภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งอยู่ริมถนน ด้านหนึ่งติด 7-11 อีกด้านติดถนนทางเข้าหมู่บ้าน พื้นที่คับแคบ ประตูเปิดสองด้าน ด้านข้างเปิดตลอดเวลา ไม่สามารถปิดได้</li> <li>- แสงแดดต้องตลอดระยะเวลากลางวัน สามารถทำให้ยาเลื่อมคุณภาพได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ไม่สะดวกสำหรับบริการใช้รถประจำทาง และพื้นที่จอดรถน้อย ค่าบริการที่จอร์จแพง</li> <li>- คนมีปริมาณมากในวันเสาร์อาทิตย์</li> </ul>

ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Matrix) (ต่อ)

หัวข้อ	ร้านขายยา PharmaSeed	ร้านขายยาเดี่ยว รุ่งเจริญโอสถ, ละมະณีเภสัช, และ Save Drug	ร้านขายยา Chain Store Boots และ Watsons
<p>การส่งเสริมการขาย (Promotion)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดกิจกรรมการดูแลสุขภาพสำหรับเด็ก</li> <li>- สำหรับคนในชุมชน</li> <li>- บริการให้คำปรึกษาการดูแลสุขภาพ การเลิกแอลกอฮอล์ การอดบุหรี่ การตั้งครก การปฏิบัติตนของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง และการคำแนะนำการใช้ยาเทคนิคพิเศษ</li> <li>- บริการตรวจติดตามผลการรักษาและเยี่ยมผู้ป่วยที่บ้าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย แต่ไม่มีบริการตรวจติดตามผลการรักษาและเยี่ยมผู้ป่วยที่บ้าน</li> </ul>
<p>หลักฐานของคุณภาพในการให้บริการ (Physical Evidence)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไปรับรองร้านยาคุณภาพ โดยสำนักงานรับรองคุณภาพร้านยา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไปรับรองร้านยาคุณภาพ โดยสำนักงานรับรองคุณภาพร้านยา</li> </ul>



ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Matrix) (ต่อ)

หัวข้อ	ร้านขายยา PharmaSeed	ร้านขายยาเดี่ยว รุ่งเจริญโอสถ, ละมະณีเภสัช, และ Save Drug	ร้านขายยา Chain Store Boots และ Watsons
ด้านกระบวนการ ทำงาน (Process)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีคู่มือปฏิบัติงานสำหรับพนักงาน ทุกตำแหน่ง</li> <li>- มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มี</li> <li>- ไม่มี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีคู่มือพนักงาน แต่ไม่ได้รับมอบ รายละเอียดขั้นตอนการทำงาน</li> <li>- ไม่มี</li> </ul>
ด้านบุคลากร (People)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเภสัชกรปฏิบัติงานที่ตลอด ระยะเวลาทำการ</li> <li>- มีแบบฟอร์มเครื่องแต่งกายที่ ต่างกันของพนักงานแต่ละตำแหน่ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีเภสัชกรปฏิบัติงานที่</li> <li>- ไม่มีแบบฟอร์มเครื่องแต่งกาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>

## 2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และการค้นหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อให้สามารถใช้จุดแข็งขององค์กรคว้าโอกาสนั้น เพื่อสร้างประโยชน์ต่อองค์กร รวมถึงการใช้โอกาสเพื่อลดหรือปิดจุดอ่อนที่องค์กรมีนั้น จะช่วยทำให้องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์กรได้อย่างเต็มศักยภาพ นอกจากนี้การวิเคราะห์อุปสรรคที่มีแนวโน้มในการส่งผลกระทบต่อองค์กร จะสามารถช่วยให้องค์กรมีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นการวิเคราะห์ตามกรอบของ SWOT Analysis ซึ่งพิจารณาถึงทั้งปัจจัยภายใน คือ จุดแข็งและจุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอกต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านขายยา และสถานการณ์ทางการตลาด ที่สามารถสร้างโอกาสหรือก่อให้เกิดอุปสรรคต่อร้านขายยาได้ จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ร้านขายยาสามารถนำผลการวิเคราะห์ไปช่วยกำหนดกลยุทธ์ของร้านขายยา PharmaSeed ทั้งกลยุทธ์ด้านการตลาดและกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของร้านขายยา PharmaSeed สามารถสรุปได้ ดังนี้

### 2.5.1 จุดแข็ง (Strengths)

2.5.1.1 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ร้านขายยา PharmaSeed มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และครอบคลุมปัญหาด้านสุขภาพสำหรับคนในชุมชนทุกกลุ่ม ตั้งแต่เด็กในกลุ่มปฐมวัย เด็กวัยรุ่นหรือนักศึกษา ประชากรกลุ่มวัยทำงาน และผู้สูงอายุ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการในการดูแลสุขภาพของคนในชุมชนได้ทุกกลุ่ม ในขณะที่คู่แข่งหรือร้านขายยาอื่นๆ ในระแวกนั้นมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์น้อยกว่า กล่าวคือมีเพียงยาแผนปัจจุบัน และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเท่านั้น

2.5.1.2 ราคา ร้านขายยา PharmaSeed ตั้งราคาสินค้าใกล้เคียงกับตลาดทั่วไปแต่ราคายังคงต่ำกว่าคู่แข่งในระแวกเดียวกันเล็กน้อย เนื่องจากร้านขายยาคู่แข่งนั้นเดิมมีร้านเดียวจึงตั้งราคาไว้สูงกว่าราคาตลาดมาก นอกจากนี้ร้านขายยา PharmaSeed ยังสามารถขายยาในราคาที่ถูกลง เนื่องจากสามารถซื้อยาจากผู้ขายปัจจัยการผลิตได้ในราคาถูกเพราะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายปัจจัยการผลิตจำนวนมาก

2.5.1.3 ทำเลที่ตั้ง ร้านขายยา PharmaSeed ตั้งอยู่ริมถนนเทพารักษ์ ใกล้กับสี่แยกเทพารักษ์ซึ่งเป็นแยกที่ตัดระหว่างถนนศรีนครินทร์และถนนเทพารักษ์ที่มีโรงงานกระจายตัวอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งเป็นจุดเปลี่ยนเส้นทางรถเดินทาง ทำให้มีผู้คนเดินผ่านหน้าร้านขายยาเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน โดยด้านหน้าร้านขายยา PharmaSeed มีทางม้าลายสำหรับข้ามถนน และสามารถข้ามถนนได้เพียงบริเวณนี้เท่านั้น เนื่องจากมีรั้วกั้นยาวกลางเกาะกลางถนน ทำให้ทุกคนที่

ข้ามถนนต้องเดินผ่านร้านขายยา และสามารถมองเห็นร้านได้ชัดเจน โดยร้านขายยานี้ด้านหนึ่งติดถนนทางเข้าหมู่บ้านหรือฝั่งตรงข้ามร้านขายยาคู่แข่ง ส่วนอีกด้านติดคลินิกทำฟัน ภายในร้านมีพื้นที่ขนาดใหญ่เนื่องจาก ประตูร้านเปิดเข้าออกได้ด้านเดียวคือบริเวณหน้าร้านเท่านั้น ทำให้สามารถจัดการกับการเดินภายในร้าน และการจัดการกับลูกค้าได้ง่ายรวมถึงมองเห็นลูกค้าได้ชัดเจน ด้านข้างปิดตลอดเวลาไม่สามารถเปิดได้ แสงแดดไม่สามารถส่องถึงผลิตภัณฑ์ภายในร้านได้ จึงไม่ทำให้ยาเสื่อมคุณภาพจากแสงได้ อีกทั้งร้านตั้งอยู่บริเวณหน้าหมู่บ้านร่มโพธิ์และมีหมู่บ้านอีกสามแห่งในบริเวณใกล้เคียง รวมถึงคอนโดลุมพินีมิคซ์ ที่ก่อสร้างเสร็จแล้วมีจำนวนยูนิตสูงมาก กล่าวคือ เป็นอาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น 7 อาคาร จำนวน 2041 ยูนิต (Home, 2559) และส่วนใหญ่เป็นคนวัยทำงานที่มีกำลังซื้อสูงและใส่ใจสุขภาพ นอกจากนี้สภาวะแวดล้อมที่เร่งรีบทำให้คนในย่านนั้นเน้นการใช้บริการร้านขายยาเป็นจำนวนมาก

2.5.1.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion) ร้านขายยา PharmaSeed มีนโยบายการจัดกิจกรรมการดูแลสุขภาพสำหรับคนในชุมชน และให้บริการในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของคนในชุมชน รวมถึงการเลิกสูราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ การอดบุหรี่ การตั้งครรภ์ การปฏิบัติตนของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง และการคำแนะนำการใช้ยาเทคนิคพิเศษต่างๆ เพื่อให้ความรู้กับคนในชุมชน และสร้างสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชนซึ่งจะทำให้เกิด Brand Awareness และ Brand Royalty ในอนาคต

2.5.1.5 หลักฐานของคุณภาพในการให้บริการ (Physical Evidence) เนื่องจากร้านขายยา PharmaSeed จัดทะเบียนร้านขายยาเป็นร้านขายยาคุณภาพ ดังนั้นจึงสามารถใช้สัญลักษณ์ร้านยาคุณภาพที่ได้รับการรับรองคุณภาพ โดยสำนักงานรับรองคุณภาพร้านยา ทำให้เพิ่มความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าและคนทั่วไปที่เดินผ่านร้านขายยาได้

2.5.1.6 กระบวนการทำงาน (Process) ร้านขายยา PharmaSeed มีคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับพนักงานทุกตำแหน่งในร้าน ซึ่งนอกจากจะทำให้พนักงานทราบขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเองแล้ว ยังทำให้พนักงานมีแนวทางในการปฏิบัติต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีตามที่ร้านกำหนด ทำให้ลดปัญหาที่อาจเกิดจากความหลากหลายด้านมาตรฐานในการให้บริการของพนักงาน โดยการปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานนี้จะเชื่อมโยงกับการประเมินผลงานของพนักงานเพื่อปรับเงินเดือนในประจำปี รวมถึงโบนัสของพนักงานแต่ละท่านด้วย จึงสามารถสร้างแรงดึงดูดใจในการทำงานให้พนักงานได้อีกด้วย

นอกจากนี้ร้านขายยา PharmaSeed ยังนำ โปรแกรม PharmaSys ซึ่งเป็นระบบคอมพิวเตอร์ที่ช่วยในการบริหารจัดการร้านขายยาในด้านต่างๆอย่างครบวงจร เช่น การบริหารคลังสินค้า การตั้งราคาสินค้าในลูกค้าแต่ละกลุ่มที่ราคาแตกต่างกัน รวมถึงการจัดทำรายงาน

ประจำปีเพื่อยื่นต่อสำนักงานสาธารณสุขประจำจังหวัดซึ่งสามารถดึงข้อมูลออกมาจากโปรแกรมนี้ได้โดยทำให้การดำเนินงานสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2.5.1.7 บุคลากร เนื่องจากร้านขายยา PharmaSeed มีเก็ลชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดระยะเวลาทำการ จึงสามารถให้คำปรึกษาที่ถูกต้องและเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายได้เป็นอย่างดี รวมถึงมีแบบฟอร์มเครื่องแต่งกายที่ต่างกันของพนักงานแต่ละตำแหน่ง จึงสามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าที่ต้องการรับบริการที่แตกต่างกันได้

## 2.5.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

2.5.2.1 ร้านขายยา PharmaSeed เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ยังเป็นไม่เป็นที่รู้จักของคนในละแวกนั้น ดังนั้นจึงต้องใช้ระยะเวลาเพื่อให้เป็นที่ยอมรับกับลูกค้า

2.5.2.2 ต้นทุนในการดำเนินงานและการจัดการสินค้าคงคลังในช่วงแรกค่อนข้างสูง เนื่องจากยังไม่ได้รับประโยชน์จาก Economy of Scale

## 2.5.3 โอกาส (Opportunities)

2.5.3.1 โครงการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพของรัฐบาล ช่วยสร้างช่องทางการสื่อสาร และเผยแพร่ความรู้ให้ประชาชน ทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการด้านสุขภาพอย่างทั่วถึง และเข้าใจได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้ร้านขายยาในชุมชนเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีของคนในชุมชน และสามารถเข้าถึงคนในชุมชนได้ง่ายอีกด้วย

2.5.3.2 โครงการพัฒนาระบบการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังอย่างต่อเนื่องโดยร้านยาคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) ช่วยสนับสนุนให้ร้านขายยาเปลี่ยนสถานะเป็นส่วนหนึ่งของระบบหลักประกันสุขภาพของประเทศ ดังนั้นจึงช่วยผลักดันร้านขายยาในการดูแลสุขภาพของคนในชุมชนมากยิ่งขึ้น และมีรูปแบบของรายได้เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

2.5.3.3 รัฐบาลมีแผนในการพัฒนาโครงการพัฒนาร้านขายยาให้เป็นสถานบริการสาธารณสุขของชุมชน โดยการสนับสนุนและยกระดับมาตรฐานร้านขายยาให้เป็นร้านยาคุณภาพมากขึ้น ทำให้มีมาตรฐานระดับสากล และทำให้ประชาชนรับรู้ถึงมาตรฐานการบริการที่ดี และมีคุณภาพของร้านขายยา ทำให้ผู้รับบริการเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยและบริการที่ดีจากร้านขายยามากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการลดคู่แข่งซึ่งเป็นร้านขายยาที่ไม่มีเก็ลชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดระยะเวลาเปิดดำเนินการของร้านขายยานั้นอีกด้วย



2.5.3.4 เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สามของปี พ.ศ. 2559 ขยายตัวร้อยละ 3.2 และดัชนีค่าส่งปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นในทุกหมวดสินค้า รวมถึงการขายส่งสินค้าทางเภสัชกรรม และทางการแพทย์ด้วย และแนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี พ.ศ. 2560 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.0 – 4.0 จึงเป็นโอกาสสำหรับร้านขายยา

2.5.3.5 แนวโน้มการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคที่มากขึ้น และสภาวะการณ์ด้านความสะดวกสบาย และพฤติกรรมเกี่ยวกับความเร่งรีบ ความต้องการประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปโรงพยาบาลช่วยส่งเสริมธุรกิจร้านขายยา

2.5.3.6 การขยายตัวของที่อยู่อาศัย เช่น คอนโดมิเนียม อาคารที่พัก ห้องเช่า หรือหมู่บ้าน เพิ่มโอกาสสำหรับร้านขายยา เนื่องจากจำนวนประชาชนในละแวกนั้นเพิ่มมากขึ้น

2.5.3.7 เทคโนโลยีสำหรับการบริหารจัดการร้านขายยาที่ทันสมัย ช่วยให้ผู้ประกอบการร้านขายยาดำเนินงานได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ประหยัดเวลาและลดข้อผิดพลาดในการทำงาน รวมทั้งช่วยลดต้นทุนในการบริหารจัดการสินค้า และกิจกรรมการดำเนินงานภายในร้านได้อีกด้วย

2.5.3.8 กฎกระทรวงการขออนุญาตและการออกใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน พ.ศ.2556 ที่กำหนดให้ร้านขายยามีวิธีปฏิบัติที่ดีทางเภสัชกรรม (Good Pharmacy Practice: GPP) กำหนดให้ร้านขายยาทุกร้านต้องมีเภสัชกรประจำร้าน มีการแสดงป้ายชื่อพร้อมรูปเภสัชกร ทำให้ลดจำนวนร้านขายยาที่ไม่มีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่จริง และสร้างความน่าเชื่อถือของร้านขายยาให้ประชาชนมากยิ่งขึ้น

2.5.3.9 การเริ่มต้นธุรกิจร้านขายยาใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง และต้องมีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ประจำร้านขายยา จึงทำให้ผู้เล่นรายใหม่เข้ามาในธุรกิจนี้ได้ยาก

2.5.3.10 สินค้าทดแทนยาซึ่งเป็นสินค้าจำเป็นมีปริมาณน้อย

2.5.3.11 จำนวนผู้ขายบัจฉัยการผลิตสำหรับร้านขายยามีปริมาณมาก ทำให้อำนาจการต่อรองของร้านขายยา PharmaSeed อยู่ในระดับสูง

#### 2.5.4 อุปสรรค (Threat)

2.5.4.1 นโยบายหรือระบบหลักประกันสุขภาพของประเทศไทย ทำให้โรงพยาบาลรัฐบาลเป็นคู่แข่งที่สำคัญของร้านขายยา เนื่องจากลดภาระด้านค่ารักษาพยาบาลของผู้ป่วย

2.5.4.2 การขยายตัวของร้านยาทำให้การแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาเพิ่มสูงขึ้นมาก



2.5.4.3 การแข่งขันในธุรกิจร้านขายยาสูงมาก แม้ว่าร้านขายยาบริเวณในรัศมีระยะ 5 กิโลเมตรจะมีเพียง 5 ราย แต่ร้านขายยาในบริเวณอื่นโดยรอบในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการก็มีปริมาณค่อนข้างสูง

## 2.6 โอกาสทางธุรกิจ

จากนโยบายภาครัฐในการสร้างช่องทางการสื่อสารและเผยแพร่ความรู้ให้ประชาชนในการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงโครงการพัฒนาร้านขายยาให้เป็นสถานบริการสาธารณสุขของชุมชน หรือโครงการพัฒนาระบบการดูแลสุขภาพโรคเรื้อรังอย่างต่อเนื่องโดยร้านยาคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) และแนวโน้มการดูแลสุขภาพของคนไทยมีมากยิ่งขึ้น รวมถึงการขยายตัวของที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริเวณใกล้เคียงที่ตั้งของร้านขายยา PharmaSeed ทำให้โอกาสในการเพิ่มยอดขายจากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้นนั้นมีมากยิ่งขึ้นด้วย

นอกจากนี้ความเข้มงวดด้านกฎหมายที่กำหนดให้ร้านขายยามีวิธีปฏิบัติที่ดีทางเภสัชกรรม (Good Pharmacy Practice: GPP) และต้องมีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดระยะเวลาการดำเนินการนั้น ไม่เพียงเป็นการกีดกันร้านขายยาที่อาศัยเภสัชกรแขวนป้ายเท่านั้น แต่ยังเป็นการเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีของเภสัชกรที่ปฏิบัติหน้าที่จริงต่อการรับรู้ของประชาชน และช่วยส่งเสริมร้านขายยาคุณภาพให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น แม้ว่าการแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาจะมีค่อนข้างสูง แต่ด้วยจุดเด่นด้านทำเลที่ตั้งของร้าน PharmaSeed ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ราคาที่สมเหตุสมผล การจัดกิจกรรมการดูแลสุขภาพสำหรับคนในชุมชน การให้คำแนะนำที่ถูกต้องและเหมาะสมโดยเภสัชกร รวมถึงการได้รับการรับรองเป็นร้านขายยาคุณภาพ กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพ และการใช้เทคโนโลยีช่วยในการบริหารจัดการร้านขายยา ทำให้สามารถจัดการงานได้สะดวกและรวดเร็ว

การวางแผนธุรกิจ และการประชาสัมพันธ์ร้านขายยานี้ จะช่วยส่งเสริมให้ร้านขายยา PharmaSeed สามารถดำเนินการได้เป็นอย่างดี และสร้างโอกาสที่ดีในการดำเนินธุรกิจในอนาคตอีกด้วย

## บทที่ 3

### แผนการดำเนินการ

#### 3.1 สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งร้านขายยา PharmaSeed ตั้งอยู่บริเวณสี่แยกเทพารักษ์ ตำบลเทพารักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยตั้งอยู่ติดกับคลินิกเทพรินทร์ทันตแพทย์ และใกล้กับร้านขายยารุ่งเจริญไอสด บริเวณโดยรอบช่วงเช้าและเย็นจะมีร้านขายอาหารตลอดทาง เนื่องจากจะมีพนักงานโรงงานและประชาชนเดินผ่านบริเวณนี้จำนวนมาก ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากเป็นบริเวณสี่แยกที่เปลี่ยนเส้นทางการเดินทาง

บริเวณดังกล่าวเป็นเขตชุมชน มีหมู่บ้านตั้งอยู่จำนวนมาก เช่น หมู่บ้านสกุลไพศาล หมู่บ้านร่มโพธิ์ หมู่บ้านที่ดินทอง หมู่บ้านภัทรนิเวศน์ คอนโดมิเนียมลุมพินีมิกซ์ที่มีจำนวนห้องพักสูงถึง 2041 ยูนิต (Home, 2559) รวมถึงโรงงานต่างๆ เช่น โรงงาน หรือ บริษัท ซีเกท เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น แผนที่ที่แสดงที่ตั้งร้านดังแสดงในรูปที่ 4



รูปที่ 3.1 แผนที่แสดงที่ตั้งร้านขายยา PharmaSeed

### 3.2 แผนการตกแต่งร้าน

เนื่องจากร้านขายยา PharmaSeed จะจดทะเบียนเป็นร้านยาคุณภาพที่ผ่านการประเมิน การตรวจสอบคุณภาพในการให้บริการตามหลักวิธีปฏิบัติที่ดีในร้านยา (Good Pharmacy Practice: GPP) ดังนั้นร้านจึงจำเป็นต้องตกแต่งร้านให้มีมาตรฐานตรงตามข้อกำหนด โดยข้อกำหนดตาม ประกาศ เรื่อง การกำหนดเกี่ยวกับสถานที่ อุปกรณ์ และวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชนในร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย.1) มีข้อกำหนด ดังนี้

1. สถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน ต้องมีพื้นที่ขายให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้ยา ติดต่อกันขนาดไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร ทั้งนี้ไม่รวมถึงพื้นที่เก็บสำรองยา โดยความยาวของด้านที่สั้นที่สุดของพื้นที่ต้องไม่น้อยกว่า 2 เมตร
2. หากมีพื้นที่เก็บสำรองยาเป็นการเฉพาะ ต้องมีพื้นที่เพียงพอ เก็บอย่างเป็นระเบียบ เหมาะสม และไม่วางยาสัมผัสกับพื้นโดยตรง
3. บริเวณสำหรับให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้ยาต้องเป็นสัดส่วน แยกออกจากส่วนบริการอื่นอย่างชัดเจน มีพื้นที่พอสำหรับการให้คำปรึกษาและการจัดเก็บประวัติ รวมทั้งจัดให้มีโต๊ะเก้าอี้สำหรับเภสัชกรและผู้มารับคำปรึกษาอยู่ในบริเวณดังกล่าว พร้อมทั้งมีป้ายแสดงชัดเจน
4. สถานที่ขายยาต้องมีความมั่นคง มีทะเบียนบ้านที่ออกให้โดยส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่เป็นอาคารชุด ต้องมีพื้นที่อนุญาตให้ประกอบกิจการไม่ใช่ที่พักอาศัย
5. สถานที่ขายยาต้องมีความแข็งแรง ก่อสร้างด้วยวัสดุที่คงทนถาวร เป็นสัดส่วนชัดเจน
6. สถานที่ขายยาต้องถูกสุขลักษณะ สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีการควบคุมป้องกันสัตว์ แมลงรบกวน ไม่มีสัตว์เลี้ยงในบริเวณขายยา และอากาศถ่ายเทสะดวก
7. สถานที่ขายยาต้องมีสภาพเหมาะสมต่อการรักษาคุณภาพยา โดยในพื้นที่ขายยาและเก็บสำรองยา ต้องมีการถ่ายเทอากาศที่ดี แห่ง สามารถควบคุมอุณหภูมิให้ไม่เกิน 30 องศาเซลเซียส และสามารถป้องกันแสงแดดไม่ให้ส่องโดยตรงถึงผลิตภัณฑ์ยา
8. สถานที่ขายยาต้องมีแสงสว่างเพียงพอในการอ่านเอกสาร อ่านฉลาก ผลิตภัณฑ์ยา และป้ายแสดงต่างๆ ได้อย่างชัดเจน
9. บริเวณจัดวางยาอันตราย และยาควบคุมพิเศษในพื้นที่ขายยา จะต้อง
  - 1) มีพื้นที่เพียงพอในการจัดวางยาแยกตามประเภทของยา และสามารถติดป้ายแสดงประเภทของยาได้ชัดเจนตามหลักวิชาการ

