

แผนธุรกิจ
ร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชุลิกา ฟาร์มาชี



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี สำเร็จลงได้ด้วยดีด้วยความกรุณาให้การช่วยเหลือของ ผศ.ดร. พัสลภา ปีติสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาของผู้วิจัย ซึ่งได้ชี้แนะแนวทางการดำเนินการวิจัย ช่วยปรับแก้การวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนปรับแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และออกแบบแผนธุรกิจให้ออกมาดีที่สุดในขั้นนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ทุกๆ ท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการทำวิจัย เพื่อที่จะทำให้แบบแผนธุรกิจออกมาดีที่สุดในขั้นนี้

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกท่านที่ได้คอยให้คำแนะนำ คำปรึกษา ที่เป็นประโยชน์ในการนำมาใช้ในการวิจัย เพื่อให้แบบแผนธุรกิจออกมาสำเร็จด้วยดี

นอกจากนี้ ขอขอบคุณครอบครัวที่ให้กำลังใจ ให้คำแนะนำ คำปรึกษา และการสนับสนุนอย่างเต็มที่ ขอแสดงความขอบคุณอย่างซาบซึ้งไว้ ณ ที่นี้

รชต มุขรัตน์มณีศรี

บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบัน อัตราการเจ็บป่วยของประชาชนมีการเพิ่มขึ้นอยู่ตลอด มีทั้งการเจ็บป่วยแบบรุนแรง และการเจ็บป่วยเล็กน้อย ผู้ป่วยที่มีการเจ็บป่วยแบบรุนแรงจะทำการรักษาตัวโดยการไปโรงพยาบาล แต่สำหรับผู้ป่วยที่มีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยส่วนใหญ่จะซื้อยาทานเอง โดยซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบันทั่วไป และจากแนวโน้มปัจจุบันที่ประชาชนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ประชาชนนิยมซื้ออาหารเสริมสุขภาพทานกันมากขึ้นกว่าในอดีต

ร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี เป็นธุรกิจครอบครัวของผู้จัดทำ ก่อตั้งขึ้นเนื่องจากเห็นโอกาสในตลาดบริเวณหมู่บ้านฟ้าปิยมย์ ลาดูกกา ปทุมธานี ว่าเป็นตลาดที่มีคู่แข่งน้อยราย และเป็นหมู่บ้านที่มีผู้อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

โดยสินค้าและบริการของทางร้านสามารถแบ่งออกเป็นประเภทหลักๆ ได้ 4 ประเภทคือ ยารักษาโรค อาหารเสริมสุขภาพ เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ และเวชสำอาง สำหรับการบริการของทางร้านจะให้บริการทางเภสัชกรรมทั่วไป นอกจากนี้ยังมีการบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านของลูกค้า เป็นการบริการพิเศษที่ทางร้านได้จัดขึ้น เนื่องจากเล็งเห็นโอกาสที่จะอำนวยความสะดวกสบายแก่ลูกค้าภายในหมู่บ้าน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านฟ้าปิยมย์ ส่วนกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ผู้ที่ไม่ได้อาศัยอยู่ในหมู่บ้านฟ้าปิยมย์ แต่อาศัยอยู่ในบริเวณรอบๆ หมู่บ้านภายในรัศมี 5 กิโลเมตร

ด้านเงินทุน โครงการนี้ใช้เงินในการลงทุนประมาณ 2,000,000 บาท ลงทุนในส่วนของเจ้าของทั้งหมด เงินลงทุนนี้ใช้ไปในการเช่าห้องแถว ปรับปรุงพื้นที่และตกแต่ง ค่าอุปกรณ์ภายในร้าน ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน เงินทุนหมุนเวียนในการจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน

ผลตอบแทนการลงทุน จากการประมาณการในระยะเวลา 5 ปี โครงการจะได้ผลตอบแทนการลงทุน 37.2% ซึ่งมีระยะเวลาคืนทุนประมาณ 1 ปี 10 เดือน และมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิอยู่ที่ 119,722.01 บาท โดยมีขาดทุนสะสมสุทธิ 5 ปีอยู่ที่ 72,961 บาท

ทีมบริหารประกอบด้วยเจ้าของกิจการผู้เป็นเภสัชกรประจำร้าน นางสาว อัญชลิกา มุขรัตน์มณีศรี ด้วยประสบการณ์เป็นเภสัชกร ทำให้มีความเชี่ยวชาญในด้านเภสัชกรรม และการจ่ายยานาย รชต มุขรัตน์มณีศรี ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารธุรกิจทั่วไป

สารบัญ

| | หน้า |
|---|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ | ข |
| บทสรุปผู้บริหาร | ค |
| สารบัญตาราง | ช |
| สารบัญภาพ | ณ |
| บทที่ 1 โอกาส และความน่าสนใจของธุรกิจ | 1 |
| 1.1 ที่มา และความสำคัญของโครงการ | 1 |
| 1.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ – Five Forces) | 2 |
| 1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision, Mission and Goal) | 5 |
| 1.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) | 6 |
| บทที่ 2 แผนการตลาด | 8 |
| 2.1 การแบ่งส่วนลูกค้า/ผู้บริโภค (Segmentation) | 8 |
| 2.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market) | 8 |
| 2.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) | 9 |
| 2.4 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) | 9 |
| 2.4.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า/บริการ | 9 |
| 2.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา | 14 |
| 2.4.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย | 15 |
| 2.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย | 16 |
| 2.5 แผนการดำเนินการส่งเสริมการตลาดและงบประมาณ | 17 |
| 2.6 การประมาณการยอดขาย | 19 |
| บทที่ 3 แผนการดำเนินงาน | 22 |
| 3.1 สถานที่ตั้ง | 22 |
| 3.2 แผนผังภายในร้าน | 24 |
| 3.3 แผนการตกแต่งภายในร้าน | 25 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|-----------|
| 3.4 การดำเนินการ และค่าใช้จ่ายในการตกแต่ง | 26 |
| 3.5 แผนการดำเนินธุรกิจ | 27 |
| 3.5.1 การจัดซื้อสินค้า | 27 |
| 3.5.2 ขั้นตอนกระบวนการให้บริการ | 28 |
| บทที่ 4 การบริหารจัดการในองค์กร | 30 |
| 4.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ | 30 |
| 4.2 ลักษณะการบริหารงาน | 30 |
| 4.3 แผนการบริหารงาน | 31 |
| 4.4 วันและเวลาการทำงาน | 32 |
| 4.5 การวางแผนกำลังคน และโครงสร้างค่าตอบแทน | 33 |
| 4.5 การสรรหา และคัดเลือกพนักงาน | 34 |
| 4.6 แผนพัฒนาบุคลากร | 35 |
| บทที่ 5 แผนการเงิน | 36 |
| 5.1 ขนาดของเงินทุนและแหล่งที่มา | 36 |
| 5.2 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Statement) | 46 |
| 5.3 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน (Financial Statement) | 47 |
| 5.4 ประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flow) | 49 |
| 5.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis) | 50 |
| 5.6 การประเมินความคุ้มค่าโครงการลงทุน | 50 |
| บทที่ 6 การจัดการความเสี่ยง และแนวทางรองรับความเสี่ยง | 51 |
| 6.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk) | 51 |
| 6.2 ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน (Competitive Risk) | 51 |
| 6.3 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk) | 52 |
| 6.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk) | 52 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|-----------------|------|
| บรรณานุกรม | 53 |
| ภาคผนวก | 55 |
| ประวัติผู้วิจัย | 63 |



สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 1.1 แสดงสรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงกดดัน 5 ประการ | 4 |
| 2.1 แสดงตารางราคาตัวอย่างสินค้าจากผู้จำหน่ายเดียวกันและอัตราค่าบริการของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี เทียบกับคู่แข่ง | 15 |
| 2.2 แสดงแผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 1 | 17 |
| 2.3 แสดงแผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 2 และ 3 | 17 |
| 2.4 แสดงแผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 4 | 18 |
| 2.5 แสดงแผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 5 | 18 |
| 2.6 แสดงการประมาณการยอดขาย | 19 |
| 3.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการลงทุนของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี | 26 |
| 3.2 แสดงต้นทุนของตัวอย่างสินค้าแต่ละประเภท | 27 |
| 3.3 แสดงต้นทุนเฉลี่ยต่อการซื้อ 1 ครั้งต่อคน | 28 |
| 4.1 แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น | 30 |
| 4.2 แสดงช่วงเวลาการทำงานของพนักงาน | 33 |
| 4.3 แสดงการว่าจ้างงานในแต่ละปี | 33 |
| 4.4 แสดงอัตราค่าจ้างต่อเดือนในปีแรก | 34 |
| 5.1 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุนและสัดส่วนหุ้น | 36 |
| 5.2 แสดงการใช้ไปของเงินทุน | 37 |
| 5.3 แสดงสมมติฐานทางการเงิน | 38 |
| 5.4 แสดงประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ | 39 |
| 5.5 แสดงต้นทุนการซื้อสินค้าเงินเชื่อและเงินสดปีที่ 1 | 40 |
| 5.6 แสดงต้นทุนการซื้อสินค้าเงินเชื่อและเงินสดปีที่ 2 | 40 |
| 5.7 แสดงต้นทุนการซื้อสินค้าเงินเชื่อและเงินสดปีที่ 3 | 40 |
| 5.8 แสดงต้นทุนการซื้อสินค้าเงินเชื่อและเงินสดปีที่ 4 | 41 |
| 5.9 แสดงต้นทุนการซื้อสินค้าเงินเชื่อและเงินสดปีที่ 5 | 41 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|--|------|
| 5.10 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ปีที่ 1 | 42 |
| 5.11 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ปีที่ 2 | 42 |
| 5.12 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ปีที่ 3 | 42 |
| 5.13 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ปีที่ 4 | 43 |
| 5.14 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ปีที่ 5 | 43 |
| 5.15 แสดงค่าเสื่อมราคารายปี | 43 |
| 5.16 แสดงค่าโสหุ่ยรายปี | 44 |
| 5.17 แสดงค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายรายปี | 44 |
| 5.18 แสดงประมาณการเงินเดือนพนักงาน | 44 |
| 5.19 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร | 45 |
| 5.20 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน | 46 |
| 5.21 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน (สินทรัพย์) | 47 |
| 5.22 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน (หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น) | 48 |
| 5.23 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด | 49 |
| 5.24 แสดงอัตราส่วนทางการเงิน | 50 |

สารบัญภาพ

| ภาพ | หน้า |
|---|------|
| 1.1 ตำแหน่งที่ตั้งของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี และหมู่บ้านฟ้าปิยมย์ | 1 |
| 2.1 แสดงการแบ่งส่วนลูกค้าของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี | 8 |
| 2.2 แสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาดร้านขายยาแผนปัจจุบันบริเวณหมู่บ้านฟ้าปิยมย์ | 9 |
| 2.3 แสดงตราสัญลักษณ์ร้านขายยา อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี แบบที่ 1 | 10 |
| 2.4 แสดงตราสัญลักษณ์ร้านขายยา อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี แบบที่ 2 | 10 |
| 2.5 แสดงแผนผังร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี | 11 |
| 3.1 แสดงแผนที่ร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี | 22 |
| 3.2 แสดงตำแหน่งที่ตั้งของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี | 23 |
| 3.3 แสดงสภาพแวดล้อมบริเวณรอบๆร้าน | 23 |
| 3.4 แสดงที่ตั้งของร้านค้าสะดวกซื้อฝั่งตรงข้ามร้าน | 24 |
| 3.5 แสดงพื้นที่ภายในร้าน | 24 |
| 3.6 แสดงแผนผังภายในร้าน | 25 |
| 3.7 แสดงตัวอย่างการตกแต่งภายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน | 25 |
| 3.8 แสดงขั้นตอนการให้บริการภายในร้าน | 28 |
| 3.9 แสดงขั้นตอนการให้บริการจัดส่งสินค้า | 29 |
| 4.1 แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กรของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี | 31 |

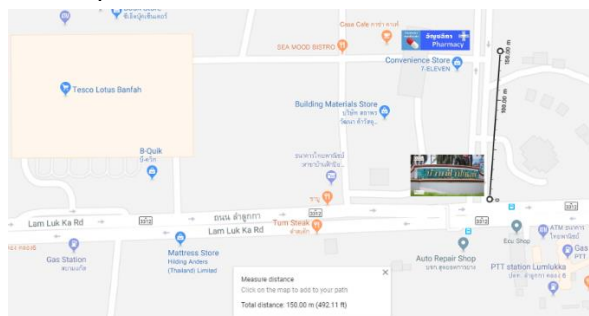
บทที่ 1

โอกาส และความน่าสนใจของธุรกิจ

1.1 ที่มา และความสำคัญของโครงการ

เนื่องจากทางครอบครัวของผู้จัดทำแผนธุรกิจ มีที่สาวประกอบอาชีพเกษตรกร มีแผนจะเปิดร้านขายยาแผนปัจจุบันในอนาคต อีกทั้งยังมีที่อยู่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์ ถนนลำลูกกา คลอง 6 จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่จะต้องการเปิดธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบันขึ้นมา อีกทั้งยังเป็นหมู่บ้านใหญ่ มีจำนวนประมาณ 5,200 หลังคาเรือน คิดเป็นจำนวนประชากรที่ประมาณ 20,000 ราย (นิติบุคคลบ้านฟ้าปิยมรย์, 2561) และจากการสำรวจทางเข้าหน้าหมู่บ้าน และบริเวณพื้นที่รอบๆ รัศมี 5 กิโลเมตรพบว่า มีร้านขายยาแผนปัจจุบันเพียง 3 ร้าน ซึ่งแห่งแรกอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า Tesco Lotus ซึ่งอยู่ห่างจากหมู่บ้านเพียง 200 เมตร อีก 2 แห่งอยู่ห่างจากหมู่บ้าน 3 และ 5 กิโลเมตร ตามลำดับ นอกจากนี้บริเวณหน้าทางเข้าหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์มีตลาดสด และร้านขายของต่างๆ เปิดขายอยู่หลายร้านภายในโครงการของหมู่บ้าน ทำให้มีคนค่อนข้างพลุกพล่าน ทำให้ร้านขายยาแผนปัจจุบันเป็นที่จำเป็นสำหรับพื้นที่บริเวณนี้ เนื่องจากพื้นที่นี้อยู่ห่างจากโรงพยาบาลถึง 6 กิโลเมตร ซึ่งถ้าหากมีคนเกิดอาการป่วยเล็กน้อย ก็สามารถใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันที่อยู่ใกล้กว่าโรงพยาบาลในละแวกได้

จากสภาพดังกล่าวทำให้มองเห็นถึงโอกาส และช่องทางในการทำธุรกิจนี้ และศึกษาพฤติกรรมรวมไปถึงปัจจัยที่คำนึงถึงการเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันในบริเวณหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์เพื่อนำไปประกอบแผนธุรกิจต่อไป



ภาพที่ 1.1 ตำแหน่งที่ตั้งของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาศี และหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์
ที่มา : Google Map

1.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ – Five Forces)

ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการลงทุนธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบัน เพื่อพิจารณาว่า ธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบันในบริเวณโดยรอบหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์ อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีความน่าสนใจในการลงทุนหรือไม่ ผู้จัดทำได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Forces Model) โดยพิจารณาแรงกดดันต่างๆ 5 ประการ เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

แรงกดดันที่ 1 : การคุกคามของผู้เล่นหน้าใหม่ (Threat of New Entrants)

1. ธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบันเป็นธุรกิจที่อยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมาย ทั้งในระดับพระราชบัญญัติ กฎกระทรวง และประกาศกระทรวงฉบับต่างๆ ทำให้การเข้ามาในธุรกิจนี้ยากกว่าธุรกิจอื่น (สุจิตรา ชูเลิศ, 2556) (+)
2. ผู้ที่จะเข้ามาประกอบกิจการร้านขายยา จำเป็นจะต้องมีความรู้ในวิชาชีพเภสัชกรรม และมีใบประกอบโรคศิลป์ รวมถึงใบอนุญาตประกอบกิจการร้านขายยาตามกฎกระทรวงการขออนุญาต และการออกใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (กระทรวงสาธารณสุข, 2556) (+)
3. ธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบันเป็นธุรกิจที่เข้ามาประกอบกิจการได้ง่าย ใช้เงินลงทุนไม่มากนัก ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้ามาในธุรกิจนี้ได้ง่าย (KingSMEs, 2558) (-)
4. ภายในบริเวณพื้นที่รอบๆ หมู่บ้านฟ้าปิยมรย์มีจำนวนของร้านขายยาน้อย อีกทั้งจำนวนประชากรในหมู่บ้าน และผู้อาศัยบริเวณนี้มีจำนวนมาก จึงเป็นโอกาสที่ดีที่ผู้ประกอบการจะเข้ามาเปิดธุรกิจร้านขายยาในบริเวณนี้ (จากการสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2561) (-)
5. Switching Cost ต่ำเนื่องจากลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปซื้อยาจากร้านอื่นได้ง่าย ทำให้เป็นโอกาสที่ดีของผู้เล่นหน้าใหม่ (Positioningmag, 2556) (-)

