

แผนธุรกิจร้านยา คลังยาเชิงคำ

Business Plan for Klungyachaingkhum



แผนธุรกิจร้านยา คลังยาเชียงคำ

Business Plan for klungyachaingkhum



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2556



©2558

มณีนีพย เอี่ยมชาญชัย

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจร้านยา คลังยาเชียงคำ

ผู้วิจัย มณีนทิพย์ เอี่ยมชาญชัย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 10 เดือน เมษายน พ.ศ. 2558

มณีทิพย์ เอี่ยมชาญชัย. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารศึกษานานกลางและขนาดย่อม , เมษายน 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ ร้านยาคลังยาเชียงคำ (119 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริหารจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด และเหตุที่ตั้งร้านยาคลังยาเชียงคำมาจากการได้ศึกษาสาขาวิชาชีพเภสัชกรรม และได้อาคารพาณิชย์ทำเลดีในการเช่าเปิดร้าน

แผนธุรกิจร้านยาคลังยาเชียงคำเป็นธุรกิจประเภทการบริการ โดยเป็นการดำเนินธุรกิจใหม่ วิธีการและเทคนิคในการจัดทำแผน คือการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยการแข่งขัน การสำรวจใช้แบบสอบถามจำนวน 200 คน และการสำรวจใช้การสัมภาษณ์จำนวน 9 คน โดยการสำรวจทั้ง 2 วิธี ใช้การเลือกตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การประมาณค่าพารามิเตอร์

แผนธุรกิจรวบรวมจากงานเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยงบการลงทุนของร้านคลังยาเชียงคำทั้งสิ้น 1,032,260 บาท ซึ่งเป็นเงินในส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น โดยในปีแรกรายได้จะได้เพียง 65% ของรายได้ต่อปีที่คำนวณได้ เนื่องจากผู้บริโภคมองยังไม่รู้จักร้านใหม่ แต่ในปีที่ 2 ได้รายได้ร้อยละ 100% ของรายได้ต่อปีที่คำนวณได้ ถัดจากปีที่ 2 ยอดขายจะเพิ่มขึ้นปีละ 3% ของยอดขายในปีล่าสุด กลยุทธ์ของธุรกิจที่ใช้ในร้านคลังยาเชียงคำ คือ กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและเป็นการสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน

ผลการศึกษาช่วยให้เข้าใจปัญหาและอุปสรรค เพื่อให้เป็นแนวทางในการจัดทำธุรกิจ จากผลการศึกษาร้านคลังยาเชียงคำ มีความคุ้มค่าแก่การลงทุน เนื่องจากการศึกษาคาดว่าธุรกิจสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 3 ปี 10 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีมูลค่า เท่ากับ 126,736 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 18.20%

คำสำคัญ: ร้านยาคลังยาเชียงคำ, คุณภาพร้านยา, กลยุทธ์ร้านยา, งบการเงินร้านยา

Iamchanchai, M. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), April 2015, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Klungyachaingkhum (124 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Saranyapong Thiangtam

ABSTRACT

The preparation of a business plan is intended to manage the available resources to achieve best value for money. Causes the opening of drug store , Researcher graduated from the Faculty of Pharmacy and Researcher have a good commercial location for a rental shop.

This business plan is a type of service that is a new business. Methods and techniques is analyze the business environment , competitive factors. Using a questionnaire survey of 200 people and using interviews of 9 people. the survey two methods used to select samples using simple random sampling. The statistics used to analyze the information such as descriptive statistics Including the percentage and according to statistics, including parameter estimation.

Business plans compiled from documents and related research. The pharmacy invested a total of 1,032,260 baht that is all the money within equity. During its first year income is only 65% of income per year , because people do not know the new store. But in the second year Income to 100% of income per year. The next several years sales increased by 3% of sales last year. Business strategies used a strategy of differentiation to increase market share and create competitive advantage.

The study helps to understand the problems and obstacles for a guide in the preparation of the business. From the results , Klung Ya Chiang Kham Pharmacy is the worth of investment. Since the study was conducted in a payback period of 3 years and 10 months. Net present value (NPV) is worth 126,736 baht and internal rate of return (IRR) of 18.20%.

Keywords: Klang Ya Chiang Kham Pharmacy, Quality Drug Stores, Strategy Drug Stores, Pharmacy Financial .

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องร้านยาคลังยาเชียงคำ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีมาจากความเมตตากรุณา
อย่างยิ่งของท่าน ผศ.ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม ที่ให้คำแนะนำทั้งหลักการและแนวคิดในการค้นคว้าอิสระ
ครั้งนี้และยังช่วยพิจารณาตรวจแก้ข้อมูลเพื่อให้แผนธุรกิจฉบับนี้มีความสมบูรณ์พร้อมนำไปใช้ในการ
ประกอบธุรกิจร้านยา

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้ถ่ายทอดแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ในชีวิตจริง ทำให้เข้าใจ
เหตุการณ์ทางธุรกิจมากขึ้น

สุดท้ายนี้กราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่เป็นกำลังใจ ค่อยช่วยเหลือ คอยสนับสนุนทุกการ
ตัดสินใจเสมอมาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

มณีนทิพย์ เอี่ยมชาญชัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ประเภของธุรกิจ	2
1.2 ที่ดินและศักยภาพของทำเลที่ตั้ง	3
1.3 ประเภของสินค้า/บริการ	10
1.4 รายละเอียดของสินค้า / บริการ	12
1.5 วิสัยทัศน์	12
1.6 พันธกิจ	12
1.7 เป้าหมาย	13
1.8 วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจ	13
1.9 ทุนจดทะเบียนพาณิชย์	13
1.10 โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ	14
1.11 ที่มาของการจัดทำแผน	15
1.12 ความสำคัญของการจัดทำแผน	15
1.13 วัตถุประสงค์ของการทำแผน	16
1.14 วิธีการศึกษา	16
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	32
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	33
2.3 วิเคราะห์ SWOT ในธุรกิจร้านขายยา คลังยาเชียงคำ	34
2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	36
2.5 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.1 สภาพการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน	40
3.2 คู่แข่งทางธุรกิจ	41
3.3 การวิเคราะห์การแข่งขันภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง Five Forces Model	42
3.4 สรุปผลกระทบต่อธุรกิจร้านขายยา ตาม Five Forces Model	44
3.5 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	44
3.6 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	45
3.7 การวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน	47
บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ	
4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	48
4.2 ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ	49
4.3 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ	60
4.4 การวิเคราะห์ผลตอบแทน	61
4.5 แผนสำรองฉุกเฉิน	83
4.6 แผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต	83
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	87
ประวัติผู้เขียน	118
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: ตารางแสดงผลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	25
ตารางที่ 1.2: ตารางแสดงปัจจัยผลิตภัณฑ์ยาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	25
ตารางที่ 1.3: ตารางแสดงปัจจัยผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	26
ตารางที่ 1.4: ตารางแสดงปัจจัยการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	26
ตารางที่ 1.5: ตารางแสดงปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	27
ตารางที่ 1.6: ตารางแสดงปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	28
ตารางที่ 1.7: ตารางแสดงปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	29
ตารางที่ 1.8: ตารางแสดงสรุปผลการสัมภาษณ์ ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5-6 คน	30
ตารางที่ 2.1: ตารางวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	32
ตารางที่ 2.2: ตารางการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	33
ตารางที่ 2.3: ตารางวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	36
ตารางที่ 2.4: ตารางการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	38
ตารางที่ 3.1: ตารางการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน	40
ตารางที่ 3.2: ตารางการวิเคราะห์กระแสความนิยม/ปัจจัยอื่นๆ	41
ตารางที่ 3.3: ตารางวิเคราะห์คู่แข่งทางธุรกิจ	41
ตารางที่ 3.4: ตารางสรุปผลกระทบต่อบริการร้านขายยา ตาม Five Forces Model	44
ตารางที่ 3.5: ตารางวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	45
ตารางที่ 3.6: ตารางวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน	47
ตารางที่ 4.1: ตารางแสดงแผนปฏิบัติการกลยุทธ์ด้านราคา	54
ตารางที่ 4.2: ตารางแผนปฏิบัติการด้านสถานที่	55
ตารางที่ 4.3: ตารางแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมการตลาด	57
ตารางที่ 4.4: ตารางแผนปฏิบัติการด้านการบริการ	58
ตารางที่ 4.5: ตารางแผนปฏิบัติการกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	59
ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงแผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ	60
ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการณาค่าเสื่อมราคา	61
ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา	63
ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงงบประมาณการขาย	64
ตารางที่ 4.10: ตารางแสดงงบประมาณการต้นทุนแรงงาน	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4.11: ตารางการหา OT ของเภสัชกร ต่อชั่วโมง	68
ตารางที่ 4.12: ตารางแสดงการประมาณค่าใช้จ่ายอื่นๆ	69
ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงการประมาณการต้นทุนการให้บริการ	70
ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงการคำนวณต้นทุนคงที่	70
ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงโครงสร้างการใช้เงินลงทุน	71
ตารางที่ 4.16: ตารางแสดงการประมาณการทางการเงินเพิ่ม/ลดจากปีก่อน	71
ตารางที่ 4.17: ตารางแสดงการคำนวณภาษี	72
ตารางที่ 4.18: ตารางแสดงงบประมาณกำไรขาดทุน	74
ตารางที่ 4.19: ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	75
ตารางที่ 4.20: ตารางแสดงประมาณการงบกระแสเงินสด	76
ตารางที่ 4.21: ตารางแสดงการประมาณการงบดุล	77
ตารางที่ 4.22: ตารางแสดงสมมติฐานทางการเงินในสถานะปกติ	78
ตารางที่ 4.23: ตารางแสดงสมมติฐานทางการเงินในสถานะประสบความสำเร็จ	78
ตารางที่ 4.24: ตารางแสดงสมมติฐานทางการเงินในสถานะประสบปัญหา	79
ตารางที่ 4.25: ตารางแสดงการหาระยะเวลาคืนทุน1 (Payback Period)	79
ตารางที่ 4.26: ตารางแสดงการหาระยะเวลาคืนทุน2 (Payback Period)	80
ตารางที่ 4.27: ตารางแสดงกระแสเงินสดสุทธิระหว่างปี	80
ตารางที่ 4.28: ตารางแสดงกระแสเงินสดรับไม่เท่ากันทุกปี(PVIF)	81
ตารางที่ 4.29: มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	81
ตารางที่ 4.30: ตารางแสดงอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	82

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ภาพวาดแสดงพื้นที่ในอำเภอเชียงคำ	3
ภาพที่ 1.2: ภาพจาก Google Earth	5
ภาพที่ 1.3: รูปภาพ ร้านยาคลังยาเชียงคำ	6
ภาพที่ 1.4: รูปภาพ ที่จอดรถหลังร้าน	6
ภาพที่ 1.5: รูปภาพแสดงการใช้พื้นที่ภายในร้านยา	7
ภาพที่ 1.6: มุมมองจากด้านบน	7
ภาพที่ 1.7: มุมมองจากด้านหน้า	7
ภาพที่ 1.8: มุมมองจากทางด้านขวา	8
ภาพที่ 1.9: มุมมองจากทางด้านซ้าย	8
ภาพที่ 1.10: รูปภาพ จำลองก่อนการจัดเรียงยา	9
ภาพที่ 1.11: รูปภาพ จำลองหลังการจัดเรียงยา	9
ภาพที่ 1.12: รูปภาพ แสดงแผนกต่างๆ ในร้านยาคลังยาเชียงคำ	14
ภาพที่ 1.13: ส่วนประกอบการตลาด	17
ภาพที่ 1.14: วงล้อ Deming PDCA Cycle	19
ภาพที่ 2.1: SWOT Analysis	34
ภาพที่ 3.1: รูปภาพ Five Force Model	42
ภาพที่ 3.2: รูปภาพ BCG MATRIX	44
ภาพที่ 4.1: รูปภาพแสดงกรอบแนวคิดสู่กลยุทธ์	48
ภาพที่ 4.2: รูปภาพแสดงกลยุทธ์ทางธุรกิจ	49
ภาพที่ 4.3: รูปภาพแสดงตำแหน่งร้านยาคลังยาเชียงคำ	51
ภาพที่ 4.4: รูปภาพแสดงแผนปฏิบัติการกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	53
ภาพที่ 4.5: รูปภาพแสดงอัตราภาษี	73

บทที่ 1

บทนำ

เภสัชกรรมชุมชนหรือร้านยา คือ สถานที่ทำงานของเภสัชกรทางด้านเภสัชกรรม ได้แก่ การแนะนำให้แก่ผู้ซื้อและการจำหน่ายโดยอ้างอิงถึงใบสั่งแพทย์หรือการซักถามประวัติผู้ป่วยเพื่อจ่ายยาได้อย่างถูกต้องมีเหตุผลแก่ผู้ใช้บริการ เภสัชกรทุกคนต้องอยู่ ณ ร้านยาที่ตนสังกัดตลอดเวลาที่เปิดร้าน ทั้งนี้ครอบคลุมถึงร้านยาในห้างต่างๆด้วย นอกจากร้านยาจะจ่ายยาแล้ว บางสถานที่ยังเพิ่มสินค้าทางด้านเวชสำอางและเวชภัณฑ์ ตามสมควร

ร้านยา มีความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน มาจากการที่ร้านยาเป็นหน่วยหนึ่งของระบบสุขภาพที่อยู่ใกล้ชิดประชาชน ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ด้านการจำหน่ายยาเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญเปรียบเสมือนเป็น "ที่พึ่งด้านสุขภาพของชุมชน" เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในยามที่มีอาการหรือเจ็บป่วยเบื้องต้น(Common illness) ร้านยายังเป็นแหล่งที่สามารถให้ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพ ตลอดจนการแนะนำและส่งต่อไปยังแพทย์ผู้เชี่ยวชาญตามสมควร ผู้คนมักใช้บริการร้านยาเนื่องจากร้านยามีจำนวนมาก หาง่ายและราคาในการใช้บริการแต่ละครั้งไม่แพง

ร้านยาคุณภาพ คือ ร้านขายยาที่มี “การรับรองจากสภาเภสัชกรรม” โดยกำหนดมาตรฐานร้านยาไว้ 5 ด้าน (สมาคมเภสัชกรรมชุมชน (ประเทศไทย), 2553; ชิดพงษ์ กวีวรวิทย์, 2549). ได้แก่

- สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งสนับสนุนบริการ
- การบริหารจัดการเพื่อคุณภาพ
- การบริการเภสัชกรรมที่ดี
- การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และจริยธรรม
- การให้บริการและการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคม

ร้านยาคุณภาพ ตามองค์การอนามัยโลกกำหนด บทบาทของเภสัชกร ได้แก่

- หน้าที่ให้การดูแล
- หน้าที่ตัดสินใจ เภสัชกรต้องจ่ายยาที่เหมาะสมแก่ลูกค้า
- หน้าที่สื่อสาร เภสัชกรมักทำหน้าที่เป็นส่วนเชื่อมระหว่างแพทย์ และผู้ป่วย จึง

ต้องมีการสื่อสารที่ดี

- หน้าที่เป็นผู้นำ โดยเฉพาะการทำร้านยาคุณภาพ
- หน้าที่ผู้จัดการ คือ เอาใจใส่ทั้งเรื่องจัดการร้านและการดูแลผู้ป่วยไปพร้อมๆ กัน
- หน้าที่ผู้เรียนรู้ตลอดเวลา เภสัชกรต้องเรียนรู้ตลอดเวลาเนื่องจากข้อมูลมีการ

เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

- หน้าที่การเป็นครู เกสซ์กรต้องคอยสอนและแนะนำการปฏิบัติตัว ให้ผู้คนดูแลสุขภาพพอนามัยของตนได้

เวลานี้ร้านขายยาไม่ได้เป็นตัวเลือกแรกของผู้บริโภคสำหรับการให้บริการด้านสุขภาพในเบื้องต้นเพียงตัวเลือกเดียวอีกแล้ว ปัจจุบัน มีคลินิกในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า แม้คลินิกจะไม่ทั่วถึงเท่ากับร้านขายยา แต่ก็หาได้ไม่ยาก โดยไม่เสียค่าบริการและได้รับการดูแลจากแพทย์ ซึ่งผู้บริโภคที่ไม่คำนึงถึงราคาจึงใช้บริการในโครงการดังกล่าว เดียวนี้ผู้บริโภคมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นกว่าในอดีต ผู้บริโภคมีความรู้มากขึ้นสนใจดูแลตัวเองมากขึ้น สุขภาพที่ดีของผู้บริโภคมีใช้เพียงแต่ใช้ยาเพื่อให้หายจากการเจ็บป่วยเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการดูแลสุขภาพและความงาม เดียวนี้ผู้บริโภคมักชอบการเลือกซื้อ คือเห็นสินค้าและได้อ่านฉลากเปรียบเทียบค่อยตัดสินใจซื้อ วิธีจัดร้านจึงควรให้เหมาะสมกับการเลือกซื้อเช่นกัน

ร้านขายยามีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงมาตามลำดับ ในอดีตธุรกิจร้านยาเป็นธุรกิจภายในครัวเรือนมีเจ้าของเพียงคนเดียว มีการสืบทอดธุรกิจร้านยาจากรุ่นสู่รุ่นและไม่มีเกสซ์กรปฏิบัติการตลอดเวลา จึงมีเพียงเกสซ์กรแขวนป้าย (รุ่งเพชร เจริญวิสุทธิวงศ์, 2538, หน้า 159) จากการก่อตั้งมานาน การลงทุนในระยะแรก ใช้เงินลงทุนไม่มาก ธุรกิจค่อยๆขยายตัวตามความเหมาะสม มักไม่ค่อยมีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลง เวลานี้ร้านขายยาเริ่มมีมากขึ้น อีกทั้งทางเลือกด้านสาธารณสุขที่ให้บริการนั้นมีมาก ได้แก่ โรงพยาบาล คลินิก สถานีนามัย ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดของร้านยาจำเป็นต้องพัฒนาตัวเองทั้งข้อมูลความรู้และรูปแบบของการดูแลลูกค้าให้มากขึ้น รวมทั้งมีเกสซ์กรประจำร้านตลอดเวลาที่เปิดทำการ

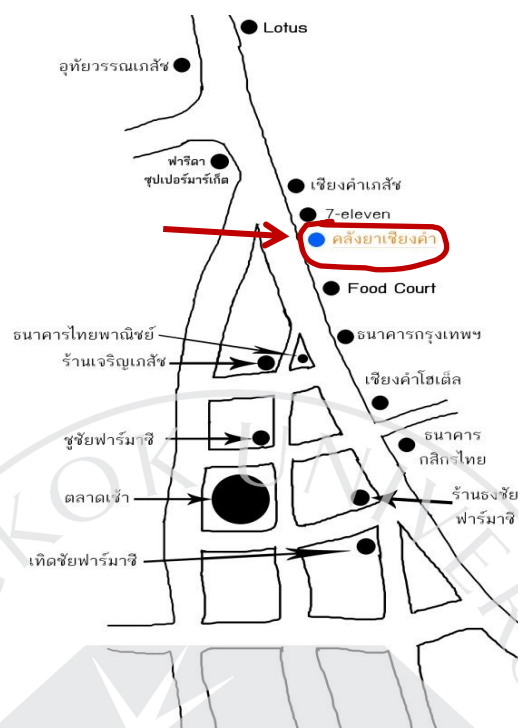
จากที่ข้าพเจ้า นางสาวณิทิพย์ เอี่ยมชาญชัย สำเร็จการศึกษาคณะเภสัชศาสตร์ และจากข้อมูลขั้นต้นเรื่องความสำคัญในด้านคุณภาพของร้านยา ทำให้ข้าพเจ้าตระหนักถึงความสำคัญของร้านยาและได้เห็นโอกาสในการเปิดร้านคลังยาเชียงคำ ก่อนที่จะกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้ในร้านคลังยาเชียงคำ ต้องศึกษาถึงทัศนคติและการปฏิบัติของลูกค้าเขตอำเภอเชียงคำที่มีต่อร้านขายยา

ข้อมูลการแนะนำธุรกิจ และข้อมูลที่น่ามาใช้ทำแผน โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อดังต่อไปนี้

1.1 ประเภทของธุรกิจ

ร้านยาคลังยาเชียงคำเป็นธุรกิจบริการ เพราะร้านยานี้เน้นการดูแลลูกค้า ได้แก่ การจำหน่ายยาคุณภาพ รับปรึกษาปัญหาด้านสุขภาพลูกค้า ตำแหน่งที่ตั้งร้านยาคลังยาเชียงคำมีความง่ายแก่การเดินทาง

ภาพที่ 1.1: ภาพวาดแสดงพื้นที่ในอำเภอเชียงคำ



1.2 ที่ดินและศักยภาพของทำเลที่ตั้ง

1.2.1 ทำเลที่ตั้งร้านยาคสังยาเชียงคำ อยู่บ้านเลขที่ 51/25 ม. 15 ต.หย่วน อ.เชียงคำ จ.พะเยา 56110

1.2.2 ขนาดเนื้อที่ดิน 26 ตารางวา หรือ 104 ตารางเมตร

1.2.3 ลักษณะรูปแปลงที่ดิน (กว้าง*ยาว) เท่ากับ 5*20.8 เมตร

1.2.4 ขอบเขตติดต่อของร้านยาคสังยาเชียงคำ

ทิศเหนือ ร้านยาคสังยาเชียงคำมีระยะห่างกับสถานที่ต่างๆ ดังนี้

- เซเว่นอีเลฟเว่น ห่าง 8 เมตร
- ร้านยาเชียงคำเภสัช ห่าง 15 เมตร
- ร้านยาอุทัยวรรณเภสัช ห่าง 500 เมตร

ทิศใต้ ร้านยาคสังยาเชียงคำมีระยะห่างกับสถานที่ต่างๆ ดังนี้

- ศูนย์อาหาร (Food Court) ห่าง 3 เมตร
- ธนาคารกรุงเทพ ห่าง 500 เมตร
- ธนาคารไทยพาณิชย์ ห่าง 520 เมตร
- เชียงคำโฮเต็ล ห่าง 700 เมตร
- ธนาคารกสิกรไทย ห่าง 750 เมตร

ทิศตะวันตกเฉียงใต้ ร้านยาคลังยาเชิงคำมีระยะห่างกับสถานที่ต่างๆ ดังนี้

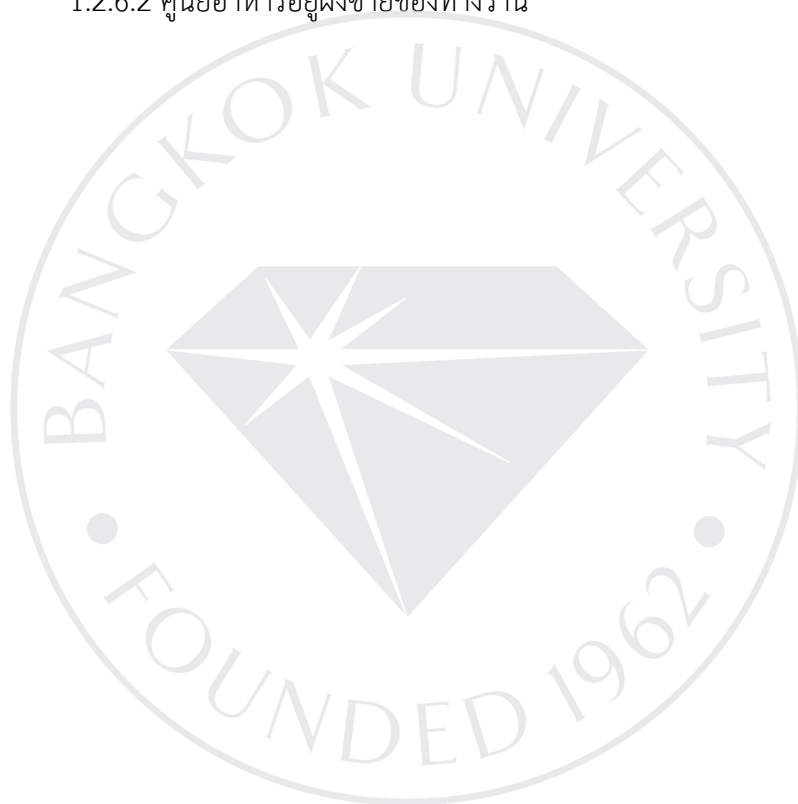
- ร้านยาเจริญเภสัช ห่าง 550 เมตร
- ร้านยาชูชัยฟาร์มาซี ห่าง 650 เมตร
- ตลาดเช้า ห่าง 660 เมตร

1.2.5 หน้าร้านคลังยาเชิงคำติดถนน 2 เลน กว้างประมาณ 5 เมตร

1.2.6 โอกาสที่ผู้บริโภคเข้ามาในบริเวณนี้ มาจาก

1.2.6.1 ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นอยู่ฝั่งขวาของทางร้าน

1.2.6.2 ศูนย์อาหารอยู่ฝั่งซ้ายของทางร้าน



ภาพที่ 1.2: ภาพจาก Google Earth



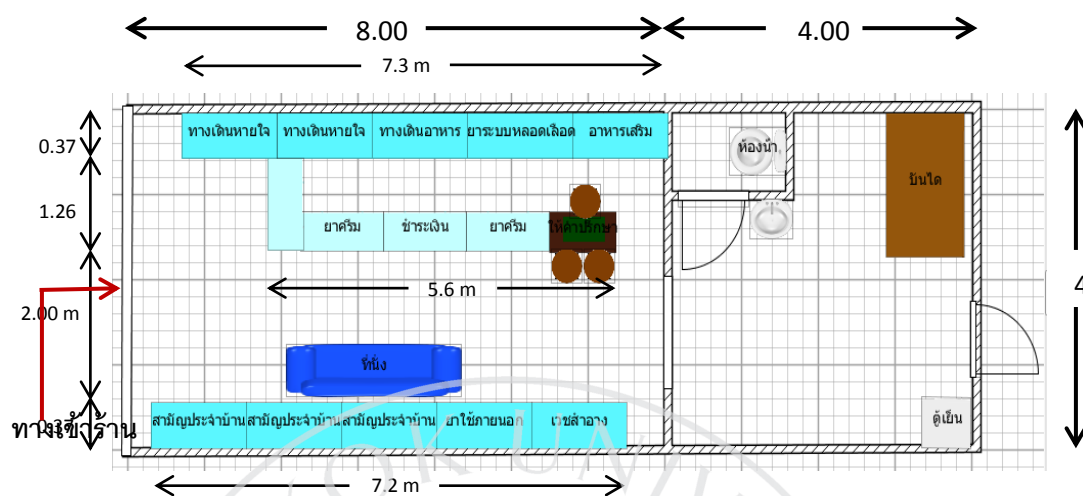
ภาพที่ 1.3: รูปภาพ ร้านยาคลังยาเชียงคำ



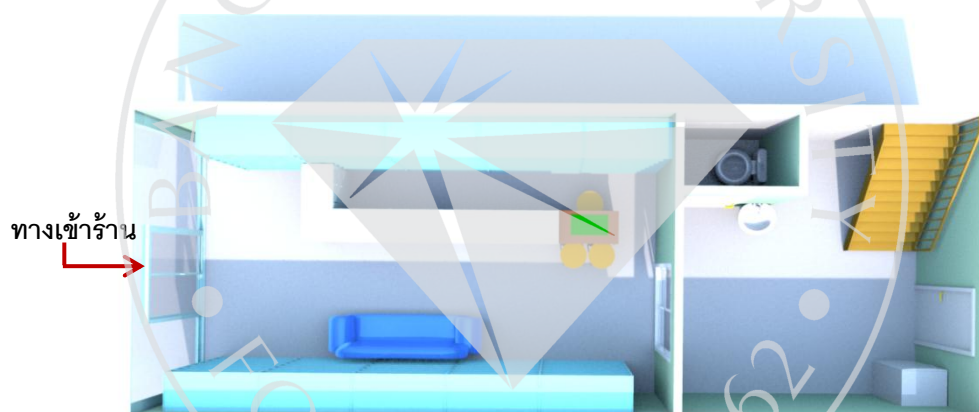
ภาพที่ 1.4: รูปภาพ ที่จอดรถหลังร้าน



ภาพที่ 1.5: รูปภาพแสดงการใช้พื้นที่ภายในร้านยา



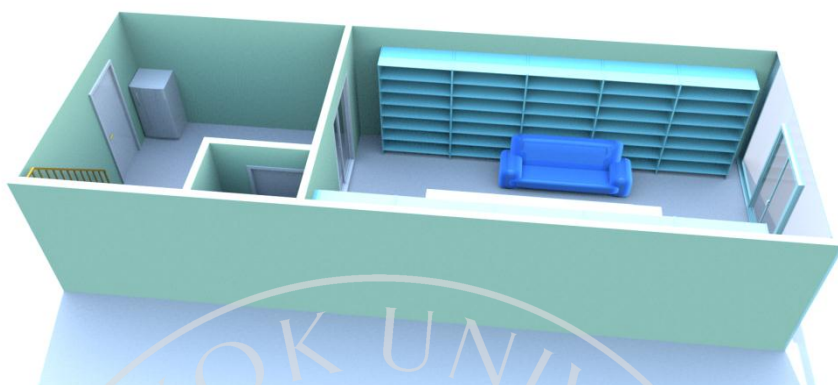
ภาพที่ 1.6: มุมมองจากด้านบน



ภาพที่ 1.7: มุมมองจากด้านหน้า



ภาพที่ 1.8: มุมมองจากทางด้านขวา



ภาพที่ 1.9: มุมมองจากทางด้านซ้าย



ภาพที่ 1.10: รูปภาพ จำลองก่อนการจัดเรียงยา



ที่มา : บริษัท บลูเวิร์ค จำกัด. (2555). รับออกแบบตกแต่งภายใน, ตกแต่งคลินิก, ตกแต่งโรงพยาบาล, ตกแต่งร้านขายยา. สืบค้นจาก <http://www.be2hand.com/1073347-5.html>

ภาพที่ 1.11: รูปภาพ จำลองหลังการจัดเรียงยา



ที่มา : บริษัท ชลบุรี เอส.พี.มาร์ท จำกัด. (2555). ตัวอย่างผลงานของทางร้าน. สืบค้นจาก http://www.chonburismart.com/result_th.php

1.3 ประเภทของสินค้า/บริการ

1.3.1 สินค้าภายในร้านยาคลังยาเชิงคำและอุปกรณ์ที่ต้องมีตามที่กระทรวงสาธารณสุขประกาศในหัวข้ออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับขายยา

1.3.1.1 สินค้าภายในร้านยาคลังยาเชิงคำ ได้แก่ ยาอันตราย ยาใช้ภายนอก ยาแผนโบราณ เวชสำอาง และเวชภัณฑ์ ดังนี้

1) ยาที่ใช้ลดไขมัน ความดัน ได้แก่ Captopril, Enalapril, Losartan, Doxazocin, Hydralazine, Propanolol, Fenofibrate, Simvastatin, Gemfibrozil, Amlodipine, Metoprolol, Atenolol

2) ยาขับปัสสาวะ ได้แก่ Amiloride, Hydrochlorothiazide, Spironolactone

3) ยาที่ใช้ในทางเดินหายใจ ได้แก่ Cetirizine, Loratadine, Chlorpheniramine, Dimenhydrinate, Hydroxyzine, Theophylline, Salbutamol, Dextromethorphan, Bromhexine, Ambroxal, Carbocysteine