2) จัดให้มีวัสดุที่ביใช้ปิดบังบริเวณที่จัดวางยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษ สำหรับปิดในเวลาที่เกิดลักขหรือผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการไม่อยู่ปฏิบัติหน้าที่ และจัดให้มีป้ายแจ้งให้ผู้มารับบริการทราบว่าเกิดลักขหรือผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการไม่อยู่ (กระทรวงสาธารณสุข, 2557)

นอกจากประเด็นด้านกฎระเบียบแล้วร้านขายยา PharmaSeed ยังคำนึงถึงบรรยากาศที่อบอุ่น เรียบง่าย โดยจะเน้นการตกแต่งด้วยโทนสีเขียวเป็นหลัก เนื่องจากเป็นโทนสีที่ช่วยลดความกังวล และกระตุ้นให้รู้สึกสดชื่น (สุภัชยา พันธุ์ไพศาล, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่อาศัยในชุมชนในละแวกนั้นเมื่อวันที่ 2 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 ที่ต้องการการตกแต่งร้านในสไตล์เรียบง่าย สะอาดตา และรู้สึกผ่อนคลาย ผู้วิจัยจึงต้องการตกแต่งร้านเพื่อให้สอดคล้องกับทั้งมาตรฐานร้านยาคุณภาพ และความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจำนวน 10 รายเกี่ยวกับป้ายชื่อร้าน และสัญลักษณ์ร้าน จึงออกแบบร้านดังแสดงในรูปตัวอย่าง ดังนี้

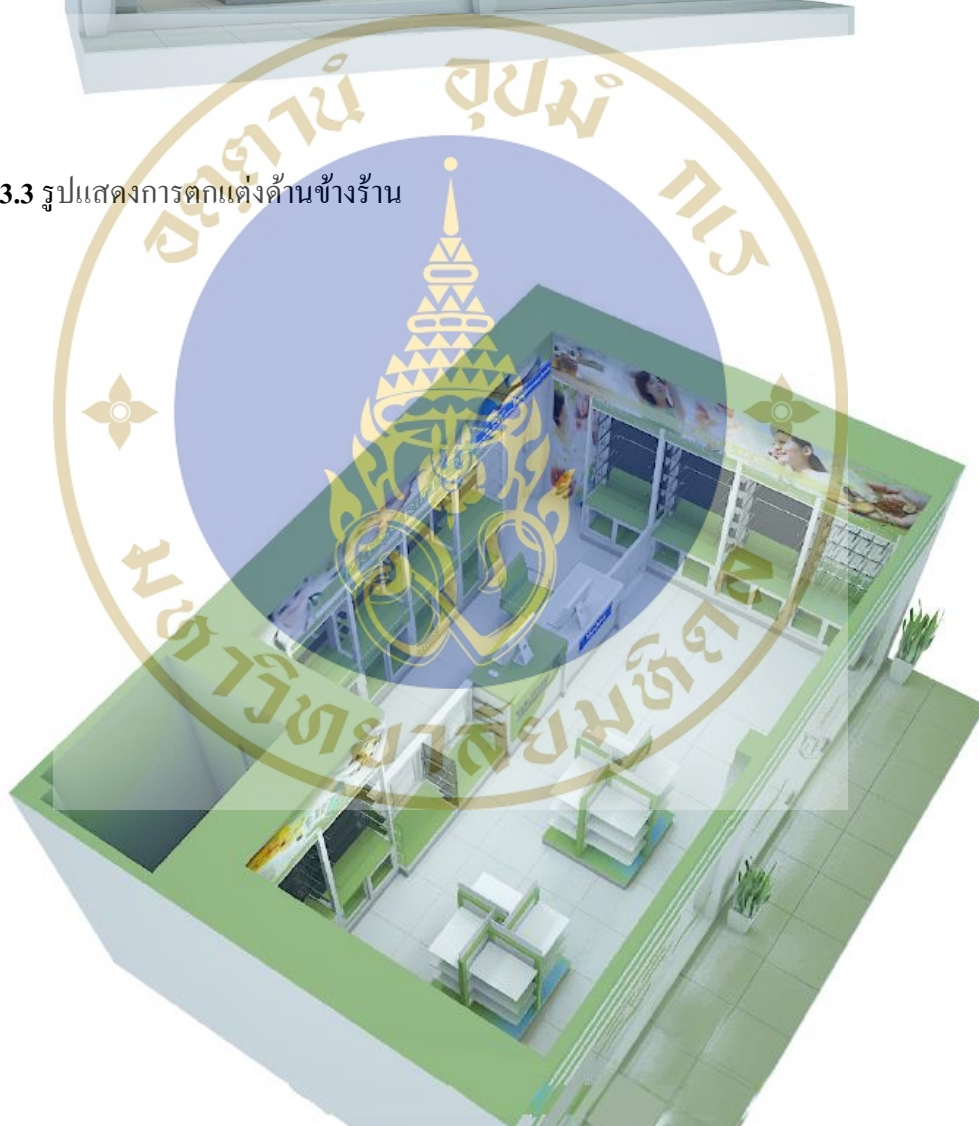


รูปที่ 3.2 รูปแสดงการตกแต่งด้านหน้าร้าน



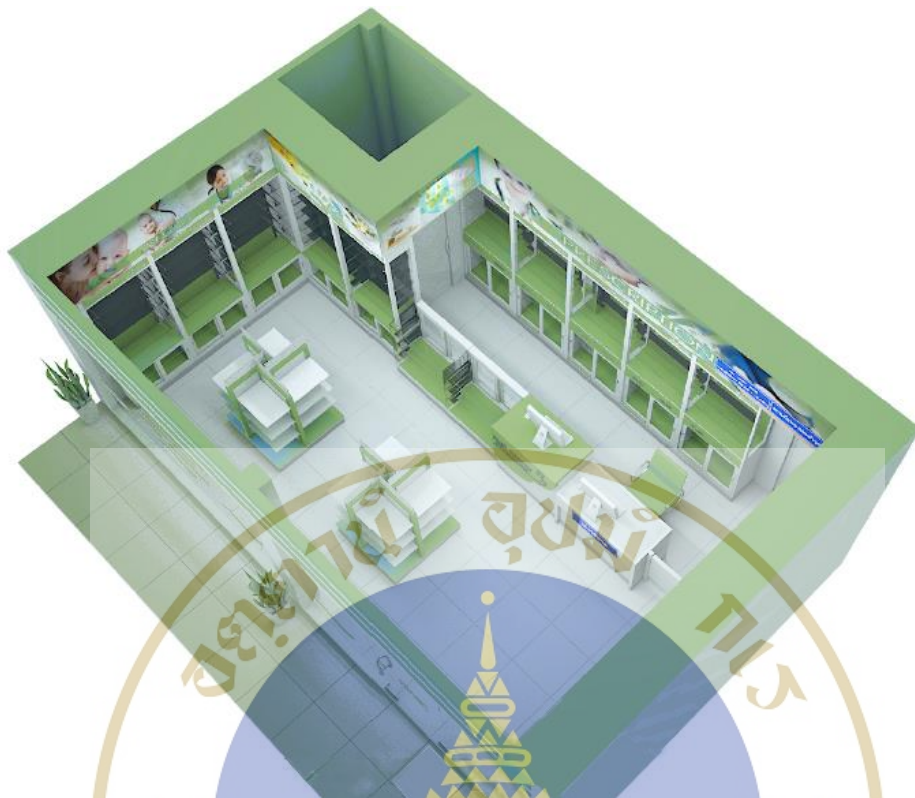


รูปที่ 3.3 รูปแสดงการตกแต่งด้านข้างร้าน



รูปที่ 3.4 รูปแสดงการตกแต่งภายในร้าน

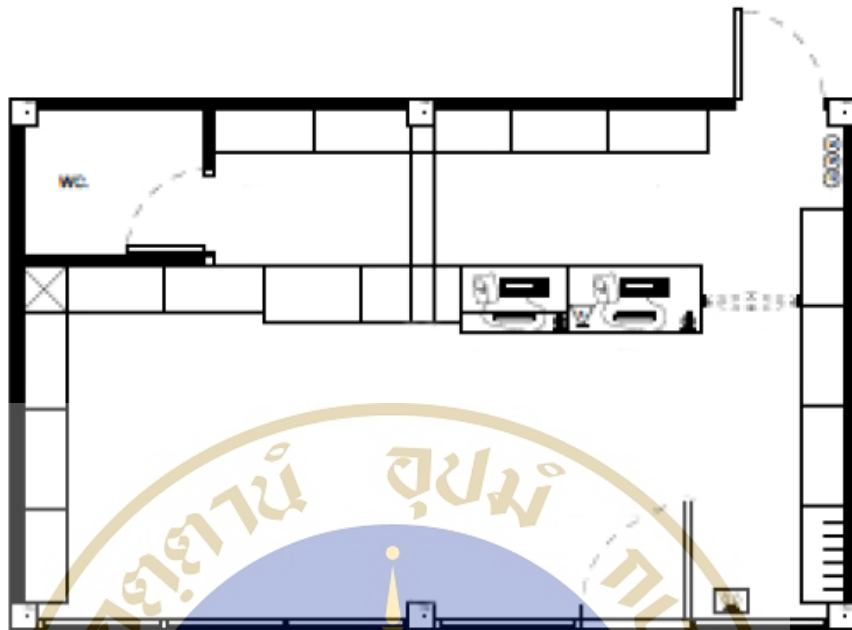




รูปที่ 3.5 รูปแสดงการตกแต่งภายในร้าน

### 3.3 แผนผังร้าน

การจัดผังร้านนั้นจะเน้นให้มีบริเวณสำหรับให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้ยาที่เป็นสัดส่วน แยกออกจากส่วนบริการอื่นอย่างชัดเจน โดยจะแบ่งเป็นสองบริเวณคือ บริเวณด้านข้างที่ติดกับ Counter สำหรับจ่ายเงิน เพื่อให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนว่ามีบริการให้คำปรึกษา และใช้เมื่อมีลูกค้าภายในร้านจำนวนน้อยหรือมีลูกค้าเพียงรายเดียว และลูกค้าต้องการพูดคุยในบริเวณดังกล่าว และอีกส่วนหนึ่งคือ ในห้องด้านข้างพื้นที่สำหรับเภสัชกร เพื่อให้เป็นสัดส่วนที่แยกออกจากส่วนบริการอื่นชัดเจนมากยิ่งขึ้น หรือในกรณีที่ลูกค้าต้องการปรึกษาเภสัชกรเป็นการส่วนตัว ดังแสดงในแผนผังร้าน ดังนี้



รูปที่ 3.6 รูปแสดงแผนผังภายในร้าน

### 3.4 แผนการดำเนินงาน

ในการวางแผนธุรกิจนั้น การกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานอย่างมีระบบจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินผลงาน เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยงานตกแต่งร้านขายยา PharmaSeed นั้นจะทำโดยการว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างหรือบริษัทรับตกแต่งภายใน โดยเจ้าของกิจการมอบหมายให้บริษัทผู้รับเหมาเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการตกแต่งตามแบบที่เจ้าของกิจการออกแบบไว้ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยเจ้าของกิจการจะคอยตรวจสอบความคืบหน้าของการตกแต่งอย่างต่อเนื่อง กำหนดการตกแต่งร้านคาดว่าจะเริ่มดำเนินการภายในวันที่ 1 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2560 และคาดการณ์ว่าจะดำเนินการตกแต่งเสร็จภายในวันที่ 3 เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2560

โดยหลังจากการตกแต่งร้านเสร็จเรียบร้อยแล้ว เจ้าของกิจการจะเป็นผู้ดำเนินการจัดเตรียมเอกสารเพื่อยื่นขออนุญาตสถานประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบัน ร้านขายยาคุณภาพ และการสมัครเข้าร่วมโครงการพัฒนาระบบการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรัง กับทางสำนักสาธารณสุขประจำจังหวัดสมุทรปราการด้วยตนเอง เนื่องจากเจ้าของกิจการเชี่ยวชาญงานด้านนี้เป็นอย่างดี และมีประสบการณ์ในการติดต่อกันทั้งกับองค์กรดังกล่าว และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

(อย.) อีกด้วย ทั้งนี้คาดการณ์ว่าจะสามารถเปิดให้บริการกับลูกค้าได้ในวันที่ 1 เดือนมกราคม พ.ศ. 2561 โดยแผนการดำเนินงานของร้านขายยา PharmaSeed แสดงรายละเอียดตามตารางระยะเวลาการปฏิบัติงานตามขั้นตอนการเปิดดำเนินงาน ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงแผนการดำเนินงาน

กิจกรรม	พ.ศ. 2560							พ.ศ. 2561	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
จัดซื้อจัดหาวัสดุอุปกรณ์									
ตกแต่งสถานที่									
ขออนุญาตสถานประกอบกรร้านขายยา แผนปัจจุบัน ร้านขายยา คุณภาพ และ เข้าร่วม โครงการพัฒนาระบบ การดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรัง									
สั่งซื้อสินค้า									
จัดหาทีมงานและ ฝึกอบรม									
เปิดดำเนินการ									
จัดทำกรส่งเสริมการ ขาย									

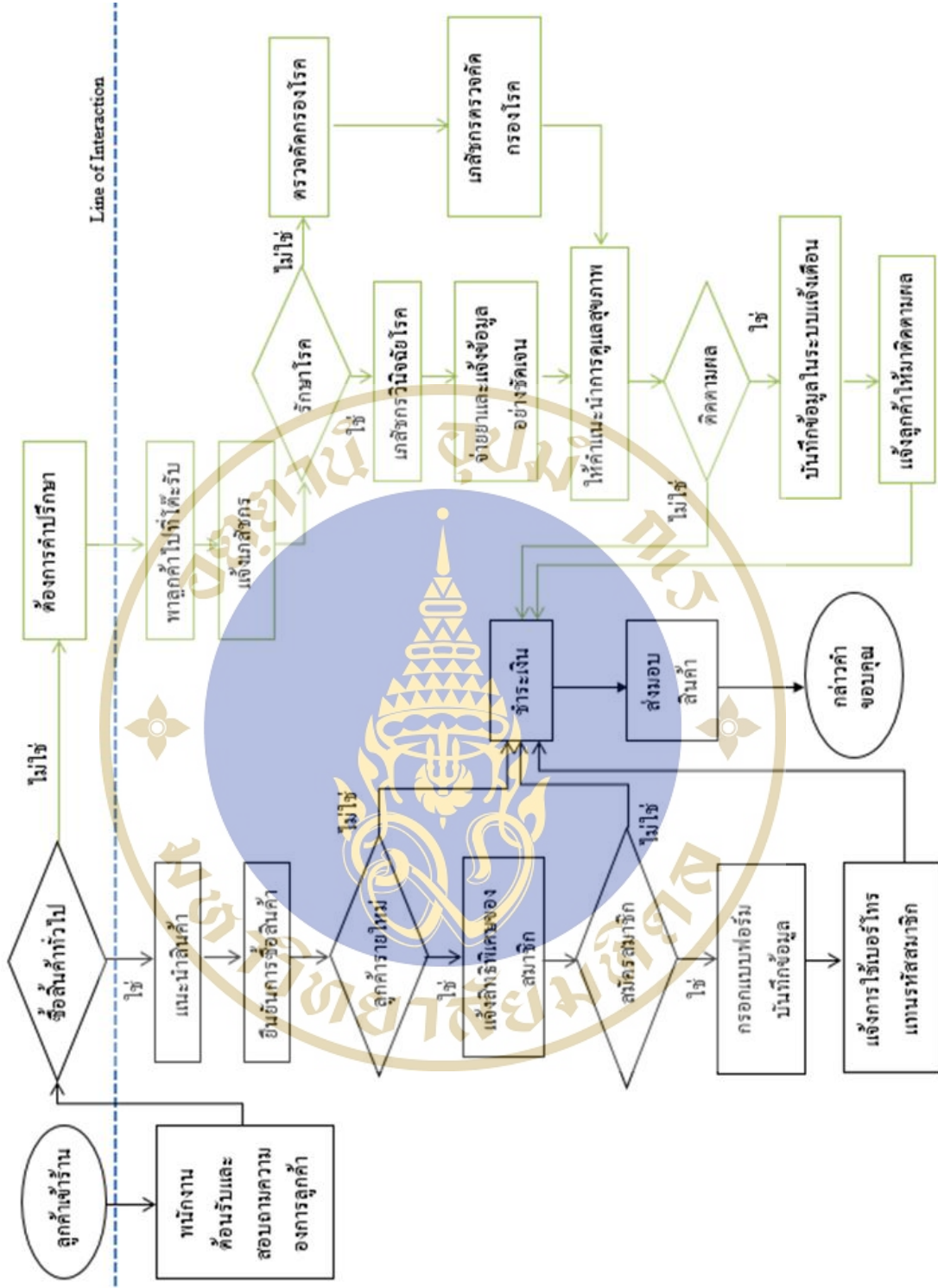
### 3.5 กระบวนการให้บริการ

การส่งมอบบริการที่ประทับใจให้ลูกค้านับเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า หากผู้ประกอบการทราบความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และสามารถตอบสนองความต้องการนั้น จะทำให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจนั้นได้มากขึ้น ในปัจจุบันธุรกิจร้านขายยามีการแข่งขันสูงมาก

ร้านขายยาเดี่ยวหรือร้านที่ไม่ใช่ร้านขายยาแบบ Chain Store นั้น จำเป็นต้องมีแนวทางในการให้บริการที่ดี เช่น การสร้างภาพลักษณ์การบริการด้วยเกสัชกร การมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายภายในร้าน ทั้งผลิตภัณฑ์ยาและสินค้าอื่นๆ การสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างร้านขายยาในชุมชน การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้บริโภค และการสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีภายในร้าน เพื่อปรับภาพลักษณ์ของร้านให้ดูมีความเป็นมืออาชีพ (ประภัสสร มหาภิรมย์, 2559) ดังนั้นร้านขายยา PharmaSeed จึงนำองค์ความรู้ด้านการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) มาประยุกต์ใช้ภายในร้าน เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้า และสามารถสร้างรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละราย เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ร้านขายยา PharmaSeed เปิดกิจการทุกวัน ช่วงเวลา 7.00 น. ถึง 21.00 น. โดยมีเกสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลาทำการ และมีขั้นตอนการให้บริการตามแผนผัง ดังนี้





รูปที่ 3.7 รูปแสดงแผนผังขั้นตอนการให้บริการ Service Blueprint



### 3.6 การควบคุมคุณภาพ

ร้านขายยา PharmaSeed ตระหนักถึงมาตรฐานตามวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (Good Pharmacy Practice : GPP) ทั้งนี้ไม่เพียงแต่จะเป็นการส่งมอบบริการทางเภสัชกรรมที่ดีเลิศให้กับลูกค้าของทางร้าน แต่ยังทำให้เภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการซึ่งเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการนั้น สามารถมั่นใจได้ว่าการปฏิบัติงานของตนนั้นถูกต้องตามกฎระเบียบข้อบังคับ โดยไม่กังวลใจเกี่ยวกับการถูกบังคับให้ปฏิบัติงานในสิ่งที่ไม่มั่นใจว่าขัดต่อกฎระเบียบทั้ง 5 หมวด ดังต่อไปนี้

#### 3.6.1 หมวดสถานที่

3.6.1.1 สถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน ต้องมีพื้นที่ขายให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้ยาติดต่อกันขนาดไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร ทั้งนี้ไม่รวมถึงพื้นที่เก็บสำรองยา โดยความยาวของด้านที่สั้นที่สุดของพื้นที่ต้องไม่น้อยกว่า 2 เมตร

3.6.1.2 หากมีพื้นที่เก็บสำรองยาเป็นการเฉพาะ ต้องมีพื้นที่เพียงพอ เก็บอย่างเป็นระเบียบ เหมาะสม และไม่วางยาสัมผัสกับพื้นโดยตรง

3.6.1.3 บริเวณสำหรับให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้ยาต้องเป็นสัดส่วนแยกออกจากส่วนบริการอื่นอย่างชัดเจน มีพื้นที่พอสำหรับการให้คำปรึกษาและการจัดเก็บประวัติ รวมทั้งจัดให้มีโต๊ะเก้าอี้สำหรับเภสัชกรและผู้มารับคำปรึกษาอยู่ในบริเวณดังกล่าว พร้อมทั้งมีป้ายแสดงชัดเจน

3.6.1.4 สถานที่ขายยาต้องมีความมั่นคง มีทะเบียนบ้านที่ออกให้โดยส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่เป็นอาคารชุด ต้องมีพื้นที่อนุญาตให้ประกอบกิจการไม่ใช่ที่พักอาศัย

3.6.1.5 สถานที่ขายยาต้องมีความแข็งแรง ก่อสร้างด้วยวัสดุที่คงทนถาวร เป็นสัดส่วนชัดเจน

3.6.1.6 สถานที่ขายยาต้องถูกสุขลักษณะ สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีการควบคุมป้องกันสัตว์ แมลงรบกวน ไม่มีสัตว์เลี้ยงในบริเวณขายยา และอากาศถ่ายเทสะดวก

3.6.1.7 สถานที่ขายยาต้องมีสภาพเหมาะสมต่อการรักษาคุณภาพยา โดยในพื้นที่ขายยาและเก็บสำรองยา ต้องมีการถ่ายเทอากาศที่ดี แห้ง สามารถควบคุมอุณหภูมิให้ไม่เกิน 30 องศาเซลเซียส และสามารถป้องกันแสงแดดไม่ให้ส่องโดยตรงถึงผลิตภัณฑ์ยา

3.6.1.8 สถานที่ขายยาต้องมีแสงสว่างเพียงพอในการอ่านเอกสาร อ่านฉลาก ผลิตภัณฑ์ยาและป้ายแสดงต่างๆ ได้อย่างชัดเจน

3.6.1.9 บริเวณจัดวางยาอันตราย และยาควบคุมพิเศษในพื้นที่ขายยา จะต้อง

3.6.1.9.1 มีพื้นที่เพียงพอในการจัดวางยาแยกตามประเภทของยา และสามารถติดป้ายแสดงประเภทของยาได้ชัดเจนตามหลักวิชาการ

3.6.1.9.2 จัดให้มีวัสดุที่บ่งชี้ปิดบังบริเวณที่จัดวางยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษ สำหรับปิดในเวลาที่ไม่เปิดหรือผู้ที่มีหน้าที่ปฏิบัติการไม่อยู่ปฏิบัติหน้าที่ และจัดให้มีป้ายแจ้งให้ผู้มารับบริการทราบว่าเภสัชกรหรือผู้ที่มีหน้าที่ปฏิบัติการไม่อยู่

### 3.6.2 หมวดอุปกรณ์

3.6.2.1 ตู้เย็น จำนวน 1 เครื่อง (เฉพาะกรณีมียาที่ต้องเก็บรักษาในอุณหภูมิที่ต่ำกว่าอุณหภูมิห้อง) ในสภาพที่ใช้งานได้ตามมาตรฐาน มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการจัดเก็บยาแต่ละชนิดเป็นสัดส่วนเฉพาะ ไม่ใช้เก็บของปะปนกับสิ่งของอื่น

3.6.2.2 ถาดนับเม็ดยา อย่างน้อย 2 ถาดในสภาพใช้งานได้ดี และกรณีต้องมีการแบ่งบรรจุยากลุ่มเพนนิซิลิน หรือยากลุ่มซัลโฟนาไมด์ หรือยากลุ่มต้านการอักเสบชนิดที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ (NSAID) ทั้งนี้ อุปกรณ์นับเม็ดยาสำหรับยาในกลุ่มเพนนิซิลิน หรือยากลุ่มซัลโฟนาไมด์ หรือยากลุ่มต้านการอักเสบชนิดที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ (NSAID) ให้แยกใช้เด็ดขาดจากยากลุ่มอื่นๆ

3.6.2.3 เครื่องวัดความดันโลหิต (ชนิดอัตโนมัติ) จำนวน 1 เครื่อง ในสภาพที่ใช้งานได้ตามมาตรฐาน

3.6.2.4 เครื่องชั่งน้ำหนักสำหรับผู้มารับบริการจำนวน 1 เครื่อง ในสภาพที่ใช้งานได้ดี

3.6.2.5 มีอุปกรณ์ที่วัดส่วนสูงสำหรับผู้มารับบริการจำนวน 1 เครื่อง ในสภาพที่ใช้งานได้ดี