แรงกดดันที่ 2 : ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Existing Competitors)

1. ธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบันในบริเวณรอบๆ หมู่บ้านฟ้าปิยมรย์ มีการแข่งขันที่ไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากมีร้านขายยาในห้างสรรพสินค้า

Tesco Lotus ที่อยู่ห่างจากหมู่บ้าน 200 เมตรเพียงร้านเดียวเท่านั้นในรัศมี 2 กิโลเมตร (จากการสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านฟ้าปทุมเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2561) (+)

แรงกดดันที่ 3 : การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

1. สินค้าทดแทนสำหรับธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบันเช่น โรงพยาบาล คลินิก อนามัย ยาสมุนไพร และอาหารเสริม อีกทั้งเนื่องจากมีนโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรคของรัฐบาล ทำให้มีความเสี่ยงที่ลูกค้าจะหันไปใช้บริการสินค้าทดแทนอย่างอื่นสูง (สุจิตรา ชูเลิศ, 2556) (-)
2. เนื่องจากยาบางประเภทเป็นยาที่ไม่มีขายตามร้านขายยาทั่วไป จะได้เฉพาะจากแพทย์สั่งจ่ายในโรงพยาบาลเท่านั้น ลูกค้าจึงหันไปใช้บริการโรงพยาบาลแทน เช่น ยานอนหลับ ยาคดประสาท หลอนประสาท เป็นต้น (อัญชลิภา มุขรัตน์มณีศรี, 2561) (-)

แรงกดดันที่ 4 : อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

1. Switching Cost ต่ำ ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อจากทางเลือกอื่นได้มากขึ้น ทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองที่สูงขึ้น (Positioningmag, 2556) (-)
2. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อที่สูง เนื่องจากผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อยาแผนปัจจุบันจากร้านขายยาแห่งใดก็ได้ โดยพิจารณาจากราคาของสินค้า การบริการของเภสัชกรประจำร้าน การให้ความรู้คำแนะนำต่างๆ จากเภสัชกร การตกแต่งร้าน ความน่าใช้บริการโดยรวมของร้าน รวมไปถึงทัศนคติที่ว่า ซื้อยาจากร้านนี้กินไม่หายป่วย แล้วไปซื้อยาจากอีกร้านกินแล้วหายป่วย เป็นต้น (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบันเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2561) (-)

แรงกดดันที่ 5 : อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

1. ปัจจุบันผู้ผลิต และจัดจำหน่ายยามีหลากหลาย ทั้งผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีมาตรฐานในการผลิต และผู้ผลิตรายย่อย จะพบว่าผู้ผลิตนั้นมีอำนาจในการต่อรองที่ต่ำ เนื่องจากผู้ผลิตมีจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายยามีทางเลือกที่หลากหลายในการสั่งสินค้ามาจำหน่าย โดยพิจารณา

จากความน่าเชื่อถือ คุณภาพ และการจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลา (สุจิตรา ชูเลิศ, 2556) (+)

2. ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการร้านขายยาสามารถสั่งซื้อยาได้ 2 แหล่งคือ ซื้อจากร้านขายยาส่ง และสั่งจากโรงงานผลิตยา ทำให้มีทางเลือกที่หลากหลาย (มณีทิพย์ เอี่ยมชาญชัย, 2556) (+)

ตารางที่ 1.1 แสดงสรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงกดดัน 5 ประการ

| แรงกดดัน 5 ประการ | ผลกระทบต่อธุรกิจ |
|--|------------------|
| การคุกคามของผู้ที่เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants) | (-) |
| ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Existing Competitors) | (+) |
| ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products) | (-) |
| อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers) | (-) |
| อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers) | (+) |

หมายเหตุ: (+) หมายถึงเป็นผลดีต่อธุรกิจของผู้วิจัย

(-) หมายถึงเป็นผลเสียต่อธุรกิจของผู้วิจัย

เมื่อพิจารณาจากตารางข้างต้นพบว่า จากแรงกดดันในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ประการ การเข้ามาดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้มีความน่าสนใจเนื่องจากมีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลดีทั้งปัจจัยด้านความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม และอำนาจการต่อรองของผู้ผลิต แม้ว่าจะมีผลเสียในปัจจัยด้านการคุกคามของผู้เล่นหน้าใหม่ สินค้าทดแทน และอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ แต่หากผู้ประกอบการสามารถสร้างจุดแตกต่างที่เป็นของตนเอง สร้างความโดดเด่นให้กับร้านของตนเองก็สามารถอยู่ในธุรกิจนี้ได้ต่อไป

1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision, Mission and Goal)

1.3.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านการบริการเกษตรกรรม ปฏิบัติตามกฎระเบียบ และจรรยาบรรณของวิชาชีพเกษตรกรรม ให้ความรู้ คำแนะนำการใช้จ่าย เพื่อให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดีขึ้นจากการใช้จ่าย

1.3.2 พันธกิจ (Mission)

1. จัดจำหน่ายยาที่มีคุณภาพที่ดี มีมาตรฐาน และมีราคาที่เหมาะสม
2. ให้ความรู้ คำแนะนำด้านการใช้จ่าย และด้านสุขภาพที่ถูกต้อง และมีจรรยาบรรณ
3. สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

1.3.3 เป้าหมาย (Goal) ¹

เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

1. มีอัตรากำไรสุทธิ ขาดทุนไม่เกิน 5%
2. มีจำนวนลูกค้าไม่น้อยกว่า 6,000 คนต่อปี

เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 – ปีที่ 4)

1. มีอัตรากำไรสุทธิ ไม่น้อยกว่า 5% ภายในปีที่ 3
2. มีจำนวนลูกค้าไม่น้อยกว่า 8,000 คนต่อปี
3. ใช้เวลาคืนทุนไม่เกิน 24 เดือน

เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 5 เป็นต้นไป)

1. มีอัตรากำไรสุทธิ ไม่น้อยกว่า 10%
2. มีจำนวนลูกค้าไม่น้อยกว่า 10,000 คนต่อปี
3. เปิดร้านสาขาใหม่เพิ่มเติม 1 สาขา

¹ ข้อมูลประมาณการเฉลี่ยมาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบันที่มีลักษณะของตลาดใกล้เคียงกัน ในช่วงวันที่ 18 – 25 พฤษภาคม 2561

1.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ SWOT Analysis ในจุดนี้จะมองคู่แข่งที่ร้านขายยาแผนปัจจุบันภายในห้างสรรพสินค้า Tesco Lotus ที่อยู่ห่างจากหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์ 200 เมตรเป็นหลัก

Strengths (จุดแข็ง)

ด้านทำเลที่ตั้ง

1. ตัวร้านจะตั้งอยู่ในพื้นที่ของโครงการตลาดนัด ร้านขายของต่างๆ และร้านค้าสะดวกซื้อของหมู่บ้าน ซึ่งตั้งอยู่หน้าทางเข้าออกหมู่บ้าน ทำให้มีผู้คนพลุกพล่าน และสัญจรผ่านไปมาอยู่ตลอด
2. บริเวณโครงการมีลานจอดรถรองรับได้ถึง 200 คัน รวมไปถึงที่จอดรถในละแวกใกล้เคียง

ด้านการเงิน และการบริหาร

1. มีสภาพคล่องทางการเงินที่ดี เนื่องจากเงินลงทุนทั้งหมดมาจากเจ้าของกิจการ และหุ้นส่วนกิจการ ไม่มีการกู้จากสถาบันการเงิน
2. เจ้าของกิจการพักอาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง อีกทั้งยังเป็นกิจการร้านที่ไม่มีสาขา ทำให้สะดวกง่ายต่อการดูแล และบริหารกิจการ
3. เจ้าของกิจการเป็นเภสัชกร และเป็นผู้ดูแลกิจการเอง ทำให้สามารถใกล้ชิดกับลูกค้า ดูแลด้วยตนเอง ทำให้เข้าใจ และสามารถพัฒนาธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

ด้านบริการ

1. เจ้าของกิจการเป็นเภสัชกรที่มีใบประกอบวิชาชีพอย่างถูกต้อง สามารถให้ความรู้คำแนะนำด้านการใช้ยาได้อย่างมีคุณภาพ และตรงตามจรรยาบรรณวิชาชีพ
2. ทางร้านมีการบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านของลูกค้า สร้างความสะดวกรวดเร็วแก่ลูกค้าโดยตรง
3. ประเภทของสินค้ามีความหลากหลายครอบคลุมทั้ง ยารักษาโรค อาหารเสริมสุขภาพ เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ และเวชสำอาง รวมไปถึงมีการบริการให้คำแนะนำด้านการใช้ยา และสุขภาพทั่วไป

Weaknesses (จุดอ่อน)

1. เจ้าของกิจการไม่มีประสบการณ์ด้านการบริหารโดยตรง และยังไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน ทำให้ช่วงแรกอาจมีความยากลำบากในการควบคุมดูแลกิจการ
2. เนื่องจากเป็นร้านเปิดใหม่ ยังไม่มีลูกค้าประจำตั้งแต่เริ่มแรก ทำให้ต้องมีการทำการตลาดเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักในช่วงแรกของการเปิดร้าน
3. การเป็นร้านเปิดใหม่ ทำให้ในช่วงแรกสินค้าแต่ละประเภทยังมีความหลากหลายที่ไม่มากนัก

Opportunities (โอกาส)

1. ในบริเวณรัศมี 2 กิโลเมตร ไม่มีร้านขายยาแผนปัจจุบันประเภทสาขาเดียวที่เป็นคู่แข่ง ยกเว้นร้านขายยาประเภทหลายสาขาในห้างสรรพสินค้า Tesco Lotus²
2. มีโรงพยาบาลอยู่ห่างจากหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์ 8 กิโลเมตร ซึ่งหากลูกค้ามีอาการเจ็บป่วยที่ไม่รุนแรงมากนัก ลูกค้าจะสามารถมาใช้บริการร้านขายยาของเราได้³
3. ยารักษาโรค เป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้เมื่อมีอาการเจ็บป่วย (กานต์มณี สมบูรณ์เหลือ, 2559)

Threats (อุปสรรค)

1. คู่แข่งรายใหญ่คือ ร้านขายยาแผนปัจจุบันบนห้างสรรพสินค้า Tesco Lotus คือ Boots และ P&F ซึ่งเป็นร้านประเภทมีหลายสาขา (Chain Store) ทำให้มีลูกค้าประจำของแต่ละร้านอยู่แล้ว⁴
2. ธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบัน เป็นธุรกิจที่ลอกเลียนแบบได้ง่าย ทำให้สามารถมีคู่แข่งมาเปิดร้านขายยาในบริเวณใกล้เคียงได้ในอนาคต อีกทั้งเนื่องจากปัจจุบันมีคู่แข่งน้อย ทำให้เกิดการดึงดูดผู้เล่นหน้าใหม่ๆ ได้อีกด้วย (สุจิตรา ชูเลิศ, 2556)
3. ปัจจุบันเศรษฐกิจยังอยู่ในภาวะชะลอตัว กำลังซื้อของผู้บริโภคหดตัวจากรายจ่ายในชีวิตประจำวันที่สูงขึ้น และภาระหนี้ครัวเรือนที่สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการชะลอการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยา (ฐานเศรษฐกิจ, 2560)

^{2,3} ข้อมูลจากการลงพื้นที่สำรวจจริงเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2561

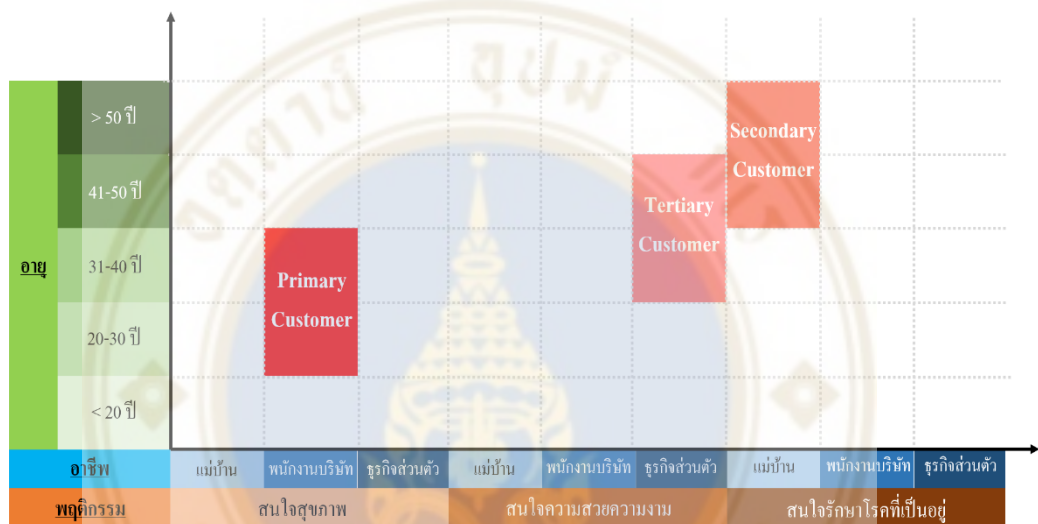
⁴ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2561

บทที่ 2

แผนการตลาด

2.1 การแบ่งส่วนลูกค้า/ผู้บริโภค (Segmentation)

ธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี สามารถแบ่งส่วนลูกค้าได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แสดงการแบ่งส่วนลูกค้าของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี

2.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market)

จากการสำรวจตลาดร้านขายยาแผนปัจจุบันบริเวณหมู่บ้านฟ้าปิยมย์นั้น สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดังนี้

2.2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักจะเป็น ผู้อยู่อาศัยของหมู่บ้านฟ้าปิยมย์ ตำบลกาดลอง 6 ที่มีความต้องการซื้อยารักษาโรคแผนปัจจุบัน อาหารเสริมสุขภาพ และเวชภัณฑ์เวชสำอางทั่วไป

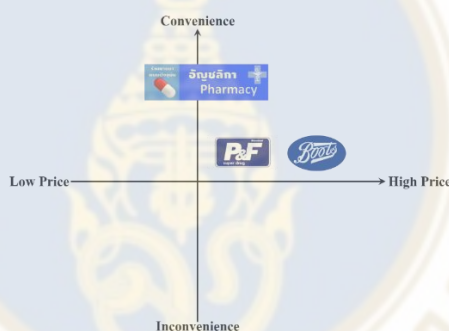
2.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองจะเป็น ผู้ที่ไม่ได้พักอาศัยอยู่ในหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์ ล่าลูกกาคลอง 6 แต่อาศัยอยู่บริเวณรอบๆ พื้นที่ภายในรัศมี 5 กิโลเมตร ที่มีความต้องการซื้อยารักษาโรคแผนปัจจุบัน อาหารเสริมสุขภาพ และเวชภัณฑ์เวชสำอางทั่วไป

2.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

การวิเคราะห์โดย Perceptual Map นั้นจะใช้แกนตั้งเป็นเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงร้าน โดยจะพิจารณาจากปัจจัยในด้านระยะทาง การหาที่จอดรถ และถนนอนเป็นเรื่องราวราคา เนื่องจากทางร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี ไม่ได้ตั้งอยู่บนห้างสรรพสินค้า ทำให้มีต้นทุนด้านที่ตั้งที่ต่ำกว่า ทำให้สามารถตั้งระดับราคาขายได้ต่ำกว่ารายอื่นที่อยู่บนห้างสรรพสินค้าได้

5



ภาพที่ 2.2 แสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาดร้านขายยาแผนปัจจุบันบริเวณหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์

2.4 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)