4) ยาที่ใช้ในระบบย่อยอาหาร ได้แก่ Aluminium hydroxide, Antacid mixture, Activated charcoal, Loperamide, Bisacodyl, Cimetidine, Domperidone, Metoclopramide, Omeprazole, Ranitidine, Simethicone, Oral Rehydration Salts, Glycerin Suppositories, ยารักษาแผล, ทิงเจอร์มหาหิงค์

5) ยาต้านการติดเชื้อ ได้แก่ Amoxicillin, Azithromycin, Cloxacillin, Clindamycin, Ciprofloxacin, Co-trimoxazole, Dicloxacillin, Erythromycin, Gentamicin, Ofloxacin, Norfloxacin

6) ยารักษาโรคผิวหนัง ได้แก่ Clotrimazole cream, Gentian violet, Ketoconazole cream

7) ยาที่ใช้ในระบบต่อมไร้ท่อ ได้แก่ Glibenclamide, Gliclazide, Glipizide, Metformin

8) ยาเกี่ยวกับ ตา หู จมูก และคอ ได้แก่ Fusidic cream, Chloramphenicol eye drop, Chloramphenicol eye ointment, Genta-Oph eye/ear drop, Polyoph, Candid, Oral Paste

9) ยารักษาโรคระบบทางเดินปัสสาวะ อวัยวะสืบพันธุ์ และฮอร์โมนเพศ ได้แก่ Premarin, Candinas vaginal

10) ยาที่มีผลแก้ปวดและคลายกล้ามเนื้อ ได้แก่ Celecoxib, Diclofenac, Ibuprofen, Indomethacin, Mefenamic acid, Naproxen, Piroxicam, Tolperisone

- 11) อาหารเสริม ได้แก่ Calcium, Fero-B-Cal, Folic acid, Multivitamins
- 12) สมุนไพรอัดเม็ด/ขง/ต้ม ได้แก่ เก็กฮวย, ขมิ้นชัน, ขี้เหล็ก, คำฝอย, ชุมเห็ดเทศ, บอระเพ็ด, ใบแปะก๊วย, ฟ้าทะลายโจร, มะขามแขก, มะขามป้อม, มะระขี้นก, โสม
- 13) อื่นๆ ได้แก่ Iodine Tincture, Povidone Iodine Solution, Ethyl Alcohol 70%, Normal Saline Solution, ยาหม่อง
- 14) เวชสำอาง ได้แก่ cetaphil, Smooth E, Rumpa
- 15) เวชภัณฑ์ ได้แก่ รถเข็นผู้ป่วย, อุปกรณ์ช่วยเดิน, พรอทวดไข, เครื่องตรวจวัดไขมัน-เบาหวาน, ชุดปั๊มนมเก็บ, ไม้ค้ำยันผู้ป่วย
- 1.3.1.2 อุปกรณ์ที่ต้องมีตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข ในการขายยา คือ
- 1) เครื่องทำความเย็น 1 เครื่อง
 - 2) ถาดนับเม็ดยา อย่างน้อย 2 ถาด
 - 3) เครื่องหาความดันโลหิต อย่างน้อย 1 เครื่อง
 - 4) อุปกรณ์ที่วัดส่วนสูง อย่างน้อย 1 เครื่อง
 - 5) ถังดับเพลิง จำนวน 1 เครื่อง
- 1.3.1.3 อุปกรณ์อื่นๆ
- 1) เครื่องชั่งน้ำหนัก
 - 2) ชุด COMPUTER สำหรับใช้กับโปรแกรมร้านยา
 - 3) เครื่องยิงราคา
 - 4) เครื่องเก็บเงิน
 - 5) โทรศัพท์ และเครื่องแฟกซ์
- 1.3.1.4 ชุดแบบฟอร์มพนักงาน
- ชุดแบบฟอร์มพนักงาน ซึ่งออกแบบ ใช้ลักษณะสื่อคอปสี้เขียว
- กำหนดให้พนักงานคนละ 5 ชุด
- เกสซ์กร มีสื่อการ์น 2 ชุด ไว้สำหรับสวมทับเครื่องแบบพนักงาน
- 1.3.1.5 กระดาษ และของที่ใช้แล้วหมดไป ได้แก่ ถูยา ขงยา กระดาษต่อเนื่อง สำหรับพิมพ์ใบเสร็จ
- 1.3.1.6 หนังสือได้แก่
- หนังสือ MIMS เป็นตำราเกี่ยวกับข้อมูลของยาแต่ละตัว แต่จะไม่ละเอียดเท่าหนังสือ Drug Information Handbook

- หนังสือ Drug Information Handbook เป็นตำราเกี่ยวกับข้อมูลของยาแต่ละตัว ได้แก่ ข้อบ่งใช้ของยา ผลข้างเคียงจากยา ยาที่ไม่ควรใช้ร่วมกัน ขนาดยาที่ควรได้รับต่อครั้ง

1.3.1.7 อื่นๆ ได้แก่

- CATALOG สินค้า อุปกรณ์การแพทย์

1.3.2 ประเภทการบริการในร้านคลังยาเชิงคำ

ร้านคลังยาเชิงคำมีบริการที่แตกต่างจากร้านยาอื่นๆ คือ มีการตรวจวัดความดัน ไขมัน น้ำตาล ประเมินการใช้ยาโดยผ่านสื่อออนไลน์หรือทางโทรศัพท์ มีการบันทึกประวัติผู้มาใช้บริการ ซึ่งข้อมูลที่บันทึกแต่ละครั้ง ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล โรคที่มาในครั้งนั้น ได้รับยาอะไรบ้าง และผลการตรวจวัดต่างๆ ทั้งความดัน เบาหวาน และไขมัน การประเมินผลของโรคเรื้อรังทำได้ง่ายโดยดูจากประวัติเดิมได้ยาอะไรไป ระยะเวลาเท่าไร และผลตรวจครั้งนี้เมื่อเทียบกับครั้งก่อนดีขึ้นหรือไม่(ในกรณีของโรคเรื้อรัง) และทำให้ผู้บริโภคมั่นใจเมื่อมีระบบการบันทึกเข้ามาช่วย

1.4 ข้อกำหนดของสินค้า / บริการ

จุดเด่นและนวัตกรรมที่นำมาใช้

ร้านยาคลังยาเชิงคำเน้นให้คำแนะนำ มีบริการที่แตกต่างจากร้านยาอื่นๆ มีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กล่าวคือ ทางร้านยาคลังยาเชิงคำมีระบบบันทึกประวัติการรักษาลูกค้า มีการโทรถามผลการรักษา ให้คำแนะนำเรื่องยา เวชสำอางผ่านสื่อออนไลน์ และมีการนำเสนอสินค้าที่ลูกค้าต้องการผ่านการวิเคราะห์ประวัติการใช้บริการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด และขั้นตอนที่ง่าย มีความรวดเร็วและแม่นยำในการวินิจฉัยโรคและการจ่ายยาที่เหมาะสม

1.5 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในย่านอำเภอเชิงคำด้านการดูแลสุขภาพ โดยให้ความรู้ คำปรึกษาการใช้ยา อาหารเสริม และเวชสำอาง เสมือนมีเภสัชกรประจำบ้าน

1.6 พันธกิจ

- คัดเลือก จำหน่ายยาที่มีมาตรฐาน ประสิทธิภาพดี ราคาเหมาะสม
- ศึกษาความรู้ด้านยา อาหารเสริม และเวชสำอาง อยู่ตลอดเวลา
- มีการพัฒนาระบบเก็บข้อมูลลูกค้าและช่องทางติดต่อกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การบริหารข้อมูลผู้มาใช้บริการถูกต้อง และค้นหาได้รวดเร็ว
- การติดตามผลการรักษาเพื่อให้การรักษาดีขึ้น
- ให้การรักษา ให้ความรู้แก่ลูกค้า อย่างมีจรรยาบรรณ

- สร้างความพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ
- ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีของผู้มาใช้บริการในอำเภอเชียงคำ

1.7 เป้าหมาย

- 1) เป้าหมายระยะสั้นภายใน 1 ปี
 - มีอัตรากำไรสุทธิ ขาดทุนไม่เกิน 36.24%
 - มีสมาชิกบนเว็บไซต์อย่างน้อย 50 คน
 - มีลูกค้าไม่ต่ำกว่า 6,500 คน/ปี
- 2) เป้าหมายระยะกลางภายใน 2-5 ปี
 - มีอัตรากำไรสุทธิ ไม่ต่ำกว่า 13.97%
 - มีสมาชิกบนเว็บไซต์อย่างน้อย 120 คน
 - มีลูกค้าไม่ต่ำกว่า 7,800 คน/ปี
 - คืนทุนในระยะเวลา 3 ปี 11 เดือน
- 3) เป้าหมายระยะยาวเกิน 5 ปี
 - มีอัตรากำไรสุทธิ ไม่ต่ำกว่า 14.93%
 - มีสมาชิกบนเว็บไซต์อย่างน้อย 300 คน
 - มีลูกค้าไม่ต่ำกว่า 8,000 คน/ปี

1.8 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

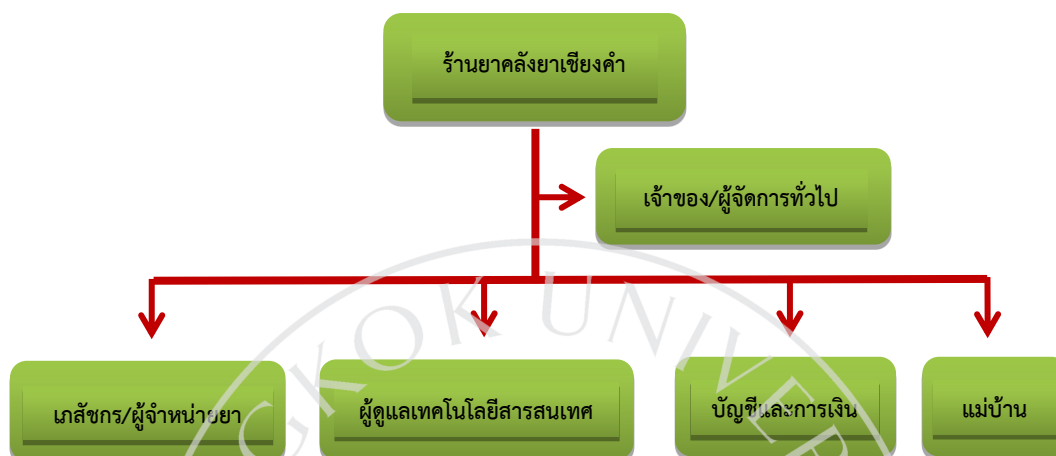
- เพื่อศึกษาทัศนคติผู้มาใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเชียงคำ
- เพื่อศึกษาสิ่งที่มีผลต่อลูกค้า ในการเลือกใช้บริการร้านขายยา
- เพื่อควบคุมรายจ่าย ให้มาตราส่วนรายได้ต่อต้นทุนสินค้าและบริการ ไม่ต่ำกว่า 1.50
- เพื่อวางแผนเน้นประชาสัมพันธ์ให้ร้านยาคลังยาเชียงคำเป็นที่รู้จักย่านอำเภอเชียงคำภายใน 1 ปี

1.9 ทุนจดทะเบียนพาณิชย์ 1,500,000 บาท

1.10 โครงสร้างการบริหารธุรกิจ :

ร้านยาคลังยาเชียงคำแบ่งได้ 4 แผนก ได้แก่

ภาพที่ 1.12: รูปภาพ แสดงแผนกต่างๆ ในร้านยาคลังยาเชียงคำ



1.10.1 พนักงานในร้านยาคลังยาเชียงคำ

1) พนักงานทั้งหมดจำนวน 3 คน 4 แผนก 1 ฝ่าย ประกอบด้วย

- ฝ่าย ผู้จัดการทั่วไป/เจ้าของ
- แผนก เภสัชกร/ผู้จำหน่ายยา
- แผนก ผู้ดูแลสารสนเทศ
- แผนก แม่บ้าน
- แผนก บัญชี

1.10.2 ส่วนของแผนกพร้อมจำนวนพนักงานทั้งหมด คือ

- 1) ฝ่าย ผู้จัดการทั่วไป/เจ้าของ 1 คน
- 2) แผนก เภสัชกร/ผู้จำหน่ายยา 1 คน
- 3) แผนก ผู้ดูแลสารสนเทศ 1 คน
- 4) แผนก แม่บ้าน 1 คน
- 5) แผนก บัญชี 1 คน

1.10.3 รายนามหัวหน้าแผนกและภาระหน้าที่ มีดังนี้

1) นางสาวมณีนทิพย์ เอี่ยมชาญชัย ตำแหน่ง ผู้จัดการร้านยาคลังยาเชียงคำ

ภาระหน้าที่ ดูแลความเรียบร้อยของร้าน กำหนดวิสัยทัศน์ ออกกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้
ในร้านยาคลังยาเชียงคำ

- 2) นางสาวมณีนทิพย์ เอี่ยมชาญชัย ตำแหน่ง เกสซ์กร/ผู้จำหน่ายยา
ภาระหน้าที่ คือ ควบคุมสต็อกสินค้าในร้าน ดูแลความเรียบร้อยในร้านขายยา
คัดเลือกยาคุณภาพเข้าร้าน ทำการสั่งซื้อยา เชื้อสินค้าเพื่อสั่งซื้อเข้าร้าน
ทำงานตั้งแต่ วันจันทร์-วันเสาร์ เวลา 10.00 น.-22.00 น.
- 3) นายสุชาติ รักไพรสุเทพสิริ ตำแหน่งกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ
ภาระหน้าที่ คือ ออกแบบเว็บไซต์ พัฒนาระบบร้านขายยา ระบบสมาชิก บำรุงและ
รักษาอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ภายในร้านยาคลังยาเชียงคำ ทำงาน 1 ครั้ง/เดือน
- 4) แผนกบัญชี
ภาระหน้าที่ คือ ดูแลระบบการเงิน บัญชีต่างๆ ทำงาน 1 ครั้ง/เดือน
- 5) แม่บ้าน ภาระหน้าที่ คือ ทำหน้าที่ตรวจนับสินค้าเข้าร้าน ทำความสะอาดภายใน
ร้านขายยา ดูแลความเรียบร้อยของสินค้าภายในร้านยา ทำงาน 1 ครั้ง/สัปดาห์

1.11 ที่มาของการจัดทำแผน

การตั้งร้านยาคลังยาเชียงคำสาเหตุมาจากการได้สำเร็จการศึกษาศาสนาวิชาเภสัชศาสตร์ และเคยทำงานที่ร้านขายยาศาลาโอสธ โรงพยาบาลกล้วยน้ำไท และโรงพยาบาลคามิลเลียน รวม 3 ปี จึงอยากนำความรู้ที่ได้มาใช้ในการเกิดประโยชน์ ได้แก่ การดูแลสุขภาพของคนในเขตอำเภอเชียงคำ ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาการใช้ยา อาหารเสริม และเวชสำอาง ของคนในอำเภอเชียงคำ ร่วมกับมีดีกแลว ทำเลดีในการเช่าเปิดร้าน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเหตุผลการเปิดร้านยาคลังยาเชียงคำ

1.12 ความสำคัญของการจัดทำแผน

แผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นหนทางและการดำเนินการทำธุรกิจร้านยาสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ และยังช่วยควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีศักยภาพและเตรียมทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม โดยการตั้งรูปแบบสำหรับดำเนินธุรกิจในร้านยาคลังยาเชียงคำ การออกแบบตกแต่งภายในร้านยา การจัดสรรทรัพยากรภายในร้านยา กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงานภายในร้าน ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านราคา และด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การวิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุน เป็นการควบคุมค่าใช้จ่ายโดยตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออกไปเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

1.13 วัตถุประสงค์ของการทำแผน

1.13.1 เพื่อดูความเป็นไปได้ของธุรกิจร้านยาคลังยาเชียงคำ

1.13.2 เพื่อตั้งรูปแบบสำหรับดำเนินธุรกิจร้านยาคลังยาเชียงคำ

1.13.3 เพื่อให้การออกแบบโปรแกรมที่จะใช้ในร้านยาคลังยาเชียงคำ มีความพร้อมสำหรับการใช้งาน

1.13.4 เพื่อประเมินวิธีการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีความคุ้มค่ามากที่สุด

1.14 วิธีการศึกษา

1.14.1 การค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับการเรียนรู้ ทศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเชียงคำที่มีต่อร้านยา มีดังนี้

- 1 แนวคิดและทฤษฎีของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Theory)
- 2 แนวคิดด้านราคาและกลยุทธ์การตั้งราคา
- 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพและผลิตภัณฑ์
- 4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการ
- 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 6 แนวคิด CRM

1 แนวคิดและทฤษฎีของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixed) ได้แก่

- 1) ผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น สินค้าและบริการ คือสิ่งที่เสนอให้กับผู้บริโภค โดยผู้ขายจะเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า ส่วนผู้ซื้อจะดูคุณค่าของสินค้าเทียบกับราคา
- 2) ราคา คือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องลงทุนเพื่อแลกกับสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคซื้อสินค้าเมื่อเห็นว่าคุณค่าของสินค้าอยู่เหนือราคา
- 3) สถานที่ คือ พื้นที่หรือช่องทางที่ใช้อย้ายสินค้าหรือบริการจากผู้ขายสู่ผู้ซื้อ
- 4) การส่งเสริมการขาย คือการให้ข้อมูลและจูงใจเพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้า ผ่านช่องทางต่างๆที่เรียกว่า ส่วนประสมการติดต่อสื่อสาร ได้แก่
 - การโฆษณา เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคได้เห็นอย่างทั่วถึง แต่มีต้นทุนที่สูง
 - ใช้พนักงานในการขาย เพื่อกระตุ้นความต้องการสินค้าและ สร้างความมั่นใจของสินค้าแก่ลูกค้า
 - การส่งเสริมการขาย ช่วยให้ลูกค้าสนใจอยากทดลองใช้สินค้านั้น แต่จะไม่ทำบ่อยในสินค้าแต่ละตัว เพราะอาจทำให้สินค้านั้นดูไม่ดีได้

- การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างทัศนคติ ความน่าเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ขององค์กร
- การตลาดทางตรง คือการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยตรงไม่ต้องผ่านบุคคลอื่น เพื่อให้ลูกค้าตอบสนองได้ทันที ได้แก่ การขายแบบตัวต่อตัว ขายผ่านแคตตาล็อก ทางโทรศัพท์ ทางโทรทัศน์ และระบบออนไลน์

ภาพที่ 1.13: ส่วนประสมการตลาด



ที่มา: Eventricity. (2556). *To 4P or not to 4P*. สืบค้นจาก <http://www.eventricity.biz/blog/2013/to-4p-or-not-to-4p/>

2 แนวคิดในแง่ราคาและกลยุทธ์การตั้งราคา

ราคาเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยทำกำไรสำหรับธุรกิจทุกประเภท การตั้งราคาควรดูวัตถุประสงค์หลักของการค้าในระยะยาว ได้แก่ เพิ่มมูลค่าของสินค้าเพื่อรักษายอดขาย สินค้าที่จะทำกำไรได้ดีจะต้องใช้วัตถุดิบ คุณภาพ ความรวดเร็วในการส่งมอบ ดังนั้น เราควรขายสินค้าที่มีคุณภาพสูงแทนการขายสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ

หลายธุรกิจตั้งราคาผิดพลาด โดยตั้งราคายึดตามต้นทุน แม้ว่าธุรกิจมีต้นทุนสินค้าต่ำไม่จำเป็นต้องตั้งราคาต่ำ ควรใช้เงินที่ได้มาพัฒนาต่อยอดสินค้าใหม่ หรือพัฒนาสินค้าเดิมแล้วตั้งราคาเพิ่มขึ้น

การตั้งราคา ควรตั้งราคาให้ต่ำกว่าคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้บริโภคถึงจะทำการซื้อ ดังนั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่

- มูลค่าของสินค้าต้องสูงกว่าราคาสินค้านั้น
- ค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่เสียไป
- การแข่งขัน

- ปัจจัยอื่น ๆ

สรุปคือ ต้นทุนคือตัวกำหนดราคาต่ำสุด ส่วนการรับรู้ของผู้ซื้อต่อคุณค่าของผลิตภัณฑ์เป็นตัวกำหนดเพดานของราคา

กลยุทธ์ด้านราคามีรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนลดและส่วนยอมให้ เป็นการลดราคาสินค้าจากราคาที่ได้ตั้งไว้ ส่วนลดที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ ส่วนลดปริมาณ ส่วนลดนอกฤดูกาล ส่วนลดเพื่อการส่งเสริมการขายและส่วนลดเงินสด

- ส่วนลดปริมาณ คือ เมื่อซื้อสินค้ามากก็จะทำการลดราคาสินค้าต่อหน่วย เช่น ซื้อสินค้าต่ำกว่า 12 ชิ้น ผู้ผลิตจะขายชิ้นละ 20 บาท แต่ซื้อสินค้าเกิน 12 ชิ้น จะขายชิ้นละ 17 บาท

- ส่วนลดนอกฤดูกาล คือ ซื้อของนอกฤดูกาล จะลดราคาสินค้าจากราคาเดิม ได้แก่ ผู้ที่ซื้อเสื้อกันหนาวในช่วงฤดูร้อน จะได้ราคาเสื้อกันหนาวถูกกว่า

- ส่วนลดในการส่งเสริมการขาย ผู้ขายเป็นผู้ให้ส่วนลดชนิดนี้แก่ตัวแทนจำหน่ายในรูปของเงินสดเชย ผู้ขายส่วนมากมักนิยมโฆษณาสินค้าของตนในตลาดท้องถิ่น โดยการใส่ชื่อและที่อยู่ของตัวแทนจำหน่ายในตลาดท้องถิ่นเข้าไปด้วย โดยปกตินโยบายนี้เป็นผลทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นและเปิดทางให้ผู้ขายได้เปรียบในการโฆษณาและส่งเสริมตลาดท้องถิ่น

- ส่วนลดเงินสด เป็นส่วนลดที่ผู้ผลิตมอบให้แก่ร้านค้าปลีก เมื่อจ่ายเงินสด

3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพและผลิตภัณฑ์

เวลานี้การให้ส่วนลดราคาเพียงอย่างเดียวอาจไม่พอ มาจากผู้ซื้อเริ่มให้ความสำคัญคุณภาพสินค้ามากขึ้น ดังนั้นร้านค้าต่างๆควรพัฒนาสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยใช้วงจรของเดมมิง (Deming) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ Plan Do Check Act หรือ PDCA กล่าวคือ มีการวางแผน แล้วค่อยลงมือทำ พอทำเสร็จก็ตรวจสอบชิ้นงานว่าได้คุณภาพหรือไม่ ถ้าไม่ได้คุณภาพก็หาสาเหตุและทำการแก้ไข เพื่อมีการวางแผนลงมือทำอีกครั้ง ดังภาพที่ 1.14

ภาพที่ 1.14: วงล้อ Deming PDCA Cycle



ที่มา : John L. (2555). *Operational Governance – Building on P-D-C-A*. Retrieved from <http://blog.ssqi.com/2012/02/29/operational-governance-building-on-pdca/>

ความหมายของคุณภาพ

“คุณภาพ (Quality)” คือ การทำตามที่เราได้สัญญาไว้ โดยนึกถึงความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก และใช้ต้นทุนที่เหมาะสม

1. คุณภาพของสินค้าคือ สินค้าใช้งานได้ มีความสวยงามน่าดึงดูด มีความปลอดภัย ความทนต่อการใช้งาน การดูแลหลังการขาย และมูลค่าของสินค้านั้นมีผู้รับรู้ได้
2. ลักษณะของบริการที่มีคุณภาพดี คือ มีความเชื่อถือได้บริการมีความสม่ำเสมอ พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องตามหลักการอาชีพนั้นๆ มีการพูดจาสุภาพเป็นมิตร มีความซื่อสัตย์ สามารถให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้
3. คุณภาพที่ดีของทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ คือ มีการทำงานตามวัตถุประสงค์ของสินค้านั้นได้ ราคาที่จ่ายไปคุ้มค่างกับคุณค่าของสินค้าที่ได้มา สินค้าใช้งานง่ายสร้างความชื่นชอบแก่ผู้ใช้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ธงชัย สนิตวงศ์(2537, หน้า 271) กล่าวว่า คุณลักษณะของสินค้า คือต้องดีเหนือกว่าคู่แข่ง และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543, หน้า 11) กล่าวว่า สินค้าจะเป็นอะไรก็ได้ ที่ตอบสนองต่อความจำเป็นหรือความต้องการของผู้ซื้อ ซึ่งทั้งสองฝ่ายอยู่ในกระบวนการแลกเปลี่ยนกัน

4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรม คือการปฏิบัติ จำแนกได้ 2 แบบคือ พฤติกรรมภายนอกคือสิ่งที่เราเห็น ได้แก่ การพูด การร้องไห้ การหัวเราะ และพฤติกรรมภายในคือสิ่งที่เราไม่เห็น ได้แก่ ความรู้สึก ทศนคติ ความเชื่อ การรับรู้

ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้แก่

- 1) ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยด้านจิตวิทยา เกี่ยวกับท่าทางของแต่ละคน ได้แก่
 - 1.1) การรับรู้ คือ สิ่งที่ได้รับเข้ามาผ่านทาง ตา หู ลิ้น จมูก หรือการสัมผัส แล้วถูกประมวลผลข้อมูล
 - 1.2) การเรียนรู้ คือ สิ่งที่ผ่านมาของแต่ละคนจะทำให้มีการเปลี่ยนนิสัยของแต่ละคนได้
 - 1.3) แรงจูงใจและความต้องการ คือ บางอย่างที่จะทำให้เรามีพลังและเกิดความตื่นตัวทำอะไรๆ ให้บรรลุเป้าหมาย
 - 1.4) บุคลิกภาพ คือ แต่ละคนจะมีลักษณะที่พิเศษไม่เหมือนกัน ซึ่งบ่งบอกถึงตัวตนแต่ละคน
 - 1.5) ทศนคติ คือ สิ่งที่ใช้ประเมินเรื่องใดๆ ได้แก่ พอใจหรือไม่ พอใจ สิ่งนั้นดีหรือไม่ดี
 - 1.6) ค่านิยม คือ ความเชื่อของแต่ละคนที่ยึดถือเป็นฐานสำหรับการประเมินสิ่งใดๆ
 - 1.7) วิถีชีวิต คือ ลักษณะการดำรงชีวิตของแต่ละคนที่เราเห็น
- 2) ปัจจัยภายนอก คือ สิ่งที่อยู่รอบๆตัวเราที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่
 - 2.1) ครอบครัว คือ คนที่เกี่ยวข้องทางเชื้อสาย
 - 2.2) กลุ่มอ้างอิง คือ คนหรือกลุ่มคนที่เราเอาค่านิยมมาใช้เป็นแนวทางการแสดงพฤติกรรมต่างๆออกมา
 - 2.3) วัฒนธรรม คือ แนวทางในการดำเนินชีวิตซึ่งถูกส่งผ่านจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนรุ่นหนึ่ง
 - 2.4) ชนชั้นทางสังคม คือ ในชนชั้นเดียวกันจะมีวิถีชีวิตที่คล้ายกัน

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคมีประโยชน์หลายประการ ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจถึงลักษณะการบริโภคของตนเองและผู้อื่น รวมทั้งอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ส่วนเจ้าของธุรกิจที่ทำการผลิตสินค้าหรือการบริการได้เข้าใจผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อผลิตสินค้าหรือให้บริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งจะมีกระบวนการตัดสินใจ 4 ขั้นตอนคือ

- 1) ความต้องการของผู้บริโภค/การเข้าใจปัญหา เมื่อเราอยากได้สิ่งของบางสิ่งหรือข้อมูลตัวสินค้าที่จะซื้อต่างจากคำบอกเล่าของผู้ใช้สินค้านั้น
- 2) เราจำเป็นต้องค้นหาข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ โดยปริมาณข้อมูลจะเพิ่มมากขึ้นหากการตัดสินใจซื้อนั้นต้องอาศัยกระบวนการคิดและแก้ไขปัญหาอย่างรอบคอบ หรือเป็นการซื้อที่มีความเสี่ยง
- 3) การประเมินทางเลือก จำแนกได้ 2 แบบ คือ
 - ประเมินจากประสบการณ์
 - ประเมินจากข้อมูลที่มี
- 4) การตัดสินใจเลือก ผู้บริโภคประเมินข้อมูลเพื่อทำการเลือก ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนอาจตัดสินใจเลือกที่แตกต่างถึงแม้จะได้ข้อมูลชุดเดียวกัน

5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิระสันต์ มีรัตน์ และคณะ (2545) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านยาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลที่ได้ ผู้คนให้น้ำหนักการมีเภสัชกรอยู่ประจำตลอดเวลาที่เปิดทำการ ร้อยละ 46.3 การที่ร้านยามีใบอนุญาตขายยาแสดงชัดเจน ร้อยละ 39 การปรึกษาด้านยา ร้อยละ 39.7 การที่ร้านยามียาให้เลือกหลายชนิด ร้อยละ 31.6 การมีเครื่องทำความเย็นได้รับความสนใจน้อย

दनัย ต้นตศิริวัฒน์ (2544) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลที่ได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านยาเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยๆ เหตุผลมาจากความใกล้บ้านเป็นหลักและเลือกร้านที่มีเภสัชกร มีความพึงพอใจในร้านยาที่ใช้อยู่เป็นประจำ ชอบด้านของความเร่งด่วนและความง่ายในการให้บริการเป็นอันดับหนึ่ง ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาและอาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจการบริการในร้านยา และการให้ความสำคัญกับการบริการด้านต่างๆในร้านยา จึงควรเลือกทำเลของร้านให้อยู่ใกล้แหล่งที่อยู่อาศัย และจัดให้มีเภสัชกรประจำร้านยาอยู่ตลอดเวลาที่เปิดทำการ

เพื่อให้คำแนะนำซักถามอาการอย่างละเอียดก่อนจ่ายยา ควรทำปายและติดรูปถ่ายของเภสัชกรให้ชัดเจน สำหรับให้ผู้บริโภคเข้าใจว่ามีเภสัชกรประจำร้าน

จิรารัตน์ บารมีชัย ได้ศึกษา พฤติกรรมการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลที่ได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านสินค้าที่มีคุณภาพ ความหลากหลายของสินค้า ด้านบริการมีการอธิบายการใช้ยา มีการให้คำปรึกษา ด้านบุคลากรมีเภสัชกรตลอดเวลาที่เปิดทำการ ด้านราคาที่เหมาะสม ด้านสถานที่มีที่จอดรถ อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ด้านการส่งเสริมการขาย มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง

ปัญจนาวุ อโนดาต ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านขายยา ฟาร์มาซียส์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลที่ได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านสินค้าที่มีคุณภาพมีความหลากหลาย มีเวชภัณฑ์จำหน่ายในร้าน ด้านราคาต้องการความรู้สึกรู้สึกคุ้มค่าเมื่อจ่ายเงินไป ด้านสถานที่การมีหลายสาขาเพื่อความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ แสงสว่างภายในร้านที่เพียงพอ การเปิดเครื่องทำความเย็นด้วยอุณหภูมิที่เหมาะสม

6 แนวคิด CRM

CRM ย่อมาจาก Customer Relationship Management คือ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การหาทางที่ทำให้ลูกค้าผูกพันกับสินค้าหรือบริการที่เรามอบให้ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะใช้สินค้าของเราไปตลอด ดังนั้นการที่จะสร้างความผูกพันที่ดีกับลูกค้าเราต้องหาความเกี่ยวข้องระหว่างพฤติกรรมของลูกค้ากับกลยุทธ์ทางการตลาดของเรา