3.6.2.6 อุปกรณ์สำหรับดับเพลิง จำนวน 1 เครื่อง ในสภาพที่สามารถพร้อมใช้งานได้มีประสิทธิภาพ อยู่ในบริเวณสถานที่เก็บยา

### 3.6.3 หมวดวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (บุคลากร)

3.6.3.1 เภสัชกรเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการทางเภสัชกรรมชุมชน

3.6.3.2 พนักงานร้านยา ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและงานที่ได้รับมอบหมายจนสามารถปฏิบัติงานได้ดี และผ่านการอบรมอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ

3.6.3.3 เกสัชกรจะต้องแต่งกายด้วยเสื้อกาวน์สีขาว คิดเครื่องหมายสัญลักษณ์ของสภาเภสัชกรรม และแสดงตนว่าเป็นเภสัชกร ทั้งนี้เป็นไปตามสมควร เหมาะสมแก่ฐานะและศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพเภสัชกรรม แสดงตนให้แตกต่างจากพนักงานร้านยา และบุคลากรอื่นภายในร้านขายยา

3.6.3.4 การแต่งกายพนักงานร้านยาและบุคลากรอื่นภายในร้านขายยา ต้องใส่เสื้อสีขาวแสดงตน ไม่สื่อไปในทางที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจว่าเป็นเภสัชกร

3.6.3.5 มีการแบ่งแยกบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของเภสัชกร พนักงานร้านยาและบุคลากรอื่นภายในร้านขายยาในการให้บริการไว้อย่างชัดเจน โดยคำนึงถึงความถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยยาและกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพเภสัชกรรม

#### 3.6.4 หมวดวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (การควบคุมคุณภาพยา)

3.6.4.1 ต้องมีการคัดเลือกยาและจัดหาจากผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่ายที่ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยยา และมีมาตรฐานตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต จัดเก็บและการขนส่ง

3.6.4.2 ต้องมีการเก็บรักษายาภายใต้สภาวะอุณหภูมิที่เหมาะสม หลีกเลี่ยงแสงแดดเป็นไปตามหลักวิชาการเพื่อให้ยานั้นคงคุณภาพที่ดี

3.6.4.3 ต้องมีระบบตรวจสอบยาที่หมดอายุหรือเสื่อมคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้มีไว้ ณ จุดจ่ายยา

3.6.4.4 ต้องมีระบบการส่งคืนหรือทำลายยาที่หมดอายุ หรือยาเสื่อมคุณภาพให้ชัดเจน ถูกต้องตามหลักวิชาการ ไม่เป็นปัญหาทับสิ่งแวดล้อม รวมถึงระบบการป้องกันการนำยาดังกล่าวไปจำหน่าย

3.6.4.5 ต้องมีระบบการตรวจสอบคุณภาพ ยาคืนหรือยาเปลี่ยนก่อนกลับมาจำหน่าย โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพของยาและความปลอดภัยของผู้ใช้ยา

3.6.4.6 ต้องจัดให้มีระบบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา จัดการคลังสินค้า และการจำหน่ายให้ถูกต้อง เป็นปัจจุบันสามารถสืบย้อนได้

3.6.4.7 ต้องเลือกภาชนะบรรจุที่เหมาะสม เพื่อป้องกันไม่ให้ยาเสื่อมสภาพก่อนเวลาอันสมควร พร้อมฉลากยา

### 3.6.5 หมวดวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (การให้บริการทางเภสัชกรรมในร้านยา)

3.6.5.1 การให้บริการทางเภสัชกรรม ตามหน้าที่ที่กฎหมายว่าด้วยยาและกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพเภสัชกรรมต้องปฏิบัติโดยเภสัชกร

3.6.5.2 ต้องซักถามข้อมูลที่จำเป็นของผู้มารับบริการ เพื่อประกอบการพิจารณาก่อนเลือกสรรยา หรือผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย เหมาะสมกับผู้ป่วยตามหลักวิชาการ สมเหตุสมผลตามมาตรฐานการประกอบวิชาชีพ

3.6.5.3 จัดให้มีฉลากบนซองบรรจุยา หรือภาชนะบรรจุยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ ที่ส่งมอบให้ผู้รับบริการ โดยต้องแสดงข้อมูลอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

1) ชื่อ ที่อยู่ของร้านขายยาและหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้  
2) ข้อมูลเพื่อให้ผู้รับบริการใช้ยาได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ปลอดภัย  
ติดตามได้ ดังนี้

- วันที่จ่ายยา
- ชื่อผู้รับบริการ
- ชื่อยาที่เป็นชื่อสามัญทางยา หรือชื่อการค้า
- ความแรง
- จำนวนจ่าย
- ข้อบ่งใช้
- วิธีใช้ยาที่ชัดเจนเข้าใจง่าย
- ฉลากช่วย คำแนะนำ คำเตือน หรือเอกสารให้ความรู้เพิ่มเติม (ถ้าจำเป็น)
- ลายมือชื่อเภสัชกร

3.6.5.4 การส่งมอบยาอันตรายยาควบคุมพิเศษให้กับผู้รับบริการเฉพาะราย ต้องกระทำโดยเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการเท่านั้น พร้อมให้คำแนะนำตามหลักวิชาการและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ โดยต้องให้ข้อมูลดังนี้

- ชื่อยา
- ข้อบ่งใช้
- ขนาด และวิธีการใช้
- ผลข้างเคียง (Side effect) (ถ้ามี) และอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reaction) ที่อาจเกิดขึ้น
- ข้อควรระวังและข้อควรปฏิบัติในการใช้ยา

- การปฏิบัติเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้ยา

3.6.5.5 มีกระบวนการในการป้องกันการแพ้ยาของผู้มารับบริการ ที่มีประสิทธิภาพเหมาะสม

3.6.5.6 มีกระบวนการคัดกรองและส่งต่อผู้ป่วยที่เหมาะสม

3.6.5.7 กรณีที่มีการผลิตยาตามใบสั่งยาของผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม หรือของผู้ประกอบโรคศิลปะที่สั่งสำหรับคนไข้เฉพาะราย หรือตามใบสั่งยาของผู้ประกอบวิชาชีพ การสัตว-แพทย์สำหรับสัตว์เฉพาะราย และการแบ่งบรรจุยาในสถานที่ยา ให้คำนึงถึงการปนเปื้อน การแพ้ยา โดยต้องจัดให้มีสถานที่อุปกรณ์ ตามที่กำหนดและเป็นไปตามมาตรฐานการประกอบวิชาชีพเภสัชกรรมด้านการผลิตยาสำหรับคนไข้เฉพาะรายของสภาเภสัชกรรม

3.6.5.8 ต้องจัดให้มีกระบวนการเฝ้าระวังอาการไม่พึงประสงค์ พฤติกรรม การใช้ยาไม่เหมาะสม ปัญหาคุณภาพยา และรายงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ

3.6.5.9 จัดให้มีแหล่งข้อมูลอ้างอิงด้านยาที่เหมาะสมเชื่อถือได้ สำหรับใช้ในการให้บริการทางเภสัชกรรมเพื่อส่งเสริมการใช้ยาอย่างถูกต้อง ปลอดภัย รวมทั้งการให้บริการเภสัชสนเทศ

3.6.5.10 การจัดวางสื่อให้ความรู้และสื่อโฆษณาสำหรับผู้มารับบริการ จะต้องได้รับคำยินยอมอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษรจากเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ และให้ถือเป็น ความรับผิดชอบที่เภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการจะต้องควบคุม โดยจะต้องไม่โอ้อวด ไม่บิดเบือน ความจริง ไม่สร้างความเข้าใจผิดให้ผู้บริโภค และต้องผ่านการอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย

3.6.5.11 การดำเนินกิจกรรมด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับผู้มารับบริการใน ร้านยาโดยบุคลากรอื่นซึ่งมิใช่เภสัชกรหรือพนักงานร้านยา จะต้องได้รับคำยินยอมเป็นลายลักษณ์ อักษรจากเภสัชกร และให้ถือเป็นความรับผิดชอบที่เภสัชกรจะต้องควบคุมกำกับกิจกรรม ต่างๆ ในสถานที่ยา ให้ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยยาหรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ สุขภาพนั้นๆ รวมทั้งกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพเภสัชกรรม

3.6.5.12 ไม่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (กระทรวงสาธารณสุข, 2557)



## บทที่ 4

### แผนการตลาด

การตลาดนับว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ผสมผสานกันเพื่อช่วยผลักดันให้สินค้าและบริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน การวางแผนการตลาดหรือการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นนับว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรตามพันธกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กรได้

#### 4.1 เป้าหมายทางการตลาด

##### 4.1.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 0 – 1)

4.1.1.1 การทำให้ร้านขายยา PharmaSeed เป็นที่รู้จักและทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งผู้ที่สุขภาพดีแต่ต้องการดูแลสุขภาพและผู้ป่วยทั้งที่อาศัยอยู่ในชุมชนในละแวกนั้นและบุคคลทั่วไปที่เดินทางผ่านบริเวณนั้น โดยจะวัดผลจากอัตราการเพิ่มขึ้นของลูกค้ารายใหม่อย่างน้อยร้อยละ 10 ในปีแรก ตามอัตราการเติบโตของร้านขายยา (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2558) โดยคำนวณจากจำนวนลูกค้าในเดือนแรกมี 900 คน หรือเฉลี่ย 30 ราย/วัน

4.1.1.2 การสร้างความประทับใจให้ลูกค้ารายเดิมด้วยการให้บริการที่ดีเลิศและการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ โดยวัดผลจากอัตราการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้ารายเดิม ทั้งด้านการปรึกษาแนวทางการดูแลสุขภาพและการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆภายในร้านซ้ำในแต่ละเดือนตลอดระยะเวลาหนึ่งปีต้องมีอัตราการซื้อสินค้าและการใช้บริการซ้ำอย่างน้อยร้อยละ 20 (คู่มือการพัฒนาสุขภาพ, 2555)

##### 4.1.2 เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 – 3)

4.1.2.1 การทำให้ร้านขายยา PharmaSeed เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยจะวัดผลจากอัตราการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้ารายเดิมร้อยละ 20 ในปี 2 และปีที่ 3

4.1.2.2 การเพิ่มยอดขายจากปีแรก โดยวัดผลจากอัตราการเติบโตของยอดขายร้อยละ 10 ในปีที่ 2 และร้อยละ 7 ในปีที่ 3 ตามลำดับ

#### 4.1.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 เป็นต้นไป)

4.1.3.1 การทำให้ร้านขายยา PharmaSeed เป็นทางเลือกอันดับแรกของลูกค้ารายเดิม หรือการทำให้เกิดการซื้อซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำในอัตราร้อยละ 60 จากปีแรก

4.1.3.2 การเพิ่มยอดขายแต่ละปี ในอัตราการเติบโตร้อยละ 5 ในทุกๆปี การกำหนดเป้าหมายทางการตลาดจะมีสมมติฐานในการพยากรณ์ยอดขาย ดังนี้  
 ยอดขายในปีที่ 1 ผู้วิจัยคาดว่าในช่วงปีแรกนี้จะเป็นช่วงการตลาดทดลองตลาด การทำให้ร้านขายยา PharmaSeed เป็นที่รู้จักมากและการสร้างฐานลูกค้าประจำ โดยจากการสังเกตร้านขายยาคู่แข่งในวันพุธที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2560 และวันเสาร์ที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2560 ช่วงเวลา 8.00 – 18.00 ร้านรุ่งเจริญ โอสด ซึ่งเป็นร้านขายยาเพียงร้านเดียวในละแวกนั้น มีลูกค้ารวมในแต่ละวันประมาณ 60 – 70 คน และจากการสอบถามลูกค้าของร้านขายยาดังกล่าวพบว่า ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการที่ร้านขายยาเฉลี่ย 200 บาท/ครั้ง

แต่เนื่องจากร้านขายยา PharmaSeed ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงคาดการณ์ว่า การเข้ามาใช้บริการของลูกค้าต่อวันในช่วงเดือนแรกน่าจะอยู่ที่ประมาณวันละ 30 ราย โดยค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการที่ร้านขายยาเฉลี่ย คิดเป็น 150 บาท/ครั้ง ดังนั้นยอดขายเฉลี่ยต่อวันในเดือนแรกคือ 4,500 บาท โดยร้านเปิดให้บริการทุกวัน ดังนั้นยอดขายในเดือนแรกจึงคิดเป็น 135,000 บาท/เดือน และจากเป้าหมายระยะสั้นที่กำหนดให้อัตราการเพิ่มขึ้นของลูกค้ารายใหม่อย่างน้อยร้อยละ 10 ในปีแรก และอัตราการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการซ้ำอย่างน้อยร้อยละ 20 ดังนั้นเมื่อคำนวณปริมาณลูกค้าที่เพิ่มขึ้นแต่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่าเดิม สามารถสรุปหรือกำหนดยอดขายในปีแรกได้ 2,131,800 บาท

จากเป้าหมายระยะสั้น คือทางร้านต้องสร้าง Brand Awareness และทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้ารายได้เดิมได้ร้อยละ 20 โดยการส่งมอบสินค้าคุณภาพและบริการที่ดีให้กับลูกค้า นอกจากนี้ทางร้านยังจะสร้าง Brand Awareness โดยการจัดทำระบบสมาชิกฟรีในปีแรก ซึ่งสมาชิกจะได้รับสิทธิพิเศษด้านส่วนลดราคาสินค้า กล่าวคือ ได้รับส่วนลดส่วนลดในอัตราร้อยละ 10 สำหรับผลิตภัณฑ์อื่นๆ นอกจากนี้ทางร้านยังจะกระตุ้นการรับรู้ของคนในชุมชนผ่านการทำแผ่นป้ายโฆษณาหน้าร้าน และการแจกแผ่นพับของร้านและวิธีการดูแลสุขภาพที่ดีให้คนในชุมชน จัดทำ Official Line ของทางร้านเพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน และการประชาสัมพันธ์การบริการตรวจคัดกรองโรคเรื้อรังฟรี เป็นต้น

ดังนั้นยอดขายตามเป้าหมายระยะกลาง ผู้วิจัยคาดหวังว่าหลังเมื่อเปิดร้านครบหนึ่งปีแล้วร้านขายยา PharmaSeed จะมีฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยเป็นลูกค้ารายเดิมร้อยละ 20 ของจำนวนลูกค้าในเดือนธันวาคม ปีที่ 1 หรือคิดเป็นจำนวน 263 รายต่อเดือน และจากอัตราการเพิ่มขึ้นของลูกค้าที่ร้อยละ 10 เมื่อสิ้นสุดปีที่ 1 ทางร้านจะมีข้อมูลลูกค้าจำนวน 1,302 รายต่อเดือน หรือคิดเป็น 43 คนต่อวัน และสามารถสร้างรายได้รวมเป็นมูลค่า 2,344,980 บาท ทั้งนี้อัตราการเติบโตของยอดขายคิดเป็นร้อยละ 10 ในปีนี้อัตราการเติบโตสูงเนื่องจากเป็นช่วงระยะเติบโต (Growth)

ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องการเน้นการให้บริการของคนในชุมชนและบริเวณใกล้เคียงเป็นหลัก ดังนั้นในปีที่ 3 เป้าหมายการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้ารายได้เดิมจึงสูงขึ้นเป็นร้อยละ 20 หรือคิดเป็นจำนวนลูกค้ารายเดิม 260 ราย และอัตราการเพิ่มขึ้นของลูกค้ารวมคือคือร้อยละ 5 โดยเมื่อสิ้นปีที่ 3 ทางร้านคาดหวังว่าจะมีลูกค้ารวมทั้งหมดอย่างน้อยจำนวน 1,394 ราย หรือคิดเป็นจำนวน 46 คนต่อวัน ทั้งนี้รายได้ของทางร้านในปีที่สามจะคิดเป็น 2,509,129 บาท หรือ มีอัตราการเติบโตของยอดขายจากปีที่แล้วคิดเป็นร้อยละ 7

ทั้งนี้ยอดขายในปีที่สามนี้ไม่ได้เพิ่มในอัตราที่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ 2 เนื่องจากผู้วิจัยต้องการขยายฐานลูกค้าในชุมชนเป็นหลัก โดยเน้นการจัดกิจกรรมการให้คำปรึกษา การดูแลสุขภาพ การเลิกแอลกอฮอล์ การอดบุหรี่ การตั้งครรภ์ การปฏิบัติตนของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง และบริการตรวจคัดกรองโรคเรื้อรังของคนในชุมชน รวมถึงการตรวจติดตามผลการรักษาและเยี่ยมผู้ป่วยที่บ้านตามโครงการในระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ

เป้าหมายระยะยาว คือการเน้นการสร้าง Brand หรือการทำให้ร้านขายยา PharmaSeed เป็นทางเลือกอันดับแรกของลูกค้ารายเดิม หรือการทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต โดยการทำให้ลูกค้ารู้สึกผูกพันกับทางร้าน ทั้งจากระบบการทำสมาชิก และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพสำหรับสมาชิกทุกคนในครอบครัวของลูกค้า รวมถึงการติดตามผลการรักษาและเยี่ยมผู้ป่วยที่บ้านตามบ้าน และบริการให้การปรึกษาทั้งที่ร้าน ทางโทรศัพท์ของร้าน หรือทางไลน์ของร้าน เป็นต้น

ดังนั้นเมื่อระยะเวลาผ่านไปและสามารถสร้าง Brand Awareness ได้แล้ว และลูกค้าบางท่านที่รู้สึกผูกพันกับทางร้านมากขึ้น ก็จะเริ่มขยายขอบเขตการดูแลสุขภาพจะการรักษาโรคควบคู่ไปกับการให้คำแนะนำในการป้องกันโรค ทั้งจากการกระตุ้นยอดขายผ่านผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดต่างๆ ในแต่ละช่วงอายุของสมาชิกในครอบครัว รวมถึงเครื่องมือแพทย์ เช่น เครื่องวัดความดัน อุปกรณ์ตรวจน้ำตาลในเลือด เครื่องชั่งน้ำหนัก และบริการตรวจความดันที่ร้าน เป็นต้น

โดยจากการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้านี้ ทางร้านคาดหวังว่าจะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายจากในแต่ละปีได้ในอัตราการเติบโตร้อยละ 5 ในทุกๆปี โดยเมื่อสิ้นปีที่ 4 ทางร้านคาดหวัง

ว่าจะมีลูกค้ารวมทั้งหมดยังน้อยเดือนละ 1,464 ราย หรือคิดเป็นจำนวน 49 คนต่อวัน ทั้งนี้รายได้ของทางร้านในปีที่ 4 จะคิดเป็น 2,634,585 บาท หรือ มีอัตราการเติบโตของยอดขายจากปีที่แล้วคิดเป็นร้อยละ 5 และเมื่อสิ้นปีที่ 5 คาดหวังว่าจะมีลูกค้ารวมทั้งหมดยังน้อยเดือนละ 1,537 ราย หรือคิดเป็นจำนวน 51 คนต่อวัน ทั้งนี้รายได้ของทางร้านในปีที่ 5 จะคิดเป็น 2,766,314 บาท หรือ มีอัตราการเติบโตของยอดขายจากปีที่แล้วคิดเป็นร้อยละ 5 และคาดหวังอัตราการเติบโตร้อยละ 5 ในปีต่อไป

## 4.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้า (Segmentation)

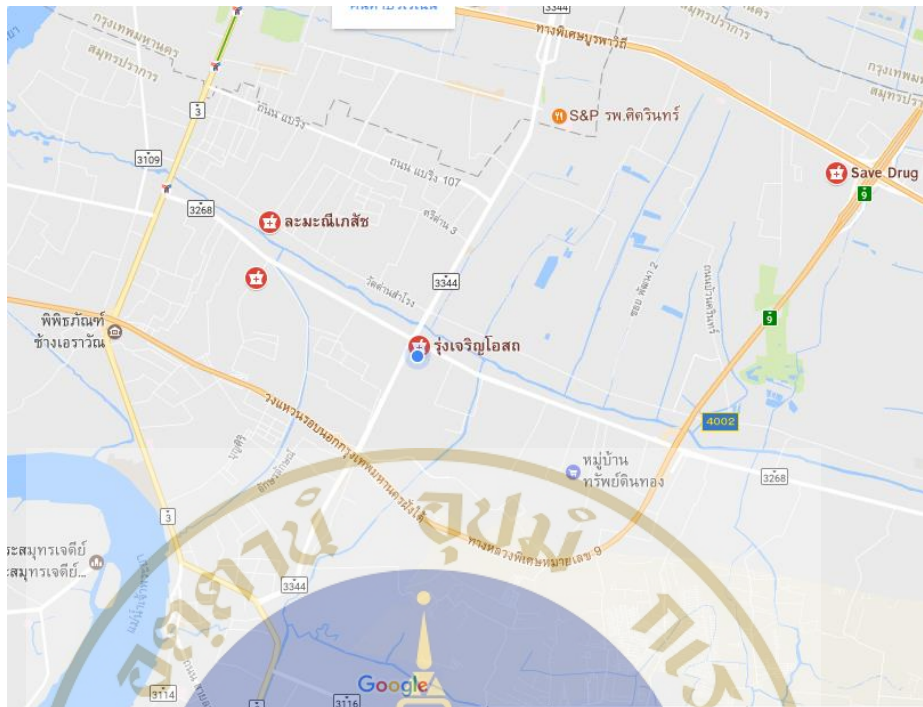
เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ และสามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านช่องทางการสื่อสารกลยุทธ์นั้นกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม Segmentation เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทั้งองค์กรและลูกค้าแต่ละกลุ่ม เมื่อลูกค้าพึงพอใจในการให้บริการของทางร้าน จะช่วยให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งทำให้องค์กรมีความผูกพันกับคนในชุมชนได้มากยิ่งขึ้น และสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้แบ่งกลุ่มลูกค้าของร้านขายยา PharmaSeed ตามลักษณะตัวแปรหรือปัจจัยต่างๆดังต่อไปนี้

### 4.2.1 การจำแนกตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)

ร้านขายยา PharmaSeed จำแนกกลุ่มลูกค้าตามพื้นที่ตั้งของที่อยู่อาศัย เนื่องจากร้านตั้งอยู่บริเวณสี่แยกเทพารักษ์ เป็นเขตชุมชน มีหมู่บ้านตั้งอยู่จำนวนมาก เช่น หมู่บ้านสกุลไพศาล หมู่บ้านร่มโพธิ์ หมู่บ้านที่ดินทอง และ คอนโดมิเนียมลุมพินีมีกซ์ที่มีจำนวนห้องพักสูงถึง 2,041 ยูนิต ในขณะที่เดียวกันก็เป็นจุดเปลี่ยนเส้นทางการเดินทางหลายสาย ทำให้ผู้คนเดินทางผ่านหน้าร้านขายยาจำนวนมาก

ทั้งนี้สามารถแสดงระยะห่างของร้านขายยา PharmaSeed และพื้นที่บริเวณโดยรอบในรัศมี 5 กิโลเมตร ดังนี้ (Google Map, 2017)





รูปที่ 4.1 แผนที่แสดงขอบเขตระยะห่างบริเวณที่ตั้งร้านขายยา PharmaSeed ในรัศมี 1 กิโลเมตร

#### 4.2.2 การจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)

ร้านขายยา PharmaSeed จำแนกกลุ่มลูกค้าตามความแตกต่างด้านอายุและรายได้ เนื่องจากแต่ละช่วงอายุของผู้ป่วยมีความเสี่ยงในการเกิดโรคแตกต่างกัน เช่น เด็กในกลุ่มปฐมวัยหรืออายุ 0 – 5 ปี และเด็กกลุ่มวัยเรียนที่อายุ 5-14 ปี มีปัญหาด้านภาวะโภชนาการเป็นหลัก กลุ่มเด็กวัยรุ่นหรือนักศึกษาที่อายุระหว่าง 15 – 21 ปี ส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับอุบัติเหตุและพฤติกรรมเสี่ยงด้านสุขภาพ เช่น การดื่มแอลกอฮอล์และการสูบบุหรี่ รวมถึง การตั้งครรภ์ ประชากรกลุ่มวัยทำงาน หรือช่วงอายุระหว่าง 15 – 59 ปี ปัญหาสุขภาพที่สำคัญ คือ โรคเมเร็ง โรคระบบทางเดินหายใจ โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคของต่อมไร้ท่อ และ โรคติดเชื้อ เช่น การติดเชื้อเอชไอวี/โรคเอดส์ กลุ่มผู้สูงอายุหรือคนที่อายุ 60 ปีขึ้นไป มักมีปัญหาสุขภาพเกี่ยวกับโรคเรื้อรังต่างๆ โรคเมเร็งตับ โรคหลอดเลือดสมอง และ โรคเบาหวาน เป็นต้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2559)