2.4.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า/บริการ

2.4.1.1 ตราสินค้า

ชื่อ อัญชลิกา ฟาร์มาซี มีความหมายมาจากชื่อจริงของเจ้าของกิจการคือ อัญชลิกา มุขรัตน์มณีศรี โดย อัญชลิกา ฟาร์มาซี เป็นร้านขายยาแผนปัจจุบันประเภท ร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) ขายยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษบางประเภทที่อนุญาตให้เภสัชกรร้านขายยาได้ ทำให้ป้ายร้านนั้นจะต้องเป็นป้ายพื้นหลังสีฟ้า ตัวอักษรสีขาว ตามกฎกระทรวงพระราชบัญญัติยา จากนั้นทำการออกแบบตราสัญลักษณ์จำนวน 2 รูปแบบแล้วนำไปสอบถามกลุ่มเป้าหมายว่าชอบแบบใดและมีความคิดเห็นอย่างไร^{5,6}

^{5,6} จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักบริเวณหมู่บ้านฟ้าปิยมรย์วันที่ 10 มิถุนายน 2561



ภาพที่ 2.3 แสดงตราสัญลักษณ์ร้านขายยา อัญชลิกา ฟาร์มาซี แบบที่ 1

ตราสัญลักษณ์แบบที่ 1 มีการออกแบบโค่นใช้ชื่อ อัญชลิกา Pharmacy เป็นตัวอักษรสีขาว ขยายพื้นหลังสีฟ้า อยู่คู่กับสัญลักษณ์ทางด้านซ้ายคือ Bowl of Hygeia ซึ่งเป็นรูปงูศักดิ์สิทธิ์ พันรอบถ้วยยาของเทพี Hygeia ซึ่งถือว่าเป็นเทพีแห่งเภสัชกรรม

จากการสุ่มสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักจำนวน 10 คน พบว่าร้อยละ 80 ได้มีการแสดงความคิดเห็นว่าสัญลักษณ์แบบที่ 1 นี้ยังดูเรียบง่าย ไม่มีความโดดเด่น ไม่มีความสนใจให้อยากเข้าร้าน รวมไปถึงสียังดูพื้นๆ เรียบง่ายไป



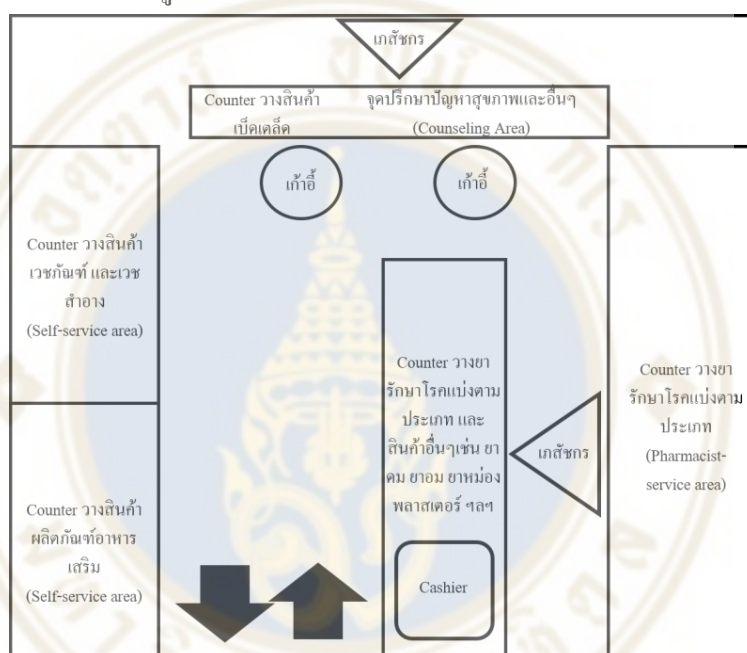
ภาพที่ 2.4 แสดงตราสัญลักษณ์ร้านขายยา อัญชลิกา ฟาร์มาซี แบบที่ 2

ตราสัญลักษณ์แบบที่ 2 มีการออกแบบโดยใช้ชื่อเช่นเดียวกับตราสัญลักษณ์แบบที่ 1 แต่ได้มีการเพิ่มคำว่า ร้านขายยาแผนปัจจุบัน เข้ามา และได้เปลี่ยนพื้นหลังรูปแบบของ Bowl of Hygeia โดยใช้เป็นสัญลักษณ์กาชาด มีการเพิ่มรูปเม็ดยาแคปซูลสีแดงขาว และเล่นสีพื้นหลังเป็น โทนฟ้าอ่อนและเข้มเข้ามาเพื่อเพิ่มความโดดเด่น และดึงดูดมากกว่าเดิม

จากการสุ่มสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักจำนวน 10 คน โดยเป็นกลุ่มเดียวกับที่สัมภาษณ์ความคิดเห็นต่อตราสัญลักษณ์แบบที่ 1 โดยร้อยละ 70 ชอบตราสัญลักษณ์แบบที่ 2 มากกว่า และได้แสดงความคิดเห็นว่าตราสัญลักษณ์แบบที่ 2 นี้มีความโดดเด่นจากสีแดงที่ตัดสีฟ้า ทำให้สะดุดตา และดึงดูดให้รู้สึกน่าเข้ามามากกว่าเดิม และมีความชัดเจนว่าเป็นร้านขายยามากขึ้นกว่าตราสัญลักษณ์แบบที่ 1

2.4.1.2 รูปแบบร้าน

ร้านจะมีรูปแบบการให้บริการเน้นไปที่เภสัชกรเป็นคนหยิบจ่ายยาให้มากกว่าลูกค้าเข้าร้านมาหยิบสินค้าจ่ายเงินเอง เนื่องจากยารักษาโรคเป็นสิ่งที่มีการควบคุมการบริโภค และอ้างอิงจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาว่าพฤติกรรมส่วนใหญ่ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะเป็นไปในรูปแบบสอบถามเภสัชกรเกี่ยวกับสินค้ามากกว่าหยิบสินค้าเอง⁷ ดังนั้นจึงมีการจัดวางตำแหน่งของจุดที่เภสัชกรประจำและจุดชำระเงินไว้ห่างจากประตูไม่มาก ทำให้ลูกค้าเดินเข้าร้านมาจะเจอเภสัชกรเลย การตกแต่งภายในร้านจะเน้นไปที่สีโทนมืดและสะอาด มีการเปิดเครื่องปรับอากาศตลอด โดยมีรูปประกอบแผนผังร้านดังนี้



ภาพที่ 2.5 แสดงแผนผังร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชฎิกา ฟาร์มมาซี

การออกแบบลักษณะร้านเช่นนี้เนื่องจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลัก⁸ พบว่าร้อยละ 70 มีการให้ความสนใจร้านขายยาแผนปัจจุบันในรูปแบบของการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อีกทั้งยังง่ายต่อการหยิบและ จัดชั้นวางสินค้าสำหรับเภสัชกร นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายหลักยังมีการใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพทั่วไป ดังนั้นจึงมีการจัดพื้นที่สำหรับปรึกษาเภสัชกรแยกกับจุดชำระเงินเพื่อความสะดวก และเป็นระเบียบในการให้บริการลูกค้ารายถัดไป

⁷ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบันระหว่างวันที่ 18-25 พฤษภาคม 2561

⁸ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักบริเวณหมู่บ้านฟ้าปิยมย์วันที่ 20 พฤษภาคม 2561

2.4.1.3 สินค้าและบริการ

ทางร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี มีการให้บริการ และจัดจำหน่ายสินค้าโดยแบ่งเป็นตามประเภทดังนี้

2.4.1.3.1 ยารักษาโรค

เนื่องจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์ม่าซี เป็นร้านขายยาแผนปัจจุบันประเภท ร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) ขายยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ บางประเภทที่อนุญาตให้เภสัชกรร้านขายยาได้ ดังนั้นตามกฎหมายกระทรวง พระราชบัญญัติยาแล้วจะมี ยารักษาโรคประเภท ยาสามัญประจำบ้าน ซึ่งเป็นยาที่ได้รับการพิจารณาแล้วว่าปลอดภัย โอกาสเป็นอันตรายต่อสุขภาพมีน้อย ให้วางจำหน่ายได้โดยทั่วไป และผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้ด้วยตนเอง ตามอาการเจ็บป่วย ยารักษาโรคประเภทยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษบางชนิด และยาบรรจุนเสร็จซึ่งเป็นยาแผนปัจจุบันที่ได้ผลิตขึ้นในรูปแบบต่างๆ ทางเภสัชกรรมที่บรรจุในภาชนะหีบห่อที่ปิด หรือผนึกไว้และมีฉลากครบถ้วน ซึ่งยารักษาโรคเหล่านี้จะต้องได้มาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดไว้

โดยยารักษาโรคจะจัดจำหน่ายโดยแบ่งตามกลุ่มของอาการ เช่น ยาแก้ปวด ยาลดไข้ ยาลดน้ำมูก ยาแก้หวัด ยาแก้ไอเสบ ยารักษาโรคตามระบบต่างๆ ของร่างกาย เป็นต้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักพบว่า ยารักษาโรคที่ได้มีการถูกซื้อบ่อยครั้งที่สุดคือ กลุ่มของยาแก้ปวด และรองลงมาคือกลุ่มยาลดไข้ ดังนั้นทางร้านจะมีการตั้งชื่อจัดเก็บ และวางจำหน่ายกลุ่มยาประเภทดังกล่าวมากกว่ากลุ่มยาประเภทอื่นๆ⁹

2.4.1.3.2 อาหารเสริมสุขภาพ

การคัดเลือกสินค้าประเภทอาหารเสริมสุขภาพเพื่อมาจำหน่ายในร้านจะพิจารณาจากสินค้าโดยคำนึงถึงเอกสารทางวิชาการที่รับรองสรรพคุณในการรักษาโรคที่มีระบุไว้อย่างชัดเจนถูกต้องตามกฎหมาย

โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักแล้วพบว่า กลุ่มอาหารเสริมสุขภาพที่ถูกซื้อบ่อยที่สุดคือกลุ่มอาหารเสริมประเภทวิตามินซี และรองลงมาคือกลุ่มอาหารเสริมประเภทคอลลาเจน ดังนั้นจะมีการวางจำหน่ายกลุ่มอาหารเสริมประเภทนี้มากกว่ากลุ่มอาหารเสริมประเภทอื่นๆ¹⁰

^{9, 10} จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักบริเวณหมู่บ้านฟ้าปิยมย์วันที่ 20 พฤษภาคม 2561

2.4.1.3.3 เวชภัณฑ์ทางการแพทย์

เวชภัณฑ์ทางการแพทย์เช่น เครื่องวัดความดันโลหิต เครื่องตรวจน้ำตาลจากปลายนิ้ว ปรอทัวคอดูคหภูมิ ผ้าพันผ้ายืด หน้ากากอนามัย เป็นต้น โดยการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ทางการแพทย์เหล่านี้จะมีการอธิบายการใช้้อย่างละเอียดให้แก่ลูกค้า และบางสินค้าจะมีการรับประกันการขายจากผู้ผลิตรวมไปถึงบริการหลังการขายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักพบว่าลูกค้ามีการเลือกซื้อ ผ้าพันผ้ายืดมากที่สุด และรองลงมาคือเครื่องวัดความดันโลหิต ดังนั้นทางร้านจะมีการวางจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวมากกว่าสินค้าประเภทอื่นๆ

2.4.1.3.4 เวชสำอาง

เป็นสินค้าเสริมรายการหนึ่งที่จะจัดจำหน่ายขึ้นเพื่อการรักษาโรคและความผิดปกติทางผิวหนังที่พบบ่อย เช่น สิว ฝ้า กระ โดยจะมีการแนะนำวิธีการใช้้อย่างละเอียดโดยเภสัชกรตามสินค้าแต่ละประเภท ซึ่งยาบางประเภทอาจเป็นยาในกลุ่มสเตียรอยด์

2.4.1.3.5 สินค้าเบ็ดเตล็ดประเภทอื่นๆ

นอกจากสินค้าประเภทที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ทางร้านได้มีการวางจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านสุขภาพเช่น ยาต้ม ยาอม ยาหม่อง แผ่นแปะแก้ปวด ลูกประคบร้อน แผ่นเจลประคบเย็น และลูกยางอนามัย เป็นต้น

2.4.1.3.6 การบริการภายในร้าน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายของทางร้านทำให้พบว่าการบริการที่ควรมีภายในร้านคือ การให้คำปรึกษาด้านสุขภาพทั่วไป การให้บริการชั่งน้ำหนัก วัดส่วนสูง ซึ่งเป็นการบริการที่กลุ่มเป้าหมายเคยเลือกใช้บริการบ่อยที่สุด นอกจากนี้ทางร้านจะมีการนำ การให้บริการเจาะตรวจวัดน้ำตาลปลายนิ้ว และวัดความดันโลหิตเพิ่มเข้ามา เนื่องจากมีกลุ่มประชากรผู้สูงอายุจำนวนมากภายในหมู่บ้าน ดังนั้นเภสัชกรของทางร้านจะต้องมีความรู้เหล่านี้เป็นอย่างดีเพื่อรองรับการให้บริการของทางร้านอีกด้วย

2.4.1.3.7 การบริการส่งสินค้าถึงบ้าน

เป็นการบริการพิเศษที่ทางร้านได้มีเพิ่มเข้ามาเพื่อเป็นทางเลือกในการซื้อสินค้าของลูกค้าภายในหมู่บ้าน ซึ่งการบริการนี้จะจัดส่งเฉพาะสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่ไม่รวมสินค้าที่เป็นยารักษาโรคเนื่องจากมีข้อกำหนดกฎหมายได้ระบุเอาไว้ตามพระราชบัญญัติอนุญาตขายยา โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลายช่องทางเช่น โทรศัพท์เข้ามาสั่งซื้อจากทางร้าน หรือสั่งซื้อผ่านทาง LINE และทางร้านจะทำการจัดส่งผ่านทางมอเตอร์ไซค์รับจ้างที่อยู่หน้าทางเข้าหมู่บ้าน ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักพบว่ามีจำนวนร้อยละ 60 สนใจในบริการนี้โดยให้เหตุผลว่า สะดวกเพราะรู้อยู่แล้วว่าจะซื้ออะไร ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางออกจากบ้าน เป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจ¹¹

2.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา

สำหรับปัจจัยด้านราคาของสินค้าต่างๆ จะเป็นไปอย่างเหมาะสมตามคุณภาพของสินค้า และการบริการของทางร้านที่จะมีให้ ซึ่งการตั้งราคาจะตั้งตามการเปรียบเทียบราคาของกลุ่มคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียง (Competitive based) โดยจะมีการลงพื้นที่ศึกษาราคาที่ลูกค้าต้องจ่ายสำหรับสินค้าและบริการของกลุ่มคู่แข่ง และเนื่องจากยาบางชนิดที่มีผู้จำหน่ายหลายราย มียาที่ทดแทนกันได้หลากหลาย และมีความต้องการสูง การลดระดับราคาลงมาจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นสูงได้ตามหลักตลาดที่มีความยืดหยุ่นของราคาทางเศรษฐศาสตร์ (Elastic Demand)

การตั้งระดับราคาจะตั้งในระดับที่ต่ำกว่าคู่แข่งที่อยู่บนห้างสรรพสินค้าเล็กน้อย เนื่องจากจากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักแล้วพบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากร้านขายยาแผนปัจจุบันคือ การคำนึงถึงราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ซึ่งถ้าหากมีการตั้งระดับราคาสินค้าที่ต่ำเกินไปจะทำให้ลูกค้าคิดว่าทางร้านนำเอาสินค้าด้อยคุณภาพมาจัดจำหน่ายได้

¹¹ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักบริเวณหมู่บ้านฟ้าปทุมวันวันที่ 20 พฤษภาคม 2561

ตารางที่ 2.1 แสดงตารางราคาตัวอย่างสินค้าจากผู้จำหน่ายเดียวกันและอัตราค่าบริการของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี เทียบกับคู่แข่ง

| ตัวอย่างชนิดของสินค้าและบริการ | ราคาต่อหน่วย (บาท) | | |
|--------------------------------|--------------------|-------|-----|
| | อัญชลิกา ฟาร์มาซี | Boots | P&F |
| Paracetamol 500 mg 100 เม็ด | 115 | 120 | 118 |
| Vitamin C 1,000 mg | 840 | 850 | 840 |
| น้ำเกลือ 100 ml | 35 | 40 | 35 |
| ยารักษาสิว | 55 | 65 | 60 |
| บริการส่งสินค้า | 50 (ต่อเที่ยว) | - | - |