กระบวนการทำงานของระบบ CRM มี 4 ขั้นตอนดังนี้

- 1) Identify เก็บข้อมูลลูกค้าได้แก่ ชื่อ-นามสกุล ข้อมูลสำหรับติดต่อลูกค้า
- 2) Differentiate แยกและจัดแบ่งลูกค้าเป็นกลุ่มตามคุณค่าที่ลูกค้ามีต่อร้านยา
- 3) Interact มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อหาความต้องการและสิ่งที่ทำให้ลูกค้าพอใจ
- 4) Customize เสนอสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมเฉพาะลูกค้าแต่ละคน

โดย Relationship Marketing ประกอบด้วย 5C คือ

- 1) Communication : (การสื่อสาร) คือ การสื่อสารเพื่อให้ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างเต็มที่และกระตุ้นจรรยาบรรณลูกค้าเกิดความขึ้นชอบสินค้าและบริการ
- 2) Caring and Giving : (ใส่ใจและรู้จักการให้กับผู้บริโภค) คือ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในทางที่ปกป้องผู้บริโภค รวมถึงการคืนกำไรที่อาจอยู่ในรูปของที่ให้โอกาสสำคัญต่างๆ
- 3) Commitment : (สัญญาใจ) คือ การรักษาสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า แสดงออกถึงความตั้งใจอย่างแรงกล้าที่จะสร้างความพอใจ จนเกิดเป็นความผูกพันระยะยาวหรือกล่าวได้ว่าเกิดความภักดี
- 4) Comfort : (สบายใจ) คือความเชื่อมั่น รู้สึกปลอดภัยในคุณภาพสินค้าและบริการ เช่น ทุกครั้งที่เลือกส่งของกับไปรษณีย์ไทยต้องพูดได้ว่าไว้กังวล ส่งถึงที่หมายแน่นอน
- 5) Conflict resolution and trust (สลายความขัดแย้งและสร้างความเชื่อมั่นจากการบริการ) หมายถึง คำแนะนำ ข้อร้องเรียน เมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บริการ และพร้อมที่จะแก้ปัญหาต่างๆ เหล่านั้นด้วยความเต็มใจทันที

1.14.2 การดำเนินการวิจัย

1) วิธีการดำเนินการ

ในการดำเนินงานวิจัยมีทั้งการออกแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภค แล้วนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลนำไปสู่การจัดการกลยุทธ์สำหรับการดำเนินธุรกิจ

2) อุปกรณ์ในการเก็บข้อมูล

2.1) แบบสอบถาม ซึ่งมีเนื้อหาประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

- ข้อมูลเบื้องต้น ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- การศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านยา ต่อปัจจัยทางการตลาด

การตลาด

2.2) การสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภค โดยรายละเอียดของคำถาม มีดังนี้

- วิธีชีวิตกับร้านขายยาเป็นอย่างไร
- ความคิดเห็นกับปัจจัยทางการตลาดในด้านต่างๆ เป็นอย่างไร
- ปัญหาที่เจอในการใช้บริการร้านยามีอะไรบ้าง

3) ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ประชากรชายและหญิงในอำเภอเชียงคำ

4) จำนวนตัวอย่างที่ใช้ศึกษา

- การคำนวณตัวอย่างที่ต้องใช้ศึกษา จากสูตรของทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1973) ดังนี้

$$n = N/(1+Ne^2)$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

จากข้อมูลพบว่า

ขนาดประชากร 26,585 คน

ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 5%

$$n = N/(1+Ne^2)$$

$$n = 26,585/(1+26,585(0.05)^2)$$

$$n = 394.07 \approx 394 \text{ หน่วย}$$

ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่ทำการศึกษา เท่ากับจำนวน 394 คน แต่มีข้อจำกัด ด้านเวลาและงบประมาณในการศึกษา จึงใช้ตัวอย่างเพียง 200 คน เพื่อเป็นค่าตัวแทนของประชากรในอำเภอเชียงคำ

จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ทั้งหมด 11 คน โดยแบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม เพื่อทราบถึงความคิดเห็น วิถีชีวิตของผู้บริโภคและข้อเสนอแนะต่อร้านยา

5) วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่าง

ในการเลือกตัวอย่างของการตอบแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์นั้น จะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

6) สถิติที่ใช้วิเคราะห์

สถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลการตอบแบบสอบถาม คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง

7) สรุปผลจากแบบสอบถาม ของผู้บริโภคในอำเภอเชียงคำ จำนวน 200 คน ได้ผล ดังนี้

ในการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อร้านขายยาในอำเภอเชียงคำ ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคในอำเภอเชียงคำ จำนวน 200 คน แบ่งเป็นชาย 87 คน และหญิง 113 คน ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.0 รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.0 ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 54.0 และมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 32.5

จากผลการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดร้านยาในอำเภอเชียงคำ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดโดยรวมมีผลมากต่อการเลือกใช้ร้านขายยา โดยปัจจัยที่มีผลมาก คือ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ยา ด้านราคา ด้านสถานที่ ปัจจัยที่มีผลปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์อื่นๆ

ตารางที่ 1.1: ตารางแสดงผลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ปัจจัย	ผลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา							แปลผล	
	มีผลมาก (3)		มีผล (2)		ไม่มีผล (1)		รวม		ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ผลิตภัณฑ์ยา	88	44	98	49	14	7	200	2.37	มีผลมาก
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	47	23.5	104	52	49	24.5	200	1.99	มีผลปานกลาง
การบริการ	106	53	73	36.5	21	10.5	200	2.425	มีผลมาก
ราคา	96	48	82	41	22	11	200	2.37	มีผลมาก
สถานที่	93	46.5	86	43	21	10.5	200	2.36	มีผลมาก
การส่งเสริมการตลาด	74	37	89	44.5	37	18.5	200	2.185	มีผลปานกลาง
บุคลากร	111	55.5	75	37.5	14	7	200	2.485	มีผลมาก

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ยา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ยา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยามากที่สุด คือ ด้านคุณภาพของยา ด้านความหลายของชนิดและยี่ห้อของยาและด้านการได้รับการบรรจุในภาชนะที่เหมาะสม ปัจจัยที่มีผลปานกลาง คือ ด้านสมุนไพรแบบเม็ด / ชง / ต้ม

ตารางที่ 1.2: ตารางแสดงปัจจัยผลิตภัณฑ์ยาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ผลิตภัณฑ์ยา	ปัจจัยผลิตภัณฑ์ยาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา							รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มีผลมาก		มีผล		ไม่มีผล					
	(3)		(2)		(1)					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
คุณภาพของยา	120	60	67	33.5	13	6.5	200	2.535	มีผลมาก	
ความหลายของของชนิด และยี่ห้อของยา	103	51.5	83	41.5	14	7	200	2.445	มีผลมาก	
ยาได้รับการบรรจุ ในภาชนะที่เหมาะสม	98	49	81	40.5	21	10.5	200	2.385	มีผลมาก	
สมุนไพรแบบเม็ด / ชง / ต้ม	62	31	87	43.5	51	25.5	200	2.055	มีผล	

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อื่นๆ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อื่นๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยาปานกลาง คือ ด้านเครื่องมือทางการแพทย์ทั่วไป เช่น โปรทวัดไข้ เครื่องตรวจความดัน ด้านเวชสำอางค์ / อาหารเสริม และด้านผลิตภัณฑ์นมและอาหารสำหรับเด็กอ่อน

ตารางที่ 1.3: ตารางแสดงปัจจัยผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	ปัจจัยผลิตภัณฑ์อื่นๆที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา							รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มีผลมาก		มีผล		ไม่มีผล					
	(3)		(2)		(1)					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
เวชสำอางค์ / อาหารเสริม	53	26.50	97	48.50	50	25.00	200	2.02	มีผลปานกลาง	
ผลิตภัณฑ์นมและอาหารสำหรับเด็กอ่อน	54	27.00	90	45.00	56	28.00	200	1.99	มีผลปานกลาง	
เครื่องมือทางการแพทย์ทั่วไป เช่น โปรทวัดไข้ เครื่องตรวจความดัน	70	35.00	88	44.00	42	21.00	200	2.14	มีผลปานกลาง	

- ด้านการบริการ

ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยามากที่สุด คือ ด้านการบันทึกประวัติการรักษา การแพทย์ และยาที่ได้รับแต่ละครั้ง ด้านการติดตามการรักษาหลังการขาย ปัจจัยที่มีผลปานกลาง คือ ด้านการบริการปรึกษาปัญหาผ่านทางสื่อออนไลน์หรือทางโทรศัพท์

ตารางที่ 1.4: ตารางแสดงปัจจัยการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ร้านขายยา

การบริการ	ปัจจัยการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ร้านขายยา								แปลผล
	มีผลมาก		มีผล		ไม่มีผล		รวม	ค่าเฉลี่ย	
	(3)		(2)		(1)				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
มีการติดตามการรักษาหลังการขาย	94	47.00	77	38.50	29	14.50	200	2.33	มีผลมาก
ให้บริการปรึกษาปัญหาผ่านทางสื่อออนไลน์หรือทางโทรศัพท์	69	34.50	92	46.00	39	19.50	200	2.15	มีผลปานกลาง
มีการบันทึกประวัติการรักษา การแพทย์ และยาที่ได้รับแต่ละครั้ง เพื่อความสะดวกในการใช้บริการครั้งต่อไป	114	57.00	61	30.50	25	12.50	200	2.45	มีผลมาก

- ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยามากที่สุด คือ ด้านการมีป้ายราคายาบอกระยะ ด้านการขายราคาถูกกว่าราคาที่ติดไว้บนผลิตภัณฑ์ ด้านราคายาต่ำกว่าท้องตลาด ปัจจัยที่มีผลปานกลาง คือ ด้านการต่อรองราคายา ด้านการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ตารางที่ 1.5: ตารางแสดงปัจจัยด้านราคาที่มี อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ด้านราคา	ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา								แปลผล
	มีผลมาก		มีผล		ไม่มีผล		รวม	ค่าเฉลี่ย	
	(3)		(2)		(1)				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ราคายาต่ำกว่าท้องตลาด	103	51.50	64	32.00	33	16.50	200	2.35	มีผลมาก
ต่อรองราคายาได้	78	39.00	81	40.50	41	20.50	200	2.19	มีผลปานกลาง
มีป้ายราคายาบอกระยะ	124	62.00	61	30.50	15	7.50	200	2.55	มีผลมาก
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	34	17.00	76	38.00	90	45.00	200	1.72	มีผลปานกลาง
การขายราคาถูกกว่าราคาที่ติดไว้บนผลิตภัณฑ์ มีผลให้ท่านเลือกใช้บริการร้านนั้น	107	53.50	61	30.50	32	16.00	200	2.38	มีผลมาก

- ปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยามากที่สุด ด้านร้านมีแสงสว่างที่เหมาะสม ด้านร้านสะอาด / มีระเบียบ ด้านมีการจัดสินค้าที่เป็นหมวดหมู่ ด้านมีการจัดทางเดินเข้าออกสะดวก ด้านมีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ ด้านร้านขายยาอยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน ด้านร้านขายยาอยู่ใกล้ตลาด ด้านมีที่จอดรถเพียงพอ ด้านส่วนที่สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง ปัจจัยที่มีผลปานกลาง คือ ด้านการมีเครื่องปรับอากาศในร้าน และด้านร้านขายยาตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า

ตารางที่ 1.6: ตารางแสดงปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ด้านสถานที่	ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา							แปลผล	
	มีผลมาก		มีผล		ไม่มีผล		รวม		ค่าเฉลี่ย
	(3)		(2)		(1)				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ร้านขายยาดังอยู่ในห้างสรรพสินค้า	50	25.00	91	45.50	59	29.50	200	1.96	มีผลปานกลาง
ร้านขายยาอยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	110	55.00	69	34.50	21	10.50	200	2.45	มีผลมาก
ร้านขายยาอยู่ใกล้ตลาด	103	51.50	79	39.50	18	9.00	200	2.43	มีผลมาก
ร้านสะดวก / มีระเบียบ	130	65.00	57	28.50	13	6.50	200	2.59	มีผลมาก
ร้านมีแสงสว่างที่เหมาะสม	134	67.00	52	26.00	14	7.00	200	2.60	มีผลมาก
มีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ เป็นที่สังเกตได้ง่าย	119	59.50	64	32.00	17	8.50	200	2.51	มีผลมาก
มีเครื่องปรับอากาศ(แอร์) ในร้าน	84	42.00	71	35.50	45	22.50	200	2.20	มีผลปานกลาง
มีการจัดทางเดินเข้าออกสะดวก มีจุดซื้อและจ่ายเงินที่ชัดเจน	128	64.00	57	28.50	15	7.50	200	2.57	มีผลมาก
มีการจัดสินค้าที่เป็นหมวดหมู่	131	65.50	54	27.00	15	7.50	200	2.58	มีผลมาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	105	52.50	75	37.50	20	10.00	200	2.43	มีผลมาก
มีส่วนที่สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง	103	51.50	74	37.00	23	11.50	200	2.40	มีผลมาก

- ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยามากที่สุด คือ ด้านมีการจัดอบรมความรู้ด้านสุขภาพ ให้ฟรี ด้านการแจกเอกสารให้ความรู้ เกี่ยวกับโรค อาหารเสริมต่างๆ ปัจจัยที่มีผลปานกลาง คือ ด้านการรับสมัครสมาชิก เพื่อสิทธิพิเศษ ด้านการโฆษณาผ่านทางวิทยุ ด้านการโฆษณาผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์

ตารางที่ 1.7: ตารางแสดงปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา								แปลผล
	มีผลมาก		มีผล		ไม่มีผล		รวม	ค่าเฉลี่ย	
	(3)		(2)		(1)				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การโฆษณาผ่านทางวิทยุ	59	29.50	106	53.00	35	17.50	200	2.12	มีผลปานกลาง
การโฆษณาของทางผ่านผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ส่งตรงถึงท่าน เช่นส่งรายการสินค้าที่ขายดี หรือมีการจัดโปรโมชั่นถึงท่าน	50	25.00	100	50.00	50	25.00	200	2.00	มีผลปานกลาง
การแจกเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับโรค อาหารเสริมต่างๆ	94	47.00	79	39.50	27	13.50	200	2.34	มีผลมาก
การรับสมัครสมาชิก เพื่อสิทธิพิเศษ	78	39.00	89	44.50	33	16.50	200	2.23	มีผลปานกลาง
มีการจัดอบรมความรู้ด้านสุขภาพให้ฟรี	99	49.50	77	38.50	24	12.00	200	2.38	มีผลมาก

ผลของการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1.8: ตารางแสดงสรุปผลการสัมภาษณ์ ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5-6 คน

รายการ	สรุปความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 11 คน
ด้านทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อร้านยา	
ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานพยาบาลใดในยามเจ็บป่วย	ถ้าเจ็บปวดเล็กน้อยก็จะไปร้านขายยา ถ้ามีอาการมากก็ไปคลินิกหรือโรงพยาบาล
ส่วนมากท่านใช้บริการร้านขายยาใด เพราะเหตุใด	-ร้านซุชัย เพราะบริการดี จัดยาดี ราคาไม่แพง -เชียงคำเภสัช จัดยาดี ถูก แนะนำดี มีเภสัชประจำตลอด -ธงชัย แนะนำดี มีเขียนบนซองยา
ปัญหาที่ท่านพบในการใช้บริการร้านขายยา	-บางร้านไม่ถามอะไรก็จัดยาให้ ไม่แนะนำวิธีการใช้ยา -บางร้านขายยาดี บางร้านจัดยาไม่ดีคือ ราคาถูกแต่กินแล้วก็ไม่หาย
ลักษณะร้านขายยาปัจจุบันเป็นอย่างไร	เค้าจะถามอาการเป็นมากี่วัน แล้วเค้าจะจัดยาให้เรา
ด้านผลิตภัณฑ์ยา	
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับผลิตภัณฑ์ในร้านขายยา	อยากให้มียาครบ ขอยามีคุณภาพ
ด้านสมุนไพร	
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับสมุนไพรในร้านขายยา	มีก็ดี เพื่อเป็นทางเลือกที่หลากหลาย บางคนถูกกับยาทั่วไป บางคนถูกกับสมุนไพรก็มี
ด้านบริการ	
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับบริการร้านขายยา	-ต้องการบริการแนะนำที่ดีๆ -อยากให้อธิบายละเอียด ชัดเจน ดูแลลูกค้าดีๆ -พูดกับลูกค้าดีๆ ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดสนุก บริการที่รวดเร็ว -บริการต้องรวดเร็ว ถ้ามีการติดตามหลังการขายจะดีมาก -อยากให้ถามเป็นอะไรมา เป็นมากี่วัน กินยาอะไรมาบ้าง อยากให้เค้าดูแลเราหน่อย อยากได้ตรงนี้ อย่ารังเกียจลูกค้า ควรจะพูดจาดี นิสัยดี ถึงแม้อารมณ์ไม่ดีก็ควรควบคุมอารมณ์ไว้ ต้องยิ้มแย้มเสมอ มีที่นั่งให้ลูกค้า -ถ้ามีการบันทึกประวัติที่ดี เพราะจะได้รู้ว่าตัวเองเคยใช้ยาอะไรบ้าง แพียอะไร เคยเป็นโรคอะไรมาก่อน ถ้าทำแบบนี้จะได้สะดวก และสบายใจ -ทำประวัติการรักษา การใช้นานจะมี เพราะบางที่จำยาที่ได้รับครั้งก่อนไม่ได้ แต่อยากได้ยาตัวเดิม -บุคลากรในร้านขายยาต้องต้อนรับดี พูดดี

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.8(ต่อ) : ตารางแสดงสรุปผลการสัมภาษณ์ ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม กลุ่มละ5-6 คน

ด้านราคา	
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับราคาในการใช้บริการร้านขายยา	-ถ้ายาดีแพงหน่อยก็รับได้ แต่ถ้ายาตัวเดียวกันแพงกว่าที่อื่นก็ไม่ชอบ ถ้าเป็นไปได้ถูกกว่าคนอื่นนิดหน่อยก็ดี -ราคายาไม่สูงเกินไป, อยากให้ขายราคาพอดี ไม่แพงจนเกินไป -ถ้ามีการลดราคาบ้างเล็กน้อยในการซื้อแต่ละครั้ง ลูกค้าจะดีใจมากๆเช่น 3-5 บาท
ด้านสถานที่	
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับสถานที่ร้านขายยา	-มีไฟสว่างๆ ร้านจัดเป็นระเบียบ -ร้านมีลักษณะเด่น กว้าง สะอาด เป็นระเบียบ มีที่จอดรถ -มีบริการน้ำดื่ม มีเก้าอี้ให้นั่งรอ
ด้านโปรโมชั่น	
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับโปรโมชั่นในร้านขายยา	-มีของแถมถ้าซื้อปริมาณมาก, มีบัตรสมาชิกก็ดีเพื่อส่วนลด -ถ้ามีโปรโมชั่นก็ดี แต่ร้านยาปัจจุบันไม่มีการจัดโปรโมชั่น และถ้ามีบัตรสมาชิกเพื่อส่วนลดก็จะดีมาก -มีแจกของในช่วงปีใหม่
ด้านบุคลากร	
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับบุคลากรในร้านขายยา	-อยากให้เภสัชต้องเก่ง จัดยาดีๆ พนักงาานพูดจาดีๆ -ถ้าลูกค้าเยอะ ก็ต้องมีผู้ช่วยเภสัชกร -เภสัชกรต้องดูดีน่าเชื่อถือ เรียบร้อย แต่งตัวดีใส่ชุดเภสัช
อื่นๆ	
ช่วงเวลาที่ท่านสะดวกในการซื้อยา	-ส่วนใหญ่ซื้อตอนเย็นหลังเลิกงาน 16.00-20.00 น. -อยากให้ร้านขายยาเปิด 16.00 – 21.00 น.
การรักษาให้หายไม่ยากให้เกินกี่วัน	ประมาณ 1 อาทิตย์
อยากฝากอะไรกับร้านขายยา	-อยากให้ร้านอยู่ที่เด่น ด่านรับลูกค้าดี พูดจาไพเราะ มีการถามอาการ แนะนำยา ต้องมีเภสัชประจำเพื่อความอุ่นใจ แนะนำยา การปฏิบัติตัว ต้องเอาใจใส่ลูกค้าหน่อย ถ้าคนไหนไม่เข้าใจก็อธิบายซ้ำๆ บอกละเอียด ฉลากยาต้องละเอียด ชัดเจน ต้องเขียนและอธิบายด้วย ยาที่ไม่ควรแพงเกิน ขอยาดีหน่อย เพราะโรงพยาบาลคนไข้มาก ส่วนคลินิกก็แพง ร้านขายยาควรสะอาด จัดยาเป็นระเบียบ -ยาครบ ด่านรับดีๆ ยาดีๆ ราคาย่อมเยาหน่อย จัดยาดี มีคุณภาพ

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

เป็นการนำเสนอเนื้อหาในเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่กระทบต่อธุรกิจภายใต้แนวคิดและทฤษฎีเรื่อง SWOT analysis นำมาสรุปเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อธุรกิจโดยแบ่งปัจจัยเสี่ยงภายใน และปัจจัยเสี่ยงภายนอก ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ตารางที่ 2.1: ตารางวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายใน

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์ และผลที่มีต่อธุรกิจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	- มีจำนวนชนิดสินค้าน้อยกว่าร้านขายยาอื่น ทำให้ผู้คนเปรียบเทียบกับร้านอื่นในการเข้าใช้บริการร้านยาได้ - ราคาต้นทุนสินค้าสูงกว่าร้านขายยาอื่น สาเหตุจากการสั่งซื้อยาปริมาณน้อยในช่วงแรก ทำให้ราคาสินค้าเท่ากับคู่แข่งหรือสูงกว่าคู่แข่งเล็กน้อย - เน้นขายสินค้ามีคุณภาพ ราคาสินค้าสูงกว่าท้องตลาดเล็กน้อยหากเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งคุณภาพของยาที่ดีจะทำให้ได้การรักษาที่ดี
2. ด้านการบริการ	- มีการบริการอย่างครบถ้วน ทั้งวัดความดัน วัดส่วนสูง น้ำหนัก ตรวจวัดน้ำตาล ไขมัน เป็นต้น เป็นสิ่งจูงใจผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ - บริการติดตามผลการรักษาผ่านทางสื่อออนไลน์หรือทางโทรศัพท์ เพื่อพัฒนาการรักษาให้ดียิ่งขึ้นและเพื่อให้ผู้บริโภคอุ่นใจว่าร้านยาจะไม่ทอดทิ้ง
3. ด้านเงินลงทุน	ร้านยาลังยาเชียงคำใช้เงินลงทุนของตัวเอง 100% ทำให้ไม่เสียค่าดอกเบี้ย
4. ด้านสถานที่	- ทำเลที่ตั้งร้านยาลังยาเชียงคำอยู่ในจุดที่มีการสัญจรไปมาตลอดเวลา อยู่ติดถนนใหญ่ ทำให้ร้านยาลังยาเชียงคำเป็นที่รู้จักและจดจำได้ง่าย - มีที่จอดรถเพียงพอ เพื่อให้ลูกค้าสะดวกและง่ายต่อการใช้บริการ - ภายในรัศมี 500 เมตรของร้านยาลังยาเชียงคำ มีร้านขายยาอื่นจำนวน 2 ร้าน อัตราการแข่งขันสูง แต่ข้อดีคือเป็นการเรียกลูกค้ากล่าวคือ ถ้ามาร้านยาต้องมาร้านยาโซนนี้ เป็นต้น

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1(ต่อ): ตารางวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายใน

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์ และผลที่มีต่อธุรกิจ
5. ด้านบุคลากร	- เกสซ์กรมีประสบการณ์การทำงานทั้งในโรงพยาบาลและร้านขายยาประมาณ 3 ปี ทำให้มั่นใจในการดูแลผู้ป่วยและให้คำปรึกษาเรื่องยาได้ - พนักงานสารสนเทศมีความชำนาญในการออกแบบเว็บไซต์ อีกทั้งสามารถซ่อมและดูแลอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้นได้

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ตารางที่ 2.2: ตารางวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอก

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
1. ด้านสังคมและวัฒนธรรม	- ประชากรส่วนใหญ่ในอำเภอเชียงคำมีพฤติกรรมที่ประหยัด ใช้จ่ายแบบพอเพียง ดังนั้นราคาสินค้าไม่ควรแพงเกินไป - ค่านิยมของผู้บริโภคในอำเภอเชียงคำ คือการบอกปากต่อปากถึงสินค้าและบริการที่ได้รับ ดังนั้นการบริการที่ดีจะให้ร้านมีชื่อเสียงแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว
2. ด้านเศรษฐกิจ	- คนในอำเภอเชียงคำมีค่าครองชีพไม่สูงมาก ดังนั้นผู้บริโภคมักซื้อสินค้าในราคาถูก - เมื่อเปิดการค้าแบบเสรี ภาษีนำเข้าเป็น 0 % การนำเข้าวัตถุดิบจากแหล่งผลิตในเขตการค้าเสรี ทำให้ยามีราคาถูกลงสาเหตุจากต้นทุนที่ถูกลด - การเปิดการค้าแบบเสรี ทำให้ตลาด 10 ประเทศรวมเป็นตลาดเดียวได้ลูกค้ามากขึ้น - การเปิดการค้าแบบเสรี อาจเกิดธุรกิจร้านขายยามากขึ้นทำให้การแข่งขันและรูปแบบธุรกิจร้านขายยามีความหลากหลายประเภทยิ่งขึ้น
3. ด้านการเมืองการปกครอง	- ปัจจุบันเริ่มเข้าสู่สภาวะปกติ ทำให้ผู้บริโภคกล้าใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น - จากนโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรค ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการรักษาทางโรงพยาบาลมากขึ้น ทำให้ยอดขายของร้านยาลดลงบ้าง - การเปิดการค้าแบบเสรี ทำให้กฎหมายเอื้อประโยชน์ให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุน ทำให้การแข่งขันสูงขึ้น
4. ด้านเทคโนโลยี	- ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการที่ทางร้านยาจัดขึ้นได้ง่าย ได้แก่ ให้คำปรึกษาผ่านระบบออนไลน์ หรือทางโทรศัพท์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในและภายนอกของธุรกิจเพื่อเราจะได้ทราบจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจของเรา โดยวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในและภายนอก สรุปได้ดังนี้

ภาพที่ 2.1: SWOT Analysis

SWOT ANALYSIS



ที่มา: หทัยรัตน์ เหล่าบุญสุข. (2551). SWOT Analysis. สืบค้นจาก
<http://www.thaigoodview.com/node/18401>

2.3 วิเคราะห์ SWOT ในธุรกิจร้านขายยา คลังยาเชียงคำ

2.3.1 จุดแข็ง เป็นจุดเด่นของร้านคลังยาเชียงคำ วิเคราะห์ปัจจัยภายในของธุรกิจได้ดังนี้

- ประสบการณ์ขายยาจากร้านยาศาลาโอสถ
- มีบริการที่ควบถ้วนอย่างเหมาะสมในร้านคลังยาเชียงคำ ทั้งการตรวจวัดความดัน

เบาหวาน ไขมัน และน้ำตาล

- ทำเลที่ตั้งของร้านคลังยาเชียงคำติดกับถนนใหญ่
- มีที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการ
- มีโปรแกรมที่บันทึกข้อมูลการรักษา ยาที่ได้รับ ประวัติการแพ้ยา และผลการตรวจ

เช่นผลของความดัน ไขมัน ระดับน้ำตาล เพื่อความถูกต้องและรวดเร็วต่อการให้บริการในครั้งถัดไป เช่น ผู้ใช้บริการอยากได้ยาตัวเดิม, ผู้ใช้บริการอยากทราบผลตรวจเลือดว่าเป็นในแนวทางที่ดีขึ้นหรือแย่ลง เป็นต้น

2.3.2 จุดอ่อน เป็นจุดที่จะต้องพัฒนาของร้านคลังยาเชิงคำ วิเคราะห์ปัจจัยภายในของธุรกิจได้ดังนี้

- ร้านคลังยาเชิงคำเป็นตึกอาคาร 1 คูหา อาจทำให้ภาพลักษณ์ดูแล้วมีสินค้าน้อย เพราะร้านยาส่วนใหญ่ในอำเภอเชิงคำเป็นร้านยา 2 คูหา
- เป็นร้านขายยาที่เพิ่งเปิดใหม่ ดังนั้นชนิดของสินค้าในช่วงแรกอาจจะมีไม่มาก
- สินค้าอาจจะมีต้นทุนสูงกว่าคู่แข่ง เพราะการสั่งซื้อจำนวนที่น้อยในช่วงแรก
- ในอำเภอเชิงคำมีร้านขายยาอยู่มากและมีลูกค้าขาประจำ อาจจะทำให้มียอดขายน้อยในช่วงแรก

2.3.3 โอกาส

- เนื่องจากธุรกิจทางบ้านที่ทำฟาร์มไก่ไข่เป็นที่รู้จักและเชื่อถือทางด้านคุณภาพในเขตอำเภอเชิงคำและบริเวณโดยรอบ ดังนั้นการโฆษณาร้านยาคลังยาเชิงคำจึงสามารถทำให้ผู้คนรู้จักได้ง่าย
- ทำเลที่ตั้งของอาคารพาณิชย์อยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น ธนาครกรุงไทย ธนาครกรุงเทพ โรงแรม เซเวนอีเลฟเว่น และเป็นทางผ่านไปโรงเรียนเชิงคำวิทยาคม โรงเรียนปิยมิตรวิทยาคม มีความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ
- การเปิดการค้าเสรีจะทำให้ได้ผู้บริโภคมมากขึ้น
- การเปิดการค้าเสรีจะทำให้ต้นทุนถูกลง เนื่องจากวัตถุดิบที่นำมาทำเป็นยาไม่ต้องเสียภาษีการนำเข้า

2.3.4 อุปสรรค

- เป็นธุรกิจที่เป็นปัจจัยสี่และมีผลตอบแทนที่สูง จึงทำให้มีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลา

2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงภายใน

ตารางที่ 2.3: ตารางวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเสี่ยงภายใน

ประเภทของปัจจัย	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1. ด้านผลิตภัณฑ์		X		<u>ความเสี่ยง มีดังนี้</u> - เป็นร้านขายยาที่เพิ่งเปิดใหม่ ทำให้มีชนิดของรายการยาน้อยกว่าคู่แข่ง และต้นทุนของสินค้ามากกว่าร้านขายยาอื่น <u>สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง คือ</u> - พยายามปรับตัวให้เร็วที่สุด โดยหมั่นศึกษาชนิดของยาที่ผู้บริโภคใช้ และยาที่ผู้บริโภคถามหา เพื่อให้ได้ชนิดและยี่ห้อของยาตรงกับอุปสงค์ของผู้บริโภค อำเภอเชียงคำ
2. ด้านบริการ			X	<u>ความเสี่ยง มีดังนี้</u> - ขาดประสบการณ์และความชำนาญในการขายสินค้า <u>สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง</u> - ศึกษาธุรกิจของทางบ้านก่อนเพื่อเสริมทักษะด้านการขาย
3. ด้านการเงิน		X		<u>ความเสี่ยง มีดังนี้</u> - มีค่าใช้จ่ายสูงในช่วงแรก เนื่องจากต้องสต็อกยา อีกทั้งต้นทุนสินค้าที่สูงกว่าคู่แข่งเนื่องจากการสั่งสินค้าในปริมาณที่น้อย <u>สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง</u> - ในช่วงแรกจะไม่สต็อกสินค้าที่ยังไม่ทราบยอดขาย ลดความเสี่ยงเรื่องต้นทุนจม - ติดต่อร้านยาขายส่งหลายๆร้าน ทำให้มีโอกาสในการได้ต้นทุนสินค้าถูก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.3(ต่อ): ตารางวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเสี่ยงภายใน