#### 4.2.3 การจำแนกตามลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)

ร้านขายยา PharmaSeed จำแนกกลุ่มลูกค้าตามรสนิยม และความเชื่อ หรือการรับรู้ด้านคุณภาพยาที่สัมพันธ์กับราคา ยา สำหรับยาต้นแบบ (ยา Original) ที่นำเข้าจากต่างประเทศ และยา



Generic หรือยา Local made ที่ผลิตภายในประเทศไทย โดยจากการรับรู้ที่ต่างกันนี้ทำให้ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มลูกค้ำเป็นสองส่วน ดังนี้

4.2.3.1 กลุ่มลูกค้ำที่มักเรียกหาว่าที่ผลิตภายในประเทศไทย ลูกค้ำกลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มที่ทำกำไรให้ร้านขายยาได้มากเนื่องจากสัดส่วนกำไรของยา Generic นั้นสูงมาก กล่าวคือร้อยละ 20 – 150 ในขณะที่ยาต้นแบบมีสัดส่วนกำไรในร้านขายยาเพียงร้อยละ 13 – 40 เท่านั้น (Practice & Industry, 2015)

4.2.3.2 กลุ่มลูกค้ำที่มักเรียกหาว่าต้นแบบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายรองและจะจ่ายค่ากลุ่มนี้เมื่อลูกค้ำเรียกกร้องเท่านั้น

นอกจากนี้ผู้บริโภคทั่วไปมักให้ความสำคัญกับการได้รับบริการจากเภสัชกร เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือและเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านยา ซึ่งร้านขายยา PharmaSeed นั้นมีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่ได้ให้ความสำคัญการแบ่งกลุ่มลูกค้ำตามลักษณะทางจิตวิทยามากนัก

#### 4.2.4 การจำแนกตามลักษณะด้านอรรถประโยชน์ (Utility Segmentation)

ผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจึงได้รับความนิยมมาก ซึ่งร้านขายยา PharmaSeed เน้นทั้งการดูแลสุขภาพและการป้องกันโรค รวมถึงมีผลิตภัณฑ์สุขภาพที่หลากหลาย เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อการป้องกันโรค และผลิตภัณฑ์ยาเพื่อการรักษาโรค เป็นต้น

#### 4.2.5 การจำแนกตามลักษณะทางพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Segmentation)

พฤติกรรมการเข้าร้านขายยาของคนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในปัจจุบัน มักเข้าไปเพื่อซื้อยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหรือวิตามิน อุปกรณ์ทางการแพทย์ และปรึกษาเกี่ยวกับการใช้ยา โดยส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เข้าร้านขายยาเดือนละ 1 – 2 ครั้ง และมักซื้อยากลุ่มแก้ปวดและลดไข้เป็นหลัก โดยมักเข้าใช้บริการร้านขายยาระหว่าง เวลา 18.01 – 22.00 นาฬิกา (กานต์มณี สมบูรณ์เหลือ, 2559)

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการร้านบู๊ทส์มีพฤติกรรมการใช้ยาไม่เหมาะสม เช่น ต้องการใช้ยาโดยไม่มีความจำเป็น ขาดความรู้และความระมัดระวังในการใช้ยา ระยะเวลาการใช้ยา ความถี่ในการใช้ยา ไม่ให้ความร่วมมือในการตอบการซักประวัติก่อนการจ่ายยา ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยแก่ผู้ใช้ยาได้ (นันทวนิช, 2558) อีกทั้งผู้สูงอายุยังประสบปัญหาในการลิ้มทานยาอีกด้วย (ThaiSeniorMarket, 2559)

### 4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target)

จากการกำหนดกลุ่มลูกค้า (Segmentation) เพื่อให้ร้านขายยา PharmaSeed สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้ดียิ่งขึ้นและเน้นให้การสื่อสารกับลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ตรงประเด็น ชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมายของทางร้าน ผ่านกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดผู้วิจัยจึงแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

#### 4.3.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

คนในชุมชน หรือผู้ที่อาศัยบริเวณใกล้เคียงแหล่งที่ตั้งร้าน ในระยะรัศมี 5 กิโลเมตร เท่านั้น โดยทางร้านจะให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มนี้เป็นหลัก เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่า อีกทั้งเภสัชกรยังสามารถตรวจติดตามผลการรักษาได้สะดวก สามารถไปเยี่ยมผู้ป่วยตามบ้านอยู่ในโครงการพัฒนาระบบการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังอย่างต่อเนื่อง โดยร้านยาคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติได้ไม่ยากนัก

นอกจากนี้ลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีแนวโน้มในการกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการซ้ำตามเป้าหมายทางการตลาดที่องค์กรกำหนดไว้ และสามารถสร้างความผูกพันระหว่างลูกค้าละทางร้านได้ง่ายกว่ากลุ่มเป้าหมายรอง เนื่องจากข้อจำกัดด้านระยะทาง โดยเน้นที่ประชากรกลุ่มวัยทำงานและผู้สูงอายุหรือช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เนื่องจากความเสี่ยงของปัญหาสุขภาพของคนกลุ่มนี้นั้นจัดอยู่ในกลุ่มโรคเรื้อรังที่ที่ต้องการการดูแลและรักษาอย่างต่อเนื่อง จึงสามารถสร้างรายได้และการเติบโตให้ร้านขายยาได้ในระยะยาว

นอกจากนี้ประชากรกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มมีอำนาจในการซื้อสูงเนื่องจากหารายได้ได้ด้วยตนเองและมักเป็นผู้ที่เลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัวกลุ่มอื่นๆ สำหรับผู้สูงอายุนั้นมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นและดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้นจึงเป็นกลุ่มเป้าหมายของทางร้าน โดยลูกค้ากลุ่มนี้นั้นทั้งการดูแลรักษาและการป้องกันโรค การให้คำแนะนำปัญหาสุขภาพและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเวชสำอางค์เพื่อความสวยความงาม

#### 4.3.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

คนนอกชุมชน ที่พักอาศัยอยู่ไกลจากสถานที่ตั้งร้านเกินระยะรัศมี 5 กิโลเมตร เนื่องจากจำนวนคนที่เดินทางผ่านบริเวณนี้มีสูงมากในแต่ละวัน เพราะเป็นบริเวณที่รับส่งของโรงงานต่างๆจำนวนมาก มาจอดเพื่อรับส่งพนักงานทั้งในช่วงเวลาเช้า เย็น และค่ำ จึงมีโอกาสนในการเพิ่มยอดขายกับลูกค้ากลุ่มนี้ได้มาก และสอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร ในการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ในแต่ละปี

นอกจากนี้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรองนี้ยังรวมถึงคนในชุมชน ที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี กล่าวคือ เด็กกลุ่มปฐมวัย เด็กวัยเรียน และเด็กวัยรุ่นหรือนักศึกษา แม้ว่ากลุ่มนี้อำนาจในการซื้อจะน้อยกว่ากลุ่มเป้าหมายหลัก แต่ก็ยังเป็นสมาชิกในครอบครัวที่เมื่อมีปัญหาสุขภาพผู้ปกครองก็พร้อมที่จะช่วยเหลือ และยังเน้นการขายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับการพัฒนาการเรียนรู้ หรือกระตุ้นความจำได้อีกด้วย อีกทั้งวิสัยทัศน์ของร้านขายยา PharmaSeed คือการเป็นศูนย์กลางรวมสุขภาพที่ดีของคนในชุมชน และเป็นที่ยี่งด้านสุขภาพของสมาชิกทุกคนในทุกครอบครัว ดังนั้นกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายรองของทางร้าน

ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายของร้านขายยา PharmaSeed สามารถแสดงได้ ดังนี้

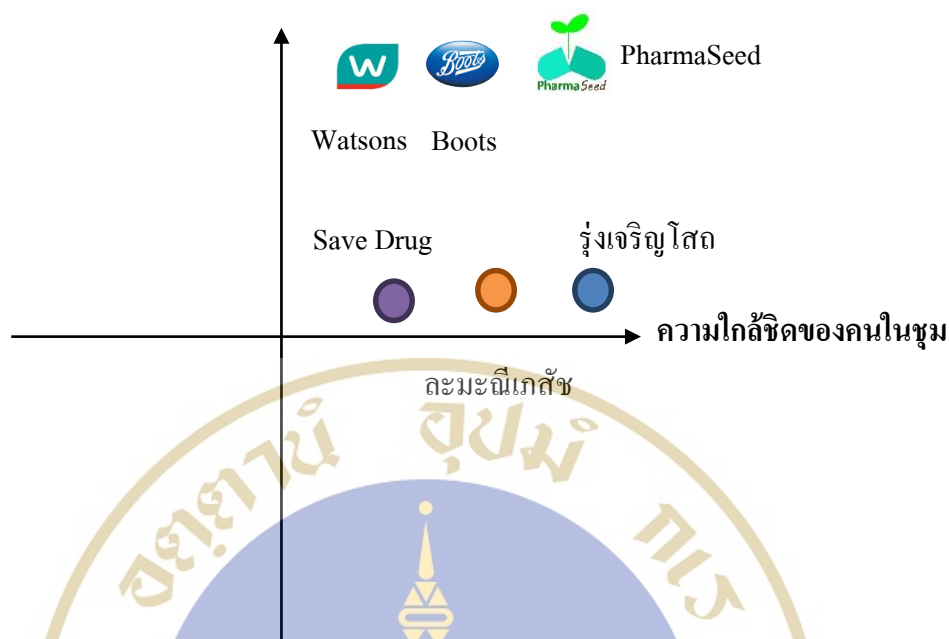
<b>Geo-geographic</b>	คนนอกชุมชน เกิน 5 กม		คนในชุมชน รัศมี 5 กม	
<b>Demo-graphic</b>	ปฐมวัย 0 – 4 ปี	วัยเรียน 5 – 14 ปี	วัยทำงาน 15 – 59 ปี	ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป
<b>Behavior</b>	ชื้อยา	อาหารเสริม	เครื่องสำอาง	คัดกรองโรค
	↓		↓	
	กลุ่มเป้าหมายรอง		กลุ่มเป้าหมายหลัก	

รูปที่ 4.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target)

#### 4.4 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

การวิเคราะห์โดย Perceptual Map นั้นจะใช้แกนตั้งเป็นคุณภาพการบริการของร้านยา คุณภาพที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานรับรองคุณภาพร้านยา ภายใต้สภากาชาด และ แกนนอนเป็นความใกล้ชิดของคนในชุมชน เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักคือคนในชุมชน

### การรับรองร้านยาคุณภาพ



รูปที่ 4.3 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Perceptual Map)

### 4.5 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps)

ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ คือกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่ทางธุรกิจนำมาใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้และบรรลุเป้าหมายทางการตลาดตามที่องค์กรกำหนดไว้ ซึ่งประกอบด้วย

#### 4.5.1 กลยุทธ์ด้านสินค้าหรือบริการ (Product/Service)

4.5.1.1 ตราสินค้า เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของร้านขายยา PharmasSeed คือ กลุ่มวัยทำงานและผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในละแวกนั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะใช้สัญลักษณ์และป้ายชื่อร้านสีขาวเขียวขนาดใหญ่มีลักษณะนูนขึ้นมาเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน โดยมีการออกแบบสัญลักษณ์และป้ายชื่อร้าน ดังนี้



รูปที่ 4.4 ตราสัญลักษณ์และป้ายชื่อร้านขายยา PharmaSeed แบบที่ 1

โดยชื่อร้านขายยา PharmaSeed นี้ผู้วิจัยต้องการแสดงจุดเด่นของร้านให้คนในชุมชนทราบ เกี่ยวกับการเป็นเมล็ดพันธุ์ด้านการดูแลสุขภาพที่กำลังเติบโตขึ้นในชุมชนแห่งนี้พร้อมกับคนในชุมชน และการมีส่วนร่วมในชุมชนที่จะคอยดูแลสุขภาพและเยี่ยมผู้ป่วยตามบ้าน โดยคำว่า PharmaSeed นี้เป็นการเชื่อมโยงคำว่า Pharma ที่สื่อถึงยา และคำว่า Seed ที่สื่อถึงเมล็ดพันธุ์ที่จะเติบโตในอนาคต ซึ่งชื่อร้าน PharmaSeed จะออกเสียงคล้ายกับคำว่า Pharmacist ในภาษาอังกฤษซึ่งแปลว่า เกษษกร ทั้งนี้เพื่อต้องการสื่อสารให้ทุกคนทราบและมั่นใจว่าร้านขายยา PharmaSeed นี้มี เกษษกรปฏิบัติหน้าที่และพร้อมให้คำปรึกษากับลูกค้าจริง เพื่อสร้างการรับรู้ใหม่ของคนในชุมชนและบุคคลอื่นทั่วไป และตราสัญลักษณ์ที่แสดงถึงรูปยาเม็ดกลมและมียอดอ่อนของใบไม้ที่แสดงการเติบโตอยู่ด้านในเพื่อแสดงถึงการเป็นการเป็นเมล็ดพันธุ์ด้านสุขภาพในการดูแลคนในชุมชนและเติบโตไปพร้อมกับคนในชุมชน ซึ่งเป็นการเน้นย้ำการใส่ใจคนในชุมชนด้วย

ทั้งนี้เมื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และป้ายชื่อร้านเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทดลองสุ่มให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแสดงความคิดเห็นจำนวน 10 ท่าน โดยมี 7 ท่าน แสดงความคิดเห็นว่าป้ายชื่อร้านไม่สื่อถึงความหมายตามที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอและสีขาวนั้นทำให้ดูแลทำความสะอาดได้ยาก สำหรับตราสัญลักษณ์ไม่ชัดเจน ไม่สื่อถึงรูปยา และไม่แน่ใจว่าเป็นรูปใบไม้หรือไม่ ทำให้ไม่เชื่อมโยงกับความหมายของร้านได้ยาก จึงแนะนำให้เปลี่ยน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงออกแบบตราสัญลักษณ์และป้ายชื่อร้านใหม่โดยแยกสองส่วนออกจากกันเพื่อให้สื่อสารชื่อร้านได้ง่ายยิ่งขึ้น ดังนี้



รูปที่ 4.5 ตราสัญลักษณ์แบบที่ 2





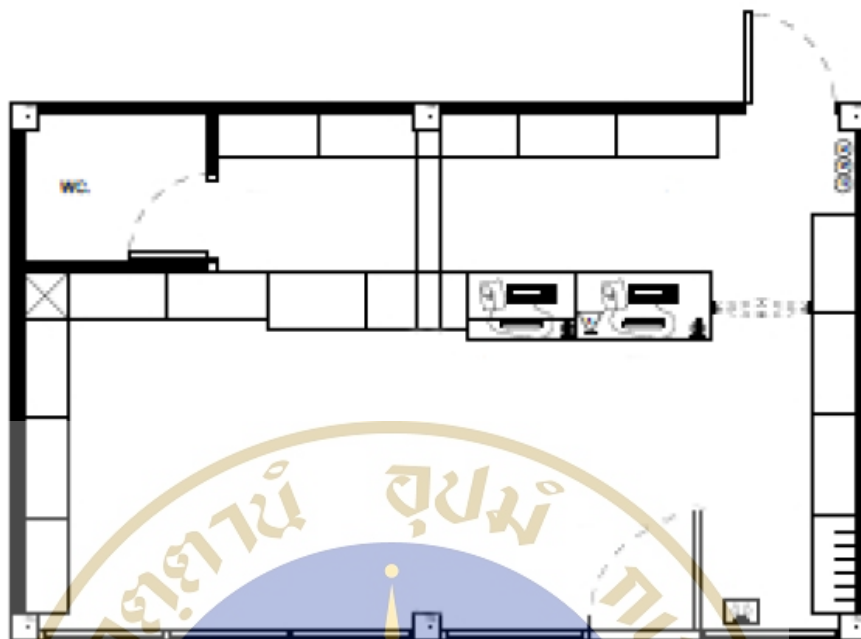
#### รูปที่ 4.6 ป้ายชื่อร้านขายยา PharmaSeed แบบที่ 2

ทั้งนี้เมื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และป้ายชื่อร้านแบบที่ 2 เพื่อให้สามารถสื่อความหมายการใส่ใจสุขภาพ และการเติบโตจากรูปยอดอ่อนของใบไม้โดยเปลี่ยนสีเป็นเขียว เพื่อกระตุ้นความรู้สึกสดชื่น สดใส และสื่อถึงธรรมชาติเพื่อให้สอดคล้องกับรูปใบไม้ อีกทั้งยังใกล้เคียงกับสีเขียวมะกอก ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของวิชาชีพเภสัชกรรมอีกด้วย

สำหรับตราสัญลักษณ์ที่ไม่ชัดเจน ไม่สื่อถึงรูปยา ผู้วิจัยได้เปลี่ยนจากยาเม็ดกลมเป็นยาแคปซูลที่เปิดออกมาเป็นยอดอ่อนของใบไม้ เปรียบเสมือนเมล็ดพันธุ์สุขภาพของคนในชุมชนที่กำลังเติบโต และสามารถเชื่อมโยงกับความหมายของร้านได้ดียิ่งขึ้น โดยสัญลักษณ์นี้จะติดอยู่หน้าร้านทำให้มองเห็นได้ง่าย และเนื่องจากมีชื่อร้านอยู่ด้านล่างสัญลักษณ์ด้วยจึงทำให้มองเห็นชัดเจน

จากนั้นผู้วิจัยจึงสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดิมอีกครั้ง พบว่าร้อยละ 80 ชอบสัญลักษณ์และป้ายชื่อแบบที่ 2 เนื่องจากมีรูปแบบที่โดดเด่นความหมายของชื่อ และแนวคิดของทางร้านได้ดี สามารถจูงใจให้มาใช้บริการร้านได้ และสร้างความรู้สึกร่วมกันของคนในชุมชนในการช่วยเหลือและตัดสินใจร่วมกัน

4.5.1.2 รูปแบบร้าน ร้านขายยา PharmaSeed มีลักษณะการให้บริการโดยเน้นให้ลูกค้าเดินสะดวก และพนักงานมองเห็นลูกค้าได้ชัดเจนทุกมุม มีพื้นที่สำหรับการให้คำปรึกษาแยกส่วนชัดเจนทั้งแบบโต๊ะนั่งด้านนอกและห้องที่เป็นส่วนตัว ยาที่ต้องจ่ายโดยเภสัชกรอยู่ในบริเวณที่ลูกค้าหยิบเองไม่ได้ แต่สินค้าอื่นลูกค้าสามารถเลือกได้สะดวก โดยเน้นสีเขียวเพื่อให้รู้สึกสดชื่นและสอดคล้องกับชื่อและสัญลักษณ์ของร้าน โดยมีแผนผังการให้บริการ ดังนี้



รูปที่ 4.7 แผนผังการให้บริการ

สำหรับผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยจะใช้นั้นความหลากหลายของสินค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการดูแลสุขภาพได้ และมีเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าเข้าร้านจากการรับรองจากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) นอกจากนี้ยังเน้นการให้คำปรึกษาทางด้านสุขภาพโดยเภสัชกรประจำร้าน และเน้นการคัดกรองโรคเรื้อรังของคนในชุมชนและสร้างความผูกพันและแสดงความเอาใจใส่คนในชุมชนโดยการไปเยี่ยมหรือตรวจติดตามผลการรักษาผู้ป่วยที่บ้าน ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านยาแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

4.5.1.3 ผลิตภัณฑ์ยา ทั้งยาแผนปัจจุบัน ยาแผนโบราณ และ สมุนไพรต่างๆ ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักภายในร้านที่เน้นการรักษาโรคทั่วไปและโรคเรื้อรังตามใบรับรองแพทย์ รวมถึงการป้องกันโรคต่างๆ ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายทั้งประเภท และตราสินค้ารวมถึงแหล่งผลิตทั้งจากภายใน (Local Made Drug) และภายนอกประเทศ (Original Drug) เพื่อให้เหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละรายทั้งด้านความต้องการและเศรษฐกิจของผู้รับบริการ โดยคัดเลือกและส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการโดยเภสัชกรเท่านั้น

4.5.1.4 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ในการป้องกันโรคและการดูแลสุขภาพที่ได้รับการรับรองสรรพคุณ โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ อย. เท่านั้น

4.5.1.5 ผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็กกลุ่มปฐมวัย (0 – 5 ปี)

4.5.1.6 ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเวชสำอางค์ที่ได้รับความนิยมเชื่อถือ และวางจำหน่ายในร้านขายยาทั่วไปและโรงพยาบาล เช่น Physiogel และ Eucerine เป็นต้น

4.5.1.7 อุปกรณ์หรือเครื่องมือทางการแพทย์ เช่น ถุงยางอนามัย เครื่องวัดความดัน เครื่องตรวจน้ำตาล อุปกรณ์สำหรับการทำแผล โปรทวัดไซ้ และเครื่องชั่งน้ำหนัก เป็นต้น โดยทางร้านจะให้คำแนะนำและอธิบายวิธีการใช้อย่างละเอียดรวมถึงการประสานงานกับบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายในการรับประกันคุณภาพสินค้าและบริการหลังขายเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค

4.5.1.8 ให้บริการการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่บ้านของผู้ป่วย บริการการคัดกรองโรคเรื้อรัง เช่น โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง ตามโครงการพัฒนาระบบการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังต่อเนื่อง โดยร้านยาคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ปี 2559 โดยมีบริการดูแลการใช้ยา (MTM) การเยี่ยมบ้าน (Home Visit) การเติมยา (Refill) จากการทำเป็นหน่วยร่วมบริการในระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ

4.5.1.9 บริการให้คำปรึกษาการดูแลสุขภาพด้านต่างๆที่เหมาะสมกับความเสี่ยงด้านปัญหาสุขภาพของคนในชุมชนแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มเด็กวัยรุ่นหรือนักศึกษาช่วงอายุ 15 – 21 ปี ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงด้านการดื่มแอลกอฮอล์ สูบบุหรี่ และการตั้งครรภ์ (กระทรวงสาธารณสุข, 2559) และแนวทางการปฏิบัติตนของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง เช่น โรคเบาหวาน โรคหัวใจ ความดันโลหิตสูง โรคไต รวมถึงการให้คำปรึกษาด้านเพศและโรคติดต่อต่างๆ เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านสินค้าหรือบริการของร้านที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อ มีดังนี้

4.5.1.10 มีสินค้าหลากหลาย ครอบคลุมทุกโรค และสินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดีได้รับการรับรองจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องทุกประเภทสินค้า

4.5.1.11 มีสินค้าสุขภาพที่ทันสมัย เช่น สินค้ายี่ห้อใหม่ๆ

4.5.1.12 มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยา เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อุปกรณ์การแพทย์ และนม เพื่อครอบคลุมทุกช่วงอายุของคนในชุมชน

4.5.1.13 มีบริการคัดกรองโรคเรื้อรัง เช่น โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง สำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงฟรี โดยผู้รับบริการหรือลูกค้าไม่มีค่าบริการแต่ทางร้านยาสามารถเรียกเก็บค่าตรวจคัดกรองจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องเนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ

4.5.1.14 มีบริการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่บ้านของผู้ป่วยฟรี

4.5.1.15 มีบริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลิกดื่มแอลกอฮอล์ การเลิกสูบบุหรี่ และการตั้งครุฑพีรี

#### 4.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ยาและสินค้าอื่นๆ ของร้านขายยา PharmaSeed เป็นราคาที่สมเหตุสมผลตามคุณภาพของสินค้าและบริการของร้าน โดยทางร้านตั้งราคาใกล้เคียงกับราคาตลาด แต่บางรายการสินค้าอาจมีราคาต่ำกว่าคู่แข่งเพียงเล็กน้อยเพื่อกระตุ้นยอดขายแต่ จะไม่ใช่กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคา ทั้งนี้กลยุทธ์ด้านราคาของร้านขายยา PharmaSeed มีดังนี้