จากการลงพื้นที่ศึกษาระดับราคาสินค้าและบริการของร้านขายยาแผนปัจจุบันที่เป็นคู่แข่ง ทำให้ได้ข้อมูลมาตามตารางที่ 1 โดยสินค้าที่นำมาเปรียบเทียบนั้นจะเป็นสินค้าที่มียี่ห้อเดียวกันทุกร้าน ซึ่งจะเห็นถึงความแตกต่างของระดับราคาแต่ละร้าน¹² นอกจากนี้อัตราค่าบริการส่งสินค้าของทาง อัญชลิกา ฟาร์มาซี ที่ได้ตั้งไว้ที่ 50 บาทต่อเที่ยว¹³ โดยที่ร้านคู่แข่งยังไม่มีบริการในด้านนี้ ช่องทางการชำระเงินจะมีทั้ง ชำระเงิน โดยใช้เงินสด และเพื่อสร้างความสะดวกง่าย และดึงดูดให้แก่ลูกค้าทางร้านจะมีการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านทาง QR Code ขึ้นมาอีกด้วย

2.4.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือ หน้าร้าน ซึ่งเป็นห้องแถวเช่าชั้นเดียวตั้งอยู่ในบริเวณโครงการตลาดนัดบ้านฟ้าปิยมรมย์ หน้าทางเข้าหมู่บ้านฟ้าปิยมรมย์ โดยบริเวณรอบๆ ของทางร้านจะมีศูนย์อาหาร ตลาดนัด ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และอีกมากมาย ซึ่งเป็นบริเวณที่คนพลุกพล่าน และสามารถมองเห็นได้ง่ายจากถนนทางเข้าหมู่บ้าน โดยภายในร้านจะมีการตกแต่งในโทนที่สว่างสบายตา สะอาด และมีการเปิดเครื่องปรับอากาศเพื่ออุณหภูมิที่เหมาะสมต่อคุณภาพของสินค้าต่างๆ มีการจัดหมวดหมู่สินค้า และติดป้ายแสดงใบประกอบวิชาชีพอย่างชัดเจน¹⁴

ช่องทางการจัดจำหน่ายรองคือ การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ และแอปพลิเคชัน LINE และจะทำการส่งสินค้าถึงที่ภายในหมู่บ้านฟ้าปิยมรมย์

¹² จากการลงพื้นที่ศึกษาระดับราคาสินค้าและบริการของร้านคู่แข่งเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2561

¹³ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักโดยได้เสนออัตราค่าบริการที่พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 60 อยู่ที่ 50 บาทต่อเที่ยว

¹⁴ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักบริเวณหมู่บ้านฟ้าปิยมรมย์วันที่ 20 พฤษภาคม 2561

2.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการตลาดและการขายในช่วงแรกของการเปิดร้านเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าต่างๆ ที่เรามอบให้ และจะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการร้านเราซ้ำเรื่อยๆ โดยกลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่ทางร้านจะมอบให้จะมีหลากหลายรูปแบบ¹⁵ เช่น

การลด แลก แจก แถมสินค้าที่ไม่ใช่ยารักษาโรคตามช่วงเวลาในแต่ละปี เช่น ในตลอดทั้งปีจะมีการลดราคาอาหารเสริมบางประเภท 5-10% สลับๆกันไป มีการแจกวิตามินซีให้แก่เด็กเล็กในช่วงวันเด็ก เป็นต้น

มีเกษตรกรที่มีความรู้ และอรรถาศัยที่ดีพร้อมให้คำแนะนำปัญหาการใช้ยาหรือปัญหาด้านสุขภาพต่างๆ ประจำร้านอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และคุณภาพให้แก่ร้าน พร้อมกับแสดงใบประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม ใบอนุญาตขายยา ใบอนุญาตเปิดร้านขายยาแผนปัจจุบันอย่างชัดเจน

ให้บริการตรวจสอบสุขภาพฟรีเช่น วัดส่วนสูง ชั่งน้ำหนัก ตรวจวัดความดันโลหิต นอกจากนี้ยังมีการจัดทำแผ่นพับวิชาการให้ความรู้เรื่องสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บต่างๆ แจกให้แก่ทุกคนที่ต้องการ

มีการจัดการส่งเสริมการขายแนะนำแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักว่าทางร้านเรามีบริการส่งสินค้าถึงที่บ้านโดยการจัดโปรโมชั่น จัดส่งสินค้าฟรี 3 เดือนแรกหลังจากเปิดร้าน หลังจากนั้นจะมีการตั้งอัตราค่าบริการ 50 บาทต่อเที่ยว และมีโปรโมชั่นถ้าหากยอดสั่งซื้อต่อเที่ยวเกิน 1,000 บาท จะทำการจัดส่งสินค้าฟรี เป็นต้น

นอกจากนี้ในช่วงสิ้นปีของแต่ละปีจะมีการแจกแบบสอบถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นและผลตอบรับจากการได้รับบริการและซื้อสินค้าเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาในอนาคต

¹⁵ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักได้ให้ข้อมูลและคำแนะนำตามความสนใจ และร่วมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบัน

2.6 การประมาณการยอดขาย

ตารางที่ 2.6 แสดงการประมาณการยอดขาย

| รายการ ¹⁶ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| ยารักษาโรค | | (+10%) | (+10%) | (+10%) | (+10%) |
| จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | 7,200 | 7,920 | 8,712 | 9,583 | 10,542 |
| ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท) | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| รวมรายได้ | 1,080,000 | 1,188,000 | 1,306,800 | 1,437,480 | 1,581,228 |
| อาหารเสริมสุขภาพ | | (+10%) | (+10%) | (+10%) | (+10%) |
| จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | 3,600 | 3,960 | 4,356 | 4,792 | 5,271 |
| ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท) | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 |
| รวมรายได้ | 2,880,000 | 3,168,000 | 3,484,800 | 3,833,280 | 4,216,608 |
| เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ | | (+10%) | (+10%) | (+10%) | (+10%) |
| จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | 1,080 | 1,188 | 1,307 | 1,437 | 1,581 |
| ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท) | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| รวมรายได้ | 216,000 | 237,600 | 261,360 | 287,496 | 316,246 |
| เวชสำอาง | | (+10%) | (+10%) | (+10%) | (+10%) |
| จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | 1,080 | 1,188 | 1,307 | 1,437 | 1,581 |
| ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท) | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| รวมรายได้ | 324,000 | 356,400 | 392,040 | 431,244 | 474,368 |
| บริการส่งสินค้า | | (+10%) | (+10%) | (+10%) | (+10%) |
| จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | 1,800 | 1,980 | 2,178 | 2,396 | 2,635 |
| ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท) | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| รวมรายได้ | 90,000 | 99,000 | 108,900 | 119,790 | 131,769 |
| รวมรายได้ทั้งหมด | 4,590,000 | 5,049,000 | 5,553,900 | 6,109,290 | 6,720,219 |

¹⁶ ข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการทั้งหมดที่ประมาณการอ้างอิงมาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบัน และจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์ สำหรับข้อมูลค่าใช้จ่ายต่อคนที่ประมาณการอ้างอิงมาจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักและผู้ใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันทั่วไป

การประเมินการขายยาแผนปัจจุบันคิดจากลูกค้า 1 คนใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่คนละ 150 บาท ประเมินการจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบันว่าจะมีลูกค้าซื้อยาแผนปัจจุบันอยู่ที่ประมาณ 20 ถึง 30 คนต่อวัน เนื่องจากเป็นร้านเปิดใหม่จึงใช้ค่าประมาณการอยู่ที่ 20 คนต่อวัน ยอดขายจึงเท่ากับ 3,000 บาทต่อวัน โดยจะเปิดบริการทุกวัน จึงกำหนดยอดขายไว้ที่ปีแรก 1,080,000 บาท และยอดจะเพิ่มขึ้น 10% ทุกๆปี

ในส่วนของอาหารเสริมสุขภาพคิดจากลูกค้า 1 คนใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่คนละ 800 บาท ประเมินการจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบันว่าจะมีลูกค้าซื้ออาหารเสริมสุขภาพอยู่ที่ประมาณ 5 ถึง 10 คนต่อวัน จึงใช้การประมาณการว่าจะมีลูกค้าซื้ออาหารเสริมสุขภาพอยู่ที่ประมาณ 10 คนต่อวัน ดังนั้นยอดขายจึงเท่ากับ 8,000 บาทต่อวัน จึงกำหนดยอดขายไว้ที่ปีแรก 2,880,000 บาท และยอดจะเพิ่มขึ้น 10% ทุกๆปี เนื่องจากมีการทำการส่งเสริมการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของเวชภัณฑ์ทางการแพทย์คิดจากลูกค้า 1 คนใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่คนละ 200 บาท ประเมินการจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบันว่าจะมีลูกค้าซื้อเวชภัณฑ์ทางการแพทย์อยู่ที่ประมาณ 1 ถึง 5 คนต่อวัน จึงใช้การประมาณการว่าจะมีลูกค้าซื้อเวชภัณฑ์ทางการแพทย์อยู่ที่ประมาณ 3 คนต่อวัน ดังนั้นยอดขายจึงเท่ากับ 600 บาทต่อวัน จึงกำหนดยอดขายไว้ที่ปีแรก 216,000 บาท และยอดจะเพิ่มขึ้น 10% ทุกๆปี เนื่องจากเวชภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่าอาหารเสริม จึงมียอดการซื้อที่น้อยกว่าอาหารเสริมสุขภาพ

ในส่วนของเวชสำอางคิดจากลูกค้า 1 คนใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่คนละ 300 บาท ประเมินการจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบันว่าจะมีลูกค้าซื้อเวชสำอางอยู่ที่ประมาณ 2 ถึง 5 คนต่อวัน จึงใช้ค่าเฉลี่ยประมาณการว่าจะมีลูกค้าซื้อเวชสำอางอยู่ที่ประมาณ 3 คนต่อวัน ดังนั้นยอดขายจึงเท่ากับ 900 บาทต่อวัน จึงกำหนดยอดขายไว้ที่ปีแรก 324,000 บาท และยอดจะเพิ่มขึ้น 10% ทุกๆปี เนื่องจากสินค้ามีความใกล้เคียงกับอาหารเสริมสุขภาพ และมีการทำการส่งเสริมการขาย การตลาดอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการบริการส่งสินค้าจะคิดจากลูกค้า 1 คนอัตราค่าบริการอยู่ที่คนละ 50 บาท จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักพบว่าร้อยละ 60 มีความสนใจในการใช้บริการส่งสินค้า ดังนั้นจึงใช้การประมาณการจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการต่อวันโดยการคิดจากร้อยละ 60 ของปริมาณลูกค้าที่ซื้อสินค้าที่ไม่ใช่ยาแผนปัจจุบันนั่นก็คือ อาหารเสริมสุขภาพ เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ เวชสำอาง รวมกันอยู่ที่ 10 คนต่อวัน จึงใช้การประมาณการว่าจะมีลูกค้าใช้บริการอยู่ที่ร้อยละ 60 ของ 10 คนคือประมาณ 6 คนต่อวัน แต่เนื่องจากคาดว่าลูกค้าที่ใช้บริการจะอยู่ในช่วงวันหยุดมากกว่าวันธรรมดาและเป็นร้านเปิดใหม่ จึงประมาณการจำนวนอยู่ที่ 5 คนต่อวัน ดังนั้นยอดขายจึงเท่ากับ 250

บาทต่อวัน จึงกำหนดยอดขายไว้ที่ปีแรก 90,000 บาท และยอดจะเพิ่มขึ้น 10% ทุกๆปี เนื่องจากมีการ
ทำการส่งเสริมการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่อง และมีการบอกต่อกันในหมู่บ้านเรื่องการบริการและ
ความสะดวกสบาย ทำให้มียอดขายบริการที่เพิ่มขึ้นอยู่ตลอด รวมรายได้จากการขายสินค้าและบริการ
ทั้งหมดจะอยู่ที่ 4,590,000 บาทในปีแรก



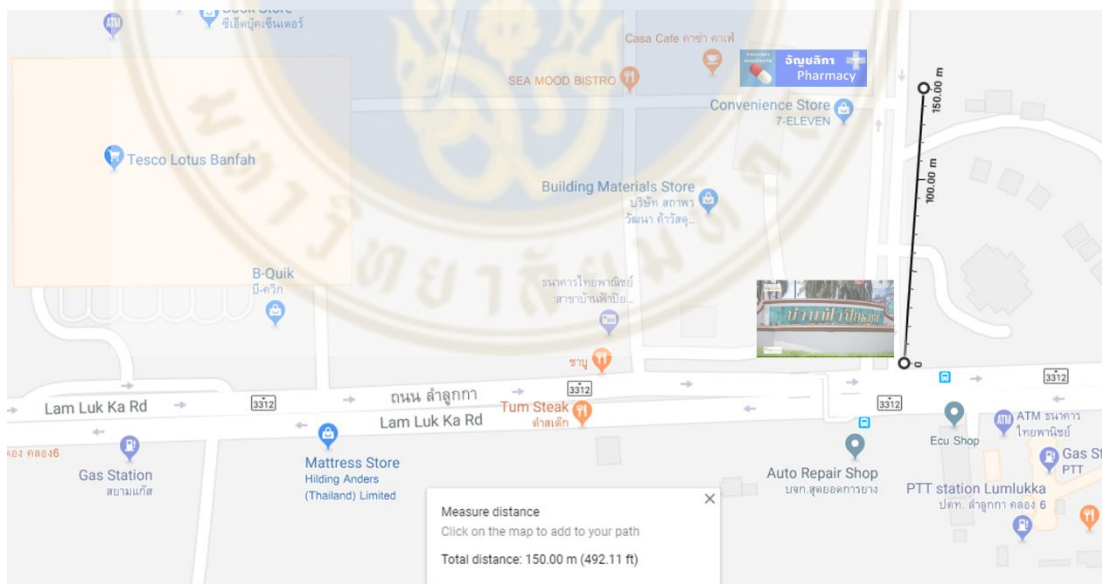
บทที่ 3

แผนการดำเนินงาน

เนื่องจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี ตั้งอยู่ในโครงการบ้านฟ้าเลอมาเช่ ซึ่งเป็นโครงการที่มีการก่อสร้างตึกแถวห้องเช่าไว้อยู่แล้ว ทำให้ไม่ต้องมีการสร้างสิ่งปลูกสร้างเพิ่มเติม แต่จะมีการตกแต่งภายในร้าน และนอกร้าน โดยมีแผนการดำเนินการดังนี้

3.1 สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี ตั้งอยู่ในตึกแถวห้องเช่าของโครงการตลาดนัดบ้านฟ้าเลอมาเช่ ซึ่งอยู่ห่างจากทางเข้าของหมู่บ้านฟ้าปิยมย์ ลำลูกกาคลอง 6 ถนน ลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150 ประมาณ 150 เมตร



ภาพที่ 3.1 แสดงแผนที่ร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี

ที่มา: Google Map

โดยในละแวกนั้นจะมีร้านค้ามากมายเปิดให้บริการ รวมไปถึงมีตลาดขายเสื้อผ้า และของสดเปิดบริการทุกวัน ฝั่งตรงข้ามจะมีร้านค้าสะดวกซื้อ 7/11 ตั้งอยู่หน้าทางเข้าโครงการ



ภาพที่ 3.2 แสดงตำแหน่งที่ตั้งของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาศี



ภาพที่ 3.3 แสดงสภาพแวดล้อมบริเวณรอบๆร้าน



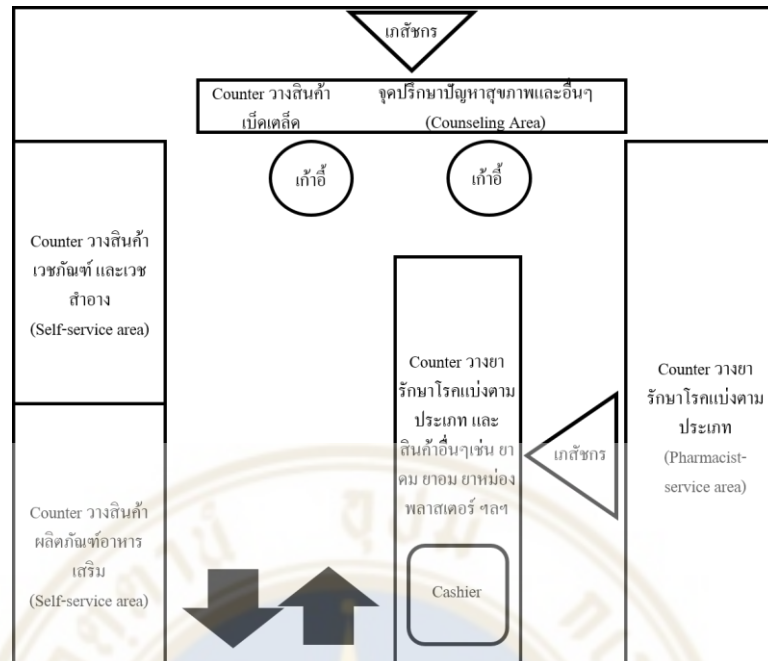
ภาพที่ 3.4 แสดงที่ตั้งของร้านค้าสะดวกซื้อฝั่งตรงข้ามร้าน