ประเภทของปัจจัย	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
4. ด้านทำเลที่ตั้ง		X		<u>ความเสี่ยง มีดังนี้</u> - มีร้านขายยาจำนวน 2 ร้าน อยู่ใกล้กับร้านยาคลังยา เชียงคำ อาจทำให้ผู้บริโภคสับสนได้ - ช่วงเช้าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาซื้ออาหารในตลาด พร้อมกับซื้อยา ทำให้อาจมีลูกค้าน้อย <u>สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง คือ</u> - ทำป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่กว่าคู่แข่งเพื่อให้ร้านเป็นที่สังเกตได้ง่าย รวมถึงมีที่จอดรถหน้าร้าน ทำให้ซื้อสินค้าได้ง่าย - ทำให้บริการของร้านเป็นที่โดดเด่น เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำร้านยาคลังยา เชียงคำได้
5. ด้านบุคลากร		X		<u>ความเสี่ยง มีดังนี้</u> 1.ฝ่ายเภสัชกร - ยังไม่เคยเปิดร้านขายยามาก่อน ทำให้ไม่สามารถต่อรองกับ Supplier และต้องใช้เวลาในการทดลองการบริการกับผู้ใช้บริการ - ขาดประสบการณ์การบริหารงานและบุคลากรในร้าน 2.ฝ่ายเทคนิค - ขาดประสบการณ์การวางระบบร้านขายยา และระบบที่ใช้เป็นระบบที่สร้างขึ้นเอง จึงต้องใช้เวลาในการติดตั้งระบบ <u>สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง คือ</u> - ศึกษาดูงานร้านขายยาที่มีมาตรฐาน - ปรึกษาและขอคำแนะนำจากผู้มีความรู้ - ศึกษาลองงานกับธุรกิจของทางบ้านก่อนเพื่อเสริมทักษะบริหารควบคุมดูแลร้าน

2.5 การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงภายนอก

ตารางที่ 2.4: ตารางวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเสี่ยงภายนอก

ประเภทของปัจจัย	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1. ด้านสังคมและวัฒนธรรม	X			<u>ความเสี่ยง มีดังนี้</u> - ผู้คนในอำเภอเชียงคำใช้บริการในโรงพยาบาลมากกว่าร้านขายยา - พลเมืองในอำเภอเชียงคำมีการใช้จ่ายที่ประหยัด ทำให้สินค้าบางอย่างขายยาก เช่นอาหารเสริม เป็นต้น - ค่านิยมในการบอกปากต่อปากของคนในอำเภอเชียงคำ อาจทำให้ชื่อเสียงของทางร้าน เป็นในทิศทางดีหรือไม่ดีก็ได้ <u>สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง คือ</u> - การบริการที่มีคุณภาพและเป็นกันเองอย่างสม่ำเสมอ - ประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสำคัญของการบริการในร้านขายยา ที่มีความสะดวกรวดเร็วกว่าโรงพยาบาล และมีคุณภาพด้านการรักษาและการบริการ - ประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสำคัญของอาหารเสริมส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง และเน้นย้ำเรื่องค่าอาหารเสริมที่อาจจะถูกกว่าค่ายา

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.4(ต่อ): ตารางวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเสี่ยงภายนอก

ประเภทของปัจจัย	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
2. ด้านเศรษฐกิจ		X		<u>ความเสี่ยง มีดังนี้</u> - ค่าครองชีพต่ำ ทำให้ผู้คนใช้จ่ายน้อย - เมื่อเปิดการค้าแบบเสรีทำให้ภาษีนำเข้าเป็น 0% เกิดคู่แข่งใหม่จากประเทศอาเซียน - เมื่อเปิดการค้าแบบเสรีตลาด 10 ประเทศรวมตัวกัน อาจเกิดปัญหาว่าต้นทุนของคู่แข่งชั้นต่ำลง <u>สิ่งที่จะดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง คือ</u> - สนับสนุนให้ผู้คนเห็นถึงความสำคัญสินค้าของทางร้านและโฆษณาให้ร้านขายยาคลังยาเชียงใหม่เป็นที่รู้จักเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น - สร้างจุดยืนให้กับธุรกิจและมีการตื่นตัวพัฒนาธุรกิจตลอดเวลา - ติดตามข่าวสารและศึกษาข้อมูลแหล่งผลิตยาที่มีคุณภาพดีและราคาที่ถูกกว่า
3. ด้านการเมืองการปกครอง		X		<u>ความเสี่ยง มีดังนี้</u> - มินิโยบาย 30 บาท รักษาทุกโรค ทำให้มีผู้ใช้บริการรับการรักษาที่โรงพยาบาลเป็นจำนวนมาก <u>สิ่งที่จะดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง คือ</u> - เนื่องจากนโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรคมีการจำกัดวงเงิน ทำให้ไม่สามารถจ่ายยาครั้งละมากๆ จะต้องมาเข้ารับการรักษาต่อเนื่องหากอาการไม่ดีขึ้น ทางร้านจึงเน้นประชาสัมพันธ์ถึงความคุ้มค่าทั้งทางด้านเวลา ปริมาณยา ประสิทธิภาพการรักษา ด้วยราคาที่ไม่แพง

บทที่ 3

การวิเคราะห์การแข่งขัน

เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์การแข่งขันภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง Five Force Model ประกอบด้วยสภาพการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน คู่แข่งขันของธุรกิจ การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า และการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ดังรายละเอียดเป็นรายชื่อดังต่อไปนี้

3.1 สภาพการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน

ตารางที่ 3.1: ตารางการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน

สภาพของการแข่งขัน	เนื้อหา
- การแข่งขัน	- การแข่งขันของร้านขายยาในอำเภอเชียงคำถือว่าอยู่ในระดับที่สูง มาจากการมีร้านยาเปิดใหม่ตลอดเวลา ในขณะที่จำนวนประชากรในอำเภอเชียงคำเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยในแต่ละปี ทำให้มีการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดเกิดขึ้น
- จุดเด่น / ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน	- การบริการติดตามผลการรักษาของผู้บริโภค ทั้งทางสื่อออนไลน์หรือทางโทรศัพท์ - มีโปรแกรมบันทึกประวัติผู้มาใช้บริการ ประวัติแพ้ยา เพื่อความง่ายในการดูแลผู้บริโภคครั้งต่อไป
- ผู้ครองส่วนครองตลาด	- ร้านชูชัยฟาร์มาซี มีส่วนแบ่งการตลาดในอำเภอเชียงคำสูงที่สุด มาจากการเป็นร้านขายยาที่เปิดมานาน มียาหลายชนิดหลายยี่ห้อ และมีราคาถูก

ตารางที่ 3.2: ตารางการวิเคราะห์กระแสความนิยม/ปัจจัยอื่นๆ

ที่มาของการแข่งขัน	เนื้อหา
- กระแสความนิยม	- กระแสความนิยมการเลือกใช้บริการร้านขายยา มักเป็นการบอกโดยอาศัยการบอกปากต่อปาก ซึ่งมีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านขายยามาก เพราะผู้คนมักจะทำให้ความเชื่อถือกับการพูดของบุคคลที่ลองใช้ผลิตภัณฑ์และมีการแนะนำต่อมากกว่าการบอกเล่าของเจ้าของร้าน
- ปัจจัยอื่นๆ	- ปัจจัยด้านทำเลเป็นสิ่งที่มีผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือเป็นร้านที่เข้าถึงง่าย และมีที่จอดรถเพียงพอ

3.2 คู่แข่งทางธุรกิจ

ตารางที่ 3.3: ตารางวิเคราะห์คู่แข่งทางธุรกิจ

คู่แข่งหลัก	คู่แข่งรอง
คู่แข่งหลักของธุรกิจร้านยา คือ ร้านยาในพื้นที่อำเภอเชียงคำ ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้ 1. ส่วนใหญ่ร้านยาไม่มีเภสัชกรประจำ 2. ส่วนใหญ่เป็นร้านขายยาที่เปิดมานาน 3. ส่วนใหญ่จะเปิดร้านเป็นแบบช่วงเวลา แยกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่เปิดช่วงเวลา 05.00–18.00 น. กลุ่มที่เปิดช่วง 10.00–22.00 น. และกลุ่มที่เปิดช่วง 8.00–18.00 น. 4. การตกแต่งร้านขายยาเป็นแบบเก่าคือเป็นห้องเปิดโล่ง ไม่มีแอร์ 5. ร้านขายยาในอำเภอเชียงคำ ส่วนใหญ่ไม่ขายเครื่องมือทางการแพทย์	คู่แข่งรองของธุรกิจร้านยาคลังยาเชียงคำ คือ โรงพยาบาล คลินิก และอนามัย ซึ่งมีลักษณะของคู่แข่งรอง มีลักษณะดังต่อไปนี้ 1. มีคลินิกเปิดให้บริการในอำเภอเชียงคำจำนวน 6 ร้าน 2. มีสิทธิ์การรักษา 30 บาทรักษาทุกโรค ในโรงพยาบาล 3. มีสิทธิ์ประกันสังคม ที่ได้รับการรักษาฟรีในโรงพยาบาล 4. มีแพทย์ให้การรักษาและวินิจฉัยโรค 5. เข้ารับการรักษาแต่ละครั้งนานกว่าการใช้บริการร้านขายยา

3.3 การวิเคราะห์การแข่งขันภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง Five Forces Model

ภาพที่ 3.1: รูปภาพ Five Force Model



ที่มา : Nidaguru. (2555). Five-Forces Model. Retrieved from

<https://nidaguru.wordpress.com/category/michael-e-porter/five-force-model/>

ร้านขายยาคลังยาเชียงใหม่มีการวางกลยุทธ์ในองค์กรและวิเคราะห์คู่แข่ง โดยใช้เครื่องมือ Five-Force model เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้เห็นสภาพภาพการแข่งขันในร้านขายยาในปัจจุบัน โดยรายละเอียดของการ วิเคราะห์ Five-Force model มีดังนี้

3.3.1 กำลังการต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ

ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการร้านขายยาสามารถสั่งซื้อยาได้ 2 แหล่ง คือซื้อจากร้านยาขายส่ง และสั่งจากโรงงานผลิตยา การสั่งยาทั้งสองแหล่งนี้ต่างกันตรงที่การสั่งจากร้านยาขายส่งถ้าสั่งยาในปริมาณที่ไม่มาก ราคาของยาที่จะซื้อจะได้ราคาถูกกว่าสั่งจากโรงงาน ในทางกลับกันหากต้องการซื้อยาในปริมาณที่มาก ให้สั่งจากโรงงานจะได้ราคาถูกกว่า แต่ในช่วงแรกอาจจะสั่งจากร้านยาขายส่งซัก 2-3 แห่ง เพื่อลดกำลังการต่อรองของ Supplier

3.3.2 การแข่งขันภายในธุรกิจร้านยา

ร้านยาในอำเภอเชียงคำมีการแข่งขันกันสูง ในตัวอำเภอเชียงคำมีร้านยา 7 ร้าน ดังนี้

1. ร้านชูชัยฟาร์มาซี 310 ถ.ศักดิ์บรณกิจ ต.หย่วน อ.เชียงคำ จ.พะเยา 56110
2. ร้านโอสธศาลา 5/2 ถ.พิศาล ม.13 ต.หย่วน อ.เชียงคำ จ.พะเยา 56110
3. ร้านเชียงคำเภสัช 46/4 ม.13 ต.หย่วน อ.เชียงคำ จ.พะเยา 56110
4. ร้านอุทัยวรรณเภสัช 18/4 ม.13 ถ.พิศาล ต.หย่วน อ.เชียงคำ จ.พะเยา 56110
5. ร้านเจริญเภสัช 1 ม.15 ถ.ชนารักษ์ ต.หย่วน อ.เชียงคำ จ.พะเยา 56160

6. ร้านเทตชัยฟาร์มาซี 310/2 ม.8 ถ.ธนารักษ์ ต.ห้วยวน อ.เชียงคำ จ.พะเยา 56110

7. ร้านธงชัยฟาร์มาซี 399 ถ.ศักดาบรรณกิจ ต.ห้วยวน อ.เชียงคำ จ.พะเยา 56110

ร้านยาส่วนใหญ่ไม่สร้างจุดเด่นให้แก่ตัวเอง ซึ่งแต่ละร้านส่วนใหญ่จะมีตัวยาที่เหมือนกันเกือบหมด อาจต่างกันที่ชนิดของสินค้าบางอย่างเพียงเล็กน้อย ได้แก่ อาหารเสริม สมุนไพร เวชสำอาง ด้วยเหตุนี้ร้านขายยาคงยาเชียงคำจึงได้เน้นความแตกต่างจากคู่แข่งในด้านการบริการ เป็นการสร้างเอกลักษณ์ของทางร้าน เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายและแยกความแตกต่างของร้านขายยาร้านอื่นได้

3.3.3 กำลังต่อรองของผู้บริโภค

กำลังในการต่อรองของผู้บริโภคมีสูง เนื่องจากร้านยาในอำเภอเชียงคำมีหลายร้าน ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านยา โดยคำนึงจากปัจจัยด้านราคาสินค้า การบริการ และประโยชน์ที่ได้รับเป็นหลัก

3.3.4 ความเสี่ยงจากผลิตภัณฑ์ทดแทน

สินค้าทดแทน ได้แก่ โรงพยาบาล คลินิก ยาสมุนไพร อนามัย และการแพทย์แผนจีน แต่การแพทย์แผนจีนไม่ค่อยมีผลต่อผู้บริโภคในร้านขายยามากนัก เพราะผู้บริโภคที่นิยมการแพทย์แผนจีนมีไม่มากนัก ส่วนความเสี่ยงจากผลิตภัณฑ์ทดแทนที่มีผลต่อร้านขายยามาก คือ โรงพยาบาล และคลินิก เพราะจากนโยบาย 30 บาท รักษาทุกโรค ทำให้ผู้คนมักใช้บริการสถานพยาบาล ได้แก่ โรงพยาบาล คลินิก มากกว่า

3.3.5 ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งชั้นใหม่

คู่แข่งชั้นหน้าใหม่มีสูง มาจากการที่ในตัวอำเภอเชียงคำมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ทำให้เศรษฐกิจในตัวอำเภอเชียงคำเจริญมากขึ้น จึงเป็นเหตุให้เกิดร้านขายยาใหม่ๆ ในอำเภอเชียงคำ ด้วยเหตุนี้การสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวด้านความแตกต่างบริการของทางร้านยาจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อการสร้างฐานลูกค้าใหม่และรักษาฐานลูกค้าเดิม

3.4 สรุปผลกระทบต่อธุรกิจร้านขายยา ตาม Five Forces Model

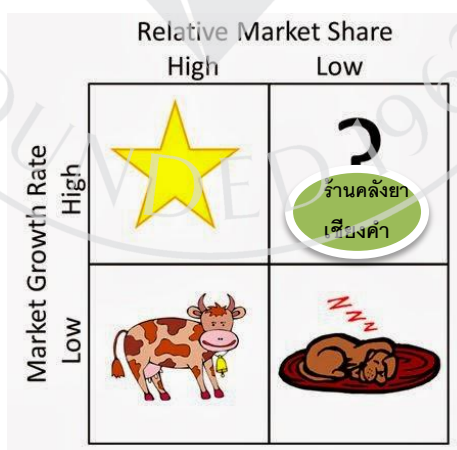
ตารางที่ 3.4: ตารางสรุปผลกระทบต่อธุรกิจร้านขายยา ตาม Five Forces Model

ปัจจัย	ผลกระทบ
1.กำลังการต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ	- กำลังการต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ ต่ำ
2.การแข่งขันภายในธุรกิจร้านยา - สภาวะการแข่งขันและจำนวนคู่แข่ง - ความแตกต่างของการบริการ	- คู่แข่งขันภายในธุรกิจร้านยามีผลกระทบมาก - คู่แข่งขันภายในธุรกิจร้านยามีผลกระทบน้อย
3.กำลังต่อรองของผู้บริโภค	- กำลังต่อรองของผู้บริโภคมีสูง
4.ความเสี่ยงจากผลิตภัณฑ์ทดแทน - โรงพยาบาล, คลินิก - สมุนไพร, การแพทย์แผนจีน	- มีผลกระทบต่อร้านขายยาสูง - มีผลกระทบต่อร้านขายยาต่ำ
5.ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่	- ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่ถึงจะมีน้อย แต่คู่แข่งรายใหม่มีผลต่อร้านยาบ้าง

3.5 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ

3.5.1 การเขียนภาพวิเคราะห์

ภาพที่ 3.2: รูปภาพ BCG MATRIX



ที่มา: Wikran Mongkolchan. (2556). วิเคราะห์สถานการณ์การตลาด. สืบค้นจาก

<http://marketingforexp.blogspot.com/2013/10/bcg-matrix.html>

3.52 คำอธิบายสถานภาพร้านยาคลังยาเชิงคำตามภาพ

ผลการวิเคราะห์ร้านคลังยาเชิงคำคือ ตำแหน่ง Question Mark เนื่องจากธุรกิจร้านขายยา มีอัตราความก้าวหน้าของตลาดมีสูง คือร้อยละ 15-20 % แต่ในช่วงระยะแรกส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับต่ำเนื่องจากเป็นร้านที่เปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก หากในอนาคตผู้คนเริ่มรู้จักและตระหนักถึงคุณภาพด้านการรักษาและการบริการของทางร้านยาคลังยาเชิงคำที่เหนือคู่แข่ง อาจทำให้ส่วนแบ่งการตลาดอาจมีการเปลี่ยนแปลง

3.6 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ตารางที่ 3.5: ตารางวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่งชั้น
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	- ผลิตภัณฑ์ยา ร้านคลังยาเชิงคำ มียาทั่วไปที่ใช้อยู่ แต่มีความหลากหลายของยีน้อยในช่วงแรก	- มียาทั่วไป มียาหลายยี่ห้อซึ่งอาจเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคบางกลุ่มที่ต้องการยี่ห้อที่เฉพาะ
2. ปัจจัยด้านบริการ	- มีบริการติดตามการรักษา ได้แก่ ช่องทางสื่อออนไลน์และทางโทรศัพท์ - มีการบันทึกประวัติผู้มาใช้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความอุ่นใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ - มีน้ำดื่มและที่นั่งสำหรับผู้มาใช้บริการ	- ไม่มีบริการติดตามการรักษา - ไม่มีการบันทึกประวัติการรักษา - ไม่มีน้ำดื่มและที่นั่งสำหรับผู้มาใช้บริการ
3. ราคาผลิตภัณฑ์	- ราคาขายส่วนใหญ่ เป็นราคาที่ตามท้องตลาดหรือราคาอาจจะสูงกว่าราคาท้องตลาด เนื่องจากช่วงแรกได้ผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนที่สูง	- ราคาขายของคู่แข่งชั้นที่อยู่มานาน มักจะมีราคาตามท้องตลาดหรือราคาที่ต่ำกว่าราคาท้องตลาด เนื่องจากได้ผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำกว่าร้านขายยาที่เพิ่งเปิดใหม่

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.5(ต่อ): ตารางวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่งชั้น
4. สถานที่	- สถานที่ของร้านขายยาคลังยาเชียงคำ จะมีความได้เปรียบในช่วงเย็น เนื่องจากใกล้แหล่งซื้อปิ้งที่ผู้คนมักจะแวะเวียนมาหลังจากที่เลิกงาน เลิกเรียน หรือทานข้าว - ด้านการตกแต่งร้าน จะตกแต่งร้านเป็นแบบสมัยใหม่ คือให้ร้านดูสว่าง สะอาด เป็นระเบียบ มีแอร์เปิดในช่วงที่มีอากาศร้อน เป็นต้น - ทำเลที่ตั้งของร้านขายยาเห็นได้ชัดเจน มีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ - มีที่จอดรถเพียงพอ	- สถานที่ร้านขายยาของคู่แข่งที่สำคัญ จะมีความได้เปรียบในช่วงเช้า เนื่องจากร้านขายยาของคู่แข่งอยู่ใกล้กับตลาดในช่วงเช้า - ด้านการตกแต่งร้านของคู่แข่ง จะตกแต่งร้านแบบเก่า ภายในร้านอาจจะไม่ค่อยสว่าง และไม่มีเครื่องปรับอากาศ - ทำเลที่ตั้งร้านขายยาอยู่ในตำแหน่งที่เห็นไม่ค่อยชัดเจน - พื้นที่จอดรถมีจำนวนจำกัด
5. โปรโมชั่น	- ทางร้านคลังยาเชียงคำจะมีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ให้แก่ผู้บริโภค เช่น 1. มีการจัดโปรโมชั่นเวชสำอางและอาหารเสริมในช่วงเทศกาลต่างๆ 2. การประชาสัมพันธ์ของทางร้านผ่านทางวิทยุ 3. การลดราคาหากผู้บริโภคซื้อสินค้าในจำนวนมาก 4. มีบัตรสมาชิกสำหรับการสะสมแต้มเพื่อแลกรางวัลหรือการลดราคา	- กลยุทธ์ที่คู่แข่งใช้ คือการลดราคาให้กับผู้บริโภคที่ซื้อจำนวนสินค้าในปริมาณที่มาก - บางร้านมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุท้องถิ่น

3.7 การวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตารางที่ 3.6: ตารางวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	รายละเอียดของความได้เปรียบ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	- ผลิตภัณฑ์ภายในร้านยาเชียงคำมีการเลือกแต่ยาที่มีคุณภาพ - มีแบรนด์เวชสำอางและอาหารเสริม ที่ไม่มีขายในท้องตลาดอำเภอเชียงคำ แต่มีคุณภาพดีและราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับแบรนด์เวชสำอางค์ตามท้องตลาด
2. ปัจจัยด้านบริการ	- มีบริการติดตามการรักษา เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ป่วยโรค - มีการบันทึกประวัติผู้มาใช้บริการ เพื่อความง่ายในการดูแลผู้ป่วยโรคในครั้งต่อไป - มีบริการน้ำดื่มและที่นั่งสำหรับผู้มาใช้บริการ
3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	- ทางร้านคลั่งยาเชียงคำจะมีการจัดโปรโมชั่นต่างๆให้แก่ลูกค้า ได้แก่ 1.มีการจัดโปรโมชั่นเวชสำอางและอาหารเสริมในช่วงเทศกาลต่างๆ 2.การประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุ 3.การลดราคาหากลูกค้าซื้อสินค้าในจำนวนมาก 4.มีการทำบัตรสมาชิกสำหรับการสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลหรือการลดราคา
4. ปัจจัยด้านสถานที่	- มีความได้เปรียบของสถานที่ในช่วงเย็น เนื่องจากสถานที่ตั้งร้านยาคลั่งยาเชียงคำอยู่ใกล้แหล่งช้อปปิ้ง ทำให้ผู้คนสะดวกมาใช้บริการ - ด้านการตกแต่งสถานที่ของร้านขายยาคลั่งยาเชียงคำ มีความทันสมัย มีแสงสว่างภายใน การตกแต่งร้านและจัดร้านเน้นความเป็นระเบียบและมีพื้นที่ใช้สอยสำหรับผู้ใช้บริการได้อย่างสะดวกสบายไม่อึดอัด

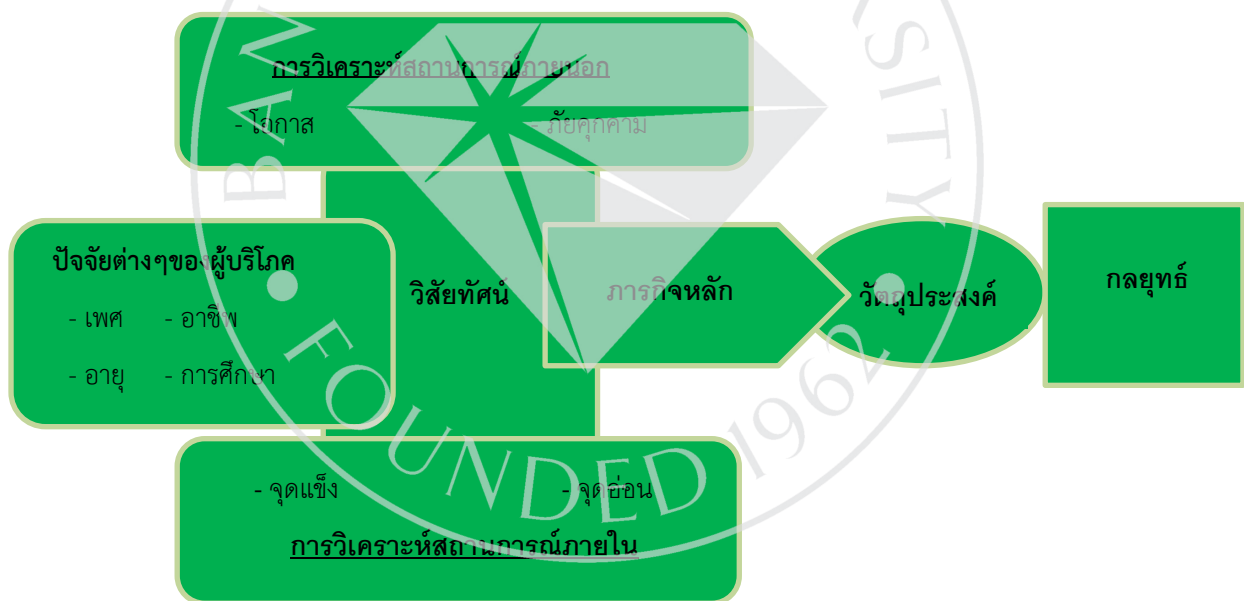
บทที่ 4

การจัดทำกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

เป็นการจัดทำกลยุทธ์และแผนงานจากแนวคิดและทฤษฎี “กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)” จะเลือกเน้นที่กลยุทธ์ STP และส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy) ภาพแสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ที่จะต้องสร้าง ประเภทของกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการและการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อการประเมินผล แผนงานด้านการเงิน แลงงบประมาณ และแผนรองรับการขยายร้านในอนาคต

4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

ภาพที่ 4.1: รูปภาพแสดงกรอบแนวคิดสู่กลยุทธ์



ธุรกิจร้านขายยาเป็นธุรกิจที่การแข่งขันที่สูง ดังนั้นการที่ร้านยาจะอยู่รอดนั้นต้องมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ภาพแสดงกรอบแนวคิดสู่กลยุทธ์ มีรายละเอียดคือ

1. วิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ในหัวข้อต่อไปนี้

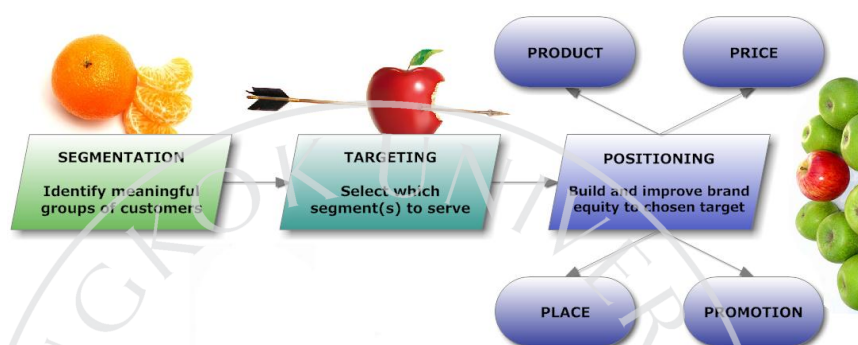
1.1 วิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจร้านยาค่ายาเชิงคำ เช่น มีจุดแข็ง จุดอ่อน อะไรบ้าง

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลภายนอกธุรกิจร้านยาค่ายาเชิงคำ เช่น มีโอกาส ภัยคุกคาม มีอะไรบ้าง

1.3 วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยา

2. เมื่อวิเคราะห์ทั้งสามหัวข้อข้างบนมากำหนดวัตถุประสงค์ ภารกิจและวิสัยทัศน์
3. นำเนื้อหาที่วิเคราะห์ได้กับข้อมูลที่กำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจร้านยาคลังยาเชียงคำสู่การกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ ระดับหน้าที่ และกลยุทธ์ด้านการตลาด(4P)

รูปภาพ 4.2: รูปภาพแสดงกลยุทธ์ทางธุรกิจ



4.2 ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ มีดังนี้

- กลยุทธ์ระดับธุรกิจ(Business strategy) ใช้กลยุทธ์ Differentiation strategy เนื่องจากร้านยามีการแข่งขันสูง ร้านยาคลังยาเชียงคำจะสร้างการบริการที่แตกต่างจากร้านยาอื่นในอำเภอเชียงคำมาเป็นจุดในการแข่งขัน ซึ่งบริการที่จะจัดขึ้น ได้แก่ มีบริการตรวจวัดความดัน ไขมัน น้ำตาล การบริการติดตามการรักษา บริการให้คำแนะนำและปรึกษาผ่านทางสื่อออนไลน์

- กลยุทธ์ระดับหน้าที่(Functional Level Strategy) แบ่งได้ 3 ส่วนคือ

- 1) การจัดการดำเนินงาน (Operating Management) คือจัดทำปัจจัยต่างๆ ดังนี้
 - 1.1) ตรวจสอบสินค้าภายในร้านให้พอดีกับความต้องการของลูกค้า คือ ไม่สต็อกสินค้ามากเกินไปหรือน้อยไป
 - 1.2) คัดสรรสินค้าที่ได้จากโรงงานที่เป็นที่ยอมรับในมาตรฐาน
 - 1.3) ศึกษาข้อมูลสินค้าที่เป็นที่นิยมในตลาด ว่าความสามารถในการรักษาของยานั้นดีพอหรือไม่
 - 1.4) อบรมบุคคลภายในร้านให้มีศักยภาพ
- 2) การบริหารด้านการตลาด (Marketing Management) คือจัดทำปัจจัยต่างๆ คือ
 - 2.1) เน้นประชาสัมพันธ์ให้ร้านยาคลังยาเชียงคำเป็นที่คุ้นเคย โดยสิ่งที่ทำให้ได้เปรียบร้านยาอื่นคือ การบริการที่แตกต่างจากร้านยาอื่น
 - 2.2) จัดการด้านการเงิน (Financing Management) คือทำปัจจัยต่างๆ

ดังนี้

- ป้องกันไม่ให้เกิดภาวะเงินสดขาดในระบบ
- จัดทำงบกระแสเงินสดอยู่ตลอดเวลา เพื่อเตรียมรับเหตุการณ์

ต่างๆ ได้แก่ การขยายสาขา, การสต็อกสินค้าที่มากขึ้น เป็นต้น

- กลยุทธ์ STP

1) S: Segmentation การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ทางร้านยาคลังยาเชียงใหม่จะแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