4.5.2.1 ตั้งราคาโดยคำนวณเปรียบเทียบจากต้นทุนและผลกำไรที่ผู้ประกอบการพึงพอใจ

4.5.2.2 ตั้งราคาสินค้าตามราคาตลาดและคำนึงถึงการยอมรับจากลูกค้า

4.5.2.3 มีป้ายแสดงราคาสินค้าคิดที่บรรจุภัณฑ์ทุกชนิดชัดเจน โดยสินค้าบางรายการที่มีป้ายราคาแสดงอยู่บนบรรจุภัณฑ์จากโรงงานหรือบริษัทผู้จัดจำหน่ายทางร้านจะตั้งราคาต่ำกว่าป้ายเล็กน้อยเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าการที่ร้านถูกกว่าที่อื่น

4.5.2.4 ไม่คิดค่าบริการการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพต่างๆจากลูกค้า รวมถึงการตรวจติดตามผลการรักษาผู้ป่วยตามบ้าน เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถเรียกเก็บจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องได้

4.5.2.5 ไม่คิดค่าอุปกรณ์สำหรับการตรวจคัดกรองโรคเรื้อรังจากลูกค้า เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถเรียกเก็บจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องได้

#### 4.5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก คือ ร้านขายยา PharmaSeed ซึ่งอยู่ริมใกล้กับสี่แยกเทพารักษ์ที่มีคนพลุกพล่าน เป็นจุดรับส่งพนักงานของรถโรงงานหลายแห่ง มีหมู่บ้านและที่อยู่อาศัยหลายแห่ง แสงแดดไม่สามารถส่องถึงผลิตภัณฑ์ภายในร้าน ได้จึงไม่ทำให้ยาเสื่อมคุณภาพจากแสง ป้ายร้านชัดเจนมองเห็นในระยะไกล ภายในร้านสะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ มีการควบคุมสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสม มีป้ายแสดงตนตามมาตรฐานเภสัชวิชาชีพ

ช่องทางการจัดจำหน่ายรอง คือ การรับบริการปรึกษาปัญหาสุขภาพและให้ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์ รวมถึงบริการตรวจติดตามผลการรักษาและเยี่ยมผู้ป่วยตามบ้าน

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านขายยา PharmaSeed มีดังนี้



4.5.3.1 การมีบริการตรวจติดตามผลการรักษาและเยี่ยมผู้ป่วยตามบ้าน เป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่อำนวยความสะดวกในการรับบริการให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

4.5.3.2 ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชนมีที่พักอาศัยหลายแห่ง และผู้คนพลุกพล่าน สามารถมองเห็นได้ง่าย

4.5.3.3 หน้าร้านมีทางม้าลายสำหรับข้ามถนนผู้คนผ่านจำนวนมากและสามารถข้ามถนนได้บริเวณเดียวเนื่องจากรื้อกันเกาะกลางถนน คนที่ข้ามถนนจะมองเห็นได้ชัด

4.5.3.4 ร้านมีลักษณะตรงตามมาตรฐานเภสัชวิชาชีพทุกประการ

4.5.3.5 แสงแดดไม่สามารถส่องผลิตภัณฑ์ภายในร้านได้ จึงไม่ทำให้ยาเสื่อมคุณภาพ

#### 4.5.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion)

เพื่อให้กิจกรรมการส่งเสริมการขายในแต่ละช่วงเวลาสอดคล้องกับเป้าหมายแต่ละระยะ ผู้วิจัยจึงแบ่งกิจกรรมการส่งเสริมการขายในแต่ละช่วงเวลาดังนี้

4.5.4.1 ช่วงปีที่ 1 เพื่อกระตุ้นการรับรู้การเปิดร้านขายยา PharmaSeed ซึ่งช่วงนี้ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงการเปิดตัวของร้านจึงมีจัดกลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมส่งเสริม ดังนี้

1) แจกแผ่นพับของร้านและวิธีการดูแลสุขภาพที่ดีให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานและผู้สูงอายุ และสร้างสัมพันธ์ที่ดีอยู่แล้วให้ใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น

2) ทำแผ่นป้ายโฆษณาหน้าร้าน และ

3) แจกคู่มือสำหรับการทำบัตรสมาชิกฟรีและคู่มือส่วนลดร้อยละ 10 สำหรับซื้อสินค้าภายในร้านที่ไม่ใช่ยา เพื่อสร้าง Brand awareness ให้แก่คนในชุมชนและสามารถเพิ่มยอดขายจากกิจกรรมส่งเสริมการขายนี้ได้ด้วย

4) จัดทำ Official Line ของทางร้านเพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน กิจกรรมส่งเสริมการขายให้ลูกค้าทราบ รวมถึงให้คำแนะนำการดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่ไม่สะดวกเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชน ประชาสัมพันธ์ร้าน และทำให้เกิด Brand Awareness อีกด้วย

5) รับสมัครสมาชิกจากทางร้านเพื่อรับสิทธิประโยชน์จากร้าน เช่น ส่วนลดร้อยละ 10 สำหรับค่าสินค้าอื่นๆภายในร้าน เพื่อเป็นการสร้าง brand loyalty ของลูกค้า โดยสามารถสมัครสมาชิกได้ฟรี



6) ประชาสัมพันธ์การบริการตรวจคัดกรองโรคเรื้อรังฟรี หรือ ตรวจสุขภาพฟรี เช่น วัดความดันโลหิตและน้ำตาลในเลือด เป็นต้น โดยจากการสัมภาษณ์คนในชุมชนทั้ง 10 ท่าน ทุกคนชื่นชอบบริการนี้มากและเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ทุกคนให้มาบริการที่ร้าน ซึ่งแม้ว่าทางร้านจะไม่คิดค่าบริการจากลูกค้าแต่ทางร้านสามารถเรียกเก็บค่าบริการจากหน่วยงานรัฐที่เป็นผู้รับผิดชอบโครงการพัฒนาระบบการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังอย่างต่อเนื่องโดยร้านยาคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ หรือสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) ได้

4.5.4.2 ช่วงปีที่ 2 ถึงปีที่ 3 เพื่อขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นจึงมีจัดกลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมส่งเสริม ดังนี้

1) บริการให้คำปรึกษาการดูแลสุขภาพ การเลิกแอลกอฮอล์ การอดบุหรี่ การตั้งครรภ์ การปฏิบัติตนของผู้ป่วยโรคเรื้อรัง และการคำแนะนำการใช้ยาเทคนิคพิเศษฟรี

2) บริการตรวจคัดกรองโรคเรื้อรัง เช่น โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง สำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงฟรี

3) บริการตรวจติดตามผลการรักษาและเยี่ยมผู้ป่วยที่บ้าน ฟรี โดยผู้รับบริการหรือลูกค้าไม่มีค่าบริการแต่ทางร้านยาสามารถเรียกเก็บค่าตรวจคัดกรองจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องเนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติได้

4.5.4.3 ช่วงปีที่ 4 เป็นต้นไป เพื่อขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นอีกและรักษาฐานลูกค้าเดิม จึงมีจัดกลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมส่งเสริม ดังนี้

1) บริการตรวจคัดกรองโรคเรื้อรัง เช่น โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง สำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงรายใหม่และบริการตรวจติดตามผลการรักษาผู้ป่วยที่บ้านเพิ่มเติม

2) สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของการบริการให้ดียิ่งขึ้น

#### 4.5.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

ธุรกิจร้านขายยานั้นการให้บริการและคำแนะนำที่ดีนับเป็นสิ่งสำคัญ โดยทั้งเภสัชกรและผู้ช่วยเภสัชกรต้องมีความพร้อมในการให้บริการและดูแลลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังนี้

4.5.5.1 มีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดระยะเวลาทำการ

4.5.5.2 มีแบบฟอร์มเครื่องแต่งกายที่ต่างกันของพนักงานแต่ละตำแหน่ง

4.5.5.3 พนักงานต้องปฏิบัติตามบทบาทและหน้าที่ที่ระบุไว้ในคู่มือการ

ปฏิบัติงานทุกประการ

4.5.5.4 พนักงานควรให้บริการลูกค้าเหมือนการดูแลคนในครอบครัวและ  
บริการด้วยความอ่อนโยน เอาใจใส่ และในขณะที่เดียวกันต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้  
อย่างรวดเร็ว

4.5.5.5 พนักงานทุกคนต้องมีใจรักบริการและยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่เสมอ

4.5.5.6 พนักงานทุกคนต้องสามารถรู้จักลูกค้าประจำและสามารถจำชื่อ  
ลูกค้าและสมาชิกของคนในครอบครัวได้เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

#### 4.5.6 กลยุทธ์กระบวนการให้บริการ (Process)

ร้านขายยา PharmaSeed ให้ความสำคัญด้านกระบวนการทำงานมากเนื่องจากขั้นตอน  
หรือวิธีการทำงานของธุรกิจบริการนั้นสัมผัสกับลูกค้าโดยตรง ดังนั้นเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดในการ  
ทำงานหรือปัญหาจากความเข้าใจคลาดเคลื่อน ร้านขายยา PharmaSeed มีคู่มือปฏิบัติงานสำหรับ  
พนักงานทุกตำแหน่ง ตามที่ระบุรายละเอียดไว้ก่อนนี้ซึ่งระบุขอบเขตความรับผิดชอบ หน้าที่ สิ่ง  
ที่พนักงานแต่ละตำแหน่งสามารถปฏิบัติได้ รวมถึงข้อห้ามต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างความ  
ประทับใจและพึงพอใจให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการที่ร้าน แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงมีการปรับกระบวนการ  
ให้บริการที่ดี กระชับ รวดเร็ว และตรงตามมาตรฐานร้านขายยา อีกด้วย

#### 4.5.7 กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evident)

เนื่องจากการให้บริการ โดยเภสัชกรนั้นเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเลือกเข้า  
รับบริการที่ร้านขายยา รวมถึงภาพลักษณ์ของร้านขายยาที่เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจ  
เลือกใช้บริการ ดังนั้นร้านขายยา PharmaSeed จึงออกแบบกลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการดังนี้

4.5.7.1 มีรูปแบบการแต่งกายที่แตกต่างกันระหว่างเภสัชกรและผู้ช่วย  
เภสัชกรเพื่อให้ลูกค้าทราบได้ชัดเจน โดยการแต่งกายของพนักงานของร้านต้องสุภาพเรียบร้อย  
เภสัชกรจะต้องสวมเสื้อกราวด์ ปักชื่อและนามสกุลไว้บนเสื้อ

4.5.7.2 การจัดร้านเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด สวยงาม และสามารถ  
ทำงานได้สะดวก

4.5.7.3 มีป้ายแสดงการรับรองร้านยาคุณภาพ โดยสำนักงานรับรอง  
คุณภาพร้านยา ติดอยู่ที่หน้าร้านและภายในร้านอย่างชัดเจนเพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า ดังนี้



รูปที่ 4.8 ป้ายแสดงการรับรองร้านยาคุณภาพ

4.5.7.4 มีป้ายแสดงการเข้าร่วมโครงการร้านขายยาในระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ดังนี้



รูปที่ 4.9 ป้ายแสดงการเข้าร่วมโครงการร้านขายยาในระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ

## บทที่ 5

### การบริหารจัดการในองค์กร

#### 5.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

ร้านขายยา PharmaSeed มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบันที่จดทะเบียนเป็นร้านยาคุณภาพ โดยมีเจ้าของคนเดียว ทั้งนี้เจ้าของกิจการเป็นผู้มีสิทธิ์ในสินทรัพย์ และเป็นผู้รับส่วนของกำไรหรือขาดทุนทั้งหมดนั้นแต่เพียงผู้เดียว ตลอดจนรับผิดชอบในหนี้สินที่เกิดขึ้นทั้งหมดของกิจการ โดยไม่จำกัดจำนวน

ธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นในรูปของกิจการเจ้าของคนเดียว มีการจัดตั้งและการบริหารงานง่ายและรวดเร็ว เนื่องจากการตัดสินใจขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว แต่การขยายกิจการทำได้ยากเนื่องจากข้อจำกัดด้านเงินทุน การกู้ยืมเงินจากเจ้าหนี้จึงขึ้นอยู่กับฐานะและชื่อเสียงของเจ้าของเพียงผู้เดียว โดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 1,500,000 บาท ซึ่งเป็นส่วนของเจ้าของทั้งหมด

ชื่อธุรกิจ	: ร้านขายยา PharmaSeed
เจ้าของธุรกิจ	: นางสาว ลภัสรดา ยุกตไสย
รูปแบบธุรกิจ	: เจ้าของคนเดียว
ที่ตั้ง	: ถนนเทพารักษ์ ตำบลเทพารักษ์ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10270
บริการ	: จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อุปกรณ์การแพทย์ เวชสำอาง และบริการให้คำแนะนำด้านสุขภาพ
เปิดดำเนินการ	: 1 มกราคม 2561
เวลาทำการ	: เปิดทำการทุกวันตั้งแต่ 10.00 น. ถึง 21.00 น.

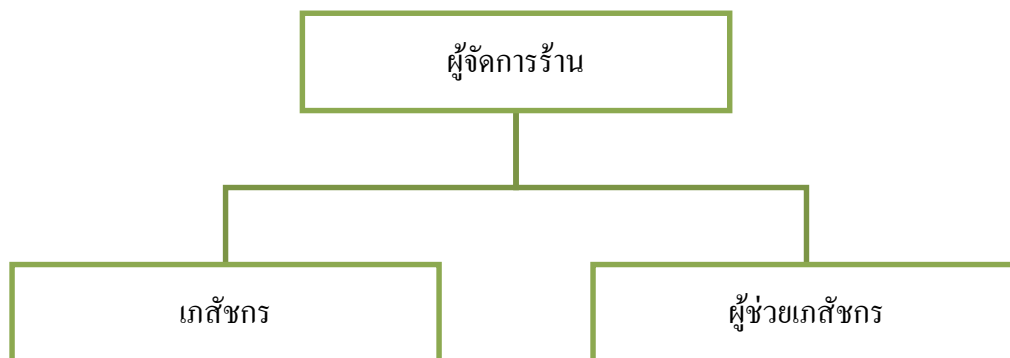
## 5.2 ลักษณะการบริหารงาน

ร้านขายยา PharmaSeed บริหารงานในรูปแบบครอบครัว กำหนดให้พนักงานทุกคนภายในร้านเปรียบเสมือนสมาชิกของครอบครัว เพื่อความใกล้ชิดสนิทสนม และสามารถส่งมอบบริการที่ดีและอบอุ่นให้กับลูกค้าหรือคนในชุมชนให้เหมือนกับคนในครอบครัวนั่นเอง

เนื่องจากเจ้าของร้านเป็นผู้ก่อตั้งและดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง รวมถึงกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ของร้านขายยา ดังนั้นเพื่อให้การบริหารจัดการงานด้านต่างๆ มีคุณภาพที่สม่ำเสมอสำหรับลูกค้าแต่ละราย ทางร้านจึงกำหนดให้มีคู่มือการปฏิบัติงานเพื่อให้พนักงานทราบขอบเขตความรับผิดชอบและหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งงานได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เจ้าของกิจการจะรับฟังความคิดเห็นและปัญหาของทั้งพนักงานและลูกค้า เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของร้านขายยาให้ดียิ่งขึ้น โดยผู้จัดการร้านคือเจ้าของกิจการ และรับสมัครพนักงานตำแหน่งอื่นจากบุคคลทั่วไป

## 5.3 โครงสร้างองค์กร

ร้านขายยา PharmaSeed กำหนดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่หรือลักษณะงาน (Functional Organization Structure) เพื่อให้พนักงานแต่ละท่านทราบขอบเขตความรับผิดชอบและหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งงานได้อย่างชัดเจน สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเนื่องจากองค์กรมีขนาดเล็ก ทางร้านจึงเลือกจัดองค์กรแบบ Flat Organization Structure เพื่อให้สามารถบริหารงานจัดการองค์กรได้ง่าย ลดความซับซ้อนในการทำงาน สามารถจัดการปัญหาได้ง่าย และมีระบบที่ชัดเจน และเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็ว อีกทั้งยังเป็นการใช้ทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่อย่างจำกัดให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีแผนผังโครงสร้างองค์กร ดังนี้



รูปที่ 5.1 รูปแสดงแผนผังโครงสร้างองค์กร



## 5.4 แผนการบริหารบุคลากร

ร้านขายยา PharmaSeed มีเจ้าของกิจการทำหน้าที่เป็นผู้จัดการร้านและรับผิดชอบการบริหารงาน โดยใช้รูปแบบการบริหารงานแบบครอบครัว เพื่อเน้นการสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นภายในร้าน และทำให้พนักงานภายในร้านรู้สึกเหมือนเป็นสมาชิกภายในครอบครัว ทำให้พนักงานรู้สึกผ่อนคลายและมีความสุขในการทำงาน เพื่อให้สามารถส่งมอบบริการที่ประทับใจให้ลูกค้า และสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นคนในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างได้อย่างรวดเร็วและเป็นกันเอง

เนื่องจากร้านขายยานั้นเป็นสถานประกอบการที่ถูกรควบคุมด้วยกฎหมายในหลายๆ ประเด็น ทั้งรูปแบบหรือลักษณะของร้าน ขนาดร้าน การจัดเรียงสินค้า ประเภทของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ ทำให้ร้านขายยาแห่งนี้มีรูปแบบคล้ายๆกันทั่วทั้งประเทศ

ดังนั้นร้านขายยา PharmaSeed จึงให้ความสำคัญด้านคุณภาพการบริการที่สามารถให้บริการที่ดีและสร้างความสม่ำเสมอของการให้บริการ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและสร้างความแตกต่างของการให้บริการ โดยนำความรู้ด้าน Customer Relationship Management หรือ CRM มาประยุกต์ใช้ร่วมกับองค์ความรู้ด้านเกษตรกรรม เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่เป็นเลิศให้กับคนในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง

โดยทางร้านได้สร้างคู่มือปฏิบัติงาน หรือ Manual ให้กับพนักงานทุกตำแหน่ง ทั้งผู้จัดการร้าน เกษตรกร และผู้ช่วยเกษตรกร เพื่อให้พนักงานทราบความสำคัญของตำแหน่งที่ปฏิบัติงาน และสามารถปฏิบัติงานตามขอบเขตที่ระบุในคู่มือปฏิบัติงานนั้นๆได้อย่างชัดเจน โดยคู่มือนี้จะกำหนดขอบเขตความรับผิดชอบและหน้าที่ที่สามารถปฏิบัติได้ รวมถึงลักษณะการปฏิบัติตัวหรือกิริยาที่ควรหลีกเลี่ยงเมื่อสัมผัสกับลูกค้าหรือผู้มารับบริการ อีกทั้งยังกำหนดวิธีการส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับบริการ และแนวทางการปฏิบัติตนในช่วงเวลาที่ไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านขายยาเป็นต้น ทั้งนี้ในคู่มือการปฏิบัติงานนั้นจะระบุถึงความสำคัญของพนักงานทุกตำแหน่ง เพื่อให้พนักงานรู้สึกว่าคุณเองมีความสำคัญกับองค์กรมาก และเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการอีกด้วย เพราะหากไม่มีพนักงานแต่ละตำแหน่งนั้นองค์กรหรือร้านขายยา PharmaSeed ก็ไม่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น และเกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร

ทั้งนี้ร้านขายยา PharmaSeed ได้แบ่งตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบตามผังโครงสร้างองค์กรไว้ 3 ตำแหน่ง โดยระบุรายละเอียดลงในคู่มือปฏิบัติงาน หรือ Manual ดังนี้

### 5.4.1 ตำแหน่งผู้จัดการร้าน

ผู้จัดการร้านนับว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อร้านขายยา PharmaSeed อย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นผู้ที่ทำให้ร้านเรียบร้อย ดำเนินงานได้อย่างราบรื่นมีประสิทธิภาพ เปรียบได้กับพี่ผู้ปกครองของบ้านที่คอยดูแลสมาชิกทุกคนภายในบ้านให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข รักใคร่ปรองดองกัน อีกทั้งยังคอยช่วยเหลือทุกคนในครอบครัวเมื่อประสบปัญหาทางร้านขายยา PharmaSeed ยินดีที่ผู้จัดการได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว และช่วยผลักดันให้ร้านขายยา PharmaSeed ประสบความสำเร็จ การบริหารจัดการงานที่ดี และมีประสิทธิภาพจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่มีผู้จัดการร้านที่ดี โดยผู้จัดการร้านจะเป็นบุคคลที่จะเติบโตไปพร้อมกับร้านขายยา PharmaSeed โดยทางร้านหวังว่าความสามารถและศักยภาพของผู้จัดการ จะช่วยทำให้การดูแลบ้านหลังนี้ให้อบอุ่นและน่าอยู่มากยิ่งขึ้น ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

#### 5.4.1.1 หน้าที่และความรับผิดชอบ

- 1) กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร
- 2) วางแผนการดำเนินงานด้านต่างๆ รวมถึงกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดที่กำหนดไว้ และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร
- 3) จัดทำตารางการทำงานและขอบเขตความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคนเป็นรายเดือน
- 4) ควบคุมดูแลการทำงานและความประพฤติของพนักงานภายในร้าน โดยให้คำปรึกษา อบรมพนักงาน หรืออาจว่ากล่าวตักเตือนบ้างตามกฎระเบียบของร้าน
- 5) ดูแลจัดการระบบการทำงานของพนักงานในแต่ละตำแหน่ง เช่น รายละเอียดของงานรวมถึงการรับสมัครพนักงานใหม่และการลาออกของพนักงาน
- 6) ดูแลสวัสดิการด้านต่าง ๆ ของพนักงาน เช่น เบี้ยเลี้ยง และประกันสังคม เป็นต้น
- 7) ควบคุมการเบิกจ่าย การรับสินค้าเข้าคลังสินค้า และ ทำการตรวจสอบคลังสินค้าอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง
- 8) ช่วยประเมินสถานการณ์หรือความต้องการของลูกค้า รวมถึงมอบหมายและกระจายงานให้พนักงานในแต่ละตำแหน่งอย่างเหมาะสม
- 9) ประเมินพนักงานรายสัปดาห์เพื่อค้นหาปัญหาที่อาจเกิดขึ้นขณะปฏิบัติงาน และปรับปรุงแก้ไขปัญหาเพื่อก่อให้เกิดพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

10) วางแผนและจัดเตรียมระบบการเงินและการบัญชี ข้อมูลทางบัญชี  
 อย่างมีประสิทธิภาพตามหลักบัญชีและกฎหมาย

#### 5.4.1.2 คู่มือการปฏิบัติงานของผู้จัดการร้าน ด้านการตรวจความ เรียบร้อยโดยรวมของร้าน

1) ประเมินความเรียบร้อยของพนักงานทุกคนภายในร้านทุกวันก่อนการ  
 เริ่มปฏิบัติงาน เช่น การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย แบบฟอร์มเครื่องแต่งกายถูกต้อง สวมรองเท้าหุ้มส้น  
 สีสภาพไม่ฉูดฉาด ใบหน้าและทรงผมเป็นไปตามระเบียบการแต่งกายของบริษัท

2) แจ้งให้พนักงานรับทราบถึงหน้าที่ที่ตนเองรับผิดชอบและประเมินผล  
 การทำงานของพนักงานในแต่ละสัปดาห์

3) จัดทำตารางหมุนเวียนการทำงานและขอบเขตความรับผิดชอบของ  
 พนักงานแต่ละคนเป็นรายเดือน

4) ในกรณีที่พนักงานกระทำการอันไม่สมควรซึ่งพนักงานมิได้เจตนา  
 หรืออาจกระทำไปเนื่องจากไม่รู้เท่าไม่ถึงการ ผู้จัดการควรมีวิธีแนะนำหรือชี้แจงให้พนักงานทราบ  
 อย่างอ่อนโยน โดยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แต่ไม่ทำให้พนักงานขาดกำลังใจใน  
 การทำงาน เสมือนหนึ่งผู้จัดการเป็นผู้ปกครองที่คอยดูแลและห่วงใยพนักงานซึ่งเปรียบเสมือน  
 สมาชิกในครอบครัวเดียวกัน นอกจากนี้ควรหาข้อตกลงร่วมกัน เพื่อให้พนักงานปรับพฤติกรรมหรือ  
 ปฏิบัติตามคำแนะนำของครอบครัวนี้ รวมถึงผู้จัดการจะทำหน้าที่ประเมินการทำงานของพนักงาน  
 ด้วยความเหมาะสม โปร่งใส และยุติธรรม