3.2 แผนผังภายในร้าน

การจัดผังภายในร้านนั้นเป็นห้องเช่าที่มีขนาด 36 ตารางเมตร จะจัดให้มีพื้นที่สำหรับ
 ทั้งหยิบสินค้าบริการตนเอง (Self-service area) พื้นที่ให้บริการโดยเภสัชกร (Pharmacist-service
 area) และพื้นที่สำหรับให้คำปรึกษาด้านยา (Counseling area) ตามหลักวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรม
 ชุมชน (Good Pharmacy Practice: GPP) โดยพื้นที่ให้บริการโดยเภสัชกรนั้นจะเป็นพื้นที่สำหรับยา
 อันตราย และยาควบคุมพิเศษ ซึ่งเภสัชกรจะเป็นผู้ควบคุมการส่งมอบยาเท่านั้น



ภาพที่ 3.5 แสดงพื้นที่ภายในร้าน



ภาพที่ 3.6 แสดงแผนผังภายในร้าน

3.3 แผนการตกแต่งภายในร้าน

เนื่องจากเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบันตามหลักวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน (GPP) นั้นการจัดตกแต่งภายในร้านจะต้องมีพื้นที่ไม่แออัดจนเกินไป แสงสว่างเพียงพอเหมาะสมต่อการอ่านฉลากขนาดเล็กได้ แสงที่ใช้ควรเป็นแสงสีขาว อุณหภูมิบริเวณหน้าร้านจะต้องไม่เกิน 30 องศาเซลเซียส มีพื้นที่สำหรับสำรองเก็บยาที่มีอุณหภูมิเหมาะสม สำหรับผู้เย็นสำรองยาจะต้องมีอุณหภูมิระหว่าง 2 ถึง 8 องศาเซลเซียส และมีการบันทึกอุณหภูมิอย่างสม่ำเสมอ ไม่มีแหล่งก่อให้เกิดความชื้น แสงแดดไม่ส่องไปถึงผลิตภัณฑ์ยาใดๆ ภายในร้าน มีการจัดแบ่งพื้นที่ และแยกประเภทสินค้าต่างๆ อย่างชัดเจน



ภาพที่ 3.7 แสดงตัวอย่างการตกแต่งภายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน

3.4 การดำเนินการ และค่าใช้จ่ายในการตกแต่ง

ทางร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาชี ได้เลือกบริษัทสำหรับจัดซื้อเฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่ง และอุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้าน โดยหลักๆ จะเลือกใช้บริการ SB Furniture และ HomePro ซึ่งอยู่ในบริเวณที่ไม่ไกลจากหมู่บ้านทำให้ง่ายต่อการจัดส่ง และติดต่อประสานงาน สำหรับเครื่องชั่ง น้ำหนักวัดส่วนสูง และเครื่องวัดความดันโลหิต จะเลือกใช้บริการจากทาง 88healthshop คอมพิวเตอร์ และเครื่องพิมพ์จะใช้บริการร้าน BananaIT

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการลงทุนของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาชี

| ลำดับ | รายการ | จำนวน | ราคาต่อหน่วย (บาท) | ราคารวม (บาท) |
|-------|-------------------------------------|-------|--------------------|----------------|
| | เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่ง | | | |
| 1. | Counter วางสินค้าและสำรองยา | 5 | 20,000 | 100,000 |
| 2. | โต๊ะพร้อมเก้าอี้ | 1 | 3,580 | 3,580 |
| 3. | เก้าอี้บาร์ | 2 | 1,590 | 3,180 |
| 4. | เครื่องปรับอากาศ 18,000 BTU | 1 | 25,900 | 25,900 |
| 5. | พัดลมติดผนัง 18 นิ้ว | 2 | 1,788 | 3,576 |
| 6. | ป้ายไฟชื่อร้าน | 1 | 1,500 | 1,500 |
| 7. | ถังดับเพลิง | 2 | 500 | 1,000 |
| 8. | กล่องวงจรปิด | 4 | 5,000 | 20,000 |
| | รวมค่าเฟอร์นิเจอร์และตกแต่ง | | | 158,736 |
| | อุปกรณ์ภายในร้าน | | | |
| 1. | ตู้เย็นเก็บสำรองยา 6.5 Q | 1 | 5,800 | 5,800 |
| 2. | เครื่องชั่งน้ำหนักวัดส่วนสูง | 1 | 5,300 | 5,300 |
| 3. | เครื่องวัดความดันโลหิต | 1 | 1,640 | 1,640 |
| 4. | คอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ | 1 | 30,000 | 30,000 |
| 5. | เครื่อง POS touch screen | 1 | 15,000 | 15,000 |
| 6. | iPad Pro 10.5 พร้อม Apple Pen | 1 | 33,300 | 33,300 |
| 7. | อุปกรณ์เบ็ดเตล็ด | 1 | 10,000 | 10,000 |
| | รวมค่าอุปกรณ์ภายในร้าน | | | 101,040 |
| | รวมเงินลงทุนทั้งหมด | | | 259,776 |

3.5 แผนการดำเนินงานธุรกิจ

3.5.1 การจัดซื้อสินค้า

ในธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบันมี Supplier ไม่ว่าจะเป็นแบบยี่วรับยามาจำหน่าย หรือเป็นบริษัทโรงงานผลิตยาเอง ซึ่งทั้ง 2 แบบก็มีข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับว่าเราต้องการจัดซื้อสินค้าในรูปแบบใด และ Supplier แบบใดที่เหมาะสมต่อการจัดซื้อสินค้า โดยทางร้านอัญชลิกา ฟาร์มาซี จะเน้นในด้านคุณภาพ และราคาที่เหมาะสม รวมไปถึงความสะดวกในการจัดส่งสินค้า ซึ่งทางร้านได้มีการเลือก Supplier ดังนี้

1. Zuellig Pharma เป็นบริษัทผู้นำด้านการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในประเทศไทย มีสินค้าที่มีคุณภาพหลากหลาย และจัดส่งทั่วประเทศ
2. Millimed บริษัทจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพในประเทศไทย มีสินค้าที่มีคุณภาพหลากหลาย และมีราคาที่เหมาะสม
3. SentMed เป็นยี่วขายส่งยา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์ทางการแพทย์คุณภาพสูงในราคาถูก และจัดส่งทั่วประเทศ
4. Clinicya เป็นยี่วขายส่ง ยา อาหารเสริม อุปกรณ์ทางการแพทย์ สำหรับร้านยา และคลินิกที่มีใบอนุญาตเท่านั้น

ตารางที่ 3.2 แสดงต้นทุนของตัวอย่างสินค้าแต่ละประเภท

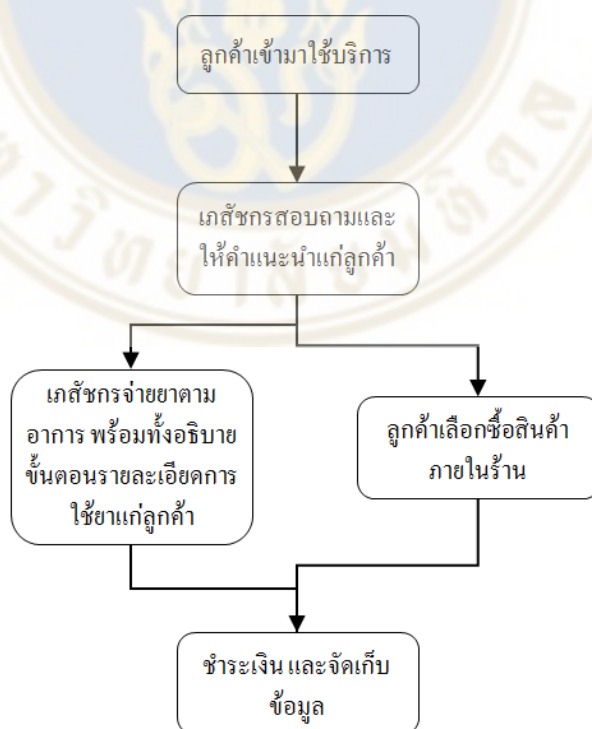
| ประเภทสินค้า | ตัวอย่างสินค้า | ราคาขาย (บาท) | ราคาต้นทุน (บาท) |
|---------------------|-----------------------------|---------------|------------------|
| ยารักษาโรค | Paracetamol 500 mg 100 เม็ด | 115 | 60 |
| อาหารเสริมสุขภาพ | Vitamin C 1,000 mg | 840 | 430 |
| เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ | น้ำเกลือ 100 ml | 35 | 25 |
| เวชสำอาง | ยารักษาสิว | 55 | 40 |

ตารางที่ 3.3 แสดงต้นทุนเฉลี่ยต่อการซื้อ 1 ครั้งต่อคน

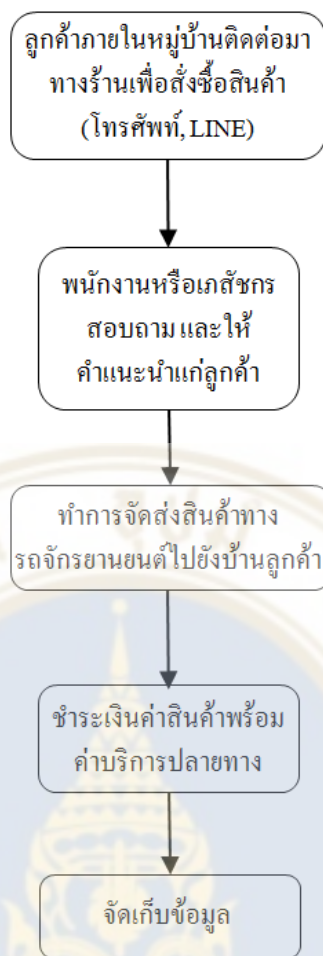
| ประเภทสินค้า | รายได้เฉลี่ยต่อการซื้อ 1 ครั้งต่อคน (บาท) | ต้นทุนเฉลี่ยต่อการซื้อ 1 ครั้งต่อคน (บาท) |
|---------------------|---|---|
| ยารักษาโรค | 150 | 90 |
| อาหารเสริมสุขภาพ | 800 | 480 |
| เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ | 200 | 120 |
| เวชสำอาง | 300 | 180 |
| จัดส่งสินค้า | 50 | 30 |

สำหรับต้นทุนเฉลี่ยต่อการซื้อ 1 ครั้งต่อคนประมาณการมาจาก ต้นทุนของตัวอย่างสินค้าแต่ละประเภทคิดเป็นร้อยละเฉลี่ยโดยโดยตั้งสมมติฐานว่าสินค้าทุกประเภทมีต้นทุนเฉลี่ยเท่ากับที่ ร้อยละ 60 ของราคาขาย แล้วนำมาเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยต่อการซื้อ 1 ครั้งต่อคน แต่สำหรับต้นทุนของการจัดส่งสินค้าจะคิดที่ราคาจ้างมอเตอร์ไซค์รับจ้างอยู่ที่ 30 บาทต่อครั้ง

3.5.2 ขั้นตอนกระบวนการให้บริการ



ภาพที่ 3.8 แสดงขั้นตอนการให้บริการภายในร้าน



ภาพที่ 3.9 แสดงขั้นตอนการให้บริการจัดส่งสินค้า

บทที่ 4 การบริหารจัดการในองค์กร

4.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

ร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี ดำเนินธุรกิจเปิดร้านขายยาแผนปัจจุบัน อาหารเสริมสุขภาพ เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ และเวชสำอาง ซึ่งจะมีการจดทะเบียนในรูปแบบบริษัท จำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท อัญชลิกาฟาร์มาซี จำกัด มีทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท โดยมีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 3 คน แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของผู้ถือหุ้น 20,000 หุ้น จำนวนหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงินลงทุน 2,000,000 บาท และมีสัดส่วนการถือหุ้นดังนี้

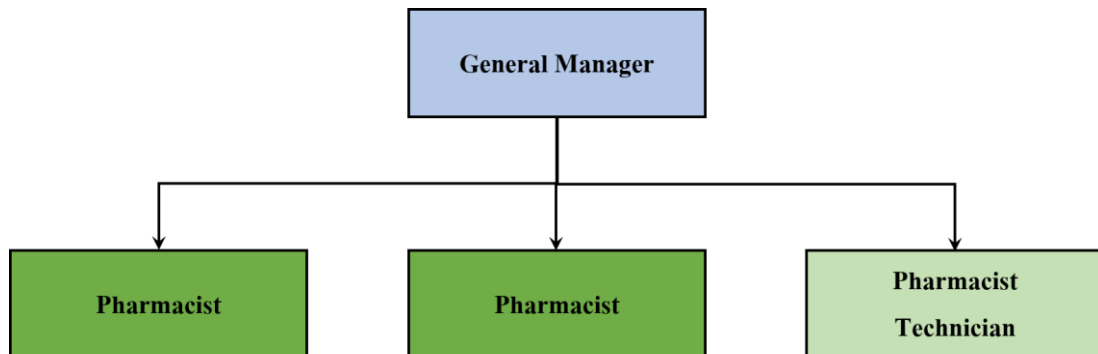
ตารางที่ 4.1 แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น

| ลำดับ | ผู้ถือหุ้น | จำนวนหุ้น (หุ้น) | สัดส่วน (%) | มูลค่าการลงทุน (บาท) |
|-------|-------------------------|------------------|-------------|----------------------|
| 1 | อัญชลิกา มุขรัตน์มณีศรี | 10,000 | 50 | 1,000,000 |
| 2 | กะรัต มุขรัตน์มณีศรี | 6,000 | 30 | 600,000 |
| 3 | รชต มุขรัตน์มณีศรี | 4,000 | 20 | 400,000 |
| | รวม | 20,000 | 100 | 2,000,000 |

4.2 ลักษณะการบริหารงาน

ร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี มีลักษณะการบริหารงานในรูปแบบครอบครัว เนื่องจากเจ้าของร้านเป็นเภสัชกร และเป็นผู้ดำเนินธุรกิจก่อตั้งด้วยตนเอง อีกทั้งฝ่ายบริหารเป็นคนในครอบครัวของผู้ดำเนินธุรกิจเอง นอกจากนี้ยังมีการเปิดรับสมัครพนักงานจากบุคคลทั่วไปอีกด้วย

4.2.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 4.1 แสดงแผนผัง โครงสร้างองค์กรของร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี

4.3 แผนการบริหารงาน

1. ผู้จัดการร้านทั่วไป (General Manager)

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. กำหนดทิศทางธุรกิจ วางกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน
2. ดูแลภาพรวมผลประกอบการ
3. บริหารกิจการให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้
4. ตัดสินใจขั้นสุดท้ายเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์
5. กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนบุคลากรที่เหมาะสม

2. เภสัชกร (Pharmacist)

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. จ่ายยาให้แก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ
2. ให้คำปรึกษาด้านการใช้ยาเพื่อให้ลูกค้าได้รับยา และใช้ยาอย่างถูกต้อง ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ
3. ให้คำปรึกษา คำแนะนำด้านสุขภาพทั่วไป
4. ตรวจสอบเช็คสินค้าคงคลัง และวันหมดอายุ

สวัสดิการ

1. ทำงานวันละ 9 ชั่วโมงรวมพักเที่ยง
2. หยุดได้อาทิตย์ละ 2 วัน สามารถสะสมวันหยุดได้

3. หยุดวันนักขัตฤกษ์ 13 วันต่อปี
4. เงินเดือน 30,000 บาท ค่าใบประกอบวิชาชีพ 10,000 บาท และค่า commission
5. มีโบนัสประจำปี ปรับฐานเงินเดือนทุกปี
6. ค่าทำงานล่วงเวลาชั่วโมงละ 150 บาท