- แบ่งกลุ่มเป้าหมายตามอายุ อายุต่ำกว่า 20 ปี, อายุในช่วง 21-30 ปี, อายุในช่วง 31-40 ปี, อายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป
- แบ่งกลุ่มเป้าหมายตามเพศ คือเพศชาย และเพศหญิง
- แบ่งกลุ่มเป้าหมายตามระดับการศึกษา คือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช , ปวส. หรือเทียบเท่า, ปริญญาตรี, สูงกว่าปริญญาตรี
- แบ่งกลุ่มเป้าหมายตามอาชีพ ได้แก่ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เอกชน, ธุรกิจส่วนตัว, นักเรียน / นักศึกษา, แม่บ้าน / เกษียณอายุ
- แบ่งกลุ่มเป้าหมายตามรายได้ ได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท, รายได้ 5,001 – 10,000 บาท, รายได้ 10,001 – 15,000 บาท, รายได้ 15,001 – 20,000 บาท, รายได้ 20,001 – 25,000 บาท และรายได้สูงกว่า 25,001 บาท
- แบ่งตามการความสนใจของผู้บริโภค ได้แก่ สนใจใส่ใจสุขภาพ, สนใจเรื่องความสวยงาม, สนใจเรื่องการรักษาโรคที่เป็นอยู่ และการรักษาโรคเรื้อรัง

2) T: Target จากการแยกแยะกลุ่มเป้าหมายตามเพศ การศึกษา รายได้ อายุ อาชีพ พฤติกรรมของผู้บริโภค และอรรถประโยชน์ สามารถกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย ดังนี้

2.1) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก

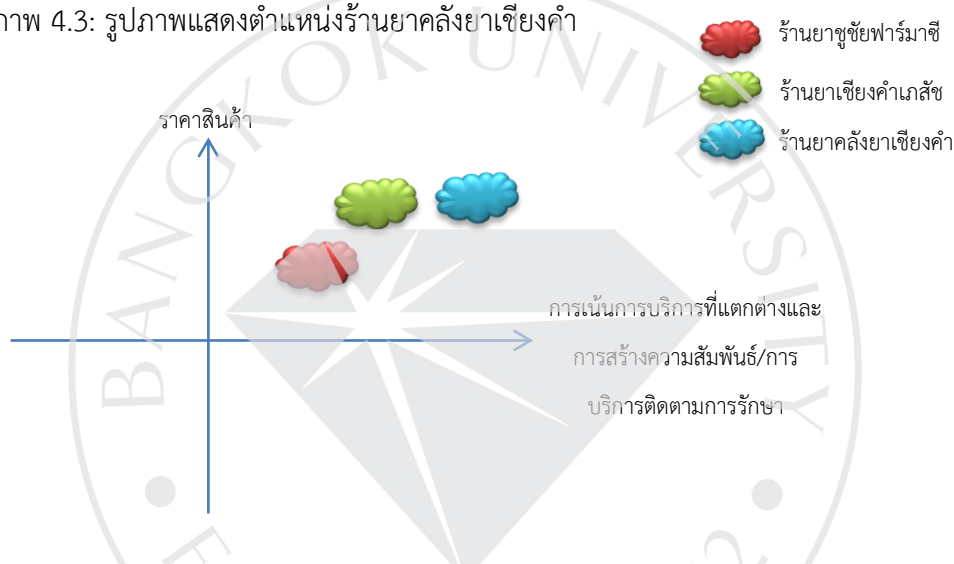
- ผู้บริโภคที่มีการเจ็บป่วยกะทันหันแต่ไม่รุนแรง ต้องการยารักษาและบรรเทาอาการที่เกิดขึ้น
- กลุ่มแม่บ้านที่มีความสนใจสุขภาพร่างกาย สนใจในเรื่องวิธีการดูแลสุขภาพ เวชสำอางที่ปลอดภัย รวดเร็ว อาหารเสริมบำรุงร่างกาย
- กลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน ที่สนใจเรื่องความสวยงาม หรือบุคคลที่มีปัญหาเรื่องผิวหนัง ได้แก่ สิว ฝ้า กระ จุดด่างดำ ที่ต้องการปรึกษาการใช้ยาหรือเวชสำอางในการรักษา
- กลุ่มวัยรุ่น นักเรียน และวัยทำงาน ที่ทำงานหนัก เรียนหนัก ไม่มีเวลาพักผ่อน ไม่มีเวลาดูแลสุขภาพ ต้องการปรึกษาเรื่องอาหารและอาหารเสริม

- กลุ่มผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ได้แก่ ความดัน , ไขมัน , เบาหวาน , โรคไต และโรคอื่นๆ ผู้ที่ต้องการตรวจเลือดเป็นประจำ เพื่อดูผลเลือดกับการควบคุมอาหารพร้อมกับการรักษาด้วยยา

2.2) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง ได้แก่ ผู้บริโภคที่ต้องการปรึกษาด้านสุขภาพ อาหารเสริม โรคต่างๆ หรือการใช้ยา

3) P: Positioning การวางตำแหน่งร้านยาคลังยาเชิงคำจะเลือกวางตำแหน่ง เน้นการบริการที่แตกต่าง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพในราคาตามท้องตลาด หรือสูงกว่าท้องตลาดเล็กน้อย

รูปภาพ 4.3: รูปภาพแสดงตำแหน่งร้านยาคลังยาเชิงคำ



- เน้นความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ โดยยึดหลัก “จริงใจ รู้จริง และรู้ใจ” เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่

- กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และโปรโมชั่น (Promotion) หรือ 4P ดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) ร้านยาแต่ละร้านมีสินค้าที่เหมือนกันค่อนข้างมาก สิ่งที่จะนำมาเป็นกลยุทธ์คือ ศึกษาข้อมูลสินค้าในปัจจุบันที่กำลังเป็นที่ต้องการ หากสินค้ามีคุณภาพดีก็นำสินค้านั้นเข้ามา และพยายามคอยดูว่าสินค้าตัวไหนขายดีในช่วงไหนแล้วพยายามดูแลควบคุมสต็อกสินค้าไม่ให้ขาด โดยสินค้าที่จำหน่ายในร้านคลังยาเชิงคำแบ่งเป็นประเภทต่างๆได้ดังนี้

- ยาแผนปัจจุบัน เป็นสินค้าหลักของทางร้านยาคลังยาเชิงคำได้คัดสรรจากโรงงานที่เป็นที่ยอมรับในมาตรฐาน

- ยาแผนโบราณ

- สินค้าอื่นๆ จัดเป็นสินค้าที่เพิ่มรายได้ให้ร้านคลั่งยาเชียงคำ โดยผลิตภัณฑ์ที่เลือกจะยึดหลักว่าเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

- อาหารเสริมสุขภาพ โดยเราได้คัดสรรอาหารเสริมที่มีข้อมูลในการยืนยันถึงการป้องกันและรักษาได้ อาหารเสริมที่มีในร้านยาคลั่งยาเชียงคำ ได้แก่ อาหารเสริมบำรุงร่างกาย บำรุงสมอง บำรุงโลหิต บำรุงเรื่องผิวพรรณ

- เวชสำอาง จะพิจารณาจากความสามารถในการรักษา และความอ่อนโยนกับทุกสภาพผิวหน้า โดยเฉพาะผู้มีผิวบอบบางแพ้ง่าย สินค้าเวชสำอาง ได้แก่ Eucerin, Oray, Rumpra และครีมของโรงพยาบาลยันฮี

- อุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยเราได้เลือกสินค้าจากบริษัทที่ผ่านการรับรองมาตรฐานในราคาไม่แพง เนื่องจากว่าสินค้าที่มีคุณภาพเป็นตัวชี้วัดว่าอายุการทำงานของสินค้าก็จะมีระยะเวลายาวนาน เครื่องมือทางการแพทย์ ได้แก่ ที่วัดไข้ เครื่องวัดความดัน ลูกบอลดูดน้ำมูกเด็กเล็ก เครื่องพองในการช่วยเดิน รถเข็นนั่ง

- อื่นๆ ที่มีการจำหน่าย ได้แก่ แปรงสีฟัน ผ้าอนามัย เครื่องดื่มไหมขัดฟัน

1.1) วัตถุประสงค์

- คัดสรรสินค้าดีมีคุณภาพ
- คัดสรรสินค้าที่เป็นที่นิยม และมีคุณภาพเข้าสู่ร้านยา
- ดูแลหมุนเวียนสินค้าภายในร้าน โดยสินค้าที่ซื้อมาก่อนขายก่อน
- คลังสินค้าไม่ควรสต็อกสินค้ามากเกินไปจนความจำเป็นหรือน้อยไปจนไม่พอกับอุปสงค์ของผู้บริโภคได้
- จัดสินค้าเข้าร้านให้มีความแตกต่างทั้งชนิดและยี่ห้อของยาได้

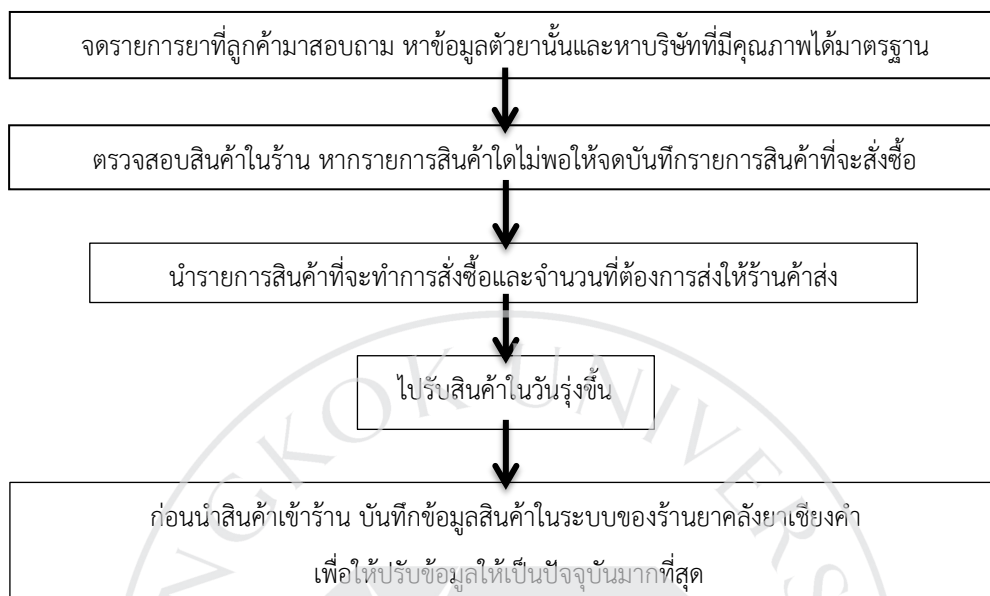
1.2) งบประมาณ 200,000 บาท

1.3) การดำเนินงานของกลยุทธ์

- ค้นหาข้อมูลสินค้าที่ออกมาใหม่ๆ เสมอ
- พยายามหาบริษัทผลิตรายที่มีคุณภาพราคาถูก เพื่อลดต้นทุน
- จัดการดูแลสินค้าให้เป็นระเบียบ เพื่อความสะดวกในการควบคุมสินค้าภายในร้านและสต็อกสินค้า

1.4) แผนปฏิบัติการ

ภาพที่ 4.4: รูปภาพแสดงแผนปฏิบัติการกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์



1.5) การประเมินผล จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ ในร้านยาคลังยาเชิงคำ ทุก 6 เดือน

2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) ร้านยาคลังยาเชิงคำจะไม่ใช้การตัดราคา เพราะยาเป็นสินค้าที่จำเป็น หากลดราคาสินค้าก็ได้สินค้าไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร เพราะต้องเลือกแต่สินค้าที่มีราคาถูกเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีผลต่อจรรยาบรรณวิชาชีพเภสัชกร ดังนั้นการตั้งราคาสินค้าภายในร้านยาคลังยาเชิงคำ คำนึงถึงในเรื่อง

- คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) เราต้องมองว่าผู้บริโภคยอมรับคุณค่าของสินค้าสูงกว่าราคาในการจำหน่ายสินค้านั้น

- ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และต้นทุนสินค้า

- การแข่งขัน

2.1) วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของเงินที่ลงทุนไปกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับ

- จำหน่ายสินค้าในราคาที่เหมาะสม

2.2) งบประมาณ - บาท/ปี

2.3) การปฏิบัติของกลยุทธ์

- การกำหนดราคาสินค้ามองจาก ต้นทุนคือตัวกำหนดราคาต่ำสุด ส่วนที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความคุ้มค่าเป็นตัวกำหนดเพดานของราคา และยังต้องดูราคาสินค้านั้นในตลาด ขยายกันที่ราคาเท่าไร โดยเมื่อทราบต้นทุนและตั้งราคาตามท้องตลาดแล้ว ดูว่ากำไรที่ได้พอหรือไม่ หากยังไม่พอก็พิจารณาว่าผู้บริโภครับรู้ถึงความคุ้มค่าของสินค้านั้นอย่างไร เพื่อใช้ปรับราคาให้ที่สูงขึ้นในระดับราคาที่เหมาะสม

- สร้างรายได้ โดยใช้กับกลุ่มสินค้าเฉพาะ ซึ่งไม่สามารถเปรียบเทียบราคากับสินค้าทั่วไปได้ เช่น เวชสำอางไม่ใช่ของท้องตลาด เป็นต้น

2.4) แผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.1: ตารางแสดงแผนปฏิบัติการกลยุทธ์ด้านราคา

รายการ	เดือน					
	ก.พ. 59	เม.ย. 59	มิ.ย. 59	ส.ค. 59	ต.ค. 59	ธ.ค. 59
สร้างรายได้กับกลุ่มสินค้าเฉพาะ	→ ตลอดทั้งปี					

2.5) การประเมินผล

- จัดทำแบบสอบถามกับผู้ใช้บริการกับความพึงพอใจต่อราคาสินค้า ในร้านคลังยาเชียงคำ ทุก 6 เดือน

3) กลยุทธ์ด้านสถานที่

3.1) วัตถุประสงค์

- เลือกร้านที่มีทำเลดี เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ
- เพื่อให้ร้านมีความสะอาดตา เป็นที่สังเกตเห็นของผู้คนทั่วไป
- เพื่อให้ร้านสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยเสมอ
- เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย
- เพื่อให้ผู้บริโภคที่รอคิวนาน ไม่เกิดความรู้สึกไม่พอใจ

3.2) งบประมาณ 13,000 บาท/เดือน

3.3) การดำเนินงานของกลยุทธ์

- ทำความสะอาดกวาดเช็ดถูพื้น เช็ดกระจกเข้า-เย็นทุกวัน

- ภายในร้านจัดเรียงสินค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่อให้ผู้บริโภคค้นหาสินค้าได้ง่าย

- เช้าร้านที่มีทำเลดี มีที่จอดรถ ผู้คนสัญจรผ่านไปมามาก
- ทำป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ เพื่อให้คนสังเกตเห็นง่าย

- ดูแลเรื่องแสงสว่างภายในและภายนอกร้านให้เหมาะสมอยู่เสมอ
- แบ่งบริเวณภายในร้านอย่างชัดเจน เช่นบริเวณให้บริการรักษา

บริเวณที่จุดชำระเงิน บริเวณให้บริการน้ำดื่มและนั่งรอรับบริการ บริเวณที่ลูกค้าสามารถเลือกหยิบซื้อสินค้าเองได้

3.4) แผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.2: ตารางแผนปฏิบัติการด้านสถานที่

รายการ	เดือน											
	ม.ค.	มี.ค.	พ.ค.	ก.ค.	ก.ย.	พ.ย.	ม.ค.	มี.ค.	พ.ค.	ก.ค.	ก.ย.	พ.ย.
	58	58	58	58	58	58	59	59	59	59	59	59
1.เลือกตำแหน่งที่ตั้ง	→											
2.ตกแต่งสถานที่		→		→								
3.ซัγγยา+จัดยาบนชั้นวาง			→	→	→	→						
4.เปิดร้าน							→					
5.กวาดถูพื้น+เช็คกระจก เข้า-เย็น							→	→	→	→	→	→
6.เต็มสินค้าบนชั้นวางเต็มจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่							→	→	→	→	→	→
7.แบ่งบริเวณภายในร้านอย่างชัดเจน							→	→	→	→	→	→
8.ดูแลเรื่องแสงสว่างภายในและภายนอกร้านให้เหมาะสมอยู่เสมอ							→	→	→	→	→	→
9.ทำป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ เพื่อให้คนสังเกตง่าย							→	→	→	→	→	→

3.5) การประเมินผล จัดทำแบบสอบถามกับผู้ใช้บริการในด้านความพึงพอใจต่อราคาสินค้า ในร้านคลังยาเชียงคำ ทุก 6 เดือน

4) กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย ในช่วงแรกของการเริ่มกิจการร้านยาคลังยาเชียงคำ ถือว่ามีความสำคัญมาก จึงมีกิจกรรมให้กับผู้บริโภคเพื่อการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การอบรมด้านความรู้เรื่องสุขภาพฟรี , แจกเอกสารให้ความรู้ในโรคและอาหารเสริมต่างๆ , มีระบบสมาชิกเพื่อส่วนลดพิเศษ , การโฆษณาทางวิทยุ และการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์

4.1) วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ร้านคลังยาเชียงคำเป็นที่รู้จักมากขึ้น
- เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด
- เพื่อดึงลูกค้าใหม่ให้เข้าร้าน
- เพื่อสร้างยอดขาย โดยกระตุ้นการซื้อต่อครั้งที่เพิ่มขึ้น
- เพื่อการให้ข้อมูลสินค้าใหม่ของทางร้าน
- เพื่อสร้างยอดขาย ผลกำไร ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ร้านยา

4.2) งบประมาณ 20,000 บาท/ปี

4.3) การดำเนินงานของกลยุทธ์

- การอบรมด้านความรู้เรื่องสุขภาพฟรี
- การแจกเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับโรคและอาหารเสริมต่างๆ
- ระบบสมาชิกเพื่อส่วนลดพิเศษ เช่นการสะสมแต้มแลกของขวัญ

หรือลดราคา

- การโฆษณาทางวิทยุ การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์
- แจกสินค้าใหม่ให้นำไปใช้ทดลอง
- จัดลดราคาสินค้าพวกอาหารเสริม เวชสำอาง ในช่วงเทศกาล วัน

พ่อ และวันแม่

- ทำป้ายไฟขนาดใหญ่ติดหน้าร้านยาคลังยาเชียงคำ เพื่อให้เป็นที่

สังเกตได้ง่ายของผู้บริโภค

- กลยุทธ์ส่วนลดปริมาณ คือเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก ราคาต่อ

ชิ้นจะยิ่งถูกลง

- กลยุทธ์การขายสินค้า โดยตั้งราคาให้ถูกกว่าบนฉลาก
- สร้างยอดขายอาจมุ่งเน้นการตั้งราคาพิเศษในช่วงเปิดร้านใหม่

4.4) แผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.3: ตารางแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมการตลาด

รายการ	เดือน											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
1. การจัดอบรม ความรู้ด้านสุขภาพ ให้ฟรี						→						→
2. การแจกเอกสาร ให้ความรู้	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→
3. การจัดทำบัตร สมาชิกเพื่อส่วนลด พิเศษ	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→
4. การโฆษณาผ่าน ทางวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	1 ปีแรก
5. ทำป้ายไฟหน้า ร้าน	นำป้ายไฟไว้บนหน้าร้าน											
6. จัดลดราคาสินค้า ในช่วงเทศกาล วัน พ่อ และวันแม่								→				→
7. แจกสินค้าใหม่ให้ นำไปใช้ทดลอง	เฉพาะในช่วงที่มีสินค้าใหม่เข้ามา											
8. กลยุทธ์ส่วนลด ปริมาณ	→										ตลอดทั้งปี	
9. การจำหน่าย สินค้าต่ำกว่าราคา ข้างกล่อง	→										ตลอดทั้งปี	

4.5) การประเมินผล

- จัดทำแบบสอบถามกับผู้ใช้บริการในด้านความพึงพอใจต่อราคาสินค้า ในร้านคลังยาเชียงคำ ทุก 1 ปี
- ดูจำนวนลูกค้าที่มาเป็นสมาชิกในปีถัดไปเพิ่มสูงขึ้นหรือไม่

5) กลยุทธ์ด้านบริการ ร้านยาคลังยาเชียงคำมีบริการที่แตกต่างจากร้านยาอื่นๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดึงดูดใจลูกค้าได้ดี แม้ไม่ได้ดึงดูดใจด้วยราคาที่ถูกก็ตามและการควบคุมคุณภาพด้านการบริการที่แม้จะทำได้ยาก แต่เราสามารถยึดหลักความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและประสบการณ์การบริการที่ได้รับจริงมีน้อยที่สุด

5.1) วัตถุประสงค์

- เพื่อดึงดูดลูกค้าด้วยบริการที่แตกต่างจากร้านยาอื่น
- เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด

5.2) งบประมาณ 25,000 บาท

5.3) การดำเนินงานของกลยุทธ์

- ในการมาใช้บริการแต่ละครั้ง จะมีการบันทึกข้อมูลของลูกค้า ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล ประวัติการแพ้ยา อาการที่มาในครั้ง และยาที่ได้รับไป
- หลังการขายจะมีบริการติดตามผลการรักษาโดยผ่านช่องทาง

โทรศัพท์

5.4) แผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.4: ตารางแผนปฏิบัติการด้านการบริการ

รายการ	เดือน					
	ก.พ. 59	เม.ย. 59	มิ.ย. 59	ส.ค. 59	ต.ค. 59	ธ.ค. 59
บันทึกประวัติการรักษาของลูกค้า	→ ตลอดทั้งปี					
ติดตามผลการรักษา	→ ตลอดทั้งปี					

5.5) การประเมิน

- ดูจำนวนลูกค้าที่กลับมาใช้บริการร้านยาซ้ำอีกว่ามีจำนวนมากน้อยเพียงใด

- ประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าทุก 6 เดือน ด้วยการตอบ

แบบสอบถาม

- กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship Marketing : CRM) เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ลูกค้าจะมีความภักดีในสินค้าและบริการของเรา

1) วัตถุประสงค์

- รักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ได้
- เพื่อให้เกิดการติดต่อที่ดีกับลูกค้า

- มีรายได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากนำเสนอได้ตรงความต้องการของลูกค้ามากขึ้น
- สามารถให้ลูกค้าสัมผัสถึงหลักการ “จริงใจ รู้จริงและรู้ใจ” ของร้านได้

2) งบประมาณ 10,000 บาท/ปี

3) การดำเนินงานของกลยุทธ์

- การทำบันทึกประวัติของลูกค้า ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ วันที่มาใช้บริการ โรคที่มารักษา ยาที่ได้รับ สินค้าที่ซื้อไป

- หมั่นทำการประเมินผลว่าลูกค้าแต่ละคน ว่ามีการเลือกซื้ออย่างไร เพื่อเราจะได้นำเสนอสิ่งที่ตรงความต้องการ

- ในขั้นตอนการนำเสนอสินค้า/บริการ ต้องมีความ ง่าย สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง

4) แผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.5: ตารางแผนปฏิบัติการกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

รายการ	เดือน											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
1.ทำการเก็บข้อมูลของลูกค้า												
2.ประเมินผลข้อมูล	ทำการประเมินผลทุกสิ้นเดือน											
3.นำเสนอสินค้าที่ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการ												

5) การประเมินผล

- จัดทำแบบสอบถามกับผู้ใช้บริการในด้านความพึงพอใจต่อราคาสินค้า ในร้านคลั่งยาเชียงใหม่ ทุก 1 ปี

- ดูจำนวนของลูกค้าของร้านขายยาคลั่งยาเชียงใหม่เพิ่มขึ้นหรือไม่ โดยดูจากการข้อมูลการซื้อสินค้าซ้ำของลูกค้า

4.3 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ

ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงแผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ

ประเภทของแหล่งเงินทุน	การวิเคราะห์ข้อดี – ข้อเสีย
กลยุทธ์แหล่งเงินทุนภายใน	<u>ข้อดี</u> - ไม่เสียค่าดอกเบี้ย - มีความง่ายในการนำเงินมาใช้ ไม่ต้องทำเรื่องในการกู้ยืมเงิน <u>ข้อเสีย</u> - อาจเสียโอกาส เช่น การนำเงินตรงส่วนนี้ไปทำอย่างอื่นที่อาจให้กำไรมากกว่า - อาจทำให้ขาดการคิดวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ มาจากสามารถนำเงินมาใช้ได้ง่าย
กลยุทธ์แหล่งเงินทุนภายนอก	- ทางร้านค้าลงยาเชิงคำ ให้กลยุทธ์ของแหล่งเงินทุนภายในเพียงอย่างเดียว

4.4 การวิเคราะห์ผลตอบแทน

4.4.1 งบประมาณการเงิน

ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการณ้ค่าเสื่อมราคา

ที่	รายการ		ค่าใช้จ่าย (บาท)		อายุงาน (ปี)	ค่าขายซาก	ค่าเสื่อมราคา
	เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ						
		ค่าชั้นวางยา ตู้ โต๊ะ	60,000.00				
		ค่าตู้เย็น	5,000.00				
		ค่าทำประตูกระจกหน้าร้าน	12,000.00				
		ค่าเครื่องวัดความดันโลหิต	1,590.00				
		ค่าเครื่องวัดระดับน้ำตาล+ค่าเครื่องวัดไขมัน	8,900.00				
		ค่าเครื่องชั่งน้ำหนัก	250.00				
		เครื่องกรองน้ำดื่ม	2,700.00				
		รวม		90,440.00	5	18,088.00	14,470.40

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7(ต่อ): ตารางแสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการณ้ค่าเสื่อมราคา

ที่	รายการ		ค่าใช้จ่าย (บาท)		อายุงาน (ปี)	ค่าขายซาก	ค่าเสื่อมราคา
	เครื่องใช้สำนักงาน						
		คอมพิวเตอร์	15,000.00				
		Samsung galaxy note 10.1	18,000.00				
		ค่าเครื่องอ่านบาร์โค้ด + เครื่องพิมพ์	3,500.00				
		ค่าโต๊ะ และเก้าอี้ 3 ตัว	4,500.00				
		เครื่องปรับอากาศขนาด 18,000 บีทียู	18,000.00				
		ม้านั่งยาวสำหรับลูกค้านั่งรอ	1,350.00				
		พัดลมติดผนัง 2 ตัว	2,000.00				
		ค่าทรายยางซื้อร้าน	300.00				
		รวม		62,650.00	5	12,530.00	10,024.00
	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน			50,000.00			
	เงินทุนหมุนเวียน			400,000.00			
	รวมมูลค่าการลงทุน			603,090.00			

4.4.2 การคำนวณค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา

รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเสื่อมราคาทางตรง						
	ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือและอุปกรณ์ (บาท/ปี)	14,470.40	14,470.40	14,470.40	14,470.40	14,470.40
ค่าเสื่อมราคาทางอ้อม						
	ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน (บาท/ปี)	10,024.00	10,024.00	10,024.00	10,024.00	10,024.00
ค่าเสื่อมราคารวมทั้งสิ้น (บาท/ปี)		24,494.40	24,494.40	24,494.40	24,494.40	24,494.40

4.4.3 แสดงงบประมาณการขาย

ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงงบประมาณการขาย

		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		65.00%	100.00%	103.00%	106.09%	109.27%
รายได้จากการขายสินค้า						
ยาแผนปัจจุบัน						
	จำนวนผู้ให้บริการ (คน)	6,500.00	7,801.71	7,829.62	7,855.36	8,022.12
	ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ (บาท)	67.84	80.00	82.00	84.00	85.00
รวมรายได้จากยาแผนปัจจุบัน		440,967.58	624,136.74	642,028.82	659,850.00	681,880.11
อุปกรณ์ทางการแพทย์						
	จำนวนผู้ให้บริการ (คน)	1,600.00	2,042.00	2,103.00	2,180.00	2,200.00
	ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ (บาท)	50.00	62.00	63.00	64.00	65.56
รวมรายได้จากอุปกรณ์ทางการแพทย์		80,000.00	126,604.00	132,489.00	139,520.00	144,236.40
อาหารเสริมสุขภาพ						
	จำนวนผู้ให้บริการ (คน)	523.31	670.00	680.00	695.78	703.00
	ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ (บาท)	100.00	148.00	149.00	150.00	151.00
รวมรายได้จากอาหารเสริมสุขภาพ		52,330.65	99,160.00	101,320.00	104,366.80	106,153.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9(ต่อ): ตารางแสดงงบประมาณการขาย

		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		65.00%	100.00%	103.00%	106.09%	109.27%
รายได้จากการขายสินค้า						
ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง						
	จำนวนผู้ให้บริการ (คน)	500.00	673.00	674.00	675.00	676.00
	ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ (บาท)	100.00	145.00	146.00	147.00	148.00
รวมรายได้จากผลิตภัณฑ์เวชสำอาง		50,000.00	97,585.00	98,404.00	99,225.00	100,048.00
สินค้าอุปโภคบริโภค						
	จำนวนผู้ให้บริการ (คน)	1,400.00	1,950.00	2,000.00	2,022.13	2,050.00
	ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ (บาท)	30.00	39.00	40.00	41.00	42.00
รวมรายได้จากสินค้าอุปโภคบริโภค		42,000.00	76,050.00	80,000.00	82,907.27	86,100.00
รวมรายได้ทั้งหมด		665,298.23	1,023,535.74	1,054,241.82	1,085,869.07	1,118,417.51

จากการสัมภาษณ์และรายงานวิชาการและการคำนวณพบข้อสรุปว่า

- 1.ในปีแรกรายได้จะได้เพียง 65 % เนื่องจากคนยังไม่รู้จักร้านใหม่ แต่ในปีที่ 2 รายได้จะได้ร้อยละ 100% (อ้างอิงจากการสอบถามร้านขายยา)
 - 2.จากสูตรรายได้ต่อปีของร้านขายยา พบว่าถ้า 100% ของทางร้านจะได้รายได้เท่ากับ 1,279,419.68 บาท/ปี
 - 3.จากสูตรข้อ 2 นั้น ได้มาจากผลสำรวจที่ว่า คนหนึ่งคนเฉลี่ยแล้วมาร้านยา 7 ครั้ง/ปี และ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งเฉลี่ย 70 บาท/ครั้ง
 - 4.จากสูตรข้อ 2 นั้น คิดจากร้านขายยาในอำเภอเชียงคำ 7 ร้าน
 - 5.จากสูตรข้อ 2 นั้น จำนวนประชากรในอำเภอเชียงคำ 77,048 คน แต่ในการคำนวณจะคิดเพียง 26,585.34 คน เนื่องจากการเน้นในเรื่องของการเดินทางสะดวกจึงคิดประชากรที่อยู่ในรัศมี 3 กิโลเมตร เท่านั้น
- จากข้อมูล พบว่า โดยเฉลี่ยคนมาซื้อยา 7 ครั้ง/ปี/คน ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉลี่ยซื้อยา 70 บาท ต่อครั้ง

$$R = 0.55$$

$$Np = 26585.34 \text{ คน}$$

$$Ns = 7$$

$$P = 7 \times 70 = 490$$

$$\text{ดังนั้น รายได้ต่อปีของร้านขายยา} = P \times Q$$

$$= 70 \times 7 \times [(0.55 \times 26585.34) / 7]$$

$$= 70 \times 7 \times 1,575.64$$

$$= 1,023,535.74 \text{ บาท}$$

4.4.4 ประมาณการต้นทุนแรงงาน

ตารางที่ 4.10: ตารางแสดงงบประมาณการต้นทุนแรงงาน

รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2
ค่าแรงงาน			
	เภสัชกร	240,000.00	249,600.00
	ช่างเทคนิค (1ครั้ง/เดือน)	6,000.00	6,240.00
	แม่บ้าน (1ครั้ง/สัปดาห์)	14,400.00	14,976.00
รวมค่าแรงงาน		260,400.00	270,816.00
ประมาณการค่าแรงทางตรงและผันแปร			
รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2
	ค่าแรงทางตรง (เงินเดือน)	260,400.00	270,816.00
	ค่าแรงผันแปร (ค่าตอบแทน)	106,704.00	111,384.00
รวมค่าแรงทั้งหมด		367,104.00	382,200.00

ตารางที่ 4.11: ตารางการหา OT ของเกษตรกร ต่อชั่วโมง

1 เดือน ชั่วโมงการทำงาน 210 ชั่วโมง		210	2520
1 ปี ชั่วโมงการทำงาน 2,520 ชั่วโมง			
114.2857	ให้ 114 บาท/ชั่วโมง	120%	ชั่วโมง OT
118.8571	ให้ 119 บาท/ชั่วโมง		
123.6114	ให้ 124 บาท/ชั่วโมง		
128.5559	ให้ 129 บาท/ชั่วโมง		
133.6981	ให้ 134 บาท/ชั่วโมง		

เกษตรกรทำงาน 9 ชั่วโมง/วัน วันจันทร์ถึงวันเสาร์ ตั้งแต่ 10.00-19.00 น.