5) เรียกประชุมพนักงานทุกวันจันทร์ก่อนการเปิดร้าน เพื่อรวบรวมชี้แจง  
 ผลการปฏิบัติหน้าที่ในสัปดาห์ที่ผ่านมา และชื่นชมการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละท่าน รวมถึง  
 แจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นภายในร้าน เพื่อช่วยกันหาแนวทางแก้ไขหรือปรับปรุงกระบวนการทำงานที่ดี  
 ร่วมกัน หากปัญหานั้นยังไม่สามารถแก้ไขได้ เจ้าของร้านรับทราบ เพื่อหาทางออกร่วมกันอีกครั้ง

6) จัดทำการประเมินผลงานของพนักงานประจำปี เพื่อประเมินการปรับ  
 ผลตอบแทนประจำปี และ โบนัส รวมถึงผลประโยชน์ที่พนักงานควรจะได้รับ

#### 5.4.1.3 คู่มือการปฏิบัติงานของผู้จัดการร้าน ด้านการจัดอบรมพนักงาน

1) จัดการอบรมพนักงานตั้งแต่วันที่เข้าร่วมงานกับทางร้านขายยา  
 PharmaSeed ก่อนการเริ่มปฏิบัติงานจริง เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมในการปฏิบัติงานและ  
 ภาคภูมิใจในงานที่ตนได้รับมอบหมาย รวมถึงการส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าหรือผู้ป่วย

2) จัดอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอทั้งในเรื่องของ Soft skills อย่างน้อย  
 ปีละ 1 ครั้ง เช่น การทำงานเป็นทีม การพัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจ เป็นต้น และ

Hard Skills อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เช่น ทักษะทางการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ๆกับลูกค้า ข้อมูลการดูแลสุขภาพสำหรับผู้ป่วยโรคต่างๆ เป็นต้น

#### 5.4.2 ตำแหน่งเภสัชกร

เภสัชกรประจำร้านขายยา PharmaSeed นับว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญกับทางร้านเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นสมาชิกภายในครอบครัวที่เปรียบเสมือนพี่คนโตที่คอยดูแลบ้านแทนพ่อแม่ รวมถึงการส่งมอบความรักและบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าหรือคนในชุมชน ทั้งผู้ที่มีปัญหาด้านสุขภาพอยู่แล้วและผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพ รวมถึงการป้องกันโรคที่มีความเสี่ยงในการเกิดโรคในอนาคต ทั้งนี้ร้านขายยา PharmaSeed จะไม่สามารถดำเนินกิจการได้โดยปราศจากเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการในร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) ซึ่งทำหน้าที่ตามมาตรฐานวิชาชีพเภสัชกรรม โดยทางร้านหวังว่าความสามารถด้านเภสัชกรรมบริหารและศักยภาพของเภสัชกร จะช่วยทำให้คนในชุมชนและลูกค้าของร้านขายยา PharmaSeed มีสุขภาพที่ดีด้วยการปฏิบัติหน้าที่ของเภสัชกร ดังต่อไปนี้

##### 5.4.2.1 หน้าที่และความรับผิดชอบ

1) ให้คำปรึกษาและแนวทางการปฏิบัติตนในการดูแลรักษาสุขภาพแก่ผู้ป่วยหรือลูกค้า โดยให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเหมาะสมเกี่ยวกับการใช้ยา รวมถึงอาการข้างเคียงจากการใช้ยา และข้อห้ามใช้ของยาประเภทต่างๆแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับยาที่ถูกต้อง มีประสิทธิภาพสูงและปลอดภัยในการใช้ เช่น การป้องกันการเกิดการแพ้ยาในผู้ป่วย โดยเภสัชกรต้องสอบถามประวัติการแพ้ยาในผู้ป่วยทุกรายก่อนการจ่ายยาทุกครั้ง

2) ชักประวัติ บันทึกประวัติ และระบุปัญหาของลูกค้า โดยสอบถามการบันทึกข้อมูลลูกค้าในระบบของร้านทุกครั้งที่ได้รับบริการ เพื่อสามารถตรวจสอบประวัติการแพ้ยาและประวัติการรักษาของผู้ป่วยแต่ละรายเพื่อให้สามารถคัดกรองความเสี่ยงในการเกิดโรคในผู้ป่วยแต่ละรายได้

3) วางแผนการสั่งซื้อสินค้าหรือการบริหารคลังสินค้า โดยตรวจสอบวันหมดอายุของสินค้าด้วยโปรแกรมบริหารร้านและจัดเรียงยาภายในร้านให้เป็นหมวดหมู่โดยแบ่งเป็นกลุ่มยาประเภทต่างๆ และคำนึงถึงการเติมสินค้าตามระบบ First Expired Frist Out (FIFO) เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับยาที่มีประสิทธิภาพในการรักษา และรายงานให้ผู้จัดการร้านทราบ

4) ตรวจสอบเช็คสินค้าคงคลังด้วยโปรแกรม Pharmsys ซึ่งเป็นระบบการบริหารยาของร้านขายยา PharmaSeed และดำเนินการสั่งซื้อยาจากตัวแทนจำหน่าย

5) จัดทำรายงานยอดขายสินค้าในแต่ละวันและจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของทางร้านเพื่อนำเสนอให้ผู้จัดการร้านทราบ



6) คู่มือระบบเอกสารภายในบริษัท เช่น เอกสารกระจายสินค้า หรือ เอกสารการรับสินค้า เป็นต้น

#### 5.4.2.2 คู่มือการปฏิบัติงานของเภสัชกร ด้านการปฏิบัติหน้าที่และการดูแลสุขภาพของคนในชุมชน

1) เภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติงานในร้านขายยาต้องสามารถปฏิบัติตามมาตรฐานตามวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (Good Pharmacy Practice : GPP) ได้ทั้ง 5 หมวด กล่าวคือ หมวดสถานที่ หมวดอุปกรณ์ หมวดวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (บุคลากร) หมวดวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (การควบคุมคุณภาพยา) และ หมวดวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (การให้บริการทางเภสัชกรรมในร้านยา) ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงตามจรรยาบรรณวิชาชีพเภสัชกรและสามารถส่งมอบบริการการดูแลสุขภาพที่ดีให้กับคนในชุมชนและผู้รับบริการทุกราย

2) คัดกรองและดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังภายในชุมชนและบริเวณใกล้เคียงอย่างต่อเนื่อง เช่น การคัดกรองผู้ป่วยโรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง ไขมันในเลือดสูง และโรคอ้วน รวมถึงการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการดูแลสุขภาพ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดโรคของคนในชุมชน

3) ให้ความรู้และคำแนะนำกับคนในชุมชนและบริเวณใกล้เคียงเกี่ยวกับการป้องกันโรคต่างๆที่เป็นปัญหาของประเทศ เช่น การใช้ยาคุมกำเนิด การใช้ยาคุมฉุกเฉิน ปัญหาการตั้งครรภ์ รวมถึงการเลิกบุหรี่ และการงดสูรา เป็นต้น

4) จัดกิจกรรมการให้ความรู้ คำแนะนำและคำปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตนที่ถูกต้อง การรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ การออกกำลังกาย เป็นต้น

#### 5.4.2.3 คู่มือการปฏิบัติงานของเภสัชกร ด้านการบริหารสินค้าภายในร้าน

1) ควบคุมการเบิกจ่ายคลังสินค้าของร้าน เพื่อให้การควบคุมคลังสินค้าเป็นไปอย่าง โปร่งใส

2) ดูแลยอดขายรายวันและนำมาลงบันทึกในระบบของร้าน เพื่อให้ที่ปรึกษาและเจ้าของร้านได้รับทราบข้อมูล และ เห็นแนวโน้มของยอดขายอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การคิดค้นกลยุทธ์ในการโฆษณา หรือ การจัดโปรโมชันสินค้าให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของตลาด

#### 5.4.3 ตำแหน่งผู้ช่วยเภสัชกร

ผู้ช่วยเภสัชกรนับเป็นหัวใจสำคัญของร้านขายยา PharmaSeed เนื่องจากผู้ช่วยเภสัชกรมักเป็นบุคคลแรกที่ได้พบและทักทายลูกค้า และสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ตั้งแต่



แรก อีกทั้งผู้ช่วยเภสัชกรยังเป็นยังเป็นคนที่ขับเคลื่อนร้านขายยาให้เติบโตโดยการสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้า และช่วยกระตุ้นยอดขายให้ทางร้านได้ซึ่งจะทำให้ร้านขายยาเติบโตและมีผลประกอบการเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ทางร้านจึงยินดีและรู้สึกขอบคุณที่จะมีสมาชิกของครอบครัวที่ดี และพร้อมที่จะเติบโตไปพร้อมกับทางร้าน โดยทางร้านหวังว่าความสามารถและศักยภาพของคุณจะทำให้ร้านอบอุ่นและประสบความสำเร็จด้วยการปฏิบัติงานของคุณ ดังต่อไปนี้

#### 5.4.3.1 หน้าที่และความรับผิดชอบ

1) ดูแลความเรียบร้อยภายในร้านทั้งหมด เช่น การจัดเรียงสินค้าภายในร้าน การบริหารสินค้าบนชั้นวางสินค้า การดูแลความสะอาดภายในร้านและอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ รวมถึงบริเวณโดยรอบร้าน

2) ต้อนรับลูกค้าด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส โดยพนักงานต้องพึงระลึกเสมอว่าลูกค้าเป็นมีความสำคัญต่อทางร้าน ไม่ใช่เพียงการสร้างผลประโยชน์ให้กับองค์กรเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการช่วยดูแลสุขภาพและใจของลูกค้าให้ดีขึ้น จากปัญหาสุขภาพที่อาจเกิดขึ้นกับตัวลูกค้าเองหรือคนในครอบครัวของลูกค้า ผู้ช่วยเภสัชกรควรยิ้มและมองลูกค้าด้วยสายตาที่เหมือนการมองบุคคลในครอบครัวอันเป็นที่รักของพนักงานเอง

3) สอบถามข้อมูลของลูกค้าเกี่ยวกับประวัติการเป็นสมาชิกของร้านขายยา PharmaSeed พร้อมทั้งแจ้งสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการเป็นสมาชิกของทางร้าน

4) ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจและดูแลลูกค้าอย่างอบอุ่น เสมือนท่านกำลังดูแลคนสำคัญในครอบครัวหรือญาติผู้ใหญ่ที่เคารพ

5) ให้คำแนะนำหรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆภายในร้าน โดยหากลูกค้าต้องการ

6) หากลูกค้าต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยา หรือต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ หรือปรึกษาเภสัชกร ท่านควรแจ้งให้เภสัชกรทราบทันที เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

7) เก็บและบันทึกข้อมูลลูกค้าลงในระบบฐานข้อมูลของร้าน

#### 5.4.4 คู่มือปฏิบัติงาน หรือ Manual สำหรับการต้อนรับและการลาลูกค้า ด้านวิธีการต้อนรับลูกค้า มีระเบียบขั้นตอนดังต่อไปนี้

5.4.4.1 ยกมือไหว้ กล่าวทักทายลูกค้าด้วยคำพูด “สวัสดีค่ะ/ครับ” หากเป็นลูกค้าประจำหรือลูกค้ารายเดิมที่เคยมาใช้บริการของแล้วควรตามด้วยชื่อของลูกค้าท่านนั้น เช่น

“สวัสดิ์ค่ะ/ครับ คุณ.....” โดยก้มหน้าและโน้มตัวลงเพียงเล็กน้อย พร้อมทั้งยิ้มให้ลูกค้าอย่างอ่อนโยน

5.4.4.2 สอบถามความต้องการของลูกค้าโดยใช้ประโยคเปิดว่า “คุณลูกค้ามีอะไรให้ผม/ดิฉัน ช่วยเหลือครับ/คะ” หรือ “คุณลูกค้าต้องการปรึกษาเภสัชกรด้านการใช้ยา หรือต้องการเลือกผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นครับ/คะ” (กรณีที่ทราบชื่อลูกค้าแล้วต้องเอ่ยชื่อลูกค้า / กรณีลูกค้าใหม่เรียกแทนลูกค้าด้วยคำว่า “คุณ” เสมอ)

5.4.4.3 เมื่อทราบความต้องการของลูกค้าแล้วให้พาลูกค้าไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสนใจ และคอยดูแลให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนั้นๆ โดยทั้งเภสัชกรและผู้ช่วยเภสัชกรต้องสามารถให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ภายในร้าน ได้ทุกชนิด หากเป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับยาให้ปรึกษาเภสัชกรทุกครั้ง ในกรณีที่เภสัชกรกำลังปฏิบัติหน้าที่หรือให้คำแนะนำกับลูกค้าท่านอื่นอยู่หรือสะดวกในการให้บริการ ผู้ช่วยเภสัชกรควรเชิญลูกค้านั่งรอในบริเวณที่ทางร้านจัดเตรียมไว้ให้

5.4.4.4 ในบริเวณที่ลูกค้านั่งรอจะมีคู่มือการดูแลสุขภาพและคู่มือปฏิบัติตนสำหรับผู้ป่วยแต่ละโรคทั้งเอกสารสำหรับแจกฟรีและนิตยสารสำหรับอ่านในร้าน เพื่อให้ลูกค้าใช้เวลาขณะรอรับบริการได้ ลูกค้าจะ และไม่รู้สึกรอนาน นอกจากนี้ยังมีนิตยสารบันเทิงอื่นๆ วางไว้ด้วย เป็นต้น

**5.4.5 คู่มือปฏิบัติงาน หรือ Manual สำหรับการต้อนรับและการลาลูกค้า ด้านวิธีการกล่าวลาลูกค้า มีระเบียบขั้นตอนดังต่อไปนี้**

5.4.5.1 พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้า ด้วยประโยค “ขอบคุณมากนะครับ/คะ” (หากทราบชื่อของลูกค้า ให้เอ่ยชื่อลูกค้าขณะแสดงความขอบคุณด้วย) หากลูกค้าเข้ามารับบริการด้านการใช้ยาให้กล่าวลาลูกค้าเพิ่มเติมด้วยคำว่า “ขอให้อาการดีขึ้นเร็วๆ สุขภาพแข็งแรงนะครับ/คะ” นอกจากนี้ให้แจ้งลูกค้าก่อนการจากลาด้วยข้อความว่า “หากคุณลูกค้าต้องการคำแนะนำเพิ่มเติมหรือมีปัญหาด้านสุขภาพสามารถโทรมาสอบถามจากทางร้านได้ตามเวลาทำการได้นะครับ/คะ”

5.4.5.2 หากปริมาณลูกค้าในวันนั้นไม่มากจนเกินไป ให้พนักงานเดินไปส่งลูกค้าที่ทางออกอย่างสุภาพ

## 5.5 การวางแผนกำลังคนและโครงสร้างค่าตอบแทน

ร้านขายยา PharmaSeed วางแผนการจ้างงานทั้งหมดจำนวน 3 ตำแหน่งในปีแรกของการเปิดกิจการ กล่าวคือ ตำแหน่งผู้จัดการร้าน ตำแหน่งเภสัชกร และตำแหน่งผู้ช่วยเภสัชกร ตำแหน่งละ 1 ท่าน ทั้งนี้เนื่อง ตำแหน่งผู้จัดการร้านเจ้าของกิจการ จะเป็นผู้ดำรงตำแหน่งร่วมกับคนในครอบครัวของเจ้าของกิจการ เนื่องจากเป็นกิจการของครอบครัวและเจ้าของกิจการยังคงทำงานประจำอยู่ในวันธรรมดา ช่วงเวลา 8.00 – 17.00 น. ดังนั้นในช่วงเวลา 10.00 – 18.00 ผู้ดำรงตำแหน่งผู้จัดการร้านคือสมาชิกในครอบครัวของเจ้าของกิจการ และช่วงเวลาหลังจากนั้นจะเป็นเจ้าของกิจการเป็นผู้ดำเนินการแทน ซึ่งเจ้าของกิจการเองก็เป็นเภสัชกร จึงสามารถปฏิบัติหน้าที่แทนเภสัชกรได้

ทั้งนี้ในตำแหน่งเภสัชกรประจำร้านนั้นทางร้านยินดีรับเภสัชกรจบใหม่ เนื่องจากมีระบบการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ อีกทั้งเจ้าของกิจการเองก็มีประสบการณ์การทำงานในร้านขายยาจึงสามารถถ่ายทอดความรู้ในพนักงานได้ นอกจากนี้ยังจ้างงานด้วยอัตราเงินเดือนที่สูงกว่าฐานเงินเดือนในตลาดเพื่อดึงดูดให้เภสัชกรร่วมงานกับทางร้านขายยา PharmaSeed

สำหรับตำแหน่งผู้ช่วยเภสัชกรนั้นอาจมีหรือไม่มีประสบการณ์การทำงานในร้านขายยากก็ได้ และเนื่องจากต้องทำงานมากกว่าวันละ 8 ชั่วโมง ทางร้านจึงให้ค่าตอบแทนสูงกว่าฐานเงินเดือนในตลาดและคำนวณค่าล่วงเวลา (Overtime) ในเงินเดือนแล้วเพื่อให้สะดวกในการคำนวณต้นทุนการดำเนินงาน

โดยทางร้านได้วางแผนกำลังคนและการจ้างงานดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงการวางแผนจำนวนการจ้างงานของพนักงาน

ตำแหน่ง \ อัตราจ้าง	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผู้จัดการร้าน	1	1	1	1	1
เภสัชกร	1	1	1	1	1
ผู้ช่วยเภสัชกร	1	1	1	1	1
รวมทั้งสิ้น	3	3	3	3	3

ตารางที่ 5.2 แสดงการผลตอบแทนของพนักงานในปีแรก

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (บาท/เดือน)
1	ผู้จัดการร้าน	1	15,000
2	เภสัชกร (เงินเดือน)	1	20,000
	เภสัชกร (ใบประกอบวิชาชีพเภสัชกร)		5,000
3	ผู้ช่วยเภสัชกร	1	10,000
รวมทั้งสิ้น		3	50,000

### 5.6 วันและเวลาการทำงาน

ร้านขายยา PharmaSeed เปิดให้บริการทุกวัน เวลา 10:00 ถึง 20:00 น. รวมเวลาทำการ 10 ชั่วโมง ทั้งนี้จากงานวิจัยพบว่าช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ารับบริการมากที่สุดคือ เวลา 18.01 – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 57.25 และ ช่วงเวลา 12.01 – 118.00 น. รองลงมา โดยคิดเป็นร้อยละ 36.75 (กานต์มณี สมบูรณ์เหลือ, 2559) และจากการสอบถามผู้คนที่ทั่วไปในละแวกนั้นมักเข้าร้านขายยาในช่วงเวลา 17.00 – 21.00 น. ดังนั้นจึงแบ่งเวลาการทำงานของพนักงานในแต่ละวันได้ ตามตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงช่วงเวลาการทำงานของพนักงาน

ตำแหน่ง \ เวลา	ผู้จัดการร้าน	เภสัชกร	ผู้ช่วยเภสัชกร
10:00 – 11:00	■	□	■
11:00 – 12:00	■	□	■
12:00 – 13:00	■	■	□
13:00 – 14:00	□	■	■
14:00 – 15:00	■	■	■
15:00 – 16:00	■	■	■
16:00 – 17:00	■	■	■
17:00 – 18:00	■	■	□
18:00 – 19:00	■	■	■
19:00 – 20:00	■	■	■
20:00 – 21:00	■	■	■
21:00 – 22:00	■	■	■

หมายเหตุ สีฟ้าเข้ม  
สีเขียวเข้ม  
สีเขียวมะกอก  
สีฟ้าอ่อน

หมายถึง ผู้จัดการร้าน  
หมายถึง ผู้จัดการร้านที่เป็นเภสัชกร  
หมายถึง เภสัชกร  
หมายถึง ผู้ช่วยเภสัชกร

### 5.7 การสรรหาและการคัดเลือกพนักงาน

เนื่องทางร้านขายยา PharmaSeed ได้กำหนดคุณสมบัติของพนักงานแต่ละตำแหน่งให้สอดคล้องกับหน้าที่ที่ระบุในคู่มือปฏิบัติงาน อีกทั้งตำแหน่งผู้จัดการคือเจ้าของกิจการดำรงตำแหน่งร่วมกับสมาชิกในครอบครัว ในเบื้องต้นนั้นการรับเภสัชกรในช่วง 5 ปีแรกของการดำเนินกิจการทางร้านเลือกจ้างเภสัชกรที่รู้จักกันเป็นส่วนตัว เนื่องจากทราบคุณสมบัติด้านต่างๆเป็นอดี และมี ความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้



สำหรับตำแหน่งผู้ช่วยเภสัชกรนั้น ทางร้านต้องการจ้างงานผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน เนื่องจากมีความใกล้ชิดติดสนิทสนมกับคนในชุมชน และทราบข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าอยู่แล้ว ดังนั้น ทางร้านจึงใช้ช่องทางการรับสมัคร โดย เช่น การติดประกาศ และการสรรหาผ่านการแนะนำของคนในชุมชน โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้

1. เพศหญิงหรือเพศชาย อายุไม่เกิน 35 ปี
2. จบการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
3. มีใจรักงานบริการ ซื่อสัตย์ บุคลิกภาพดี และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
4. หากมีประสบการณ์ในขายยาจะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

## 5.8 แผนการพัฒนาบุคลากร

เนื่องจากความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจบริการ นอกจากคู่มือการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละตำแหน่งแล้ว การฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะในด้านต่างๆอย่างสม่ำเสมอ ทั้งด้าน Soft Skills และ Hard Skills นั้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้ธุรกิจร้านขายยา PharmaSeed

ดังนั้นแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคลของร้านขายยาจึงมุ่งเน้นให้บุคคลกรมีความรู้เรื่องยาเป็นหลัก สามารถตอบคำถามหรือแนะนำได้อย่างถูกต้องตามขอบเขตความรับผิดชอบของพนักงานที่ระบุอยู่ในคู่มือปฏิบัติงาน ทั้งนี้รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นมิตร และให้บริการลูกค้าเสมือนสมาชิกในครอบครัว ทั้งนี้ตามขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบทั้งหมดที่ระบุในคู่มือปฏิบัติงานของพนักงานนั้น จะเชื่อมโยงกับการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละตำแหน่ง เพื่อประเมินโบนัสและการปรับเงินเดือนประจำปี

ทั้งนี้ ทางร้านขายยา PharmaSeed จะเน้นการฝึกอบรมโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. การฝึกอบรมพนักงานใหม่ เพื่อให้พนักงานทราบและขอบเขตความรับผิดชอบและหน้าที่ของตนเอง ก่อนการรับเข้าทำงานผู้จัดการร้านจะให้ผู้รับสมัครอ่านคู่มือการปฏิบัติงานก่อน เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานต้องการและยินดีจะทำงานในตำแหน่งนั้นอย่างแท้จริง อีกทั้งยังทำให้พนักงานทราบสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ของตน

พนักงานใหม่จะได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้และทักษะด้านต่างๆ เช่น นโยบายและเป้าหมายของร้าน แนวคิดและวิธีการให้บริการ ความรู้เกี่ยวกับยาตามขอบเขตของตำแหน่งงาน รวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานอื่นๆ การดูแลลูกค้าและการแก้ไขปัญหาสถานการณ์เฉพาะหน้า เป็นต้น

2. การฝึกอบรมพนักงานปัจจุบัน ผู้จัดการร้านจะเป็นผู้ประเมินให้บริการของพนักงาน รวมถึงรับฟังความเห็นจากทั้งเพื่อนร่วมงานและลูกค้า เพื่อพิจารณาว่าพนักงานควรได้รับการฝึกอบรมด้านใดเพิ่มเติม ทั้งนี้จะไม่ใช้ถ้อยในเชิงตำหนิแต่จะเป็นการขอความร่วมมือในการพัฒนา และการเติบโตของพนักงานควบคู่ไปกับทางร้าน ทั้งนี้ทางร้านจะสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้พนักงานทุกตำแหน่งมีศักยภาพในการทำงานสูงสุดตามขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบ

### 5.9 การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน

การประเมินผลการปฏิบัติการของพนักงานแต่ละตำแหน่งนั้น ทางร้านขายยา PharmaSeed ทำโดยเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงกับเป้าหมายที่ทางร้านกำหนด รวมถึงการพัฒนาหรือปรับปรุงพฤติกรรมเมื่อได้รับการแจ้งเตือน อีกทั้งยังวัดผลจากคำชื่นชมของเพื่อนร่วมงาน และลูกค้าอีกด้วย ทั้งนี้เป้าหมายที่กำหนดในแต่ละปีจะเกิดจากการกำหนดเป้าหมายร่วมกันระหว่างผู้จัดการร้านและพนักงาน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมและรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของในเป้าหมายนั้น ทั้งนี้เป้าหมายต้องสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร ตัวอย่างการวัดผลการปฏิบัติการของพนักงานแต่ละตำแหน่ง เช่น

1. ตำแหน่งผู้จัดการร้าน วัดผลจากความยอดขายตามเป้าหมายของร้าน จำนวนลูกค้ารายเดิมและรายใหม่ จำนวนความพึงพอใจหรือข้อร้องเรียนของลูกค้า เป็นต้น
2. ตำแหน่งเภสัชกร วัดผลจากจำนวนผู้ป่วยที่สามารถคัดกรองได้ จำนวนการให้บริการคำแนะนำด้านสุขภาพ จำนวนการฝึกอบรมด้านยา ยอดขายตามเป้าหมายของร้าน จำนวนความพึงพอใจหรือข้อร้องเรียนของลูกค้า เป็นต้น
3. ตำแหน่งพนักงานผู้ช่วย วัดผลจากยอดขายตามเป้าหมายของร้าน จำนวนลูกค้ารายเดิมและรายใหม่ที่เพิ่มขึ้น การสอบความรู้พื้นฐานของสินค้าใหม่ภายในร้าน จำนวนความพึงพอใจหรือข้อร้องเรียนของลูกค้า และจำนวนการเข้าร่วมการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านต่างๆ เป็นต้น

## บทที่ 6 แผนการเงิน

ร้านขายยา PharmaSeed เป็นกิจการที่มีเจ้าของคนเดียว โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้มีสิทธิ์ในสินทรัพย์ และเป็นผู้รับส่วนของกำไรหรือขาดทุนทั้งหมดนั้นแต่เพียงผู้เดียว ตลอดจนรับผิดชอบในหนี้สินที่เกิดขึ้นทั้งหมดของกิจการ โดยไม่จำกัดจำนวน ธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นในรูปของกิจการเจ้าของคนเดียว มีการจัดตั้งและการบริหารงานง่ายและรวดเร็ว เนื่องจากการตัดสินใจขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว แต่การขายกิจการทำได้ยากเพราะมีเจ้าของเพียงคนเดียว การกู้ยืมเงินจากเจ้าหนี้จึงขึ้นอยู่กับฐานะและชื่อเสียงของเจ้าของเพียงผู้เดียว โดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 1,500,000 บาท โดยเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด

### 6.1 ข้อสมมติฐานทางการเงิน

1. แหล่งที่มาของเงินทุน ใช้เงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 100 เป็นจำนวนเงิน 1,500,000 บาท
2. ยอดขายประมาณการในแต่ละปีมีอัตราเพิ่มขึ้นแตกต่างกันไปตามเป้าหมายและแผนการตลาดในระยะเวลาที่ต่างกัน ดังนี้
  - 1) ยอดขายสินค้าและบริการในปีที่ 2 เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10.00 ของปีที่ 1
  - 2) ยอดขายสินค้าและบริการในปีที่ 3 เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 7.00 ของปีที่ 2
  - 3) ยอดขายสินค้าและบริการในปีที่ 4 เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.00 ของปีที่ 3
  - 4) ยอดขายสินค้าและบริการในปีที่ 5 เป็นต้นไป เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.00 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า
3. รายได้จากการขายสินค้าและบริการรับเป็นเงินสดทั้งหมด หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ

4. ซื้อสินค้าด้วยอัตราส่วน เงินสด:เงินเชื่อ คิดเป็น 30:70 เครดิตเงินเชื่อ 90 วัน โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงราคาซื้อขายสินค้าในช่วงตลอดเวลา 5 ปี โดยกำหนดให้ส่วนลดเงินสด (Cash Discount) สมมติให้สินเชื่อ 90 วัน แต่ถ้าชำระเงินภายใน 30 วันก็จะมีส่วนลด 2% (Credit Term 2/30 net 90)

#### 5. ประมาณการแผนการตลาด

1) ค่า Commission จากการขายผลิตภัณฑ์ภายในร้าน คิดเป็นร้อยละ 1 ของยอดขายทั้งหมด โดยรวมไว้ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

2) ค่าใช้จ่ายในการจัดโปรโมชั่นและส่งเสริมการขาย ปีละไม่เกิน 36,000 บาท ใน 2 ปี แรก จากนั้น ไม่เกินปีละ 24,000 บาท

3) ค่าประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับโฆษณาร้าน, เอกสารทางวิชาการ, Standy หน้าร้าน เป็นต้น ปีละไม่เกิน 24,000 บาท ใน 2 ปี แรก จากนั้นไม่เกินปีละ 12,000 บาท

6. ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ปีละไม่เกิน 6,000 บาท คงที่ตลอดเวลา 5 ปี

7. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 10,000 บาทต่อปี คงที่ตลอดเวลา 5 ปี

8. ค่าจ้างพนักงานเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5 ต่อปี

9. ไม่มีการเพิ่มอัตรากำลังคนตลอดระยะเวลา 5 ปี

10. ค่าสาธารณูปโภคอัตรา 5,000 บาท/เดือน ปีละ 60,000 บาท เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 3 ต่อปี

11. คิดค่าเช่าสถานที่เปิดร้าน (อาคารพาณิชย์) เดือนละ 15,000 บาท โดยทำสัญญาเป็นเวลา 5 ปี และจ่ายค่ามัดจำค่าเช่าตึกล่วงหน้า 6 เดือน คิดเป็น 90,000 บาท

12. รายการสินทรัพย์ในสำนักงาน คิดค่าเสื่อมราคาแบบวิธีเส้นตรง ตามอายุการใช้งานของสินทรัพย์ โดยไม่คิดราคาค่าซาก

13. คิดอัตราภาษีเงินได้ร้อยละ 20 (สำนักมาตรฐานการสอบบัญชีภาษีอากร, 2559)

## 6.2 งบการเงิน

ตารางที่ 6.1 แสดงงบต้นทุนโครงการ

รายการ	รวม จำนวนเงิน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		เจ้าของ
		เจ้าหนี้ การค้า	เงินกู้	
<b>1. เงินทุนหมุนเวียน</b>				
1.1 เงินสด (สำรองในการดำเนินงาน)	1,000,000	-	-	1,000,000
1.2 วัสดุดิบ	-	-	-	-
1.3 งานระหว่างทำ	-	-	-	-
1.4 สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย	-	-	-	-
1.5 วัสดุสิ้นเปลือง	-	-	-	-
1.6 เงินสดสำรองสำหรับการขายเชื่อ	-	-	-	-
<b>รวมเงินทุนหมุนเวียน (1)</b>	<b>1,000,000</b>			<b>1,000,000</b>
<b>2. สินทรัพย์ถาวร</b>				
2.1 ที่ดิน	-	-	-	-
2.2 อาคาร	-	-	-	-
2.3 เครื่องมือ / อุปกรณ์				
ตู้สินค้าและชั้นวางสินค้าขายปลีก 70,000 บาท	70,000	-	-	70,000
ชั้นแสดงสินค้า 2*15,000 = 30,000 บาท	30,000	-	-	30,000
ตู้เก็บผลิตภัณฑ์ยา 15,000*3 = 45,000 บาท	45,000	-	-	45,000
เคาน์เตอร์พร้อมเก้าอี้ 1*20,000 = 20,000 บาท	20,000	-	-	20,000
ปรอทวัดไข้แบบดิจิตอล 1,500 บาท	1,500	-	-	1,500



ตารางที่ 6.1 แสดงต้นทุนโครงการ (ต่อ)

รายการ	รวม จำนวนเงิน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		เจ้าของ
		เจ้าหนี้ การค้า	เงินกู้	
เครื่องชั่งน้ำหนักและวัดส่วนสูง 1,500 บาท	1,500	-	-	1,500
อุปกรณ์ตรวจน้ำตาลในเลือด 8,000 บาท	8,000	-	-	8,000
เครื่องวัดความดันโลหิต 3,500 บาท	3,500	-	-	3,500
ตู้เย็นแช่ยา 20,000 บาท	20,000	-	-	20,000
2.4 เครื่องใช้สำนักงาน				
โต๊ะทำงานพร้อมเก้าอี้ 8,000	8,000	-	-	8,000
เครื่องปรับอากาศ 2*23,000 = 46,000 บาท	46,000	-	-	46,000
พัดลมติดเพดาน 2*1,000 = 2,000 บาท	2,000	-	-	2,000
คอมพิวเตอร์และระบบปฏิบัติการ 30,000+40,000 = 70,000 บาท	70,000	-	-	70,000
เครื่องพิมพ์และเครื่องโทรสาร 6,000+3,000 = 9,000 บาท	9,000	-	-	9,000
โทรศัพท์ไร้สาย 1,500 บาท	1,500	-	-	1,500
ตู้เอกสาร 2 ตู้ 2*7,000 = 14,000 บาท	14,000	-	-	14,000
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร (2)</b>	<b>350,000</b>			<b>350,000</b>
<b>3. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน</b>				
3.1 ค่ามัดจำค่าเช่าตึก	90,000	-	-	90,000
3.2 ค่าใช้จ่ายในการเตรียมการ	60,000	-	-	60,000
<b>รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน (3)</b>	<b>150,000</b>	-	-	<b>150,000</b>
<b>รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น (1)+(2)+(3)</b>	<b>1,500,000</b>			<b>1,500,000</b>

ตารางที่ 6.2 การประมาณการต้นทุนคงที่

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงทางตรง (เงินเดือน)	540,000	567,000	595,350	625,118	656,373
ค่าเสื่อมราคาที่ดิน (บาท)	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000
<b>รวมต้นทุนคงที่ (บาท)</b>	<b>610,000</b>	<b>637,000</b>	<b>665,350</b>	<b>695,118</b>	<b>726,373</b>

ตารางที่ 6.3 การประมาณการต้นทุนผันแปร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงผันแปร (ค่าตอบแทน)	21,318	23,450	25,091	26,346	27,663
<b>รวมต้นทุนผันแปร (บาท)</b>	<b>21,318</b>	<b>23,450</b>	<b>25,091</b>	<b>26,346</b>	<b>27,663</b>

ตารางที่ 6.4 การประมาณการยอดขายสินค้าและบริการ ปีที่ 1 - 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
			10.00%	7.00%	5.00%
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ					
จำนวนผู้ใช้บริการ (คน)	14,212	15,633	16,728	17,564	18,442
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (บาท)	150	150	150	150	150
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	2,131,800	2,344,980	2,509,129	2,634,585	2,766,314

ตาราง 6.5 แสดงประมาณการต้นทุนค่าซื้อสินค้า

ต้นทุนค่าซื้อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราการเพิ่มขึ้นของต้นทุน		10%	5%	5%	5%
ต้นทุนค่าซื้อสินค้า (ร้อยละ 20 ของยอดขายในปีที่ 1)	426,360	468,996	492,446	517,068	542,921

ตาราง 6.6 แสดงประมาณการซื้อสินค้า เงินสด:เงินเชื่อ (สัดส่วนซื้อสด:ซื้อเชื่อ 30:70 ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 90 วัน) ปีที่ 1

ปีที่ 1 พ.ศ. 2561				
รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ซื้อเงินเชื่อ (70%)	74,613	74,613	74,613	74,613
ซื้อเงินสด (30%)	31,977	31,977	31,977	31,977
รวมซื้อ (บาท)	106,590	106,590	106,590	106,590

ตาราง 6.7 แสดงประมาณการซื้อสินค้า เงินสด:เงินเชื่อ (สัดส่วนซื้อสด:ซื้อเชื่อ 30:70 ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 90 วัน) ปีที่ 2

ปีที่ 2 พ.ศ. 2562				
รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ซื้อเงินเชื่อ (70%)	82,074	82,074	82,074	82,074
ซื้อเงินสด (30%)	35,175	35,175	35,175	35,175
รวมซื้อ (บาท)	117,249	117,249	117,249	117,249

ตาราง 6.8 แสดงประมาณการซื้อสินค้า เงินสด:เงินเชื่อ (สัดส่วนซื้อสด:ซื้อเชื่อ 30:70 ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 90 วัน) ปีที่ 3

ปีที่ 3 พ.ศ. 2563				
รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ซื้อเงินเชื่อ (70%)	86,178	86,178	86,178	86,178
ซื้อเงินสด (30%)	36,933	36,933	36,933	36,933
รวมซื้อ (บาท)	123,111	123,111	123,111	123,111

ตาราง 6.9 แสดงประมาณการซื้อสินค้า เงินสด:เงินเชื่อ (สัดส่วนซื้อสด:ซื้อเชื่อ 30:70 ระยะเวลาที่  
ได้รับเครดิต 90 วัน) ปีที่ 4

ปีที่ 4 พ.ศ. 2564				
รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ซื้อเงินเชื่อ (70%)	90,487	90,487	90,487	90,487
ซื้อเงินสด (30%)	38,780	38,780	38,780	38,780
รวมซื้อ (บาท)	129,267	129,267	129,267	129,267

ตาราง 6.10 แสดงประมาณการซื้อสินค้า เงินสด:เงินเชื่อ (สัดส่วนซื้อสด:ซื้อเชื่อ 30:70 ระยะเวลาที่  
ได้รับเครดิต 90 วัน) ปีที่ 5

ปีที่ 5 พ.ศ. 2565				
รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ซื้อเงินเชื่อ (70%)	202,012	202,012	202,012	202,012
ซื้อเงินสด (30%)	40,719	40,719	40,719	40,719
รวมซื้อ (บาท)	135,730	135,730	135,730	135,730

ตาราง 6.11 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ ปีที่ 1

ปีที่ 1 พ.ศ. 2561				
รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ชำระให้เจ้าหนี้	0	74,613	74,613	74,613
ชำระเงินสด	31,337	31,977	31,977	31,977
รวมเงินสดจ่าย (บาท/ไตรมาส)	31,337	106,590	106,590	106,590
รวมเงินสดจ่าย (บาท/ปี)	351,107			

ตาราง 6.12 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ ปีที่ 2

ปีที่ 2 พ.ศ. 2562				
รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ชำระให้เจ้าหนี้	74,613	82,074	82,074	82,074
ชำระเงินสด	35,175	35,175	35,175	35,175
รวมเงินสดจ่าย (บาท/ไตรมาส)	109,788	117,249	117,249	117,249
รวมเงินสดจ่าย (บาท/ปี)	461,535			

ตาราง 6.13 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ ปีที่ 3

ปีที่ 3 พ.ศ. 2563				
รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ชำระให้เจ้าหนี้	82,074	86,178	86,178	86,178
ชำระเงินสด	36,933	36,933	36,933	36,933
รวมเงินสดจ่าย (บาท/ไตรมาส)	119,008	123,111	123,111	123,111
รวมเงินสดจ่าย (บาท/ปี)	488,342			

ตาราง 6.14 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ ปีที่ 4

ปีที่ 4 พ.ศ. 2564				
รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ชำระให้เจ้าหนี้	86,178	90,487	90,487	90,487
ชำระเงินสด	38,780	38,780	38,780	38,780
รวมเงินสดจ่าย (บาท/ไตรมาส)	124,958	129,267	129,267	129,267
รวมเงินสดจ่าย (บาท/ปี)	512,759			



ตาราง 6.15 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ ปีที่ 5

ปีที่ 5 พ.ศ. 2565				
รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ชำระให้เจ้าหนี้	90,487	95,011	95,011	95,011
ชำระเงินสด	40,719	40,719	40,719	40,719
รวมเงินสดจ่าย (บาท/ไตรมาส)	131,206	135,730	135,730	135,730
รวมเงินสดจ่าย (บาท/ปี)	538,397			

ตาราง 6.16 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการลดราคาสินค้า	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่าใช้จ่ายค่าตอบแทนพนักงานขาย ร้อยละ 1 ของยอดขาย	21,318	23,450	25,091	26,346	27,663
ค่าใช้จ่ายในการจัดโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขาย	36,000	36,000	24,000	24,000	24,000
ค่าประชาสัมพันธ์	24,000	24,000	12,000	12,000	12,000
รวม	96,318	98,450	76,091	77,346	78,663

ตาราง 6.17 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงเภสัชกร 20,000 บาท/เดือน อัตราเพิ่มร้อยละ 5 ต่อปี	240,000	252,000	264,600	277,830	291,722
ค่าแรงผู้จัดการร้าน 15,000 บาท/เดือน อัตราเพิ่มร้อยละ 5 ต่อปี	180,000	189,000	198,450	208,373	218,791
ค่าแรงพนักงานผู้ช่วย 10,000 บาท/เดือน อัตราเพิ่มร้อยละ 5 ต่อปี	120,000	126,000	132,300	138,915	145,861
ค่าไปประกอบวิชาชีพเภสัชกร 5,000 บาท/เดือน	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าธรรมเนียมการต่ออายุใบอนุญาต ขยายแผนปัจจุบัน	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ค่าสาธารณูปโภค 5,000 บาท/เดือน (อัตราการเพิ่มร้อยละ 3 ต่อปี)	60,000	61,800	63,654	65,564	67,531
ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ เดือนละ 15,000 บาท	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
เบ็ดเตล็ด	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
<b>รวม ค่าใช้จ่ายทางตรง</b>	<b>858,000</b>	<b>886,800</b>	<b>917,004</b>	<b>948,681</b>	<b>981,904</b>

ตาราง 6.18 แสดงประมาณการค่าเสื่อมราคา

รายการสินทรัพย์	มูลค่า (บาท)	อายุการใช้งาน	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)
1 ที่ดิน	-	-	-
2 อาคาร	-	-	-
3 เครื่องมือ /อุปกรณ์	199,500	5	39,900
4 เครื่องใช้สำนักงาน	150,500	5	30,100
<b>รวมค่าเสื่อมราคา</b>	<b>350,000</b>	<b>-</b>	<b>70,000</b>

ตาราง 6.19 แสดงประมาณการงบกำไร/ขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1 พ.ศ. 2561	ปีที่ 2 พ.ศ. 2562	ปีที่ 3 พ.ศ. 2563	ปีที่ 4 พ.ศ. 2564	ปีที่ 5 พ.ศ. 2565
รายได้					
ยอดขายสินค้า (สุทธิ)	2,131,800	2,344,980	2,509,129	2,634,585	2,766,314
หัก ต้นทุนสินค้าที่ขาย	426,360	468,996	492,446	517,068	542,921
กำไรขั้นต้น	1,705,440	1,875,984	2,016,683	2,117,517	2,223,393
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	96,318	98,450	76,091	77,346	78,663
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	858,000	886,800	917,004	948,681	981,904
ค่าเสื่อมราคา	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	150,000	-	-	-	-
รวม ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,174,318	1,055,250	1,063,095	1,096,027	1,130,567
กำไรจากการดำเนินงาน	531,122	820,734	953,588	1,021,490	1,092,826
บวก รายได้อื่น	-	-	-	-	-
รวมกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี					
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	531,122	820,734	953,588	1,021,490	1,092,826
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล/ บุคคลธรรมดา อัตราร้อยละ 20	106,224	164,147	190,718	204,298	218,565
กำไรหลังหักภาษีเงินได้	424,898	656,587	762,870	817,192	874,261

ตาราง 6.20 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1 พ.ศ. 2561	ปีที่ 2 พ.ศ. 2562	ปีที่ 3 พ.ศ. 2563	ปีที่ 4 พ.ศ. 2564	ปีที่ 5 พ.ศ. 2565
<b>จากกิจกรรมดำเนินงาน</b>						
เงินสดรับ						
รายได้จากการขายสินค้า	-	2,131,800	2,344,980	2,509,129	2,634,585	2,766,314
เจ้าหนี้การค้า	-	74,613	82,074	86,178	90,487	202,012
รวมเงินสดรับ	-	2,206,413	2,427,054	2,595,307	2,725,072	2,968,326
เงินสดจ่าย						
ซื้อสินค้า	-	426,360	468,996	492,446	517,068	542,921
รวมต้นทุนขายไม่รวมค่าเสื่อมราคา	-	954,318	985,250	993,095	1,026,027	1,060,567
จ่ายเจ้าหนี้การค้า	-	-	74,613	82,074	86,178	90,487
ค่าภาษี	-	-	106,224	164,147	190,718	204,298
<b>จากกิจกรรมลงทุน</b>						
สินทรัพย์ถาวร	-	-	-	-	-	-
รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	500,000	-	-	-	-	-
รวมเงินสดจ่าย	500,000	1,380,678	1,635,083	1,731,762	1,819,991	1,898,273
<b>จากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>						
ทุนของเจ้าของ	1,500,000	-	-	-	-	-
บวก เงินกู้	-	-	-	-	-	-
รวมเงินสดสุทธิ	1,000,000	825,735	791,971	863,544	905,081	1,070,053
บวก เงินสด ยกมา	-	1,000,000	1,825,735	2,617,706	3,481,250	4,386,332
เงินสดคงเหลือยกไป	1,000,000	1,825,735	2,617,706	3,481,250	4,386,332	5,456,385

ตาราง 6.21 แสดงประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1 พ.ศ. 2561	ปีที่ 2 พ.ศ. 2562	ปีที่ 3 พ.ศ. 2563	ปีที่ 4 พ.ศ. 2564	ปีที่ 5 พ.ศ. 2565
<b>สินทรัพย์</b>						
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>						
เงินสดและเงินฝาก ธนาคาร	1,000,000	1,825,735	2,617,706	3,481,250	4,386,332	5,456,385
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
สินค้าคงคลัง	-	-	-	-	-	-
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>1,000,000</b>	<b>1,825,735</b>	<b>2,617,706</b>	<b>3,481,250</b>	<b>4,386,332</b>	<b>5,456,385</b>
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>						
อุปกรณ์	199,500	159,600	119,700	79,800	39,900	-
เครื่องใช้สำนักงาน	150,500	120,400	90,300	60,200	30,100	-
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	70,000	140,000	210,000	280,000	350,000
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>	<b>350,000</b>	<b>280,000</b>	<b>210,000</b>	<b>140,000</b>	<b>70,000</b>	<b>-</b>
<b>สินทรัพย์อื่น</b>						
ค่าใช้จ่ายก่อน ดำเนินงานตัดบัญชี	150,000	-	-	-	-	-
<b>รวมสินทรัพย์อื่น</b>	<b>150,000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>1,500,000</b>	<b>2,105,735</b>	<b>2,827,706</b>	<b>3,621,250</b>	<b>4,456,332</b>	<b>5,456,385</b>



ตาราง 6.22 แสดงประมาณการงบดุล (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2565
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>						
เจ้าหนี้การค้า	-	74,613	82,074	86,178	90,487	202,012
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	106,224	164,147	190,718	204,298	218,565
หนี้สินครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-	-	-	-	-	-
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	-	<b>180,837</b>	<b>246,221</b>	<b>276,896</b>	<b>294,785</b>	<b>420,577</b>
<b>หนี้สินถาวร</b>						
เงินกู้	-	-	-	-	-	-
หนี้สินอื่น	-	-	-	-	-	-
<b>รวมหนี้สินถาวร</b>	-	-	-	-	-	-
<b>รวมหนี้สิน</b>	-	<b>180,837</b>	<b>246,221</b>	<b>276,896</b>	<b>294,785</b>	<b>420,577</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
ทุน	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
บวก กำไรสุทธิสะสม	-	424,898	1,081,485	1,844,355	2,661,547	3,535,808
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,500,000</b>	<b>1,924,898</b>	<b>2,581,485</b>	<b>3,344,355</b>	<b>4,161,547</b>	<b>5,035,808</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,500,000</b>	<b>2,105,735</b>	<b>2,827,706</b>	<b>3,621,250</b>	<b>4,456,332</b>	<b>5,456,385</b>