3. ผู้ช่วยเภสัชกร (Pharmacist Technician)

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. ดูแลความสะอาดร้าน
2. จัดระเบียบสินค้าในร้าน
3. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับยา อาหารเสริมสุขภาพ เวชภัณฑ์ และเวชสำอาง
4. ตรวจสอบวันหมดอายุของสินค้า

สวัสดิการ

1. ทำงานวันละ 9 ชั่วโมงรวมพักเที่ยง
2. หยุดได้อาทิตย์ละ 1 วัน สามารถสะสมวันหยุดได้
3. หยุดวันนักขัตฤกษ์ 13 วันต่อปี
4. เงินเดือน 15,000 บาท มีโบนัสประจำปี และค่า commission
5. มีการปรับฐานเงินเดือนทุกปี
6. ค่าทำงานล่วงเวลาชั่วโมงละ 70 บาท

4.4 วันและเวลาการทำงาน

ร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิทา ฟาร์มาซี เปิดทำการทุกวัน เวลา 8.00 น. ถึง 21.00 น. โดยทางร้านจะมีเภสัชกรจำนวน 2 คน ซึ่งเป็นเจ้าของร้าน 1 คน และเป็นเภสัชกร Full-time 1 คน มี ผู้ช่วยเภสัชกร 1 คน โดยเจ้าของร้านจะสามารถทำงานได้ตลอดเวลา แต่เภสัชกรอีก 1 คนจะทำงานวันละ 9 ชั่วโมงรวมพักเที่ยง ส่วนที่เหลือจะเป็นนอกเวลาทำงาน (OT ชั่วโมงละ 150 บาท) สามารถหยุดได้อาทิตย์ละ 2 วัน สะสมวันหยุดได้ สำหรับผู้ช่วยเภสัชกรจะทำงานวันละ 9 ชั่วโมงรวมพักเที่ยง ส่วนที่เหลือเป็นนอกเวลาทำงาน (OT ชั่วโมงละ 70 บาท) สามารถหยุดได้อาทิตย์ละ 1 วัน สะสมวันหยุดได้ โดยแบ่งเวลาการทำงานดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงช่วงเวลาการทำงานของพนักงาน

| ตำแหน่ง เวลา | ผู้จัดการร้านทั่วไป | เก็ลชกร (เจ้าของร้าน) | เก็ลชกร | ผู้ช่วยเก็ลชกร |
|-----------------|---------------------|-----------------------|---------|----------------|
| 8.00-9.00 | | ✓ | | |
| 9.00-10.00 | | ✓ | ✓ | ✓ |
| 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 | ✓ | ✓ | | |

4.5 การวางแผนกำลังคน และโครงสร้างค่าตอบแทน

ทางร้านมีการจัดกำลังคนอยู่ที่ 4 ตำแหน่ง โดยเป็นการเปิดรับเพิ่ม 2 ตำแหน่งคือ เก็ลชกร และผู้ช่วยเก็ลชกร สำหรับตำแหน่งผู้จัดการร้านทั่วไปจะมีสมาชิกในครอบครัวมาช่วยดูแลในส่วนนี้ และเก็ลชกรอีก 1 ตำแหน่งจะเป็นเจ้าของกิจการที่เป็นเก็ลชกรที่มีประสบการณ์ จึงไม่จำเป็นที่จะต้องจ้างในส่วนนี้เพิ่ม โดยวางแผนกำลังคน และค่าตอบแทนไว้ดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงการว่าจ้างงานในแต่ละปี

| ตำแหน่ง | อัตรากำลังคน | | | | |
|-------------------------|--------------|---------|---------|---------|---------|
| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
| ผู้จัดการร้านทั่วไป | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| เก็ลชกร (เจ้าของกิจการ) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| เก็ลชกร | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ผู้ช่วยเก็ลชกร | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

ตารางที่ 4.4 แสดงอัตราค่าจ้างต่อเดือนในปีแรก

| ลำดับ | ตำแหน่ง | จำนวน (คน) | เงินเดือน (บาท) | จำนวนเงินรวม (บาท) |
|------------|-----------------------|------------|-----------------|--------------------|
| 1 | ผู้จัดการทั่วไป | 1 | 25,000 | 25,000 |
| 2 | เภสัชกร (เจ้าของร้าน) | 1 | 40,000 | 40,000 |
| 3 | เภสัชกร (FT) | 1 | 40,000 | 40,000 |
| 4 | ผู้ช่วยเภสัชกร | 1 | 15,000 | 15,000 |
| รวม | | 4 | | 120,000 |

ที่มา : www.pharmacafe.com

4.5 การสรรหา และคัดเลือกพนักงาน

ทางร้านได้ทำการสรรหาพนักงานจากการประกาศรับทางเว็บไซต์หางานของเภสัชกร ติดป้ายประกาศหน้าร้าน และจากการแนะนำผ่านคนรู้จัก ซึ่งเจ้าของร้านจะทำการสัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบบุคลิกภาพ ทัศนคติ และคุณสมบัติด้านอื่นๆ ด้วยตนเอง โดยมีการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานดังนี้

เภสัชกร (Pharmacist)

1. เพศชาย/หญิง อายุไม่เกิน 40 ปี
2. สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาเภสัชศาสตร์
3. มีใบประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม
4. มีประสบการณ์ด้านการจ่ายยาไม่น้อยกว่า 2 ปี
5. มีมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพที่ดี
6. มีความรับผิดชอบ กระตือรือร้น และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

ผู้ช่วยเภสัชกร (Pharmacist Technician)

1. เพศชาย/หญิง อายุไม่เกิน 35 ปี
2. จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ขึ้นไปหรือเทียบเท่า
3. มีบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดี
4. มีความกระตือรือร้น ขยันทำงาน รักงานขายและบริการ
5. มีประสบการณ์การทำงานในร้านขายยาจะรับพิจารณาเป็นพิเศษ

4.6 แผนพัฒนาบุคลากร

สำหรับพนักงานใหม่ จะมีการให้ทดลองงานเป็นระยะเวลา 7 วัน เพื่อสอน และแนะนำระบบการทำงานภายในร้าน ระบบการจัดการข้อมูล การดูแลสินค้าต่างๆ มาตรฐานภายในร้าน และปรับความคุ้นชินในการทำงาน

สำหรับพนักงานเก่า เนื่องจากความรู้ทางเภสัชกรรมมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงมีการส่งเภสัชกรไปงานสัมมนา หรืองานวิชาการด้านเภสัชกร และร้านขายยาแผนปัจจุบัน เพื่อนำความรู้มาปรับใช้ภายในร้าน



บทที่ 5 แผนการเงิน

5.1 ขนาดของเงินทุนและแหล่งที่มา

ร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี ใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 2,000,000 บาท โดยใช้เงินลงทุนของตนเอง และหุ้นส่วน โดยมีสัดส่วนของเงินลงทุนจากเจ้าของจำนวน 1,000,000 บาท และหุ้นส่วน 1,000,000 บาท มีกำไรขาดทุนแบ่งตามสัดส่วนของผู้ลงทุน

ตารางที่ 5.1 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุนและสัดส่วนหุ้น

| ลำดับ | ผู้ถือหุ้น | จำนวนหุ้น (หุ้น) | สัดส่วน (%) | เงินลงทุนในการจัดตั้ง บริษัทฯ (บาท) |
|-------|-------------------------|------------------|-------------|--|
| 1 | อัญชลิกา มุขรัตน์มณีศรี | 10,000 | 50 | 1,000,000 |
| 2 | กะรัต มุขรัตน์มณีศรี | 6,000 | 30 | 600,000 |
| 3 | รชต มุขรัตน์มณีศรี | 4,000 | 20 | 400,000 |
| | รวม | 20,000 | 100 | 2,000,000 |

ตารางที่ 5.2 แสดงการใช้ไปของเงินทุน

| รายการ | มูลค่า (บาท) |
|---|------------------|
| 1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร | |
| เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่ง | |
| 1. Counter วางสินค้าและตำรองยา | 100,000 |
| 2. โต๊ะพร้อมเก้าอี้ | 3,580 |
| 3. เก้าอี้บาร์ | 3,180 |
| 4. เครื่องปรับอากาศ 18,000 BTU | 25,900 |
| 5. พัดลมติดผนัง 18 นิ้ว | 3,576 |
| 6. ป้ายไฟชื่อร้าน และถังดับเพลิง | 2,500 |
| 7. กถ้องวงจรปิด | 20,000 |
| อุปกรณ์ภายในร้าน | |
| 1. ตู้เย็นเก็บตำรองยา 6.5 Q | 5,800 |
| 2. เครื่องชั่งน้ำหนักวัดส่วนสูง | 5,300 |
| 3. เครื่องวัดความดันโลหิต | 1,640 |
| 4. คอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ | 30,000 |
| 5. เครื่อง POS touch screen | 15,000 |
| 6. iPad Pro 10.5 พร้อม Apple Pen | 33,300 |
| 7. การปรับปรุงพื้นที่และตกแต่งภายในร้าน | 210,000 |
| รวมเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร | 459,776 |
| 2. เงินลงทุนเพื่อจ่ายก่อนดำเนินการ | |
| 2.2 ค่าจดทะเบียนขออนุญาตเปิดร้านขายยา | 2,000 |
| 2.3 ค่าจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า | 1,000 |
| 2.4 ค่าจัดตั้งบริษัทจำกัด | 5,000 |
| 2.5 ค่าธรรมเนียมการขอมาตรฐานร้านขายยา | 2,000 |
| รวมค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการ | 10,000 |
| 3. เงินทุนหมุนเวียน | 1,530,224 |
| รวมเงินลงทุนในโครงการ | 2,000,000 |

ตารางที่ 5.3 แสดงสมมติฐานทางการเงิน

| รายการ | สมมติฐานทางการเงิน |
|---|--|
| แหล่งที่มาของเงินทุน | มาจากเจ้าของร้อยละ 100 |
| หักค่าเสื่อมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่ง | 10 ปี |
| ค่าเสื่อมราคาต่อปี | เส้นตรง |
| หักค่าเสื่อมอุปกรณ์ภายในร้าน | 5 ปี |
| ให้เครดิตการชำระเงินแก่ลูกหนี้การค้า | ไม่มี |
| ได้รับเครดิตการชำระเงินจากเจ้าหนี้การค้า | 90 วัน |
| สัดส่วนการชำระค่าซื้อสินค้าแบบเงินสด ต่อสินเชื่อ | 20:80 |
| ระยะเวลาของสินค้าคงเหลือ | 30 วัน |
| สัดส่วนสินค้าขายต่อสินค้าคงเหลือ | 70:30 |
| อัตราการเติบโตของยอดขาย | เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของสินค้าและบริการทุก ประเภท |
| อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาขาย | ไม่มีการเพิ่มการเปลี่ยนแปลงของราคาขาย |
| อัตราการขึ้นเงินเดือนพนักงาน | เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี |
| อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดา | อ้างอิงจากอัตราภาษีโครงสร้างพื้นฐานปีภาษี 2560 |
| อัตราการจ่ายปันผล | ร้อยละ 10 ของกำไรสุทธิ โดยเริ่มจ่ายในปีที่ 2 |
| ค่าโบนัสประจำปี | 1.5 เดือนของเงินเดือนประจำ |
| ค่า commission sale | ร้อยละ 1.5 ของยอดขาย |
| ค่าเช่าสถานที่ | เดือนละ 15,840 สัญญา 1 ปี |
| ต้นทุนสินค้าและบริการ | ร้อยละ 60 ของราคาขายสินค้าและบริการทุก ประเภท |
| ค่าใบประกอบวิชาชีพเภสัชกร | 10,000 บาทต่อคน |
| ค่าประกันสังคม | ร้อยละ 5 ของเงินเดือน สูงสุดไม่เกิน 750 บาท |
| ค่าประกันและมัดจำ | 70,000 บาท รวมอยู่ในเงินสดฝากธนาคาร |

ตารางที่ 5.4 แสดงประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| ยารักษาโรค | | (+10%) | (+10%) | (+10%) | (+10%) |
| จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | 7,200 | 7,920 | 8,712 | 9,583 | 10,542 |
| ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท) | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| รวมรายได้ | 1,080,000 | 1,188,000 | 1,306,800 | 1,437,480 | 1,581,228 |
| อาหารเสริมสุขภาพ | | (+10%) | (+10%) | (+10%) | (+10%) |
| จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | 3,600 | 3,960 | 4,356 | 4,792 | 5,271 |
| ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท) | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 |
| รวมรายได้ | 2,880,000 | 3,168,000 | 3,484,800 | 3,833,280 | 4,216,608 |
| เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ | | (+10%) | (+10%) | (+10%) | (+10%) |
| จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | 1,080 | 1,188 | 1,307 | 1,437 | 1,581 |
| ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท) | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| รวมรายได้ | 216,000 | 237,600 | 261,360 | 287,496 | 316,246 |
| เวชสำอาง | | (+10%) | (+10%) | (+10%) | (+10%) |
| จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | 1,080 | 1,188 | 1,307 | 1,437 | 1,581 |
| ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท) | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| รวมรายได้ | 324,000 | 356,400 | 392,040 | 431,244 | 474,368 |
| บริการส่งสินค้า | | (+10%) | (+10%) | (+10%) | (+10%) |
| จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | 1,800 | 1,980 | 2,178 | 2,396 | 2,635 |
| ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท) | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| รวมรายได้ | 90,000 | 99,000 | 108,900 | 119,790 | 131,769 |
| รวมรายได้ทั้งหมด | 4,590,000 | 5,049,000 | 5,553,900 | 6,109,290 | 6,720,219 |

ตารางที่ 5.5 แสดงต้นทุนการซื้อสินค้าเงินเชื่อและเงินสดปีที่ 1

| รายการ | ปีที่ 1 ไตรมาสที่ (บาท) | | | |
|---------------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ซื้อเงินเชื่อ (80%) | 550,800 | 550,800 | 550,800 | 550,800 |
| ซื้อเงินสด (20%) | 137,700 | 137,700 | 137,700 | 137,700 |
| รวมซื้อ (รายไตรมาส) | 688,500 | 688,500 | 688,500 | 688,500 |
| รวมซื้อ (รายปี) | 2,754,000 | | | |

ตารางที่ 5.6 แสดงต้นทุนการซื้อสินค้าเงินเชื่อและเงินสดปีที่ 2

| รายการ | ปีที่ 2 ไตรมาสที่ (บาท) | | | |
|---------------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ซื้อเงินเชื่อ (80%) | 605,880 | 605,880 | 605,880 | 605,880 |
| ซื้อเงินสด (20%) | 151,470 | 151,470 | 151,470 | 151,470 |
| รวมซื้อ (รายไตรมาส) | 757,350 | 757,350 | 757,350 | 757,350 |
| รวมซื้อ (รายปี) | 3,029,400 | | | |

ตารางที่ 5.7 แสดงต้นทุนการซื้อสินค้าเงินเชื่อและเงินสดปีที่ 3

| รายการ | ปีที่ 3 ไตรมาสที่ (บาท) | | | |
|---------------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ซื้อเงินเชื่อ (80%) | 666,468 | 666,468 | 666,468 | 666,468 |
| ซื้อเงินสด (20%) | 166,617 | 166,617 | 166,617 | 166,617 |
| รวมซื้อ (รายไตรมาส) | 833,085 | 833,085 | 833,085 | 833,085 |
| รวมซื้อ (รายปี) | 3,332,340 | | | |

ตารางที่ 5.8 แสดงต้นทุนการซื้อสินค้าเงินเชื่อและเงินสดปีที่ 4

| รายการ | ปีที่ 4 ไตรมาสที่ (บาท) | | | |
|----------------------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ซื้อเงินเชื่อ (80%) | 733,115 | 733,115 | 733,115 | 733,115 |
| ซื้อเงินสด (20%) | 183,279 | 183,279 | 183,279 | 183,279 |
| รวมซื้อ (รายไตรมาส) | 916,394 | 916,394 | 916,394 | 916,394 |
| รวมซื้อ (รายปี) | 3,665,574 | | | |

ตารางที่ 5.9 แสดงต้นทุนการซื้อสินค้าเงินเชื่อและเงินสดปีที่ 5

| รายการ | ปีที่ 5 ไตรมาสที่ (บาท) | | | |
|----------------------------|-------------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ซื้อเงินเชื่อ (80%) | 806,426 | 806,426 | 806,426 | 806,426 |
| ซื้อเงินสด (20%) | 201,607 | 201,607 | 201,607 | 201,607 |
| รวมซื้อ (รายไตรมาส) | 1,008,033 | 1,008,033 | 1,008,033 | 1,008,033 |
| รวมซื้อ (รายปี) | 4,032,131 | | | |