4.4.5 ประมาณการค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ตารางที่ 4.12: ตารางแสดงการประมาณค่าใช้จ่ายอื่นๆ

รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายทางตรง (บาท)						
	ค่าป้ายชื่อเอกสาร	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
	ค่าสาธารณูปโภค	60,100.00	61,458.67	62,817.35	64,205.69	65,624.31
	ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	2,400.00	2,525.00	2,650.00	2,775.00	2,900.00
	ค่าภาษีป้าย	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
	ภาษีโรงเรือน	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
	ค่าดำเนินการใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
รวมค่าใช้จ่ายทางตรง		72,700.00	74,183.67	75,667.35	77,180.69	78,724.31
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารงาน						
	ค่าอินเทอร์เน็ต-ค่าโทรศัพท์	15,600.00	15,600.00	15,600.00	15,600.00	15,600.00
	ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	30,000.00	25,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
	เบ็ดเตล็ด	4,500.00	4,725.00	4,950.00	5,175.00	5,400.00
รวมค่าใช้จ่ายในการและการบริหารงาน		50,100.00	45,325.00	40,550.00	40,775.00	41,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ รวมทั้งสิ้น		122,800.00	119,508.67	116,217.35	117,955.69	119,724.31

ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงการประมาณการต้นทุนการให้บริการ

รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	ค่าสินค้า	342,000.00	349,274.91	356,549.81	363,970.22	371,539.03
	ค่าเสื่อมราคาทางตรง	14,470.40	14,470.40	14,470.40	14,470.40	14,470.40
	ค่าใช้จ่ายทางตรง	72,700.00	74,183.67	75,667.35	77,180.69	78,724.31
ต้นทุนสินค้าและบริการ		429,170.40	437,928.98	446,687.56	455,621.31	464,733.74

4.4.6 การคำนวณต้นทุนคงที่

ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงการคำนวณต้นทุนคงที่

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงงานทางตรง (เงินเดือน)	260,400.00	270,816.00	281,648.64	292,914.59	304,631.17
ค่าเสื่อมราคาทั้งสิ้น	24,494.40	24,494.40	24,494.40	24,494.40	24,494.40
รวมต้นทุนคงที่	284,894.40	295,310.40	306,143.04	317,408.99	329,125.57
แสดงการคำนวณต้นทุนผันแปร					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงผันแปร	106,704.00	111,384.00	116,064.00	120,744.00	125,424.00
รวมต้นทุนผันแปร	106,704.00	111,384.00	116,064.00	120,744.00	125,424.00

4.4.7 โครงสร้างการใช้เงินลงทุน

ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงโครงสร้างการใช้เงินลงทุน

รายการ		ส่วนของผู้ถือหุ้น
สินทรัพย์		
	ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ	90,440.00
	ค่าเครื่องใช้สำนักงาน	62,650.00
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน		50,000.00
เงินทุนหมุนเวียน		400,000.00
รวมมูลค่าการลงทุน		603,090.00

ตารางที่ 4.16: ตารางแสดงการประมาณการทางการเงินเพิ่ม/ลดจากปีก่อน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	(+,-) %	(+,-) %	(+,-) %	(+,-) %	(+,-) %
รายได้	65.00%	100.00%	103.00%	106.09%	109.27%
ต้นทุนการให้บริการ	98.00%	100.00%	102.00%	104.04%	106.12%

4.4.8 การคำนวณภาษี

การคำนวณภาษี เนื่องจากรายได้ร้านขายยาถือเป็นเงินได้พึงประเมินประเภทที่ 8 หรือ 40(8) การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สามารถคำนวณได้ 2 แบบ คือ แบบแรกหักค่าใช้จ่ายตามอัตราเหมาของธุรกิจซื้อขายไป คือ 80%ของรายได้ แบบที่สอง คือการหักค่าใช้จ่ายตามจริง ดังนั้น ทางร้านยา คลังยาเชียงคำ จึงเลือกการคำนวณภาษีแบบแรก คือการหักค่าใช้จ่ายแบบเหมา คำนวณได้ดังนี้

ตารางที่ 4.17: ตารางแสดงการคำนวณภาษี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	665,298.23	1,023,535.74	1,054,241.82	1,085,869.07	1,118,417.51
หักค่าใช้จ่าย 80%	532,238.59	818,828.60	843,393.45	868,695.26	894,734.01
หักค่าลดหย่อนบุคคลธรรมดา ผู้มีเงินได้	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
เงินได้สุทธิ	103,059.65	174,707.15	180,848.36	187,173.81	193,683.50
วิธีที่1 อัตราภาษีเทียบจากตาราง	0.00	1,235.36	1,542.42	1,858.69	2,184.18
แต่เนื่องจากรายได้ประเภทที่ 8 มีจำนวนเกิน 1,000,000 บาท จึงต้องนำมาคำนวณภาษีเงินได้พึงประเมิน ดังนี้					
วิธีที่2 ภาษีเงินได้พึงประเมิน 0.5%ของรายได้	0	5117.67872	5271.209082	5429.345354	5592.087537
ดังนั้นในการเสียภาษี จะเลือกวิธีที่2 เนื่องจากต้องเลือกวิธีการเสียภาษีที่มีค่ามากกว่า จึงต้องเลือกวิธีที่2					

ภาพที่ 4.5: รูปภาพแสดงอัตราภาษี

รายได้สุทธิ	จำนวนเงิน	อัตราภาษี		จำนวนเงินภาษี		
		แบบเก่า	แบบใหม่	แบบเก่า	แบบใหม่	ลดลง
0 - 150,000	150,000	ยกเว้น	ยกเว้น	-	-	-
150,001 - 300,000	150,000	10%	5%	15,000.00	7,500.00	7,500.00
300,001 - 500,000	200,000	10%	10%	20,000.00	20,000.00	-
500,001 - 750,000	250,000	20%	15%	50,000.00	37,500.00	12,500.00
750,001 - 1,000,000	250,000	20%	20%	50,000.00	50,000.00	-
1,000,001 - 2,000,000	1,000,000	30%	25%	300,000.00	250,000.00	50,000.00
2,000,001 - 4,000,000	2,000,000	30%	30%	600,000.00	600,000.00	-
มากกว่า 4,000,000	-	37%	35%	ลดลงตามเงินได้สุทธิ		

4.4.9 งบประมาณกำไรขาดทุน

ตารางที่ 4.18: ตารางแสดงงบประมาณกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	665,298.23	1,023,535.74	1,054,241.82	1,085,869.07	1,118,417.51
หัก ต้นทุนสินค้าและบริการ	429,170.40	437,928.98	446,687.56	455,621.31	464,733.74
กำไรขั้นต้น	236,127.83	585,606.76	607,554.26	630,247.76	653,683.77
หัก ค่าใช้จ่ายการขายและดำเนินงาน					
ค่าแรงทั้งหมด	367,104.00	382,200.00	397,712.64	413,658.59	430,055.17
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	50,100.00	45,325.00	40,550.00	40,775.00	41,000.00
ค่าเสื่อมราคาทางอ้อม	10,024.00	10,024.00	10,024.00	10,024.00	10,024.00
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย	50,000.00	-	-	-	-
รวม ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน	477,228.00	437,549.00	448,286.64	464,457.59	481,079.17
กำไรจากการดำเนินงาน	-241,100.17	148,057.76	159,267.62	165,790.17	172,604.60
ภาษี (0.5% ของรายได้)	0.00	5,117.68	5,271.21	5,429.35	5,592.09
กำไรสุทธิ	-241,100.17	142,940.09	153,996.41	160,360.83	167,012.51

4.4.10 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 4.19: ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ		ปีที่1		ปีที่2		ปีที่3		ปีที่4		ปีที่5	
อัตรากำไรสุทธิ ของสินทรัพย์รวม	ยอดขาย	665,298.23	1.84	1,023,535.74	2.03	1,054,241.82	1.60	1,085,869.07	1.33	1,118,417.51	1.13
	สินทรัพย์รวม	361,989.83		504,929.92		658,926.33		819,287.15		986,299.67	
อัตรากำไรสุทธิ	กำไรสุทธิ	-241,100.17	-36.24%	142,940.09	13.97%	153,996.41	14.61%	160,360.83	14.77%	167,012.51	14.93%
	ยอดขาย	665,298.23		1,023,535.74		1,054,241.82		1,085,869.07		1,118,417.51	
อัตรากำไรจาก การดำเนินงานต่อสินทรัพย์	กำไรจากการดำเนินงาน	-241,100.17	-66.60%	148,057.76	29.32%	159,267.62	24.17%	165,790.17	20.24%	172,604.60	17.50%
	สินทรัพย์รวม	361,989.83		504,929.92		658,926.33		819,287.15		986,299.67	
อัตราส่วนกำไรสุทธิ ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	กำไรสุทธิ	-241,100.17	-39.98%	142,940.09	23.70%	153,996.41	25.53%	160,360.83	26.59%	167,012.51	27.69%
	ส่วนของผู้ถือหุ้น	603,090.00		603,090.00		603,090.00		603,090.00		603,090.00	

4.4.11 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 4.20: ตารางแสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

		ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ							
	ทุน	603,090.00					
	เงินทุนหมุนเวียน		400,000.00				
	รายได้		665,298.23	1,023,535.74	1,054,241.82	1,085,869.07	1,118,417.51
รวมเงินสดรับ		603,090.00	1,065,298.23	1,023,535.74	1,054,241.82	1,085,869.07	1,118,417.51
กระแสเงินสดจ่าย							
	เครื่องมือและอุปกรณ์	90,440.00					
	เครื่องใช้สำนักงาน	62,650.00					
	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	50,000.00					
	ค่าสินค้า		342,000.00	349,274.91	356,549.81	363,970.22	371,539.03
	ค่าแรง		367,104.00	382,200.00	397,712.64	413,658.59	430,055.17
	ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		122,800.00	119,508.67	116,217.35	117,955.69	119,724.31
	จ่ายภาษี		0.00	5,117.68	5,271.21	5,429.35	5,592.09
รวมเงินสดจ่าย		203,090.00	831,904.00	856,101.26	875,751.01	901,013.85	926,910.59
เงินสดสุทธิ			233,394.23	167,434.49	178,490.81	184,855.23	191,506.91
เงินสดคงเหลือต้นงวด (1 ม.ค.)				233,394.23	400,828.72	579,319.53	764,174.75
เงินสดคงเหลือปลายงวด (31 ธ.ค.)			233,394.23	400,828.72	579,319.53	764,174.75	955,681.67

4.4.12 การประมาณการงบดุล

ตารางที่ 4.21: ตารางแสดงการประมาณการงบดุล

รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน						
	เงินสด	233,394.23	400,828.72	579,319.53	764,174.75	955,681.67
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		233,394.23	400,828.72	579,319.53	764,174.75	955,681.67
สินทรัพย์ถาวร						
	เครื่องมือและอุปกรณ์	75,969.60	61,499.20	47,028.80	32,558.40	18,088.00
	เครื่องใช้สำนักงาน	52,626.00	42,602.00	32,578.00	22,554.00	12,530.00
รวมสินทรัพย์ถาวร		128,595.60	104,101.20	79,606.80	55,112.40	30,618.00
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น		361,989.83	504,929.92	658,926.33	819,287.15	986,299.67
ทุน						
	ส่วนของเจ้าของ	603,090.00	603,090.00	603,090.00	603,090.00	603,090.00
	กำไรสะสม	-241,100.17	-98,160.08	55,836.33	216,197.15	383,209.67
รวมส่วนของต้นทุน		361,989.83	504,929.92	658,926.33	819,287.15	986,299.67

4.4.13 สมมติฐานทางการเงิน

สมมติฐานทางการเงินในสภาวะปกติ

ตารางที่ 4.22: ตารางแสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะปกติ

สภาวะปกติ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	665,298.23	1,023,535.74	1,054,241.82	1,085,869.07	1,118,417.51
กำไรขั้นต้น	236,127.83	585,606.76	607,554.26	630,247.76	653,683.77
กำไรสุทธิ	-241,100.17	142,940.09	153,996.41	160,360.83	167,012.51
เงินสด	233,394.23	400,828.72	579,319.53	764,174.75	955,681.67
สินทรัพย์รวม	361,989.83	504,929.92	658,926.33	819,287.15	986,299.67
กำไรสะสม	-241,100.17	-98,160.08	55,836.33	216,197.15	383,209.67

สมมติฐานทางการเงินในสภาวะประสบความสำเร็จ

ตารางที่ 4.23: ตารางแสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะประสบความสำเร็จ

รายได้เพิ่ม 10%	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	731,828.06	1,125,889.32	1,159,666.00	1,194,455.98	1,230,259.26
กำไรขั้นต้น	302,657.66	687,960.34	712,978.44	738,834.67	765,525.52
กำไรสุทธิ	-174,570.34	244,781.89	258,893.47	268,404.80	278,295.06
เงินสด	299,924.06	569,712.12	853,627.11	1,147,069.24	1,450,417.90
สินทรัพย์รวม	428,519.66	673,813.32	933,233.91	1,202,181.64	1,481,035.90
กำไรสะสม	-174,570.34	70,211.55	329,105.02	597,509.82	875,804.87

สมมติฐานทางการเงินในสภาวะประสบปัญหา

ตารางที่ 4.24: ตารางแสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะประสบปัญหา

รายได้ลดลง 10%	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	598,768.41	921,182.17	948,817.63	977,282.16	1,006,575.76
กำไรขั้นต้น	169,598.01	483,253.19	502,130.08	521,660.85	541,842.02
กำไรสุทธิ	-307,629.99	45,704.19	53,843.44	57,203.26	55,729.97
เงินสด	166,864.41	231,945.32	305,011.95	381,280.27	460,945.43
สินทรัพย์รวม	295,460.01	336,046.52	384,618.75	436,392.67	491,563.43
กำไรสะสม	-307,629.99	-261,925.80	-208,082.36	-150,879.10	-95,149.13

4.4.14 การวิเคราะห์ผลตอบแทน

ตารางที่ 4.25: ตารางแสดงการหาระยะเวลาคืนทุน1 (Payback Period)

ปี	กระแสเงินสดรับสุทธิ	กระแสเงินสดรับสุทธิสะสม	เงินลงทุน	คืนทุนสะสม
0			603,090.00	
1	233,394.23	233,394.23		369,695.77
2	167,434.49	400,828.72		202,261.28
3	178,490.81	579,319.53		23,770.47
4	184,855.23	764,174.75		-161,084.75
5	191,506.91	955,681.67		

ตารางที่ 4.26: ตารางแสดงการหาระยะเวลาคืนทุน2 (Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	=	จำนวนปีก่อนคืนทุน + (เงินสดส่วนที่เหลือ/เงินสดรับในปีที่คืนทุน)
	=	3+(161,084.75/184,855.23)
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	=	3.87
	=	3 ปี 10 เดือน

ดังนั้น ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 3 ปี 10 เดือน

4.4.15 ตารางหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

เงินลงทุน 603090 บาท

กำหนดอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ คือ 10%

ตารางที่ 4.27: ตารางแสดงกระแสเงินสดสุทธิระหว่างปี

ปี	กระแสเงินสดรับสุทธิ
1	233,394.23
2	167,434.49
3	178,490.81
4	184,855.23
5	191,506.91

กระแสเงินสดรับไม่เท่ากันทุกปี(PVIF) โดย N=1,2,3,4,5 ตามลำดับ I=10%

ตารางที่ 4.28: ตารางแสดงกระแสเงินสดรับไม่เท่ากันทุกปี(PVIF)

ปี	กระแสเงินสดรับสุทธิ	$i=10\%$	มูลค่าปัจจุบัน
1	233,394.23	0.9091	212,178.70
2	167,434.49	0.8265	138,384.60
3	178,490.81	0.7513	134,100.14
4	184,855.23	0.6830	126,256.12
5	191,506.91	0.6209	118,906.64
มูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับสุทธิ			729,826.21

ตารางที่ 4.29: มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

NPV	=	มูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับสุทธิ - เงินที่ลงทุนไป
	=	729,826.21 - 603,090.00
	=	126,736.2100

ดังนั้น มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 126,736.21 บาท

พบว่า NPV เป็นบวก ดังนั้นจึงยอมรับโครงการนี้ว่าคุ้มค่าแก่การลงทุน

4.4.16 ตารางหาอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)

เงินลงทุนเริ่มแรก 603,090.0000 บาท

ตารางที่ 4.30: ตารางแสดงอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)

กระแสเงินสดรับสุทธิ		
ปีที่ 1		233,394.23
ปีที่ 2		167,434.49
ปีที่ 3		178,490.81
ปีที่ 4		184,855.23
ปีที่ 5		191,506.91

ผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 18.20%

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนภายในของร้านคลั่งยาเชียงคำ คือ 18.20% ซึ่งผลตอบแทนสูงกว่าผลตอบแทนที่แท้จริงที่ต้องการ คือ $IRR=10$ ดังนั้น
โครงการนี้น่าลงทุน

4.5 แผนสำรองฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉิน คือ การเตรียมการล่วงหน้า ในกรณีไม่เป็นไปตามแผนที่ปฏิบัติ หรือผลลัพธ์ไม่ตรงตามที่วางไว้ เพื่อการดำเนินงานของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันที่ ร้ายกาคลังยาเชียงคำได้ทำแผนสำรองฉุกเฉินไว้ ดังนี้

แผนสำรองด้านทรัพยากรบุคคล ถ้าการให้บริการในร้านคลังยาเชียงคำให้บริการไม่ทั่วถึง ต้องเตรียมความพร้อมของผู้ช่วยเหลือที่มากช่วย

แผนสำรองด้านการตลาด ถ้ายอดขายสินค้าตรงตามที่กำหนดไว้ แก้ไขโดยการทำกิจกรรมการสนับสนุนการตลาด เช่น เพิ่มช่องทางการให้ข้อมูล แจกใบปลิวของทางร้าน พร้อมทั้งทำวิจัยตลาดเพื่อหาความต้องการของลูกค้า และทำวิจัยเพื่อถึงทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านยาคลังยาเชียงคำว่ามีสิ่งใดที่ต้องเปลี่ยนแปลง สิ่งใดที่ต้องพัฒนา หรือต้องเพิ่มเติมสิ่งใด

แผนสำรองด้านการเงิน ร้านยาคลังยาเชียงคำมีแผนด้านการเงินหากเกิดภาวะยอดขายต่ำมาก , ขาดสภาพคล่องทางการเงิน หรือสินค้าไม่พอขาย ได้เตรียมแผนสำรองโดยการติดต่อกู้ยืมจากสถาบันทางการเงินเพื่อขอกู้เงินมาลงทุนในธุรกิจเพิ่ม ดังนี้ หากมียอดขายต่ำมาก ก็นำเงินมาสนับสนุนการขายและหาสาเหตุว่าทำไมยอดขายต่ำ และหากสินค้าไม่พอขายก็นำเงินที่กู้มาลงทุนซื้อสินค้าเพิ่ม

4.6 แผนรองรับในการขยายร้านในอนาคต

- รูปแบบการขยายธุรกิจ
 - ขยายขนาดร้านยาคลังยาเชียงคำ จากอาคารพาณิชย์ 1 ห้อง ขยายเป็น 2 ห้อง เพื่อให้ปรับเปลี่ยนการขายจากขายปลีกสู่การขายปลีกและขายส่ง
- โอกาสและอุปสรรคของการขยายธุรกิจ

โอกาส

- เป็นทำเลที่ดีในการค้าขาย
- มีแหล่งเงินทุนที่สามารถกู้ได้ในวงเงินสูง พอในการทำธุรกิจขายส่งยาได้

อุปสรรค

- การบริหารอาจต้องมีระบบที่ละเอียดมากขึ้น สินค้าที่มีความแตกต่างของชนิดมากขึ้น การขายมีการแบ่งราคาขายทั้งขายปลีกและขายส่ง ทำให้ต้องมีระบบบริหารจัดการที่ดี ไมเช่นนั้นส่งผลให้เกิดการสต็อกสินค้าบางชนิดที่ไม่ต้องการมากเกินไปได้ หรือการสต็อกสินค้าที่มีต้องการน้อยเกินไป อาจทำให้ขาดทุนได้เช่นกัน

- แผนการใช้ทรัพยากร เมื่อขยายขนาดธุรกิจร้านคลั่งยาเชียงใหม่ ทรัพยากรที่ต้องใช้ได้แก่
 - ทรัพยากรด้านบุคคล
 - มีผู้ช่วยเภสัชกรประจำ จำนวน 2 คน
 - ช่างเทคนิคมาดูแลงานบ่อยขึ้น จากที่มาดูเดือนละครั้ง เป็นอาทิตย์ละครั้ง เพื่อคอยตรวจสอบเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ไม่ให้เกิดปัญหาในการใช้งานที่มากขึ้นได้
 - ทรัพยากรอื่นๆ เช่น คอมพิวเตอร์อีก 1 ตัว สำหรับจัดการคลังสินค้า



บรรณานุกรม

- กฎกระทรวงการขออนุญาตและการออกใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน พ.ศ. 2556. (2557). สืบค้นจาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2556/A/126/1.PDF>
- กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. (2557). *การจัดการการบริการ*. กรุงเทพฯ.
- การขออนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1). (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://uto.moph.go.th/consumer/ky1.html>
- ความหมายเภสัชกรรม. (2556). สืบค้นจาก <http://th.wikipedia.org/wiki/ซูซัย>
- ซูซัย สมितिไกร. (2557). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ตารางแสดงการหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา สำหรับเงินได้พึงประเมินประเภทที่ 8. (2006). สืบค้นจาก <http://www.rd.go.th/publish/6052.0.html>
- ธนิตา เติมรอด. (2553). *แผนธุรกิจร้านขายยาสามพรานฟาร์มาชี*. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธิดารัตน์ บาระมิชัย. (2550). *พฤติกรรมในการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/bkk/ex-24-bkk/51721935/05_ch2.pdf
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ. (2555). สืบค้นจาก <http://spssthesi.blogspot.com/>
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง การกำหนดเกี่ยวกับสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันตามกฎหมายว่า ด้วยยา พ.ศ.2557. (2557). สืบค้นจาก <http://drug.fda.moph.go.th/>
- ปริญญา อัครจันทโชติ. (2553). *การบริหาร ทางรอดร้านขายยา*. สืบค้นจาก http://ranya-manager.blogspot.com/2010/03/blog-post_19.html
- ปัญญนาฏ อโนดาต. (2553). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านขาย ยาฟาร์มาช้อยซ์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- ยื่น ภ.ง.ด. 94/ภ.ง.ด.90 จะเลือกหักเหมาหรือหักจริง. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://www.pattanakit.net>
- สภาเภสัชกรรม. (2558). *สำนักงานรับรองคุณภาพร้านยา*. สืบค้นจาก <http://www.pharmacycouncil.org/index.php?option=content&menuid=39>

Aitty R.P. (2557). *Relationship marketing*. Retrieved from

<http://brickblogbyaitty.blogspot.com/2014/08/relationship-marketing-500.html>

CRM คือ กลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า. (2557). สืบค้นจาก

<http://www.mindphp.com>





แบบสอบถามเพื่อการสำรวจ

“ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาในอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองของนักศึกษาปริญญาโท
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการ
ตลาดในการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาในอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ☐ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงและความเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี	☐ 21 – 30 ปี
☐ 31 – 40 ปี	☐ มากกว่า 41
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท	☐ 5,001 – 10,000 บาท
☐ 10,001 – 15,000 บาท	☐ 15,001 – 20,000 บาท
☐ 20,001 – 25,000 บาท	☐ สูงกว่า 25,001
4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช	☐ ปวส. หรือเทียบเท่า
☐ ปริญญาตรี	☐ สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ

☐ ข้าราชการ	☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เอกชน
☐ ธุรกิจส่วนตัว	☐ นักเรียน / นักศึกษา
☐ แม่บ้าน / เกษียณอายุ	☐ อื่นๆ.....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

เป็นการศึกษาปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยา

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ☐ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงและความเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ

1.1 ผลิตภัณฑ์ยา

ผลิตภัณฑ์ยาที่มีอยู่ในร้านขายยา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร้านของท่านระดับใด

() มีผลมาก () มีผล () ไม่มีผล

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ยาต่อไปนี้ มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านขายยาของท่านในระดับใด

ผลิตภัณฑ์ยา	มีผลมาก	มีผล	ไม่มีผล
คุณภาพของยา			
ความหลากหลายของชนิดและยี่ห้อของยา			
ยาได้รับการบรรจุในภาชนะที่เหมาะสม			
สมุนไพรแบบเม็ด / ชง / ต้ม			

1.2 ผลิตภัณฑ์อื่นๆ

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มีอยู่ในร้านขายยา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร้านของท่านระดับใด

() มีผลมาก () มีผล () ไม่มีผล

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์อื่นๆต่อไปนี้ มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านขายยาของท่านในระดับใด

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	มีผลมาก	มีผล	ไม่มีผล
เวชสำอางค์ / อาหารเสริม			
ผลิตภัณฑ์นมและอาหารสำหรับเด็กอ่อน			
เครื่องมือทางการแพทย์ทั่วไป เช่น ปรอทวัดไข้ เครื่องตรวจความดัน			

1.3 การบริการ

การบริการที่มีอยู่ในร้านขายยา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร้านของท่านระดับใด

() มีผลมาก

() มีผล

() ไม่มีผล

ปัจจัยทางด้านการบริการต่อไปนี้ มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านขายยาของท่านในระดับใด

การบริการ	มีผลมาก	มีผล	ไม่มีผล
มีการติดตามการรักษาหลังการขาย			
ให้บริการปรึกษาปัญหาผ่านทางสื่อออนไลน์หรือทางโทรศัพท์			
มีการบันทึกประวัติการรักษา การแพ้ยา และยาที่ได้รับแต่ละครั้ง เพื่อความสะดวกในการใช้บริการครั้งต่อไป			

2. ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีอยู่ในร้านขายยา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร้านของท่านระดับใด

() มีผลมาก

() มีผล

() ไม่มีผล

ปัจจัยด้านราคาต่อไปนี้ มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านขายยาของท่านในระดับใด

ปัจจัยด้านราคา	มีผลมาก	มีผล	ไม่มีผล
ราคายาต่ำกว่าท้องตลาด			
ต่อรองราคายาได้			
มีป้ายราคายาบอกชัดเจน			
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต			
การขายราคาถูกกว่าราคาที่ติดไว้บนผลิตภัณฑ์ มีผลให้ท่านเลือกใช้บริการร้านนั้น			

3. ปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอยู่ในร้านขายยา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร้านของท่านระดับใด

() มีผลมาก

() มีผล

() ไม่มีผล

ปัจจัยด้านสถานที่ต่อไปนี้ มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านขายยาของท่านในระดับใด

ปัจจัยด้านสถานที่	มีผลมาก	มีผล	ไม่มีผล
ร้านขายยาดังอยู่ใน ห้างสรรพสินค้า			
ร้านขายยาอยู่ใกล้บ้าน หรือ ที่ทำงาน			
ร้านขายยาอยู่ใกล้ตลาด			
ร้านสะอาด / มีระเบียบ			
ร้านมีแสงสว่างที่เหมาะสม			
มีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ เป็นที่สังเกตได้ง่าย			
มีเครื่องปรับอากาศ(แอร์) ในร้าน			
มีการจัดทางเดินเข้าออก สะดวก มีจุดซื้อและจ่ายเงิน ที่ชัดเจน			
มีการจัดสินค้าที่เป็น หมวดหมู่			
มีที่จอดรถเพียงพอ			
มีส่วนที่สามารถเลือกซื้อ สินค้าได้เอง			

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การโฆษณา, การลดแลกแจกแถม และพนักงานขาย ที่มีอยู่ในร้านขายยา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร้านของท่านระดับใด

() มีผลมาก () มีผล () ไม่มีผล

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อไปนี้ มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านขายยาของท่านในระดับใด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีผลมาก	มีผล	ไม่มีผล
การโฆษณาผ่านทางวิทยุ			
การโฆษณาของทางผ่านผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ส่งตรงถึงท่าน เช่น ส่งรายการสินค้าที่ขายดี หรือมีการจัดโปรโมชั่นถึงท่าน			
การแจกเอกสารให้ความรู้ เกี่ยวกับโรคอาหารเสริมต่างๆ			
การรับสมัครสมาชิก เพื่อสิทธิพิเศษ			
มีการจัดอบรมความรู้ด้านสุขภาพ ให้ฟรี			

4. ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอยู่ในร้านขายยา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร้านของท่านระดับใด

() มีผลมาก () มีผล () ไม่มีผล

ปัจจัยด้านบุคลากรต่อไปนี้ มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านขายยาของท่านในระดับใด

ปัจจัยด้านบุคลากร	มีผลมาก	มีผล	ไม่มีผล
มีเภสัชกรอยู่ประจำตลอดเวลาที่เปิดร้าน			
ความสามารถของเภสัชกร เช่น อธิบายเรื่องยา การปฏิบัติตัวได้ดี วินิจฉัยและจัดยาเก่ง กินยาทุกครั้ง			
มีผู้ช่วยเภสัชกร เพื่อความเร็วในการให้บริการ			
มีผู้ช่วยเภสัชกรที่สามารถให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์อื่นที่ไม่ใช่ยาได้แก่ท่านได้			
พนักงานเป็นกันเอง และดูแลเอาใจใส่ท่าน			
พนักงานแต่งกายเหมาะสม มีป้ายชื่อชัดเจน			
พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีแก่ท่าน			

5. เพิ่มเติมอื่นๆ/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่มีต่อร้านขายยา

5.1 ปัญหาที่ท่านมักพบเจอในร้านขายยา

.....

.....

.....

5.2 ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากให้ร้านขายยาปรับปรุงหรือเพิ่มเติมในบริการของร้านขายยา

.....

.....

.....