### 6.3 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน

จากการประมาณการผลประโยชน์และกระแสเงินสดของโครงการ สามารถสรุปผลตอบแทนของโครงการโดยรวมได้ ดังนี้

- ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) คือ 1 ปี 10 เดือน
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) คือ 1,836,585 บาท โดยอัตราการคิดลดเป็นร้อยละ 10
- อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) คือ ร้อยละ 49.06

โดยระบุรายละเอียดการคำนวณได้ ดังนี้

#### 6.3.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาที่ทำให้ผลรวมของกระแสเงินสดรับสุทธิจากการดำเนินงานโครงการเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิ

ตาราง 6.23 แสดงกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ

รายการ (บาท)	ปีที่ 0	ปีที่ 1 พ.ศ. 2561	ปีที่ 2 พ.ศ. 2562	ปีที่ 3 พ.ศ. 2563	ปีที่ 4 พ.ศ. 2564	ปีที่ 5 พ.ศ. 2565
กระแสเงินสดสุทธิ	-1,500,000	825,735	791,971	863,544	905,081	1,070,053
กระแสเงินสดสะสม		825,735	1,617,706	2,481,250	3,386,332	4,456,385

จากตารางแสดงกระแสเงินสดข้างต้น สามารถแสดงวิธีการคำนวณระยะเวลาคืนทุนได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ระยะเวลาคืนทุน} &= \text{จำนวนปีก่อนการคืนทุน} + \\
 &\quad (\text{เงินสดส่วนที่เหลือ/เงินสดรับในปีที่คืนทุน}) \\
 &= 1 + [(1,500,000 - 825,735) / 791,971] \\
 &= 1 + (674,265 / 791,971) \\
 &= 1 + 0.85 \text{ หรือ } 1.85 \text{ ปี หรือ} \\
 &= 1 \text{ ปี } 10 \text{ เดือน}
 \end{aligned}$$

#### 6.3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value: NPV)

เป็นการประเมินมูลค่าโครงการ โดยคำนึงถึงค่าของเงินตามเวลาปัจจุบันของการลงทุนในระยะยาว เนื่องจากจำนวนเงินลงทุนและผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนเกิดขึ้นใน

ระยะเวลาต่างกัน ดังนั้นการปรับมูลค่าของเงินลงทุนกับผลตอบแทนที่ได้รับให้เป็นมูลค่าปัจจุบันตลอดอายุโครงการ จะช่วยให้สามารถประเมินผลตอบแทนที่แท้จริงของโครงการในปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดให้อัตราการคิดลดเป็นร้อยละ 10 โดยแสดงมูลค่าปัจจุบันได้ ดังนี้

ตาราง 6.24 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2565
กระแสเงินสดสุทธิ (บาท)	-1,500,000	825,735	791,971	863,544	905,081	1,070,053
มูลค่าปัจจุบัน (อัตราคิดลดร้อยละ 10)	-1,500,000	750,668	654,522	648,794	618,183	664,419
<b>รวม (บาท)</b>		<b>1,836,585</b>				

### 6.3.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

ตาราง 6.25 แสดงอัตราผลตอบแทนของโครงการ

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2565
กระแสเงินสดสุทธิ (บาท)	-1,500,000	825,735	791,971	863,544	905,081	1,070,053
<b>IRR</b>		<b>49.06%</b>				

### 6.3.4 อัตราส่วนทางการเงิน

ตาราง 6.26 แสดงอัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	ปีที่ 1 พ.ศ. 2561	ปีที่ 2 พ.ศ. 2562	ปีที่ 3 พ.ศ. 2563	ปีที่ 4 พ.ศ. 2564	ปีที่ 5 พ.ศ. 2565
<b>ความสามารถในการทำกำไร</b>					
อัตรากำไรขั้นต้น = กำไรขั้นต้น/ยอดขาย	80%	80%	80%	80%	80%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน = กำไรจากการดำเนินงาน/ยอดขาย	25%	35%	38%	39%	40%
อัตรากำไรสุทธิ = กำไรสุทธิ/ยอดขาย	20%	28%	30%	31%	32%
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ ถือหุ้น (ROE) = กำไรสุทธิ/ส่วนของผู้ถือหุ้น	22%	25%	23%	20%	17%
<b>การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการทำงาน</b>					
อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อ สินทรัพย์รวม (ROA) = กำไรสุทธิ/สินทรัพย์รวม	20%	23%	21%	18%	16%
อัตราส่วนการหมุนเวียนของ สินทรัพย์รวม = ยอดขาย/สินทรัพย์รวม (เท่า)	1.01	0.83	0.69	0.59	0.51

### 6.3.5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

เมื่อพิจารณาจากจุดคุ้มทุนแล้ว พบว่ายังมีกระแสเงินสดมากเพียงพอ และยังมีกระแสเงินสดมากเพียงพอ หรือกล่าวได้ว่ากระแสเงินสดของโครงการนั้นมีเพียงพอสำหรับการดำเนินธุรกิจไปอีก 6 เดือน โดยธุรกิจนี้ไม่มีปัญหาสภาพคล่อง

ตาราง 6.27 แสดงจุดคุ้มทุน

รายการ	ปีที่ 1 พ.ศ. 2561	ปีที่ 2 พ.ศ. 2562	ปีที่ 3 พ.ศ. 2563	ปีที่ 4 พ.ศ. 2564	ปีที่ 5 พ.ศ. 2565
รายได้	2,131,800	2,344,980	2,509,129	2,634,585	2,766,314
ต้นทุนผันแปร	21,318	23,450	25,091	26,346	27,663
ต้นทุนคงที่	610,000	637,000	665,350	695,118	726,373
กำไรส่วนเกิน: (รายได้ – ต้นทุนผันแปร)	2,110,482	2,321,530	2,484,037	2,608,239	2,738,651
ราคาขายต่อหน่วย	150	150	150	150	150
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50
กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	149	149	149	149	149
อัตราส่วนกำไร ส่วนเกิน: (กำไร ส่วนเกิน/ยอดขาย)	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99
จุดคุ้มทุน: (ต้นทุนคงที่ รวม/กำไรส่วนเกินต่อ หน่วย) (หน่วย)	4,108	4,290	4,480	4,681	4,891
จุดคุ้มทุน: (ต้นทุนคงที่/ อัตรากำไรส่วนเกิน) (บาท)	616,162	643,434	672,071	702,139	733,710
จุดคุ้มทุน (บาท/เดือน)	51,347	53,620	56,006	58,512	61,143
กระแสเงินสดสุทธิ (บาท)	825,735	791,971	863,544	905,081	1,070,053

### 6.3.6 การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) ทางการเงิน

กระประเมินสถานการณ์จำลองทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) ต่อสถานการณ์เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานจากสมมติฐานทางการเงินในสภาวะปกติตามที่ได้ประเมินสถานการณ์และกำหนดเป้าหมายสอดคล้องตามแผนการเปลี่ยนธุรกิจ และเปรียบเทียบกับกรณีวิเคราะห์ไวทางการเงินเมื่อมีความเสี่ยงจากการ



เปลี่ยนแปลงจากปัจจัย 2 ด้าน คือความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากยอดขายลดลง เนื่องจากมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยจำลองสถานการณ์ให้ยอดขายลดร้อยละ 20 ของแต่ละปี และความเสี่ยงจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยกำหนดให้ต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 20 ในแต่ละปีเช่นกัน ทั้งนี้สามารถแสดงผลการจำลองสถานการณ์ได้ดังนี้

ตาราง 6.28 แสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะปกติ

รายการ	ปีที่ 1 พ.ศ. 2561	ปีที่ 2 พ.ศ. 2562	ปีที่ 3 พ.ศ. 2563	ปีที่ 4 พ.ศ. 2564	ปีที่ 5 พ.ศ. 2565
รายได้	2,131,800	2,344,980	2,509,129	2,634,585	2,766,314
ต้นทุนผันแปร	21,318	23,450	25,091	26,346	27,663
ต้นทุนคงที่	610,000	637,000	665,350	695,118	726,373
กำไรส่วนเกิน: (รายได้ – ต้นทุนผันแปร)	2,110,482	2,321,530	2,484,037	2,608,239	2,738,651
ราคาขายต่อหน่วย	150	150	150	150	150
ต้นทุนผันแปรต่อ หน่วย	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50
กำไรส่วนเกินต่อ หน่วย	149	149	149	149	149
อัตราส่วนกำไร ส่วนเกิน: (กำไร ส่วนเกิน/ยอดขาย)	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99
จุดคุ้มทุน (หน่วย)	4,108	4,290	4,480	4,681	4,891
จุดคุ้มทุน (บาท)	616,162	643,434	672,071	702,139	733,710

ตาราง 6.29 แสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะที่ยอดขายลดลงร้อยละ 20

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2565
รายได้	1,705,440	1,875,984	2,007,303	2,107,668	2,213,051
ต้นทุนผันแปร	21,318	23,450	25,091	26,346	27,663
ต้นทุนคงที่	610,000	637,000	665,350	695,118	726,373
กำไรส่วนเกิน: (รายได้ – ต้นทุนผันแปร)	1,684,122	1,852,534	1,982,212	2,081,322	2,185,388
ราคาขายต่อหน่วย	150	150	150	150	150
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50
กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	119	119	119	119	119
อัตราส่วนกำไร ส่วนเกิน: (กำไร ส่วนเกิน/ยอดขาย)	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99
จุดคุ้มทุน (หน่วย)	5,148	5,376	5,615	5,866	6,130
จุดคุ้มทุน (บาท)	617,722	645,063	673,772	703,916	735,568

ตาราง 6.30 แสดงสมมติฐานทางการเงินในสถานะที่ต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 20

รายการ	ปีที่ 1 พ.ศ. 2561	ปีที่ 2 พ.ศ. 2562	ปีที่ 3 พ.ศ. 2563	ปีที่ 4 พ.ศ. 2564	ปีที่ 5 พ.ศ. 2565
รายได้	2,131,800	2,344,980	2,509,129	2,634,585	2,766,314
ต้นทุนผันแปร	21,318	23,450	25,091	26,346	27,663
ต้นทุนคงที่	732,000	764,400	798,420	834,141	871,648
กำไรส่วนเกิน: (รายได้ – ต้นทุนผันแปร)	2,110,482	2,321,530	2,484,037	2,608,239	2,738,651
ราคาขายต่อหน่วย	150	150	150	150	150
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50
กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	149	149	149	149	149
อัตราส่วนกำไร ส่วนเกิน: (กำไร ส่วนเกิน/ยอดขาย)	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99
จุดคุ้มทุน (หน่วย)	4,929	5,147	5,377	5,617	5,870
จุดคุ้มทุน (บาท)	739,394	772,121	806,485	842,567	880,453

## บทที่ 7

### การประเมินความเสี่ยงและแนวทางการจัดการความเสี่ยง

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจนั้นมีปัจจัยต่างๆมากมายที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ดังนั้น เพื่อให้ร้านขายยา PharmaSeed สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพตามแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ อีกทั้งยังทำให้แผนธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงประเมินความเสี่ยงและวางแผนการจัดการความเสี่ยง (Risk Management) ดังนี้

#### 7.1 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ

แม้ว่าการดูแลสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงโครงการการพัฒนาร้านขายยาให้เข้าสู่ระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จะสนับสนุนและทำให้ธุรกิจร้านขายยามีโอกาสเติบโตเพิ่มสูงขึ้น แต่ร้านขายยานั้นก็เป็นธุรกิจที่ถูกควบคุมโดยหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้นการดำเนินการหรือการจัดกิจกรรมทางการตลาดด้านต่างๆ ควรพิจารณาถึงข้อกำหนดทางกฎหมายเป็นอย่างดี

เพื่อให้ร้านขายยา PharmaSeed สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางร้านควรสมัครเป็นสมาชิกของสมาคมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับร้านขายยา และข้อมูลทางกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ เช่น สมาคมเภสัชกรรมชุมชน (ประเทศไทย) หรือ สกช. ซึ่งจะจัดประชุมเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานในร้านขายยา วิธีการดูแลผู้ป่วยในชุมชน รวมถึงการให้ความรู้ที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพด้านต่างๆอีกด้วย

นอกจากนี้ควรสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมเภสัชกรรมทะเบียนและกฎหมายผลิตภัณฑ์ (ประเทศไทย) หรือ RAPAT เนื่องจากสมาคมดังกล่าว จะช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการดำเนินงานเกี่ยวกับยาได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) รวมถึงหลักเกณฑ์และวิธีการด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง และอาจสร้างประโยชน์ให้ผู้ประกอบการได้

## 7.2 ความเสี่ยงความเสี่ยงจากการแข่งขัน

เนื่องจากธุรกิจร้านขายยานั้นมีคู่แข่งจำนวนมากทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ร้านขายยาเดี่ยว ร้านยาที่มีสาขา (Chain Drug Store) รวมถึงสถานพยาบาลทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน เช่น โรงพยาบาล คลินิก เป็นต้น อีกทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้น มีข้อจำกัดด้านกฎหมายค่อนข้างมาก ดังนั้นร้านขายยา PharmaSeed ควรจัดการความเสี่ยง ดังนี้

ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างให้ร้านขายยา PharmaSeed โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเน้นการดูแลลูกค้าภายในชุมชนให้เหมือนสมาชิกในครอบครัว เพื่อสร้างความผูกพันให้กับลูกค้า และทำให้เกิด Brand Loyalty ของร้านได้

มุ่งเน้นให้พนักงานทุกท่านปฏิบัติตามคู่มือปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด เนื่องจากคู่มือดังกล่าวสามารถสร้างความแตกต่างในการบริการของทางร้านได้เป็นอย่างดี

เน้นการคัดกรองผู้ป่วยรายใหม่ และการดูแลและตรวจติดตามผลการรักษาผู้ป่วยโรคเรื้อรังตามบ้านของผู้ป่วย เพื่อกระตุ้นความรู้สึกผูกพันและใกล้ชิดสนิทสนมกับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกอุ่นใจที่มีเภสัชกรมาคอยดูแลสุขภาพและการใช้ยาให้ถึงบ้าน อีกทั้งโครงการนี้ยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้ทางร้านตามโครงการของภาครัฐดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น อีกด้วย

## 7.3 ความเสี่ยงทางการเงิน

เนื่องจากร้านขายยา PharmaSeed เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ และในระยะแรกของการเปิดดำเนินกิจการอาจยังไม่เป็นที่รู้จักของคนในชุมชนหรือลูกค้ามากนัก อีกทั้งการดำเนินกิจการในครั้งนี้ใช้เงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด ดังนั้นจึงอาจมีความเสี่ยงด้านการเงินหรืออาจประสบปัญหาสภาพคล่องทางการเงินได้ ดังนั้นร้านขายยา PharmaSeed ควรจัดการความเสี่ยง ดังนี้

หากทางร้านประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ทางร้านต้องพิจารณาหาสาเหตุของปัญหาในครั้งนั้น และพยายามจัดการแก้ไขปัญหาในแต่ละประเด็น เช่น หากมีปัญหาด้านต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ควรหาวิธีการบริหารจัดการกับต้นทุนด้านต่างๆ เช่น การบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้มีปริมาณที่เหมาะสม เลือกซื้อสินค้าที่มีรุ่นการผลิตใหม่หรือมีอายุการใช้งานนานเท่านั้น หลีกเลี่ยงการสั่งซื้อสินค้าที่มีอายุการใช้งานสั้น หรือไม่สามารถเปลี่ยนคืนได้หากใกล้วันหมดอายุ

ทั้งนี้ทางร้านควรใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการบริหารภายในร้านมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และควรมีระบบการตรวจสอบบัญชี เพื่อควบคุมต้นทุนด้านต่างๆภายในร้านให้ดียิ่งขึ้น



ทั้งนี้ควรกระตุ้นยอดขายให้ขึ้นไปตามการคาดการณ์หรือมากกว่านั้น โดยหากพบว่ายอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทางร้านควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น กิจกรรมการดูแลสุขภาพ การเยี่ยมผู้ป่วยตามบ้าน การให้ส่วนลดสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หรือสินค้าอื่นๆ เป็นต้น

อีกทั้งควรปรับลดหรือการชะลอค่าใช้จ่ายบางส่วนไว้ก่อน และหากไม่ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาทางการเงินในครั้งนั้นได้ ควรพิจารณาการขอกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินมาลงทุนเพิ่มเติม

#### 7.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

แม้ว่าทางร้านขายยา PharmaSeed จะมีคู่มือการปฏิบัติงานที่ละเอียดและชัดเจน แต่ก็อาจประสบกับปัญหาด้านการดำเนินงานในประเด็นต่างๆ ได้ ดังนั้นร้านขายยา PharmaSeed ควรจัดการความเสี่ยง ดังนี้

หากมีความเสี่ยงจากต้นทุนสินค้าราคาสูงขึ้น ทางร้านควรหาผู้ขายปัจจัยการผลิตหลายแห่งเพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ และควรวิเคราะห์ราคาต้นทุนสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทราบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงราคา และสามารถควบคุมต้นทุนในการให้บริการได้เป็นอย่างดี

หากประสบปัญหาด้านการเติบโตของร้านที่เร็วจนเกินไป หรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา ทางร้านควรพิจารณาการเพิ่มกำลังคนให้มากขึ้น โดยอาจพิจารณาจากตำแหน่งผู้ช่วยเภสัชกรก่อน เนื่องจากต้นทุนด้านค่าจ้างแรงงานไม่สูงมากนัก ทั้งนี้ควรเก็บข้อมูลสถิติการเข้าใช้บริการของลูกค้า เช่น กลุ่มลูกค้า อายุ อาชีพ สินค้าที่ลูกค้านิยมซื้อ และเวลาการเข้ารับบริการ เพื่อให้สามารถจัดตารางเวลาการทำงานของพนักงานภายในร้านได้อย่างเหมาะสม รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ปัญหาสินค้าภายในร้านหาย ทางร้านควรตรวจสินค้าและค้นสาเหตุที่สินค้าหายไป โดยต้องติดกล้องวงจรปิด และอบรมพนักงานให้คอยดูแลและใส่ใจลูกค้าเป็นอย่างดี คอยสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าภายในร้านโดยไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการสังเกตนั้น แต่ควรทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการเอาใจใส่ อีกทั้งควรมีมาตรการในการลงโทษบุคคลที่ขโมยสินค้าไป ไม่ว่าจะเป็นบุคคลภายนอกหรือภายในร้านก็ตาม ทั้งนี้บทลงโทษควรเป็นไปอย่างเหมาะสมและไม่รุนแรงจนเกินไป รวมถึงไม่ควรกล่าวหาโดยไม่มีหลักฐานเด็ดขาด

## บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข. (2557). คู่มือการตรวจประเมินวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน สำหรับร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย.๑) (1st ed.). Retrieved from <http://www.ddfcambodia.com/images/gpp2012en.pdf>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2559). *แผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (ด้านสาธารณสุข)*.
- กานต์มณี สมบูรณ์เหลือ. (2559). การศึกษาทัศนคติการเข้าร้านขายยาทั่วไปของกลุ่มเจนเนอร์ชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- คูลิกา วัฒนสุวกุล. (2555). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า กรณีศึกษาแผนกยาของร้านวัดสัน. วิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- นันทวนิชชัยบุญพัศตร์. (2558). พฤติกรรมการใช้ยาไม่เหมาะสมของผู้ที่เข้ามาใช้บริการร้านบู๊ทส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ประภัสสร มหาภิรมย์. (2559). *การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของร้านขายยาเซนส์โดร์ ร้านขายยาเดี่ยวหรือ SME และกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง, 12 § (2559).
- ระบบสถิติทางทะเบียน. (2559). จำนวนประชากรแยกอายุ. Retrieved March 8, 2017, from [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age\\_disp.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php)
- ศุภัชชา พันธุ์ไพศาล. (2557). การศึกษาความเชื่อเรื่องสีของฟ้าหญิงในสังคมไทย. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). ธุรกิจร้านขายยา (Pharmacy หรือ Drug Store), (16 เมษายน 2558), 2.
- สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สาม ปี 2559 และแนวโน้มปี 2559-2560*. Retrieved March 6, 2017, from <http://www.ryt9.com/s/nesd/2554431>
- สำนักงานรับรองคุณภาพร้านยา. (2017). *รายชื่อร้านยาคุณภาพ*. Retrieved March 8, 2017, from <http://papc.pharmacycouncil.org/index.php?option=drugstore&subpage=drugstore>
- สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ. (2560). *แลกเปลี่ยนเรียนรู้การดำเนินงานร้านยาคุณภาพ*.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Retrieved March 17, 2017, from  
<http://www.nhso.go.th/FrontEnd/NewsInformationDetail.aspx?newsid=MTk0Nw==>  
 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ขอนแก่น. (2559). ยาสมุนไพรไทยสู่ตลาดโลก สร้างรายได้ - เศรษฐกิจใหม่.  
 Retrieved March 6, 2017, from [http://region1.prd.go.th/ewt\\_news.php?nid=46930](http://region1.prd.go.th/ewt_news.php?nid=46930)  
 สำนักยา. (2557). สถิติใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาที่ราชอาณาจักร ประจำปี 2557 Retrieved  
 March 7, 2017, from [http://drug.fda.moph.go.th/zone\\_search/files/sea001\\_d19.asp](http://drug.fda.moph.go.th/zone_search/files/sea001_d19.asp)  
 อรศิริ ศรีคุณ. (2559). อุตสาหกรรมการผลิตวัตถุดิบทางยาของประเทศไทย. *GPO R&D  
 NEWSLETTER*, ปีที่ 23(2), 1. Retrieved from  
<http://www.gpo.or.th/Portals/6/Newsletter/RDINewsYr23No2-1.pdf>  
 อุทัย สุขวิวัฒน์ศิริกุล. (2016). มูลค่าตลาดยาและเวชภัณฑ์ในเมืองไทยเป็นเท่าไร? Retrieved March  
 3, 2017, from [https://utaiacademy.wordpress.com/2016/08/31/มูลค่าตลาดยาและ  
 เวชภัณฑ์/](https://utaiacademy.wordpress.com/2016/08/31/มูลค่าตลาดยาและเวชภัณฑ์/)  
 Google Map. (2017). Google Map. Retrieved March 26, 2017, from  
[https://www.google.co.th/maps/dir/ซีเกท+เทคโนโลยี+\(ประเทศไทย\)+บจก.+1627+ม7,+ถ.เทพารักษ์,+ต.เทพารักษ์+อ.เมืองสมุทรปราการ+จ.สมุทรปราการ,+10270+10270/7%2F4+หมู่+7+รุ่งเจริญ+อิสถ+ถนน+เทพารักษ์+ตำบลเทพารักษ์+อำเภอเมือง+สมุทรปราการ+10270/@13.6254459,100.6289969](https://www.google.co.th/maps/dir/ซีเกท+เทคโนโลยี+(ประเทศไทย)+บจก.+1627+ม7,+ถ.เทพารักษ์,+ต.เทพารักษ์+อ.เมืองสมุทรปราการ+จ.สมุทรปราการ,+10270+10270/7%2F4+หมู่+7+รุ่งเจริญ+อิสถ+ถนน+เทพารักษ์+ตำบลเทพารักษ์+อำเภอเมือง+สมุทรปราการ+10270/@13.6254459,100.6289969)  
 Home. (2559). คอนโดติดถนนเทพารักษ์ จ.สมุทรปราการ. Retrieved March 18, 2017, from  
<https://www.home.co.th/condo/i/5553-ลุมพินี-มิคซ์-เทพารักษ์-ศรีนครินทร์#info>  
 Platonic Software Limited Partnership. (2559). โปรแกรมบริหารร้านยา PharmaSys 4. Retrieved  
 March 7, 2017, from <http://www.platonicsoft.net/>  
 Porter E. Michael. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and  
 Competitors. *Competitive Strategy*, 1(6), 396. <https://doi.org/10.1002/smj.4250020110>  
 Practice, B., & Industry, H. (2015). เรื่องของโครงสร้างราคาขาย. Retrieved March 27, 2017, from  
<https://mktpharma.wordpress.com/tag/กำไรยา/>  
 ThaiSeniorMarket. (2559). ทำอย่างไรไม่ให้ลืมหานยา. Retrieved March 27, 2017, from  
<http://www.thaiseniormarket.com/article-detail/383>