ตารางที่ 5.10 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ปีที่ 1

| รายการ | ปีที่ 1 ไตรมาสที่ (บาท) | | | |
|---------------------------|-------------------------|---------|---------|---------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ชำระให้เจ้าหนี้ | - | 550,800 | 550,800 | 550,800 |
| ชำระเงินสด | 137,700 | 137,700 | 137,700 | 137,700 |
| รวมเงินสดจ่าย (รายไตรมาส) | 137,700 | 688,500 | 688,500 | 688,500 |
| รวมเงินสดจ่าย (รายปี) | 2,203,200 | | | |

ตารางที่ 5.11 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ปีที่ 2

| รายการ | ปีที่ 2 ไตรมาสที่ (บาท) | | | |
|---------------------------|-------------------------|---------|---------|---------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ชำระให้เจ้าหนี้ | 550,800 | 605,880 | 605,880 | 605,880 |
| ชำระเงินสด | 151,470 | 151,470 | 151,470 | 151,470 |
| รวมเงินสดจ่าย (รายไตรมาส) | 702,270 | 757,350 | 757,350 | 757,350 |
| รวมเงินสดจ่าย (รายปี) | 2,974,320 | | | |

ตารางที่ 5.12 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ปีที่ 3

| รายการ | ปีที่ 3 ไตรมาสที่ (บาท) | | | |
|---------------------------|-------------------------|---------|---------|---------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ชำระให้เจ้าหนี้ | 605,880 | 666,468 | 666,468 | 666,468 |
| ชำระเงินสด | 166,617 | 166,617 | 166,617 | 166,617 |
| รวมเงินสดจ่าย (รายไตรมาส) | 772,497 | 833,085 | 833,085 | 833,085 |
| รวมเงินสดจ่าย (รายปี) | 3,271,752 | | | |

ตารางที่ 5.13 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ปีที่ 4

| รายการ | ปีที่ 4 ไตรมาสที่ (บาท) | | | |
|---------------------------|-------------------------|---------|---------|---------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ชำระให้เจ้าหนี้ | 666,468 | 733,115 | 733,115 | 733,115 |
| ชำระเงินสด | 183,279 | 183,279 | 183,279 | 183,279 |
| รวมเงินสดจ่าย (รายไตรมาส) | 849,747 | 916,394 | 916,394 | 916,394 |
| รวมเงินสดจ่าย (รายปี) | 3,598,927 | | | |

ตารางที่ 5.14 แสดงประมาณการเงินสดจ่ายและเงินเชื่อให้เจ้าหนี้ปีที่ 5

| รายการ | ปีที่ 5 ไตรมาสที่ (บาท) | | | |
|---------------------------|-------------------------|-----------|-----------|-----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ชำระให้เจ้าหนี้ | 733,115 | 806,426 | 806,426 | 806,426 |
| ชำระเงินสด | 201,607 | 201,607 | 201,607 | 201,607 |
| รวมเงินสดจ่าย (รายไตรมาส) | 934,721 | 1,008,033 | 1,008,033 | 1,008,033 |
| รวมเงินสดจ่าย (รายปี) | 3,958,820 | | | |

ตารางที่ 5.15 แสดงค่าเสื่อมราคารายปี

| รายการ | ค่าเสื่อมราคา (บาทต่อปี) | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
| ค่าเสื่อมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่ง | 15,874 | 15,874 | 15,874 | 15,874 | 15,874 |
| ค่าเสื่อมอุปกรณ์ภายในร้าน | 60,208 | 60,208 | 60,208 | 60,208 | 60,208 |
| รวมค่าเสื่อมทั้งสิ้น | 76,082 | 76,082 | 76,082 | 76,082 | 76,082 |

ตารางที่ 5.16 แสดงค่าโสหุ้ยรายปี

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ค่าไฟฟ้า (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี) | 48,000 | 50,400 | 52,920 | 55,566 | 58,344 |
| ค่าน้ำ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี) | 2,400 | 2,520 | 2,646 | 2,778 | 2,917 |
| ค่าเช่าที่ | 190,080 | 190,080 | 190,080 | 190,080 | 190,080 |
| ค่าโทรศัพท์ | 24,000 | 24,000 | 24,000 | 24,000 | 24,000 |
| ค่าอินเทอร์เน็ต | 24,000 | 24,000 | 24,000 | 24,000 | 24,000 |
| รวมค่าโสหุ้ย | 288,480 | 291,000 | 293,646 | 296,424 | 299,341 |

ตารางที่ 5.17 แสดงค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายรายปี

| ค่าส่งเสริมการขาย | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ยอดขาย | 4,590,000 | 5,049,000 | 5,553,900 | 6,109,290 | 6,720,219 |
| ค่าส่งเสริมการขาย | 50,000 | 48,500 | 48,500 | 58,500 | 58,500 |

ตารางที่ 5.18 แสดงประมาณการเงินเดือนพนักงาน

| ตำแหน่ง | ค่าจ้างพนักงาน (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี) | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
| ผู้จัดการทั่วไป | 300,000 | 315,000 | 330,750 | 347,288 | 364,652 |
| เภสัชกร (เจ้าของร้าน) | 360,000 | 378,000 | 396,900 | 416,745 | 437,582 |
| เภสัชกร (Full-time) | 360,000 | 378,000 | 396,900 | 416,745 | 437,582 |
| ค่าใบประกอบวิชาชีพ เภสัชกร 2 คน | 240,000 | 240,000 | 240,000 | 240,000 | 240,000 |
| ผู้ช่วยเภสัชกร | 180,000 | 189,000 | 198,450 | 208,373 | 218,792 |
| รวมค่าจ้าง | 1,440,000 | 1,500,000 | 1,563,000 | 1,629,150 | 1,698,608 |

ตารางที่ 5.19 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ค่าต่อใบอนุญาตขายยา | 2,000 | 2,000 | 2,000 | 2,000 | 2,000 |
| ค่า Commission Sale | 68,850 | 75,735 | 83,309 | 91,639 | 100,803 |
| ค่าโบนัสประจำปี | 67,500 | 70,875 | 74,419 | 78,140 | 82,047 |
| ค่าตรวจสอบบัญชี | 24,000 | 24,000 | 24,000 | 24,000 | 24,000 |
| ค่าประกันสังคม | 33,000 | 33,000 | 33,000 | 33,000 | 33,000 |
| ค่าฝึกอบรมพนักงาน | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 |
| ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร | 237,350 | 247,610 | 258,727 | 270,779 | 283,850 |

5.2 ประมวลการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)

ตารางที่ 5.20 แสดงประมวลการงบกำไรขาดทุน

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| รายได้ | 4,590,000 | 5,049,000 | 5,553,900 | 6,109,290 | 6,720,219 |
| ต้นทุนขาย | | | | | |
| หัก - ต้นทุนสินค้าและบริการ | - 2,754,000 | - 3,029,400 | - 3,332,340 | - 3,665,574 | - 4,032,131 |
| หัก - ค่าเสียหาย | - 288,480 | - 291,000 | - 293,646 | - 296,424 | - 299,341 |
| รวมต้นทุนขาย | - 3,042,480 | - 3,320,400 | - 3,625,986 | - 3,961,998 | - 4,331,472 |
| กำไรขั้นต้น | 1,547,520 | 1,728,600 | 1,927,914 | 2,147,292 | 2,388,747 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | | | | | |
| หัก - แรงงานในการขายและบริหาร | -1,440,000 | -1,500,000 | -1,563,000 | -1,629,150 | -1,698,608 |
| หัก - ค่าเสื่อมราคา | - 76,082 | - 76,082 | - 76,082 | - 76,082 | - 76,082 |
| หัก - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด | - 50,000 | - 48,500 | - 48,500 | - 58,500 | - 58,500 |
| หัก - ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | - 237,350 | - 247,610 | - 258,727 | - 270,779 | - 283,850 |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | -1,803,432 | -1,872,192 | -1,946,309 | -2,034,511 | -2,117,039 |
| กำไรจากการดำเนินงาน | -255,912 | -143,592 | -18,395 | 112,781 | 271,708 |
| หัก - ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ | -255,912 | -143,592 | -18,395 | 112,781 | 271,708 |
| หัก - ภาษีเงินได้นิติบุคคล ธรรมดา | - | - | - | - 5,639 | - 13,585 |
| กำไรสุทธิ | -255,912 | -143,592 | -18,395 | 107,142 | 258,122 |
| หัก - เงินปันผลจ่าย | - | 14,359 | 1,839 | -10,714 | -25,812 |
| กำไรหลังจ่ายปันผล | -255,912 | -129,232 | -16,555 | 96,428 | 232,310 |
| กำไรสะสม | -255,912 | -385,144 | -401,699 | -305,271 | -72,961 |

5.3 ประมวลการงบแสดงฐานะทางการเงิน (Financial Statement)

ตารางที่ 5.21 แสดงประมวลการงบแสดงฐานะทางการเงิน (สินทรัพย์)

| รายการ | ปีที่ 0 | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| สินทรัพย์ | | | | | | |
| สินทรัพย์หมุนเวียน | | | | | | |
| - เงินสดและเงินสดในธนาคาร | 1,530,224 | 1,832,344 | 1,827,388 | 1,939,929 | 2,170,755 | 2,543,294 |
| - สินค้าคงเหลือ | - | 68,850 | 75,735 | 83,309 | 91,639 | 100,803 |
| - ลูกหนี้การค้า | - | - | - | - | - | - |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | 1,530,224 | 1,901,194 | 1,903,123 | 2,023,237 | 2,262,394 | 2,644,097 |
| สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน | | | | | | |
| สินทรัพย์ถาวร | | | | | | |
| - เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่ง | 158,736 | 158,736 | 158,736 | 158,736 | 158,736 | 158,736 |
| - อุปกรณ์ภายในร้าน | 301,040 | 301,040 | 301,040 | 301,040 | 301,040 | 301,040 |
| รวมสินทรัพย์ถาวร | 459,776 | 459,776 | 459,776 | 459,776 | 459,776 | 459,776 |
| - ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการ | 10,000 | 10,000 | 10,000 | 10,000 | 10,000 | 10,000 |
| หัก - ค่าเสื่อมราคาสะสม | - | - 76,082 | - 152,163 | - 228,245 | - 304,326 | - 380,408 |
| รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน | 469,776 | 393,694 | 317,613 | 241,531 | 165,450 | 89,368 |
| รวมสินทรัพย์ | 2,000,000 | 2,294,888 | 2,220,736 | 2,264,769 | 2,427,843 | 2,733,465 |

ตารางที่ 5.22 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน (หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น)

| รายการ | ปีที่ 0 | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | | |
| หนี้สินหมุนเวียน | | | | | | |
| - เจ้าหนี้การค้า | - | 550,800 | 605,880 | 666,468 | 733,115 | 806,426 |
| - หนี้สินหมุนเวียนอื่น | - | - | - | - | - | - |
| รวมหนี้สินหมุนเวียน | - | 550,800 | 605,880 | 666,468 | 733,115 | 806,426 |
| หนี้สินไม่หมุนเวียน | | | | | | |
| - เงินกู้ระยะยาว | - | - | - | - | - | - |
| - หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น | - | - | - | - | - | - |
| รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน | - | - | - | - | - | - |
| รวมหนี้สิน | - | 550,800 | 605,880 | 666,468 | 733,115 | 806,426 |
| ส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | | |
| - เงินลงทุน | 2,000,000 | 2,000,000 | 2,000,000 | 2,000,000 | 2,000,000 | 2,000,000 |
| - กำไรสะสม | - | -255,912 | -385,144 | -401,699 | -305,271 | -72,961 |
| รวมส่วนของผู้ถือหุ้น | 2,000,000 | 1,744,088 | 1,614,856 | 1,598,301 | 1,694,729 | 1,927,039 |
| รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | 2,000,000 | 2,294,888 | 2,220,736 | 2,264,769 | 2,427,843 | 2,733,465 |

5.4 ประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flow)

ตารางที่ 5.23 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

| รายการ | ปีที่ 0 | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน | | | | | | |
| กำไรสุทธิ | - | -255,912 | -143,592 | -18,395 | 107,142 | 258,122 |
| ค่าเสื่อมราคาส่วนการขาย และบริหาร | - | 76,082 | 76,082 | 76,082 | 76,082 | 76,082 |
| เข้าหนี้การค้า | - | 550,800 | 55,080 | 60,588 | 66,647 | 73,311 |
| ลูกหนี้การค้า | - | - | - | - | - | - |
| ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - | - |
| ภาษีนิติบุคคลธรรมดา | - | - | - | - | -5,639 | -13,585 |
| กระแสเงินสดจากการ ดำเนินงานรวม | - | 370,970 | -12,430 | 118,275 | 244,232 | 393,930 |
| กระแสเงินสดจากการลงทุน | | | | | | |
| เงินลงทุนในสินทรัพย์ ถาวร | - 459,776 | - | - | - | - | - |
| เงินลงทุนก่อนดำเนินงาน | - 10,000 | - | - | - | - | - |
| กระแสเงินสดจากการ ลงทุนรวม | - 469,776 | - | - | - | - | - |
| กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน | | | | | | |
| เงินสดรับจากการออกหุ้น ทุน | 2,000,000 | - | - | - | - | - |
| เงินสดจ่ายปันผล | - | - | 14,359 | 1,839 | -10,714 | -25,812 |
| กระแสเงินสดจากการ จัดหาเงินรวม | 2,000,000 | - | 14,359 | 1,839 | -10,714 | -25,812 |
| กระแสเงินสดสุทธิ | 1,530,224 | 370,970 | 1,929 | 120,114 | 233,517 | 368,118 |
| บวก กระแสเงินสดต้นงวด | - | 1,530,224 | 1,901,194 | 1,903,123 | 2,023,237 | 2,256,755 |
| กระแสเงินสดสุทธิปลาย งวด | 1,530,224 | 1,901,194 | 1,903,123 | 2,023,237 | 2,256,755 | 2,624,872 |

5.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis)

ตารางที่ 5.24 แสดงอัตราส่วนทางการเงิน

| อัตราส่วนทางการเงิน | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Return On Asset (%) | -11.15 | -6.47 | -0.81 | 4.65 | 9.94 |
| Return On Equity (%) | -14.67 | -8.89 | -1.15 | 6.32 | 13.39 |
| Total Asset Turnover Rate (%) | 200.01 | 227.36 | 245.23 | 251.63 | 245.85 |
| Cash Ratio (เท่า) | 3.45 | 3.14 | 3.04 | 3.09 | 3.28 |

5.6 การประเมินความคุ้มค่าโครงการลงทุน

จากการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนในร้านขายยาแผนปัจจุบัน อัญชลิกา ฟาร์มาซี พบว่า

1. มีต้นทุนเงินทุนถ่วงเฉลี่ย (WACC) อยู่ที่ 25.0%
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 119,722.01 บาท
3. อัตราผลตอบแทน (IRR) คือ 37.2 %
4. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) คือ 1 ปี 10 เดือน

บทที่ 6

การจัดการความเสี่ยง และแนวทางรองรับความเสี่ยง

6.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

6.1.1 เมื่อยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย เนื่องจากลูกค้าไม่รู้จักร้านหรือไม่ทราบว่ามียานขายยาแผนปัจจุบันมาเปิด ทางร้านจะต้องมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมโดยการติดป้ายบอกว่ามีร้านขายยาแผนปัจจุบันไว้หน้าทางเข้าหมู่บ้านหรือหน้าทางเข้าตลาดในบริเวณพื้นที่ที่ไม่สามารถมองเห็นหน้าร้านได้ระยะไกล มีการจัดทำ Sale Promotion ในตัวสินค้าประเภทนอกเหนือจากยารักษาโรค ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นยอดขายได้

6.1.2 เมื่อยอดขายสูงกว่าเป้าหมาย อาจจะทำให้เกิดปัญหาสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทางร้านจะต้องทำการพยากรณ์ยอดขายรายเดือนหรือรายสัปดาห์ เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของยอดขาย ว่าสินค้าตัวใดขายดี และช่วงเวลาใดขายดี ทำให้สามารถวางแผนในการสั่งสินค้ามาเก็บไว้ในคลังสินค้าได้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

6.2 ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน (Competitive Risk)

6.2.1 เนื่องจากธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบันเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงด้านการแข่งขันสูง ในบริเวณพื้นที่รอบๆ สามารถมีคู่แข่งมาเปิดร้านขายยาแผนปัจจุบันเพิ่มได้เสมอ ทางร้านจะต้องสร้างความแตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการของเภสัชกรจะต้องมีคุณภาพน่าเชื่อถือ และดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการของร้านเราซ้ำ ด้านการส่งเสริมการขาย มีการจัดโปรโมชั่นอยู่เป็นประจำ อาจมีการทำระบบสมาชิกรับส่วนลดต่างๆ

6.2.2 ร้านค้าสะดวกซื้อ 7-11 เปิดแผนกขายยาเองในร้าน โดยส่วนใหญ่แล้วร้านขายยาภายใน 7-11 นั้นมีสินค้าที่มีความหลากหลายน้อย ทางร้านควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้า เพื่อให้มีตัวเลือกให้แก่ลูกค้ามากขึ้น

6.3 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

หากทางร้านเกิดการขาดสภาพคล่อง แนวทางป้องกันคือ ทางร้านจะต้องมีการจัดทำระบบบัญชีในการควบคุมดูแลต้นทุนสินค้า และอื่นๆ มีการประเมินผลทางบัญชีอย่างต่อเนื่อง มีการพยากรณ์ยอดขาย กำไรและขาดทุนอย่างสม่ำเสมอ จะต้องมีควมระมัดระวังในด้านค่าใช้จ่ายอย่างใกล้ชิด หากจำเป็นจะต้องระดมทุนเพิ่ม อาจมีการระดมทุนจากผู้ถือหุ้น หรือจากสถาบันทางการเงิน มาลงทุนในธุรกิจเพิ่มเติม

6.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)

6.4.1 สินค้าบนชั้นวางสินค้าหมดอายุ พนักงานในร้านจะต้องทำการตรวจสอบอายุของสินค้าทุกวันตอนเปิดร้านอย่างสม่ำเสมอ หากมีสินค้าหมดอายุให้ทำการนำออกจากชั้นวางสินค้า แล้วทำการติดต่อบริษัทขายส่งในกรณีที่สามารถส่งคืนเปลี่ยนสินค้าที่หมดอายุได้ ในการจัดวางสินค้าให้ใช้ระบบ First in Frist out (FIFO) และทางร้านจะต้องทำการจัดกลุ่มสินค้าขายดีและสินค้าขายไม่ดี เพื่อคำนวณสัดส่วนยอดขายตั้งชื่อให้พอดี ไม่มีสินค้าขาดหรือเหลือมากเกินไปจนสินค้าหมดอายุ

6.4.2 พนักงานภายในร้าน และหรือลูกค้าขโมยเงินหรือสินค้าออกจากร้าน ทางร้านจะต้องมีการติดกล้องวงจรปิด และเจ้าของร้านจะต้องตรวจสอบรายการสินค้าคงเหลือบนชั้นวางทุกวันก่อนปิดร้านเพื่อเทียบกับรายการสินค้าที่ขายไปในแต่ละวัน หากพบเจอการลักขโมย จะต้องมีการดำเนินคดีทางกฎหมาย และมีการไล่พนักงานออกทันที โดยรวมถึงเจ้าของร้านจะต้องไม่ควรปล่อยให้มียอดอยู่ในร้านมากเกินไปจนความจำเป็น

6.4.3 ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น ทางร้านจะต้องมีการหาแหล่งขายส่งสำรองไว้เทียบราคา และเป็นตัวเลือกเพื่อต้นทุนสินค้าจากแหล่งประจำมีการปรับตัวสูงขึ้น และควรมีการทำระบบบริหารสินค้าคงคลังเพื่อป้องกันการสั่งสินค้ามากเกินไป ทำให้เงินไปจมอยู่กับสินค้าคงคลังได้

6.4.4 คุณภาพการบริการของเภสัชกร และผู้ช่วยเภสัชกรลดลง เจ้าของร้านจะต้องทำการสังเกตพฤติกรรมทำให้บริการของพนักงานอยู่สม่ำเสมอ และมีการทดสอบความรู้ของเภสัชกรอยู่ตลอด

บรรณานุกรม

- นรินทร์ ตันไพบูลย์. (2560). แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรมยา. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2561, จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/2ee02996-1185-4c5a-a6c8-0384ce5ee41b/IO_Pharmaceutical_2017_TH.aspx
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). ธุรกิจร้านขายยา. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://thaipublica.org/wp-content/uploads/2016/06/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%93%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A2%E0%B8%B2.pdf>
- Kingsmes. (2558). การเปิดร้านขายยา. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://www.kingsmes.com/2015/04/my-business-ep-08.html>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2556). กฎกระทรวงและการขอใบอนุญาต. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://www.fda.moph.go.th/sites/drug/Shared%20Documents/Law02-Ministerial-regulations/001.PDF>
- ธิตีพัฒน์ ธิตีพันธุ์. (2560). แผนธุรกิจบ้านเดี่ยว โครงการ ชาร์ม รัชดา 42. (สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล).
- ร้อยเอกหญิงสุจิตรา ชูเลิศ. (2556). แผนธุรกิจร้านขายยาส่งเสริมสุขภาพ. (สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล).
- ศุภานัน สุขพลอย. (2557). แผนธุรกิจโครงการ White House Bakery. (สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล).
- มณีทิพย์ เอี่ยมชาญชัย. (2557). แผนธุรกิจร้านยา คลังยาเชียงคำ. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ทรงศักดิ์ วิมลกิตติพงศ์ และเมษยา ปานทอง. (2557). แนวทางการจัดการสู่มาตรฐานวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรม.

เภสัชกรการตลาด. (2559). การตั้งราคาขายและโครงสร้างราคาขาย. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2561,

จาก <https://mktpharma.wordpress.com/tag/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B2/>

[E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B2/](https://mktpharma.wordpress.com/tag/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B2/)

กรชัย นันทจิรธรรม. (2556). ประเภทของร้านขายยา. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2561, จาก

<http://haamor.com/th/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%A0%E0%B8%97%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A2%E0%B8%B2/>

[0%B8%A0%E0%B8%97%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A2%E0%B8%B2/](http://haamor.com/th/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%A0%E0%B8%97%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A2%E0%B8%B2/)



ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ค้ำึงถึงในการเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขต

ถนนลำลูกกาคลอง 6 จังหวัดปทุมธานี

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยที่ค้ำึงถึงในการเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน โดยแบบสอบถามนี้จะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและปัจจัยที่ค้ำึงถึงในการเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำอธิบาย กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. สถานภาพ

โสด

สมรส

3. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20 - 30 ปี

31 - 40 ปี

41 - 50 ปี

51 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

5. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา

พนักงานบริษัทเอกชน

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ข้าราชการ

อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

น้อยกว่า 15,000 บาท

15,000 - 30,000 บาท

- 30,001 - 45,000 บาท 45,001 - 60,000 บาท
 60,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและปัจจัยที่คำนึงถึงในการเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน

คำอธิบาย กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันทั่วไป

1.1 ความถี่ในการเข้าใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันภายใน 1 เดือนโดยเฉลี่ย

- น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน 1 – 2 ครั้งต่อเดือน
 3 – 4 ครั้งต่อเดือน 5 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป

1.2 ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบันบ่อยที่สุด

- 06.00น. – 10.00น. 10.00น. – 14.00น.
 14.00น. – 18.00น. 18.00น. – 22.00น.

1.3 เรียงลำดับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยาในแต่ละครั้งของท่าน (1 = มากที่สุด ไปยัง 5 = น้อยที่สุด)

- ตัวท่านเอง เพื่อน
..... คู่รัก เกสัชกร
..... สมาชิกภายในครอบครัว

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

2.1.1 ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบันด้วยวัตถุประสงค์ใดบ่อยที่สุด

- ท่านป่วยเองจึงซื้อทาน ซื้อให้กับผู้ป่วยท่านอื่น
 ซื้อเก็บไว้ยามฉุกเฉิน อื่นๆ.....

2.1.2 สินค้าประเภทใดที่ท่านซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบันบ่อยที่สุด

- ผลิตภัณฑ์ยารักษาโรค อาหารเสริม วิตามิน
 เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ อื่นๆ

2.1.3 ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาประเภทใดบ่อยที่สุด

- ยาแก้ปวด ยาลดน้ำมูก
 ยาปฏิชีวนะ ยาคลายกล้ามเนื้อ
 ยาฮอร์โมน ยารักษาโรคทางผิวหนัง
 ยารักษาโรคทางเดินอาหาร ยาลดไข้
 ยาแก้ไอเสบ อื่นๆ.....

2.1.4 ผลิตภัณฑ์อื่นๆนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ยาที่ท่านเคยเลือกซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์นมและอาหารสำหรับเด็กอ่อน
- เครื่องมือทางการแพทย์ เช่น ปรอทวัดไข้ เครื่องมือวัดความดันโลหิต
- พลาสติกอะครีลิก
- อื่นๆ.....
- ไม่เคยซื้อ

2.1.5 เรียงลำดับปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยารักษาโรคของท่าน จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด (1 = มากที่สุด ไปยัง 5 = น้อยที่สุด)

- คุณภาพและประสิทธิภาพของตัวยา (เคยใช้ยาตัวนี้แล้วหายจึงใช้ซ้ำ)
- มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ได้รับการบอกต่อมาว่าดีจึงซื้อหรือเห็นอยู่บ่อยครั้ง)
- บรรลุเกณฑ์มีความดีใจ
- ได้รับรองมาตรฐานความปลอดภัย และมีวันหมดอายุบอกชัดเจน
- ได้รับคำแนะนำจากเภสัชกร

2.2 ด้านการบริการ

2.2.1 นอกเหนือจากการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาแผนปัจจุบัน ท่านเคยใช้บริการใดเพิ่มเติมบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บริการปัญหาสุขภาพทั่วไป ตรวจวัดความดันโลหิต
- ชั่งน้ำหนัก วัดส่วนสูง เจาะเลือดปลายนิ้วตรวจน้ำตาลในเลือด
- อื่นๆ.....

2.2.2 ถ้าหากร้านขายยาแผนปัจจุบันมีการเพิ่มการบริการส่งสินค้าตรงถึงที่บ้านท่าน ท่านมีความสนใจในการใช้บริการหรือไม่ (ผลิตภัณฑ์ยารักษาโรคไม่ได้จัดอยู่ในการบริการ)

- สนใจ เพราะ..... ไม่สนใจเพราะ.....

2.2.3 ถ้าหากท่านสนใจบริการส่งยาถึงที่บ้านท่าน ท่านพึงพอใจในการคิดค่าบริการต่อรอบที่เท่าใด

.....บาท/รอบ

3. ปัจจัยด้านราคา

3.1 เรียงลำดับปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาแผนปัจจุบัน (1 = มากที่สุด ไปยัง 5 = น้อยที่สุด)

- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
- สินค้ามีการติดป้ายราคาที่ชัดเจน
- สามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้
- มีสินค้าให้เลือกหลายราคา
- ราคาที่จำหน่ายไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น

3.2 ในการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันแต่ละครั้ง ท่านใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเท่าไร

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 100 – 300 บาท |
| <input type="checkbox"/> 301 – 500 บาท | <input type="checkbox"/> 501 – 700 บาท |
| <input type="checkbox"/> 701 – 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 1,000 บาท |

3.3 ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาแผนปัจจุบัน ท่านเลือกใช้วิธีการชำระเงินวิธีใดบ่อยที่สุด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เงินสด | <input type="checkbox"/> บัตรเครดิต/เดบิต |
| <input type="checkbox"/> ชำระออนไลน์ (เช่น QR code) | <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... |

4. ปัจจัยด้านสถานที่

4.1 เรียงลำดับปัจจัยด้านสถานที่ภายนอกร้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน (1 = มากที่สุด ไปยัง 5 = น้อยที่สุด)

- อยู่ใกล้แหล่งที่มีคนพลุกพล่าน (เช่น ตลาดสด ห้างสรรพสินค้า)
- เดินทางมาใช้บริการสะดวกและใกล้
- มีที่จอดรถเพียงพอ
- มีการกำหนดเวลาเปิด – ปิดชัดเจน
- ตัวร้านสามารถสังเกตเห็นได้ชัดจากระยะไกล

4.2 เรียงลำดับปัจจัยด้านสถานที่ภายในร้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน (1 = มากที่สุด ไปยัง 5 = น้อยที่สุด)

- บรรยากาศภายในร้านสะอาดปลอดโปร่ง
- มีการจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน
- มีการเปิดเครื่องปรับอากาศภายในร้าน

..... มีการแสดงใบประกอบวิชาชีพแก่ผู้ชมให้เห็นชัดเจน

..... จุดรับบริการทันสมัย และดึงดูดความสนใจ

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

5.1 เรียงลำดับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน (1 = มากที่สุด ไปยัง 5 = น้อยที่สุด)

..... มีการจัดการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม

..... มีการรณรงค์ต่อต้านยา และสารเสพติด

..... มีป้ายโฆษณา แนะนำสินค้าแสดงชัดเจน

..... มีการจัดโปรโมชั่นที่เหมาะสมตามเทศกาลต่างๆ

..... มีแผ่นพับให้ความรู้ในเรื่องสุขภาพต่างๆ เช่น ความรู้โรคเบาหวาน โรคความดัน โรคหลอดเลือด โรคติดต่อ

5.2 ท่านเคยใช้บริการปรึกษาขอคำแนะนำในด้านใดบ่อยที่สุด

ปรึกษาวิธีการใช้ยา

ปรึกษาในเรื่องโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ

ปรึกษาในการเลิกเหล้า เลิกบุหรี่

ปรึกษาปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์

ปรึกษาขอข้อมูลเรื่องอาหารเสริม

อื่นๆ.....

แบบสัมภาษณ์

เกสัชกร และหรือ ผู้ประกอบกิจการร้านขายยาแผนปัจจุบันทั่วไป

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยที่ค้ำึงถึงในการเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน โดยแบบสอบถามนี้จะแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของร้าน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำอธิบาย กรุณาตอบคำถามลงในช่องว่างตามข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ชื่อ.....

อาชีพ เกสัชกรทั่วไป ผู้ประกอบกิจการร้านขายยา

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ.....ปี

เวลาเปิด.....ปิด.....เปิดบริการวัน.....

ต้นทุนเฉลี่ยต่อปี.....บาท/ปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี.....บาท/ปี

กำไรเฉลี่ยต่อปี.....บาท/ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของร้าน

คำอธิบาย กรุณาตอบคำถามลงในช่องว่างตามข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. สถานที่ตั้ง.....

2. ประเภทของร้าน

ร้านขายยาประเภทสาขา ร้านขายยาประเภทเดี่ยว

3. การแบ่งพื้นที่ภายในร้าน และการตกแต่ง

.....

4. จำนวนพนักงานภายในร้าน

.....

5. การให้บริการพิเศษอื่นๆ นอกเหนือจากการขายผลิตภัณฑ์ภายในร้าน เช่น ตรวจวัดความดันโลหิต เจาะเลือดปลายนิ้ว ตรวจน้ำตาล เป็นต้น

.....

6. สาเหตุในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้าน (ในกรณีผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบัน)

.....

7. หลักในการจัดซื้อสินค้าเข้าร้าน

.....

8. ปริมาณการสั่งซื้อแต่ละครั้ง

.....

9. Key Success ของทางร้านคืออะไร

.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า

คำอธิบาย กรุณาตอบคำถามลงในช่องว่างตามข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. รูปแบบสินค้าที่วางขายภายในร้าน

.....

2. สินค้าที่ขายดีที่สุดของทางร้าน

ผลิตภัณฑ์ยารักษาโรค.....

ผลิตภัณฑ์ยาเสริมอาหาร.....

เวชภัณฑ์.....

อื่นๆ.....

3. หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาสินค้า

.....

4. มีการจัดโปรโมชั่นอะไรบ้าง และบ่อยแค่ไหน

.....

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการ

คำอธิบาย กรุณาตอบคำถามลงในช่องว่างตามข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน

.....

2. ช่วงใดที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากที่สุด

.....

3. เวลาเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง

.....
4. พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า เช่น เลือกตามราคา มีสินค้าในใจอยู่แล้ว เลือกตามความนิยม เป็นต้น

.....
5. ถ้าหากมีบริการ Delivery สามารถทำได้ไหมแล้วมีโอกาสทางธุรกิจอย่างไร

.....