กฎกระทรวง
การขออนุญาตและการออกไปอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน
พ.ศ. ๒๕๕๖

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ วรรคหนึ่ง มาตรา ๑๒ มาตรา ๒๘ และมาตรา ๓๐ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ มาตรา ๑๔ (๗) มาตรา ๑๗ วรรคสอง มาตรา ๒๖ (๑) (๖) และ (๗) มาตรา ๓๙ (๕) และ (๘) มาตรา ๔๑ (๔) และมาตรา ๔๒ (๖) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๒๒ และมาตรา ๔๐ ทวิ (๕) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๓๐ อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับมาตรา ๓๓ มาตรา ๔๑ มาตรา ๔๓ และมาตรา ๔๕ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ กฎกระทรวงนี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ ๒ ให้ยกเลิก

(๑) กฎกระทรวง ฉบับที่ ๑๕ (พ.ศ. ๒๕๒๕) ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐

(๒) กฎกระทรวง ฉบับที่ ๒๑ (พ.ศ. ๒๕๒๘) ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐

ข้อ ๓ ในกฎกระทรวงนี้

“วิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน” หมายความว่า ข้อกำหนด มาตรฐาน หรือวิธีการให้บริการทางเภสัชกรรมด้านยาในสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภท เพื่อให้เกิดความปลอดภัยจากการใช้ยา

ข้อ ๔ ผู้ใดประสงค์จะขออนุญาต

(๑) ขายยาแผนปัจจุบัน ให้ยื่นคำขอพร้อมด้วยเอกสารหรือหลักฐานตามที่ระบุไว้ในแบบ ข.ย. ๑

(๒) ขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ให้ยื่นคำขอพร้อมด้วยเอกสารหรือหลักฐานตามที่ระบุไว้ในแบบ ข.ย. ๒

(๓) ขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จสำหรับสัตว์ ให้ยื่นคำขอพร้อมด้วยเอกสารหรือหลักฐานตามที่ระบุไว้ในแบบ ข.ย. ๓

(๔) ขายส่งยาแผนปัจจุบัน ให้ยื่นคำขอพร้อมด้วยเอกสารหรือหลักฐานตามที่ระบุไว้ในแบบ ข.ย. ๔

คำขออนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามแบบที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ข้อ ๕ ใบอนุญาตแต่ละประเภท ให้ใช้แบบดังต่อไปนี้

(๑) ขายยาแผนปัจจุบัน ให้ใช้แบบ ข.ย. ๕

(๒) ขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ให้ใช้แบบ ข.ย. ๖

(๓) ขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จสำหรับสัตว์ ให้ใช้แบบ ข.ย. ๗

(๔) ขายส่งยาแผนปัจจุบัน ให้ใช้แบบ ข.ย. ๘

ใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามแบบที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ข้อ ๖ สถานที่ขายยาต้องมีพื้นที่ขาย ให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้ยาติดต่อกันไม่น้อยกว่าแปดตารางเมตร โดยสถานที่ขายยาต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ถูกสุขลักษณะ เหมาะสมต่อการรักษาคุณภาพยา มีแสงสว่างเพียงพอ และมีบริเวณให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้ยาที่เป็นสัดส่วนตามที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา สำหรับสถานที่ขายส่งยาแผนปัจจุบันรัฐมนตรีอาจไม่กำหนดพื้นที่ให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้ยาก็ได้

ข้อ ๗ สถานที่ขายยาต้องมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการขาย การเก็บและการควบคุม หรือรักษาคุณภาพยา ตามลักษณะและจำนวนที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ข้อ ๘ ให้ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภทปฏิบัติดังต่อไปนี้

(๑) จัดทำป้ายด้วยวัสดุถาวรสีน้ำเงิน ขนาดกว้างและยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ x ๗๐ เซนติเมตร และมีข้อความเป็นตัวอักษรไทยสีขาว สูงไม่น้อยกว่า ๓ เซนติเมตร แสดงว่าเป็นสถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน หรือสถานที่ขายส่งยาแผนปัจจุบัน หรือ

(๒) จัดทำป้ายด้วยวัสดุถาวรสีเขียว ขนาดกว้างและยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ x ๗๐ เซนติเมตร และมีข้อความเป็นตัวอักษรไทยสีขาว สูงไม่น้อยกว่า ๓ เซนติเมตร แสดงว่าเป็นสถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน เฉพาะยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ หรือ

(๓) จัดทำป้ายด้วยวัสดุถาวรสีแดง ขนาดกว้างและยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ x ๗๐ เซนติเมตร และมีข้อความเป็นตัวอักษรไทยสีขาว สูงไม่น้อยกว่า ๓ เซนติเมตร แสดงว่าเป็นสถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน เฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์

(๔) จัดทำป้ายด้วยวัสดุถาวรสีน้ำเงิน สีเขียว หรือสีแดง ตามประเภทสถานที่ขายยา ขนาดกว้างและยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ x ๗๐ เซนติเมตร แสดงรูปถ่ายผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการหน้าเต็ม รูปสี่ ซึ่งถ่ายไว้ไม่เกินห้าปี ขนาดอย่างน้อย ๘ x ๑๕ เซนติเมตร และมีข้อความเป็นตัวอักษรไทยสีขาว สูงไม่น้อยกว่า ๓ เซนติเมตร แสดงชื่อตัว ชื่อสกุล และวิทยฐานะของผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ เลขที่ใบประกอบวิชาชีพ หรือใบประกอบโรคศิลปะ และเวลาที่ปฏิบัติการ

(๕) จัดทำบัญชีการซื้อยาแต่ละอย่างทุกครั้งโดยแสดงเลขที่หรืออักษรของครั้งที่ผลิต ชื่อผู้ขาย ชื่อและปริมาณยา ตลอดจนวัน เดือน ปีที่ซื้อตามแบบ ข.ย. ๙ และให้เก็บบัญชีไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่าสามปีนับแต่วันซื้อ

(๖) จัดทำบัญชีการขายยาควบคุมพิเศษแต่ละอย่างทุกครั้งโดยแสดงเลขที่หรืออักษรของครั้งที่ผลิต ชื่อและปริมาณยา ตลอดจนวัน เดือน ปี ที่ขายตามแบบ ข.ย. ๑๐ และให้เก็บบัญชีไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่าสามปีนับแต่วันขาย

(๗) จัดทำบัญชีการขายยาอันตรายเฉพาะรายการยาที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา กำหนดทุกครั้งโดยแสดงเลขที่หรืออักษรของครั้งที่ผลิต ชื่อและปริมาณยา ตลอดจนวัน เดือน ปี ที่ขายตามแบบ ข.ย. ๑๑ และให้เก็บบัญชีไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่าสามปีนับแต่วันขาย

(๘) จัดทำบัญชีการขายยาแต่ละอย่างทุกครั้งที่ยาตามใบสั่งยาของผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบโรคศิลปะ หรือผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ โดยแสดงชื่อ อายุ และที่อยู่ของผู้ใช้ยา ชื่อ

และที่อยู่หรือที่ทำงานของผู้ส่งยา ชื่อและปริมาณยา ตลอดจนวัน เดือน ปี ที่ขายตามแบบ ข.ย. ๑๒ และให้เก็บใบส่งยาไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งปีนับแต่วันขาย และให้เก็บบัญชีไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่าสามปี นับแต่วันขาย

(๙) จัดทำรายงานการขายยาตามประเภทที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนด ตามแบบ ข.ย. ๑๓ ทุกสี่เดือน และให้เสนอต่อเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่ครบกำหนดสี่เดือน ในกรณีมีเหตุจำเป็นเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือการคุ้มครองผู้บริโภค เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาอาจขอให้จัดทำรายงานการขายยาก่อนครบกำหนดสี่เดือนก็ได้

(๑๐) ควบคุมและบำรุงรักษาสถานที่ขายยาและอุปกรณ์ให้เป็นไปตามข้อ ๖ และข้อ ๗

บัญชีการซื้อยา บัญชีการขายยา และรายงานการขายยาตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามแบบ ที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศ ในราชกิจจานุเบกษา

ข้อ ๙ ให้ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการประจำสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภทส่งคำรับรอง ของผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการตามแบบ ข.ย. ๑๔

คำรับรองตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามแบบที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ข้อ ๑๐ ให้เภสัชกรชั้นหนึ่งซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการประจำสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันหรือ สถานที่ขายส่งยาแผนปัจจุบัน ปฏิบัติดังต่อไปนี้

(๑) ควบคุมการทำบัญชีตามข้อ ๘ (๕) (๖) (๗) และ (๘) ให้เป็นไปโดยถูกต้อง และ ลงลายมือชื่อกำกับไว้ในบัญชีด้วย

(๒) ควบคุมการส่งรายงานการขายยาตามข้อ ๘ (๙) ให้เป็นไปโดยถูกต้อง และลงลายมือชื่อ กำกับไว้ในรายงานด้วย

(๓) จัดให้มีข้อความดังต่อไปนี้ในฉลากที่ปิดภาชนะและหีบห่อบรรจุยาที่เภสัชกรปรุงขึ้น ตามใบสั่งยา คือ ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ขายยา เลขที่ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันตามประเภท ใบอนุญาต ชื่อผู้ส่งยา เลขที่ใบสั่งยา วัน เดือน ปีที่สั่งยา ชื่อผู้ขายยา และวัน เดือน ปีที่ปรุงยา ตลอดจนวิธีใช้ยา และคำเตือนตามความจำเป็น

(๔) ให้คำแนะนำตามสมควรเกี่ยวกับการใช้ยาให้ปลอดภัยตามหลักวิชาการและตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ

(๕) ควบคุมให้ขายยาควบคุมพิเศษเฉพาะแก่ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพทันตกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นหนึ่ง หรือเฉพาะตามใบสั่งยาของผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพทันตกรรม หรือผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นหนึ่ง แต่ในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉินและจำเป็นเพื่อความปลอดภัยแห่งชีวิตของผู้ป่วย เภสัชกรชั้นหนึ่งซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการประจำสถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน หรือสถานที่ขายส่งยาแผนปัจจุบันจะขายยาควบคุมพิเศษโดยไม่ต้องมีใบสั่งยาก็ได้ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(๖) ควบคุมให้ขายยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ที่เป็นยาควบคุมพิเศษเฉพาะแก่ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันซึ่งมีเภสัชกรชั้นหนึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ซึ่งมีเภสัชกรชั้นหนึ่งหรือผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นหนึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ หรือแก่ผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นหนึ่ง หรือเฉพาะตามใบสั่งยาของผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นหนึ่ง

(๗) ดำเนินการขายยาตามรายการที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนด ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนด

ข้อ ๑๑ ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภท และผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการต้องปฏิบัติตามวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชนที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ข้อ ๑๒ ผู้อนุญาตอาจจัดให้หน่วยงานหรือองค์กรวิชาชีพ ทำหน้าที่ตรวจประเมินตามวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชนของผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภท และผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการตามข้อ ๑๑ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาออกใบอนุญาตหรือต่ออายุใบอนุญาต

หน่วยงานหรือองค์กรวิชาชีพตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด

ข้อ ๑๓ ให้ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการตามมาตรา ๔๑ ควบคุมการทำบัญชีการซื้อยาตามข้อ ๘ (๕) เฉพาะยาแผนปัจจุบันซึ่งเป็นยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ให้เป็นไปโดยถูกต้อง และลงลายมือชื่อกำกับไว้ในบัญชีด้วย

ข้อ ๑๔ ให้เภสัชกรชั้นหนึ่งหรือผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นหนึ่ง ซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการประจำสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ปฏิบัติดังต่อไปนี้

(๑) ควบคุมการทำบัญชีตามข้อ ๘ (๕) (๖) (๗) และ (๘) เฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ให้เป็นไปโดยถูกต้อง และลงลายมือชื่อกำกับไว้ในบัญชีด้วย

(๒) ควบคุมให้ขายยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ที่เป็นยาควบคุมพิเศษเฉพาะแก่ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันซึ่งมีเภสัชกรชั้นหนึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ซึ่งมีเภสัชกรชั้นหนึ่งหรือผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นหนึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการหรือแก่ผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นหนึ่ง

สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นสองซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการประจำสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ให้ควบคุมการทำบัญชีตามข้อ ๘ (๕) และ (๗) เฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ให้เป็นไปโดยถูกต้อง และลงลายมือชื่อกำกับไว้ในบัญชีด้วย

ข้อ ๑๕ ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภทที่ประสงค์จะขอต่ออายุใบอนุญาต ให้ยื่นคำขอตามแบบ ข.ย. ๑๕

คำขอต่ออายุใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

การอนุญาตให้ต่ออายุใบอนุญาตจะแสดงไว้ในรายการท้ายใบอนุญาตนั้น หรือจะออกใบอนุญาตให้ใหม่ก็ได้

ข้อ ๑๖ ผู้อนุญาตจะพิจารณาไม่ต่ออายุใบอนุญาต เมื่อปรากฏว่า

(๑) ผู้รับอนุญาตขาดคุณสมบัติและมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๑๔

(๒) ไม่ผ่านการตรวจประเมินสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันตามวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชนตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(๓) ผู้รับอนุญาตไม่จัดให้มีผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการประจำอยู่ตลอดเวลาทำการอันเป็นการไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๒๑ มาตรา ๒๑ ทวิ มาตรา ๒๒ มาตรา ๒๓ และได้รับโทษปรับตามมาตรา ๑๐๓ หรือผู้รับอนุญาตขายยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษในระหว่างที่เภสัชกรชั้นหนึ่งหรือผู้ประกอบวิชาชีพ

การสั้วแพทย์ชั้นหนึ่งไม่อยู่ปฏิบัติหน้าที่ อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๓๒ และได้รับโทษปรับตามมาตรา ๑๐๗ เกินกว่าสามครั้งภายในระยะเวลาหนึ่งรอบอายุใบอนุญาต

(๔) ผู้รับอนุญาตฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยยา และได้รับโทษปรับหรือถูกเปรียบเทียบปรับ เกินกว่าห้าครั้งภายในระยะเวลาหนึ่งรอบอายุใบอนุญาต

ข้อ ๑๗ ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภทที่ประสงค์จะขอรับใบแทนใบอนุญาต ให้ยื่นคำขอตามแบบ ข.ย. ๑๖

คำขอรับใบแทนใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามแบบที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหาร และยากำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ใบแทนใบอนุญาตให้ใช้แบบ ข.ย. ๕ แบบ ข.ย. ๖ แบบ ข.ย. ๗ หรือแบบ ข.ย. ๘ แล้วแต่กรณี โดยมีคำว่า “ใบแทน” กำกับไว้ด้วย และให้มีวัน เดือน ปีที่ออกใบแทน พร้อมทั้งลงชื่อ ผู้อนุญาต

ข้อ ๑๘ ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภทที่ประสงค์จะย้ายสถานที่ขายยาจากสถานที่ ซึ่งระบุไว้ในใบอนุญาต ให้ยื่นคำขอพร้อมด้วยเอกสารหรือหลักฐานตามที่ระบุไว้ในแบบ ข.ย. ๑๖

การอนุญาตให้ย้ายสถานที่ขายยาตามวรรคหนึ่ง ให้กระทำโดยวิธีสลับหลังใบอนุญาต หรือออกใบอนุญาตให้ใหม่ โดยไม่ต้องเก็บค่าธรรมเนียม

คำขอย้ายสถานที่ขายยาตามวรรคหนึ่ง ให้ใช้แบบเดียวกับแบบคำขอตามข้อ ๑๗ วรรคสอง

ข้อ ๑๙ ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภทที่ประสงค์จะแก้ไขเปลี่ยนแปลงรายการใน ใบอนุญาตกรณีดังต่อไปนี้ ให้ยื่นคำขอตามแบบ ข.ย. ๑๗

(๑) การเปลี่ยนผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ

(๒) การพ้นหน้าที่ของผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ

(๓) การเพิ่มหรือลดจำนวนผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ

(๔) การเปลี่ยนผู้จัดการหรือผู้แทนของนิติบุคคล ในกรณีนิติบุคคลเป็นผู้รับอนุญาต

(๕) การแสดงความจำนงขอดำเนินกิจการแทนผู้รับอนุญาตที่ตาย

(๖) การเพิ่มหรือลดพื้นที่ของสถานที่

(๗) การแก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมชื่อสถานที่

(๘) การเพิ่มหรือลดสถานที่เก็บยา

(๙) การย้ายสถานที่เก็บยา

(๑๐) การเปลี่ยนเวลาทำการ

(๑๑) การเปลี่ยนชื่อตัว ชื่อสกุลของผู้รับอนุญาต ผู้จัดการหรือผู้แทนของนิติบุคคลในกรณีนิติบุคคลเป็นผู้รับอนุญาต หรือผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ

(๑๒) การเปลี่ยนเลขหมายประจำสถานที่

(๑๓) การเปลี่ยนชื่อถนน ตำบลหรือแขวง อำเภอหรือเขต หรือจังหวัด

คำขอเปลี่ยนแปลงรายการในใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามแบบที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

การอนุญาตให้แก้ไขเปลี่ยนแปลงรายการในใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้กระทำโดยวิธีสลักหลังใบอนุญาต หรือออกใบอนุญาตให้ใหม่ โดยไม่ต้องเก็บค่าธรรมเนียม

ข้อ ๒๐ การยื่นคำขอตามกฎหมายกระทรวงนี้ ในกรุงเทพมหานคร ให้ยื่น ณ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข สำหรับจังหวัดอื่น ให้ยื่น ณ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด หรือจะยื่นที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ก็ได้ หรือวิธีการอื่นตามที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยากำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา พร้อมด้วยเอกสารหรือหลักฐานตามที่ระบุไว้ในแบบคำขอนั้น

ข้อ ๒๑ ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภทตามข้อ ๓ แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ ๑๕ (พ.ศ. ๒๕๒๕) ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ให้ใช้ได้ต่อไปจนกว่าใบอนุญาตนั้นจะสิ้นอายุ

ข้อ ๒๒ บรรดาคำขออนุญาต คำขอต่ออายุใบอนุญาต คำขอใบแทนใบอนุญาต คำขอย้ายสถานที่ขายยา หรือคำขอแก้ไขเปลี่ยนแปลงรายการที่ได้รับอนุญาต ที่ได้ยื่นไว้ก่อนวันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับและยังคงอยู่ในระหว่างการดำเนินการ ให้ถือว่าเป็นคำขอตามกฎหมายกระทรวงนี้โดยอนุโลม ในกรณีที่คำขอที่ยื่นไว้นั้นมีข้อแตกต่างไปจากคำขอตามกฎหมายกระทรวงนี้ ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจสั่งให้แก้ไขเพิ่มเติมได้ตามความจำเป็น

ข้อ ๒๓ ให้ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ ๑๕ (พ.ศ. ๒๕๒๕) ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ ๒๑ (พ.ศ. ๒๕๒๘) ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐

ดำเนินการให้เป็นไปตามข้อ ๖ ข้อ ๗ และข้อ ๑๑ แห่งกฎกระทรวงนี้ ภายในระยะเวลาที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ทั้งนี้ ต้องไม่เกินแปดปีนับแต่วันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ

ข้อ ๒๔ ให้ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการประจำสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันทุกประเภทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยยาเสพติด ๑๕ (พ.ศ. ๒๕๒๕) ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ ๒๑ (พ.ศ. ๒๕๒๘) ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ดำเนินการให้เป็นไปตามข้อ ๑๑ แห่งกฎกระทรวงนี้ ภายในระยะเวลาที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ทั้งนี้ ต้องไม่เกินแปดปีนับแต่วันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ

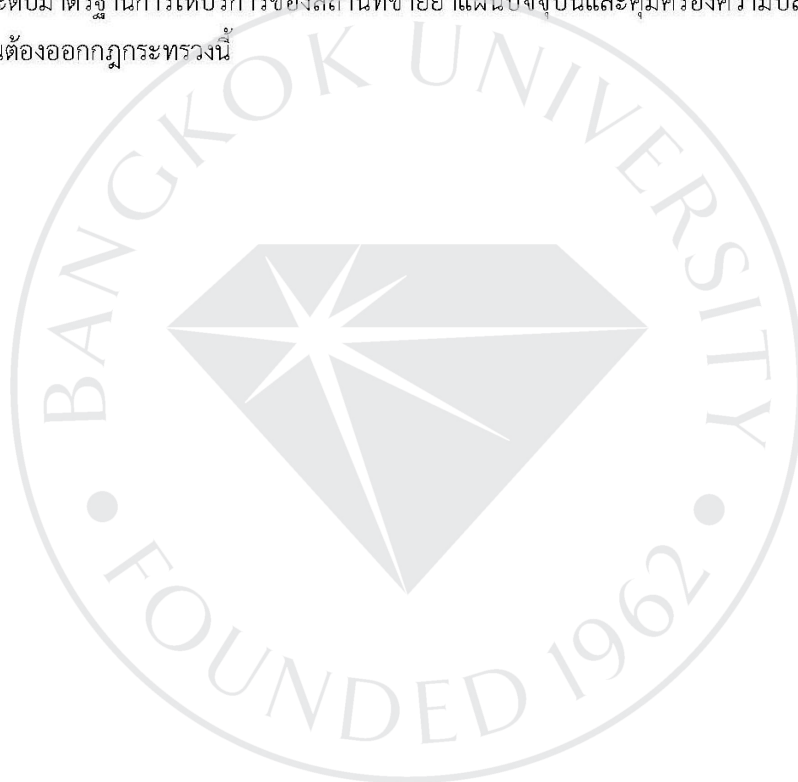
ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๖

ประติษฐ สีนธมรงค์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข



หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ เนื่องจากกฎกระทรวง ฉบับที่ ๑๕ (พ.ศ. ๒๕๒๕) ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ ๒๑ (พ.ศ. ๒๕๒๘) ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ในการขออนุญาต การออกใบอนุญาต และการออกใบแทนใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันไม่เหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบัน สมควรปรับปรุงหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขดังกล่าว และเพิ่มเติมเงื่อนไขในการต่ออายุ ใบอนุญาต รวมทั้งกำหนดลักษณะสถานที่และอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการของสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันและคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้





(ร่าง)

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข
เรื่อง การกำหนดเกี่ยวกับสถานที่ อุปกรณ์ และวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน
ในสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันตามกฎหมายว่าด้วยยา
พ.ศ. ๒๕๕๗

อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๖ ข้อ ๗ และข้อ ๑๑ ของกฎกระทรวงการขออนุญาตและการออกใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน พ.ศ. ๒๕๕๖ ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๒๒ และพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๓๐ อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับมาตรา ๓๓ มาตรา ๔๑ มาตรา ๔๓ และมาตรา ๔๕ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยบัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขโดยคำแนะนำของคณะกรรมการยาในการประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๕๗ เมื่อวันที่ ๒๐ มีนาคม ๒๕๕๗ จึงออกประกาศไว้ดังนี้

ข้อ ๑ ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับนี้ให้ใช้บังคับนับแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ ๒ ให้ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันจัดให้มีสถานที่ขายยา อุปกรณ์ที่ใช้ในการขายยา การเก็บและการควบคุม หรือการรักษาคุณภาพยาตามที่กำหนดในภาคผนวก ก ท้ายประกาศฉบับนี้

ข้อ ๓ ให้ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันและผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ ดำเนินการขายยา โดยปฏิบัติตามวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชนตามที่กำหนดในภาคผนวก ข ท้ายประกาศฉบับนี้

ประกาศ ณ วันที่

()

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

- ๒ -

ภาคผนวก ก
แนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข
เรื่อง การกำหนดเกี่ยวกับสถานที่ อุปกรณ์ และวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน
ในสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันตามกฎหมายว่าด้วยยา
พ.ศ. ๒๕๕๗

ข้อกำหนดของสถานที่ อุปกรณ์ที่ใช้ในการขายยา การเก็บและการควบคุมหรือรักษาคุณภาพยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน

ข้อ ๑ สถานที่ขายยาแผนปัจจุบันต้องเป็นไปตามข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑.๑ สถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน ต้องมีพื้นที่ขาย ให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้อย่างถูกต้องกัน ขนาดไม่น้อยกว่า ๘ ตารางเมตร ทั้งนี้ไม่รวมถึงพื้นที่เก็บสำรองยา โดยความยาวของด้านที่สั้นที่สุดของพื้นที่ต้องไม่น้อยกว่า ๒ เมตร

๑.๒ กรณีมีพื้นที่เก็บสำรองยาเป็นการเฉพาะจะต้องมีพื้นที่เพียงพอ สำหรับการจัดเก็บรักษายาประเภทต่าง ๆ วัสดุและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อย่างเป็นระเบียบ เหมาะสม และไม่วางยาสัมผัสกับพื้นโดยตรง

๑.๓ บริเวณสำหรับให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้อย่างถูกต้อง ต้องเป็นส่วนแยกออกจากส่วนบริการอื่นอย่างชัดเจนมีพื้นที่พอสำหรับการให้คำปรึกษาและการจัดเก็บประวัติ รวมทั้งจัดให้มีโต๊ะเก้าอี้สำหรับเภสัชกรและผู้มารับคำปรึกษาอยู่ในบริเวณดังกล่าวพร้อมทั้งมีป้ายแสดงชัดเจน

๑.๔ สถานที่ขายยาต้องมีความมั่นคง มีทะเบียนบ้านที่ออกให้โดยส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่เป็นการเช่า ต้องมีพื้นที่อนุญาตให้ประกอบกิจการไม่ใช่ที่พักอาศัย

๑.๕ สถานที่ขายยาต้องมีความแข็งแรงก่อสร้างด้วยวัสดุที่คงทนถาวรเป็นส่วนชัดเจน

๑.๖ สถานที่ขายยาต้องถูกสุขลักษณะ สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีการควบคุมป้องกันสัตว์แมลงรบกวน ไม่มีสัตว์เลี้ยงในบริเวณขายยา และอากาศถ่ายเทสะดวก

๑.๗ สถานที่ขายยาต้องมีสภาพเหมาะสมต่อการรักษาคุณภาพยา โดยในพื้นที่ขายยาและเก็บสำรองยา ต้องมีการถ่ายเทอากาศที่ดี แห้ง สามารถควบคุมอุณหภูมิให้ไม่เกิน ๓๐ องศาเซลเซียส และสามารถป้องกันแสงแดดไม่ให้ส่องโดยตรงถึงผลิตภัณฑ์ยา

๑.๘ สถานที่ขายยาต้องมีแสงสว่างเพียงพอในการอ่านเอกสาร อ่านฉลากผลิตภัณฑ์ยา และป้ายแสดงต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน

๑.๙ บริเวณ ...

๑.๙ บริเวณจัดวางยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษในพื้นที่ขายยา จะต้อง

๑.๙.๑ มีพื้นที่เพียงพอในการจัดวางยาแยกตามประเภทของยาและสามารถติดป้ายแสดงประเภทของยาได้ชัดเจนตามหลักวิชาการ

๑.๙.๒ จัดให้มีวัสดุทิบ ใช้ปิดบังบริเวณที่จัดวางยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษสำหรับปิดในเวลาที่เกิดลักขโมยหรือผู้ที่มีหน้าที่ปฏิบัติการไม่อยู่ปฏิบัติหน้าที่ และจัดให้มีป้ายแจ้งให้ผู้มารับบริการทราบว่าเกิดลักขโมยหรือผู้ที่มีหน้าที่ปฏิบัติการไม่อยู่

ข้อ ๒ สถานที่ขายยาแผนปัจจุบันต้องมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการขายยา การเก็บและการควบคุมหรือการรักษาคุณภาพยาตามลักษณะและจำนวนไม่น้อยกว่าที่กำหนด ดังนี้

๒.๑ ตู้เย็น จำนวน ๑ เครื่อง

(เฉพาะกรณียาที่ต้องเก็บรักษาในอุณหภูมิที่ต่ำกว่าอุณหภูมิห้อง) ในสภาพที่ใช้งานได้ตามมาตรฐาน มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการจัดเก็บยาแต่ละชนิดเป็นส่วนเฉพาะไม่ใช่เก็บของปะปนกับสิ่งของอื่น

๒.๒ ถาดนับเม็ดยา อย่างน้อย ๒ ถาด

ในสภาพใช้งานได้ดี และกรณีต้องมีการแบ่งบรรจุยาในกลุ่มเพนนิซิลิน หรือยาในกลุ่มซัลโฟนาไมด์ หรือยาในกลุ่มต้านการอักเสบชนิดที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ (NSAID) ทั้งนี้อุปกรณ์นับเม็ดยาสำหรับยาในกลุ่มเพนนิซิลิน หรือยาในกลุ่มซัลโฟนาไมด์ หรือยาในกลุ่มต้านการอักเสบชนิดที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ (NSAID) ให้แยกใช้เด็ดขาดจากยาในกลุ่มอื่น ๆ

๒.๓ เครื่องวัดความดันโลหิต (ชนิดอัตโนมัติ) จำนวน ๑ เครื่อง

ในสภาพที่ใช้งานได้ตามมาตรฐาน

๒.๔ เครื่องชั่งน้ำหนักสำหรับผู้มารับบริการ จำนวน ๑ เครื่อง

ในสภาพที่ใช้งานได้ดี

๒.๕ อุปกรณ์ที่วัดส่วนสูงสำหรับผู้มารับบริการ จำนวน ๑ เครื่อง

ในสภาพที่ใช้งานได้ดี

๒.๖ อุปกรณ์สำหรับดับเพลิง จำนวน ๑ เครื่อง

ในสภาพที่สามารถพร้อมใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพอยู่ในบริเวณสถานที่เก็บยา

- ๔ -

ภาคผนวก ข
แนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข
เรื่อง การกำหนดเกี่ยวกับสถานที่ อุปกรณ์ และวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน
ในสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันตามกฎหมายว่าด้วยยา
พ.ศ. ๒๕๕๗

วิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชนในสถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน

ข้อ ๑ นิยามศัพท์

“เภสัชกร” หมายความว่า เภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ ณ สถานที่ขายยาแผนปัจจุบันตามกฎหมายว่าด้วยยาและให้หมายความรวมถึงเภสัชกรที่มาปฏิบัติหน้าที่แทนด้วย

“พนักงานร้านยา” หมายความว่า ผู้ซึ่งเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ มอบหมายเป็นลายลักษณ์อักษรให้สนับสนุนการให้บริการทางเภสัชกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดยา การรักษาคุณภาพยา การให้ความรู้ด้านสุขภาพภายใต้ขอบเขตที่กำหนด และการกำกับดูแลของผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ

“ผลิตภัณฑ์สุขภาพ” หมายความว่า ยา อาหาร วัตถุเสพติด เครื่องสำอาง วัตถุอันตราย และเครื่องมือแพทย์

หมวดบุคลากร

ข้อ ๒ เภสัชกรเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการทางเภสัชกรรมชุมชน

ข้อ ๓ พนักงานร้านยา ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายยา และงานที่ได้รับมอบหมายจนสามารถปฏิบัติงานได้ดี และผ่านการอบรมอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ

ข้อ ๔ เภสัชกรจะต้องแต่งกายด้วยเสื้อกาวน์สีขาว ติดเครื่องหมายสัญลักษณ์ของสภาเภสัชกรรม และแสดงตนว่าเป็นเภสัชกร ทั้งนี้เป็นไปตามสมควร เหมาะสมแก่ฐานะและศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพเภสัชกรรม แสดงตนให้แตกต่างจากพนักงานร้านยาและบุคลากรอื่นภายในร้านขายยา

ข้อ ๕ การแต่งกายพนักงานร้านยาและบุคลากรอื่นภายในร้านขายยา ต้องใส่เสื้อ ป้ายแสดงตน ไม่สื่อไปในทางที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจว่าเป็นเภสัชกร

ข้อ ๖ มีการแบ่งแยกบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของเภสัชกร พนักงานร้านยา และบุคลากรอื่นภายในร้านขายยาในการให้บริการไว้อย่างชัดเจน โดยคำนึงถึงความถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยยา และกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพเภสัชกรรม

หมวดการควบคุมคุณภาพยา

ข้อ ๗ ต้องมีการคัดเลือกยา และจัดหาจากผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่ายที่ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยยา และมีมาตรฐานตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต จัดเก็บ และการขนส่ง

ข้อ ๘ ต้อง ...

- ๕ -

ข้อ ๘ ต้องมีการเก็บรักษา ยา ภายใต้สภาวะอุณหภูมิที่เหมาะสม หลีกเลี่ยงแสงแดด เป็นไปตามหลักวิชาการ เพื่อให้ยานั้นคงคุณภาพที่ดี

ข้อ ๙ ต้องมีระบบตรวจสอบยาที่หมดอายุหรือเสื่อมคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้มีไว้ใน จุดจ่ายยา

ข้อ ๑๐ ต้องมีระบบการส่งคืนหรือทำลายยาที่หมดอายุ หรือยาเสื่อมคุณภาพให้ชัดเจน ถูกต้องตามหลักวิชาการ ไม่เป็นปัญหากับสิ่งแวดล้อมรวมถึงระบบการป้องกันการนำยาดังกล่าวไปจำหน่าย

ข้อ ๑๑ ต้องมีระบบการตรวจสอบคุณภาพ ยา คัดหรือยาเปลี่ยนก่อนกลับมาจำหน่าย โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพของยาและความปลอดภัยของผู้ใช้ยา

ข้อ ๑๒ ต้องจัดให้มีระบบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา จัดการคลังสินค้าและการจำหน่าย ให้ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน สามารถสืบย้อนได้

ข้อ ๑๓ ต้องเลือกภาชนะบรรจุที่เหมาะสม เพื่อป้องกันไม่ให้ยาเสื่อมสภาพก่อนเวลาอันสมควรพร้อมฉลากยา

หมวดการให้บริการทางเภสัชกรรมกับผู้ป่วย

ข้อ ๑๔ การให้บริการทางเภสัชกรรม ตามหน้าที่ที่กฎหมายว่าด้วยยาและกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพเภสัชกรรมต้องปฏิบัติโดยเภสัชกร

ข้อ ๑๕ ต้องซักถามข้อมูลที่เป็นของผู้มารับบริการ เพื่อประกอบการพิจารณาเลือกสรรยา หรือผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย เหมาะสมกับผู้ป่วยตามหลักวิชาการ สมเหตุสมผลตามมาตรฐานการประกอบวิชาชีพ

ข้อ ๑๖ จัดให้มีฉลากบนของบรรจุยาหรือภาชนะบรรจุยาอันตราย และยาควบคุมพิเศษที่ส่งมอบให้ผู้รับบริการโดยต้องแสดงข้อมูลอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

๑๖.๑ ชื่อ ที่อยู่ของร้านขายยาและหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้

๑๖.๒ ข้อมูลเพื่อให้ผู้รับบริการใช้ยาได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ปลอดภัย ติดตามได้

ดังนี้

๑๖.๒.๑ วันที่จ่ายยา

๑๖.๒.๒ ชื่อผู้รับบริการ

๑๖.๒.๓ ชื่อยาที่เป็นชื่อสามัญทางยา หรือชื่อการค้า

๑๖.๒.๔ ความแรง

๑๖.๒.๕ จำนวนจ่าย

๑๖.๒.๖ ข้อบ่งใช้

๑๖.๒.๗ วิธีใช้ยา ที่ชัดเจนเข้าใจง่าย

๑๖.๒.๘ ฉลากช่วย คำแนะนำ คำเตือน หรือเอกสารให้ความรู้เพิ่มเติม

(ถ้าจำเป็น)

๑๖.๒.๙ ลายมือชื่อเภสัชกร

ข้อ ๑๗ การ ...

ข้อ ๑๗ การส่งมอบยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษ ให้กับผู้มารับบริการเฉพาะราย ต้องกระทำโดยเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการเท่านั้น พร้อมให้คำแนะนำ ตามหลักวิชาการและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ โดยต้องให้ข้อมูลดังนี้

๑๗.๑ ชื่อยา

๑๗.๒ ข้อบ่งใช้

๑๗.๓ ขนาด และวิธีการใช้

๑๗.๔ ผลข้างเคียง (Side effect) (ถ้ามี) และอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reaction) ที่อาจเกิดขึ้น

๑๗.๕ ข้อควรระวังและข้อควรปฏิบัติในการใช้ยา

๑๗.๖ การปฏิบัติเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้ยา

ข้อ ๑๘ มีกระบวนการในการป้องกันการแพ้ยาของผู้มารับบริการ ที่มีประสิทธิภาพเหมาะสม

ข้อ ๑๙ มีกระบวนการคัดกรองและส่งต่อผู้ป่วยที่เหมาะสม

ข้อ ๒๐ กรณีที่มีการผลิตยาตามใบสั่งยาของผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมหรือของผู้ประกอบโรคศิลปะที่สั่งสำหรับคนไข้เฉพาะราย หรือตามใบสั่งยาของผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ สำหรับสัตว์เฉพาะราย และการแบ่งบรรจุยาในสถานที่ขายยา ให้คำนึงถึงการปนเปื้อน การแพ้ยา โดยต้องจัดให้มีสถานที่อุปกรณ์ ตามที่กำหนดและเป็นไปตามมาตรฐานการประกอบวิชาชีพเภสัชกรรมด้านการผลิตยาสำหรับคนไข้เฉพาะรายของสภาเภสัชกรรม

ข้อ ๒๑ ต้องจัดให้มีกระบวนการเฝ้าระวังอาการไม่พึงประสงค์ พฤติกรรมการใช้ยาไม่เหมาะสม ปัญหาคุณภาพยา และรายงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ

ข้อ ๒๒ จัดให้มีแหล่งข้อมูลอ้างอิงด้านยาที่เหมาะสมเชื่อถือได้ สำหรับใช้ในการให้บริการทางเภสัชกรรมเพื่อส่งเสริมการใช้ยาอย่างถูกต้อง ปลอดภัย รวมทั้งการให้บริการเภสัชสนเทศ

ข้อ ๒๓ การจัดวางสื่อให้ความรู้และสื่อโฆษณาสำหรับผู้มารับบริการจะต้องได้รับคำยินยอมอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษรจากเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ และให้สื่อเป็นความรับผิดชอบที่เภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการจะต้องควบคุม โดยจะต้องไม่โอ้อวด ไม่บิดเบือนความจริง ไม่สร้างความเข้าใจผิดให้ผู้บริโภค และต้องผ่านการอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย

ข้อ ๒๔ การดำเนินกิจกรรมด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับผู้มารับบริการในร้านยาโดยบุคลากรอื่น ซึ่งมีใช้เภสัชกรหรือพนักงานร้านยา จะต้องได้รับคำยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากเภสัชกร และให้สื่อเป็นความรับผิดชอบที่เภสัชกรจะต้องควบคุมกำกับกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในสถานที่ขายยาให้ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยยาหรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สุขภาพนั้นๆ รวมทั้งกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพเภสัชกรรม

ข้อ ๒๕ ไม่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์

แบบฟอร์มและเอกสารการขออนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน

ติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่

กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรธานี

เลขที่ 130 หมู่ 8 ต.ชัยมงคล อ.ลับแล จ.อุดรธานี 53130

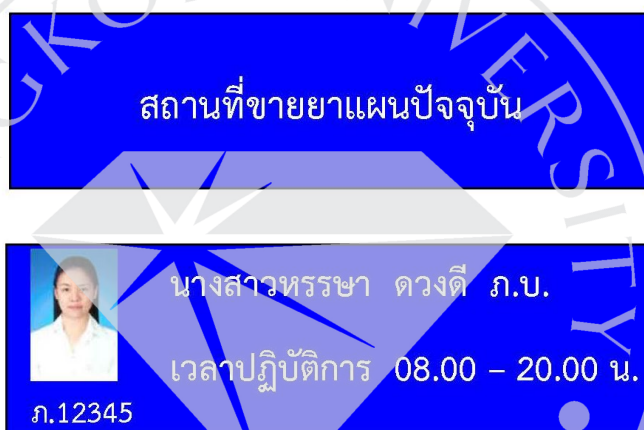
โทร. 0 5541 2227, 0 5541 6454 โทรสาร 0 5541 1848

e-mail: uttconsumer@hotmail.com

1. แบบคำขออนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (แบบ ข.ย.1)
2. สำเนาทะเบียนบ้านของผู้ขออนุญาตและผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ
3. สำเนาบัตรประชาชน/บัตรข้าราชการของผู้ขออนุญาตและผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ
4. ใบรับรองแพทย์ของผู้ขออนุญาตและผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการซึ่งรับรองว่าไม่เป็นโรคตามมาตรา 14 (6) แห่ง พ.ร.บ.ยา พ.ศ. 2510
5. คำรับรองของผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ
6. สำเนาใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ
7. สัญญาระหว่างผู้รับอนุญาตและผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ จำนวน 3 ชุด
8. เอกสารแสดงการเป็นเจ้าของกิจการและหลักทรัพย์
 - 3.1 กรณีผู้ขออนุญาตเป็นเจ้าของสถานที่ที่จะเปิดทำการ
สำเนาทะเบียนบ้านของสถานที่ที่จะเปิดทำการซึ่งระบุว่าผู้ขออนุญาตเป็นเจ้าของสถานที่ดังกล่าว
 - 3.2 กรณีผู้ขออนุญาตไม่ได้เป็นเจ้าของสถานที่ที่จะเปิดทำการ
 - สำเนาหนังสือสัญญาเช่าอาคาร
 - สำเนาทะเบียนบ้านของสถานที่ที่จะเปิดทำการ
 - หนังสือรับรองจากรายการระบุดเงินฝากของผู้อนุญาต หรือสำเนาโฉนดที่ดินที่ระบุว่าผู้ขออนุญาตเป็นเจ้าของโฉนดนั้น
 - 3.3 กรณีเป็นนิติบุคคล ให้ส่งเอกสารดังนี้
 - หนังสือรับรองการจดทะเบียนการเป็นนิติบุคคล(บริษัท หรือห้างหุ้นส่วนจำกัด)
 - บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นทั้งหมดของนิติบุคคล กรณีเป็นบริษัท หรือสำเนาทะเบียนบ้านกรณีเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด
9. เอกสารแสดงว่าเป็นผู้จัดการหรือผู้แทน ซึ่งเป็นผู้ดำเนินกิจการของนิติบุคคล (ใบมอบอำนาจพร้อมติดอากรแสตมป์ 30 บาท ในกรณีนิติบุคคลเป็นผู้ขออนุญาต)
10. สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์
11. แผนที่ตั้งสถานที่ทำการ
12. แผนผังการจัดสถานที่ภายในของอาคารที่ขออนุญาตเป็นสถานที่ขายยา
13. รูปถ่ายของผู้ขออนุญาต ขนาด 1 นิ้ว ซึ่งถ่ายไว้ไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 3 รูป (เขียนชื่อ-สกุล ด้านหลังรูป)

14. ข้อกำหนดในการจัดเตรียมป้าย

ให้ผู้รับอนุญาตฯ จัดทำป้ายด้วย วัสดุถาวร ติดไว้ ณ ที่เปิดเผย หน้าสถานที่ทำการ ซึ่งเห็นได้ ง่ายจากภายนอกอาคาร ดังนี้ ข้อความที่แสดงในป้าย	สีพื้น	สีตัวอักษร	ขนาดป้าย	ความสูงของ ตัวอักษร
1.สถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน	น้ำเงิน	ขาว	ไม่ต่ำกว่า 20x70 ซม.	ไม่ต่ำกว่า 3 ซม.
2.ชื่อ - สกุล วิทยฐานะ เลขที่ใบ ประกอบวิชาชีพ และเวลา ปฏิบัติการ พร้อมรูปถ่าย	น้ำเงิน	ขาว	ไม่ต่ำกว่า 20x70 ซม.	ไม่ต่ำกว่า 3 ซม.
รูปถ่าย หน้าเต็ม รูปสี ถ่ายไว้ไม่เกิน 5 ปี ขนาดอย่างน้อย 8 x 15 ซม.				

**คำชี้แจง**

1. ให้ผู้ขออนุญาตฯ จัดเตรียมสถานที่ขายยาและจัดทำป้ายต่างๆ ให้เรียบร้อย
2. เมื่อผู้ขออนุญาตฯ ได้ยื่นคำขอพร้อมด้วยหลักฐาน เจ้าหน้าที่ได้ตรวจสอบว่าครบถ้วนแล้ว เจ้าหน้าที่จะนัดวันเวลาเพื่อออกตรวจสอบสถานที่
3. หลังการออกตรวจสอบสถานที่ หากผลการตรวจจะเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด เจ้าหน้าที่จะดำเนินการ ออกใบอนุญาตให้ และแจ้งให้ผู้ขออนุญาตฯ มารับใบอนุญาต พร้อมชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต
4. ใบอนุญาตสิ้นอายุในวันที่ 31 ธันวาคม ของปี ที่ออกใบอนุญาต
5. ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน 2,000 บาท/ปี

แบบ ข.ย.๑

ที่ปิดรูปถ่าย
ผู้ขออนุญาต
หรือ
ผู้ดำเนินการ
ขนาด ๓x ๔
เซนติเมตร

เลขที่.....
วันที่.....
ลงชื่อ.....ผู้รับคำขอ

คำขออนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน

เขียนที่.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า.....

(ชื่อผู้ขออนุญาต)

ซึ่งมีผู้ดำเนินการ ชื่อ.....อายุ.....ปี สัญชาติ.....

อยู่เลขที่.....ตรอก / ซอย.....ถนน.....

หมู่ที่.....ตำบล / แขวง.....อำเภอ / เขต.....

จังหวัด.....โทรศัพท์.....

ขอรับใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน โดยมีสถานที่ขายยาชื่อ.....

อยู่เลขที่.....ตรอก / ซอย.....ถนน.....

หมู่ที่.....ตำบล / แขวง.....อำเภอ / เขต.....

จังหวัด.....โทรศัพท์.....เวลาทำการ.....

โดยมีเภสัชกรชั้น.....ชื่อ.....ใบอนุญาตประกอบโรคศิลปะเลขที่.....

(ถ้ามีมากกว่าหนึ่งคนให้แจ้งเพิ่มเติมท้ายคำขอนี้จนครบ)

เป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการตามมาตรา ๓๙ หรือมาตรา ๔๐ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าในระยะเวลาสองปีก่อนยื่นคำขอนี้ ข้าพเจ้าไม่เคยได้รับโทษจำคุก โดยคำพิพากษาถึงที่สุด หรือคำสั่งที่ขบด้วยกฎหมายให้จำคุกในความผิดที่กฎหมายบัญญัติ ให้ถือเอาการกระทำโดยทุจริตเป็นองค์ประกอบ หรือในความผิดตามกฎหมายว่าด้วยยาเสพติดให้โทษ กฎหมายว่าด้วยวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท กฎหมายว่าด้วยการขายยาหรือพระราชบัญญัตินี้

-๒-

ข้าพเจ้าได้แนบหลักฐานมาด้วย คือ

- (๑) รูปถ่ายของผู้ดำเนินกิจการ ขนาด ๓x๔ เซนติเมตร จำนวน ๒ รูป
- (๒) เอกสารแสดงการเป็นเจ้าของกิจการและหลักทรัพย์
- (๓) สำเนาหรือรูปถ่ายทะเบียนบ้านของผู้ดำเนินกิจการ
- (๔) ใบรับรองของผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ซึ่งรับรองว่าผู้ดำเนินกิจการไม่เป็นโรค

ตามมาตรา ๑๔ (๖) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐

(๕) สัญญาระหว่างผู้ขออนุญาตและเภสัชกร ซึ่งรับจะเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการของผู้ขออนุญาต

(๖) สำเนาหรือรูปถ่ายใบอนุญาตประกอบโรคศิลปะของเภสัชกรทุกคน ซึ่งรับจะเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการของผู้ขออนุญาต

(๗) เอกสารแสดงว่าเป็นผู้จัดการหรือผู้แทน ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการของนิติบุคคล (กรณีนิติบุคคลเป็นผู้ขออนุญาต)

(๘) เอกสารอื่น ๆ ถ้ามี

(ลายมือชื่อ).....ผู้ยื่นคำขอ

คำรับรองของผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ

แบบ ข.ย. ๑๑

เขียนที่.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า.....อายุ.....ปี สัญชาติ.....

อยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....

หมู่ที่.....ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....

จังหวัด.....โทรศัพท์.....ขอให้คำรับรองต่อพนักงานเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ว่า

- (๑) ข้าพเจ้าเป็น
- ☐ ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม
- ☐ ผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งสาขา.....
- ☐ ผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ชั้น.....

ใบอนุญาตเลขที่.....ออกให้ ณ วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

- (๒) ข้าพเจ้า
- ☐ ไม่เคยเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการของสถานที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาแห่งใดมาก่อน
- ☐ เคยเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการตามมาตรา.....แห่งพระราชบัญญัติยา

พ.ศ. ๒๕๑๐ ของ.....จังหวัด.....มาก่อน แต่ได้เลิก

(ชื่อสถานที่).....การเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ ณ สถานที่ดังกล่าวตั้งแต่วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

(๓) ข้าพเจ้าขอรับรองว่าขณะนี้ข้าพเจ้ามิได้เป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการของสถานที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาแห่งใด

- (๔) ขณะนี้ข้าพเจ้า
- ☐ ไม่ได้รับราชการหรือทำงานอยู่แห่งใด
- ☐ รับราชการหรือทำงานประจำอยู่ที่.....
- เวลาทำการ.....

(๕) ข้าพเจ้าจะเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการประจำ ณ สถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน.....

ชื่อ.....อยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....

ถนน.....หมู่ที่.....ตำบล/แขวง.....

อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....โทรศัพท์.....

- ☐ ตลอดเวลาที่เปิดทำการ
- ☐ เวลาทำการ.....

ข้าพเจ้าทราบดีว่าหากคำรับรองที่ข้าพเจ้าให้ไว้เป็นเท็จ ข้าพเจ้าอาจถูกดำเนินคดีฐานแจ้งความเท็จต่อเจ้าพนักงาน

คำรับรองนี้ทำต่อหน้าพนักงานเจ้าหน้าที่

(ลายมือชื่อ).....ผู้ให้คำรับรอง

(ลายมือชื่อ).....พนักงานเจ้าหน้าที่

หมายเหตุ :- ใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ นำข้อความที่ต้องการ

สัญญาระหว่างผู้รับอนุญาตกับผู้หน้าที่ปฏิบัติการ
ตามพระราชบัญญัติฯ พ.ศ. 2510

เขียน

วันที่ เดือน พ.ศ.

สัญญาระหว่าง ในนามของ

เลขที่ ถนน หมู่ที่ ตำบล อำเภอ
จังหวัด ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้รับอนุญาต” ฝ่ายหนึ่งกับ

() การบำบัดโรคสัตว์

ผู้ประกอบ () โรคศิลปะแผน สาขา

() วิชาชีพเภสัชกรรม

ชั้น ใบอนุญาตเลขที่ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้หน้าที่ปฏิบัติการ” อีกฝ่าย
หนึ่ง ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงทำสัญญานี้เพื่อปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติฯ พ.ศ.2510 ร่วมกัน โดยมีข้อความดังต่อไปนี้

1. ผู้รับอนุญาตยินยอมและตกลงให้ผู้หน้าที่ปฏิบัติการเข้าปฏิบัติหน้าที่ ณ ของผู้รับ
อนุญาตเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติฯ พ.ศ.2510 ตั้งแต่วันที่ เดือน พ.ศ.
2. ผู้หน้าที่ปฏิบัติการยินยอมรับปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัติฯ พ.ศ.2510 ในหน้าที่ที่กำหนดไว้ใน ข้อ 1. ของ
สัญญานี้ทุกประการ
3. ผู้รับอนุญาตยินยอมจ่ายค่าเงินทดแทนเป็นรายเดือนให้ผู้หน้าที่ปฏิบัติการเดือนละ บาท
(.....) ภายในวันสิ้นเดือนปฏิทินทุก ๆ เดือน
4. หนังสือสัญญานี้มีอายุจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.
5. หากคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดบอกเลิกสัญญานี้ก่อนครบกำหนดตามข้อ 4 ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้อีกฝ่ายหนึ่ง
ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า วัน และต้องแจ้งให้กองควบคุมยาทราบตามกฎหมายด้วย
6. หากต้องการมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ ที่ผู้หน้าที่ปฏิบัติการอยู่ เพื่อให้การปฏิบัติการได้
เป็นไปโดยถูกต้องตามพระราชบัญญัติฯ พ.ศ. 2510 และกฎกระทรวงซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติฯ ฉบับดังกล่าว ผู้รับ
อนุญาตยินยอมปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้หน้าที่ปฏิบัติการทุกประการ
7. ภาษีเงินได้ที่จะต้องเสียตามกฎหมาย ผู้รับอนุญาตและผู้หน้าที่ปฏิบัติการตกลงกันว่า เป็นผู้เสีย
8. หากปรากฏว่า คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดไม่ปฏิบัติตามสัญญานี้แม้แต่ข้อหนึ่งข้อใดคู่สัญญานี้เป็นอันยกเลิกทันที โดย
คู่สัญญาไม่ต้องปฏิบัติตามข้อ 5 และคู่สัญญานี้มีสิทธิที่จะฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายได้ตามกฎหมาย หากมีการฟ้องร้องกันขึ้น ทั้ง
สองฝ่ายตกลงกันว่าฝ่ายที่ผิดสัญญาจะต้องเป็นผู้ชดเชยค่าใช้จ่ายในการฟ้องร้อง เช่น ค่าทนายและค่าธรรมเนียมศาลอื่น ๆ เป็นต้น
9. สัญญานี้ทำขึ้นเป็นสามฉบับในข้อความตรงกัน คู่สัญญาดังกล่าวถือไว้คนละฉบับ และมอบให้กองควบคุมยา
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เก็บไว้เป็นหลักฐานหนึ่งฉบับ

คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายต่างเข้าใจในข้อความในสัญญานี้ดีแล้ว จึงได้ลงชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน

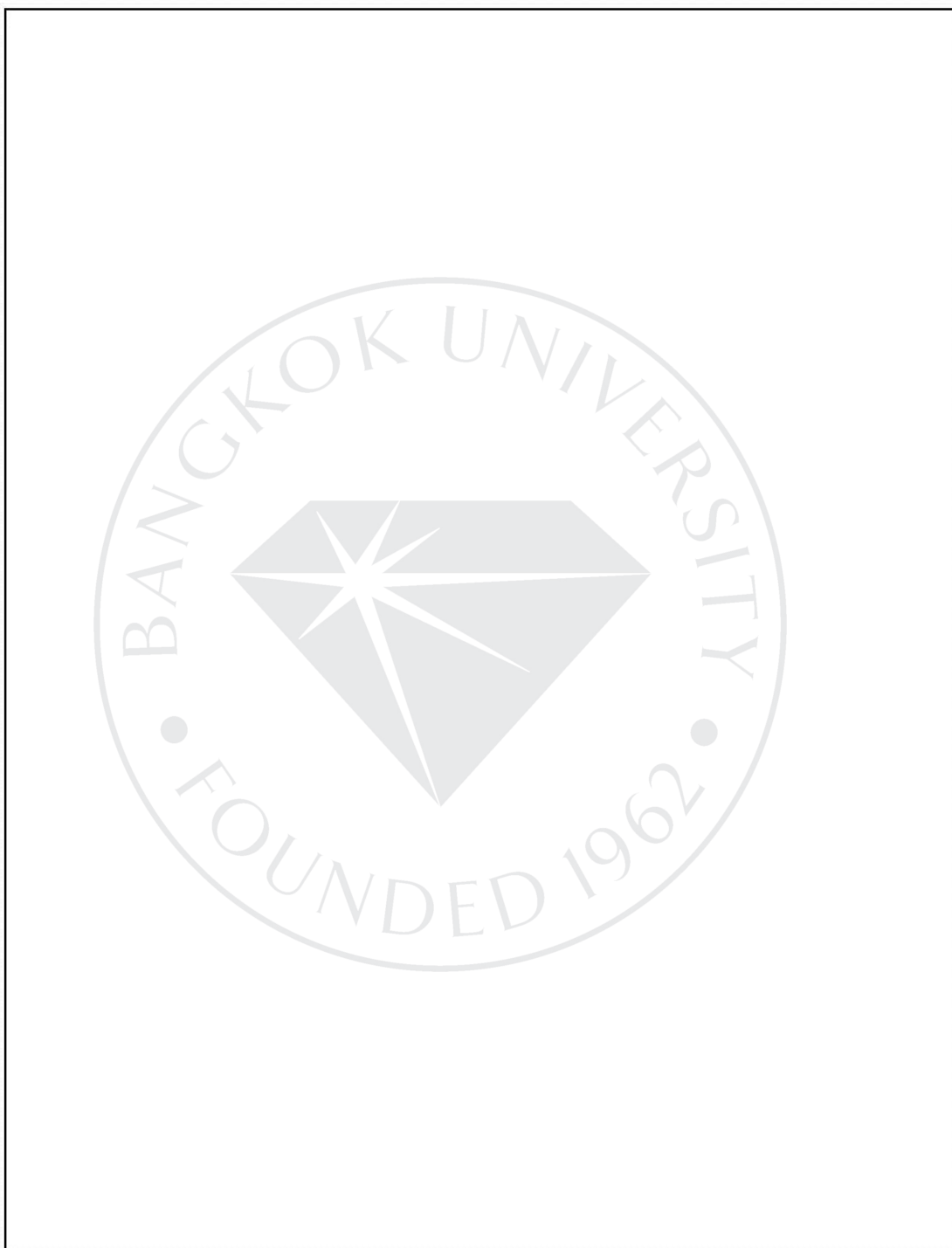
ลงชื่อ ผู้ขอรับอนุญาต

ลงชื่อ ผู้หน้าที่ปฏิบัติการ

ลงชื่อ พยาน

ลงชื่อ พยาน

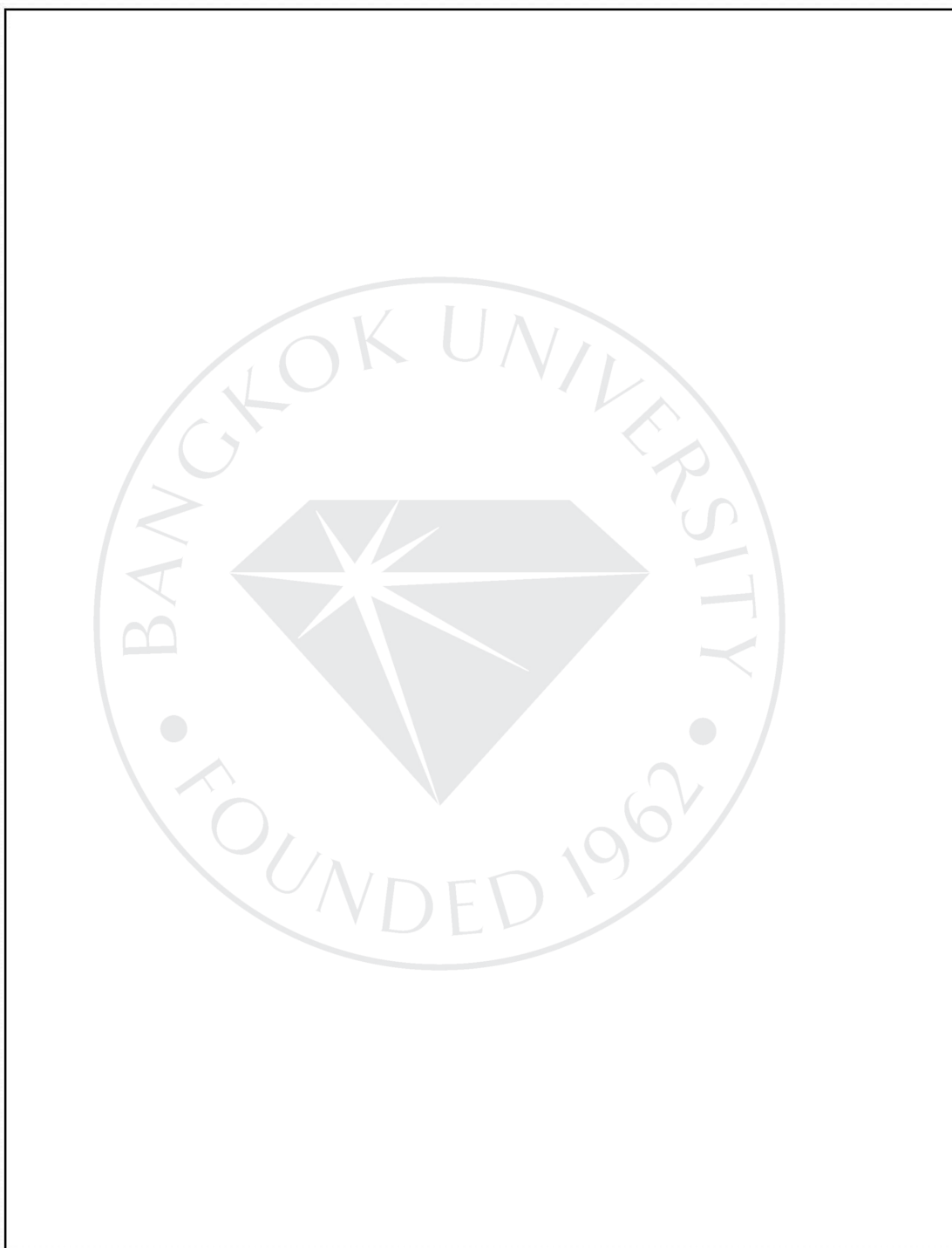
แผนที่ตั้งของสถานที่.....



รับรองว่าเป็นความจริง

ลงชื่อ.....

แผนผังภายในของสถานที่.....



หมายเหตุ ให้ระบุความกว้าง ลึกของร้าน
 และขนาดของผู้ด้วย

รับรองว่าเป็นความจริง
 ลงชื่อ.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	มนีทิพย์ เอี่ยมชาญชัย
อีเมล	maneetip2@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2556	ศึกษาต่อบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ. 2555	สำเร็จการศึกษาคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ.2557-ปัจจุบัน	เภสัชกรในโรงพยาบาลกล้วยน้ำไท
พ.ศ.2556	เภสัชกรในร้านยาศาลาโอสถ
พ.ศ.2555	เภสัชกรในโรงพยาบาลคามิลเลียน

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ณัฐทิพย์ เอี่ยมชาญชัย อยู่บ้านเลขที่ 51/26

ชอย..... ถนน..... ตำบล/แขวง..... จตุจักร

อำเภอ/เขต เชิงหวด จังหวัด..... พะเยา รหัสไปรษณีย์ 56110

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว.....

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร...บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต...สาขาวิชา...วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม...คณะ...บริหารธุรกิจ...

ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ..... กลยุทธ์เชิงหวด

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร...บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต...ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(*นางสาวฉลิทิพย์ เอี่ยมชาญชัย*)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(*ดร.ชนันนา รอดสุทธิ*)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(*ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์*)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์*)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร