



ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว



อรพรรณ จำเริญ

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว



อรพรรณ จำเริญ

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ โลก

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

THE FEASIBILITY OF INVESTMENT IN PHARMACY BUSINESS OF THAI  
ENTREPRENEURS IN LAOS PDR



ORAPHAN CHAMROEN

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR THE MASTER DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION  
IN GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT  
GRADUATE SCHOOL OF COMMERCE  
BURAPHA UNIVERSITY

2022

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางาน  
นิพนธ์ของ อรพรรณ จำเริญ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....

(ดร.ณภัคอร ปุณยภักัสสร)

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนัน เมธิโยธิน)

กรรมการ

(ดร.ณภัคอร ปุณยภักัสสร)

กรรมการ

(ดร.สุรดี สุพิชญางกูร)

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรรณี พิมาพันธุ์ศรี)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัย  
บูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

62710059: สาขาวิชา: การจัดการธุรกิจโลก; บธ.ม. (การจัดการธุรกิจโลก)

คำสำคัญ: ความเป็นไปได้ในการลงทุน, ธุรกิจร้านขายยา, ผู้ประกอบการไทย, สปป.ลาว

อรรถาธิบาย : ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว. (THE FEASIBILITY OF INVESTMENT IN PHARMACY BUSINESS OF THAI ENTREPRENEURS IN LAOS PDR) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: ฅภักคอร ปุณณภกา ภัศสร, บธ.ค. ปี พ.ศ. 2565.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและบริหารจัดการด้านการตลาด และด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป. ลาว ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ คณะกรรมการสภาเภสัชกรรมประเทศไทย คณะทำงานกรมอาหารและยา สปป.ลาว ผู้ประกอบการร้านขายยาในประเทศไทย/ สปป.ลาว และเจ้าหน้าที่ที่ปรึกษาทางการเงินระหว่างประเทศ จำนวน 30 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคชาวลาอ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและบริหารจัดการ โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการควรศึกษากฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาวมากที่สุด รองลงมาคือการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา การจัดหาเวชภัณฑ์ เภสัชกรประจำร้าน และสมรรถนะขององค์กร ตามลำดับ (2) มีความเป็นไปได้ทางการตลาด โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยเฉพาะในเรื่องมาตรฐานและคุณภาพของยาสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาตามลำดับ คือด้านสถานที่จัดจำหน่าย ความสะดวกรวดเร็วในการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และความสะดวกในช่วงเวลานั้นๆ และ (3) มีความเป็นไปได้ทางการเงินพบว่า WACC คุ่มค่าในระยะเวลาการคืนทุน 2.80 ปี NPV เท่ากับ 4,886,777.71 บาท และ IRR เท่ากับ 51% มากกว่าอัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน

62710059: MAJOR: GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT; M.B.A. (GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT)

KEYWORDS: Investment possibility, Pharmacy business, Thai entrepreneurs, Lao PDR

ORAPHAN CHAMROEN : THE FEASIBILITY OF INVESTMENT IN PHARMACY BUSINESS OF THAI ENTREPRENEURS IN LAOS PDR. ADVISORY COMMITTEE: NAPHAKAORN PUNYAPAPASSORN, D.B.A 2022.

The purpose of this research is to investigate the feasibility in technicality, management, marketing and financial aspect for investing in pharmacy business of Thai entrepreneurs in Laos PDR. Data were collected used by interviews from the board of Thailand Pharmacy Council, Laos PDR Food and Drug Administration (FDA) staffs, pharmacy entrepreneur in Thailand and Laos PDR, international financial advisors data collected 30 people and collected data from a survey of 400 Laos consumers. The results of the research revealed (1) Have the feasibility in technicality and management. Most of the informants commented that entrepreneurs should study the laws, rules and regulations in the pharmacy business in Lao PDR as much as possible. followed by the issue of choosing a pharmacy's location and issues of drug and medical supply supplying a pharmacist in the store and the performance of the organization, respectively (2) Have the feasibility in marketing is terms of marketing mix factors, product factor have the highest average for a reason that consumers prioritize in standards and quality of the pharmaceutical product. Followed by place factor which consumers desired a convenience or near place to buy during that time. Financially, (3) Have the feasibility in financial shows that WACC is worthwhile in payback period of 2.80 years. NPV is 4,886,777.71 baht and IRR equal to 51% which is exceeding the return of equity. These results revealed that investing of pharmaceutical business in Laos PDR is valued on investment and has financial feasibilities.

## กิตติกรรมประกาศ

การทำงานนิพนธ์ในครั้งนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของ ดร. ฌักคอร ปุณยภักัสสร อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์ ผู้ซึ่งสละเวลาในการให้ความรู้ คำปรึกษา แนะนำแนวทางที่มีประโยชน์ ต่อการศึกษา รวมถึงการให้ความช่วยเหลือและความสนับสนุนในทุกๆด้านอย่างดียิ่ง และตรวจทาน แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆของงานนิพนธ์นี้อย่างละเอียด ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชนิ เมธิโยธิน และดร. สุรดี สุพิชญางกูร ประธานและกรรมการในการสอบงานนิพนธ์ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าต่อการศึกษาวิจัย รวมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น ส่งผลให้งานนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ และอาจารย์ผู้สอนหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ตลอดจนแง่คิดในด้านต่างๆ และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือ บริการประสานงานด้านต่างๆ เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้โอกาสให้การสนับสนุนช่วยเหลือด้านต่างๆ และเป็นกำลังใจที่ดีตลอดมาจนทำให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ และขอบคุณเพื่อนๆนิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก มหาวิทยาลัยบูรพา รุ่นที่ 16 ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ รวมถึงมิตรภาพที่ดี ส่งผลให้บรรยากาศของการเรียนเต็มไปด้วยความสุขตลอดระยะเวลาการศึกษา

สุดท้ายนี้หากงานนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ ที่สนใจข้อมูล ผู้วิจัยขอมอบความดีงามนี้ให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน และในส่วนของความ ผิดพลาดและข้อบกพร่องต่างๆ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

อรพรรณ จำเริญ

## สารบัญ

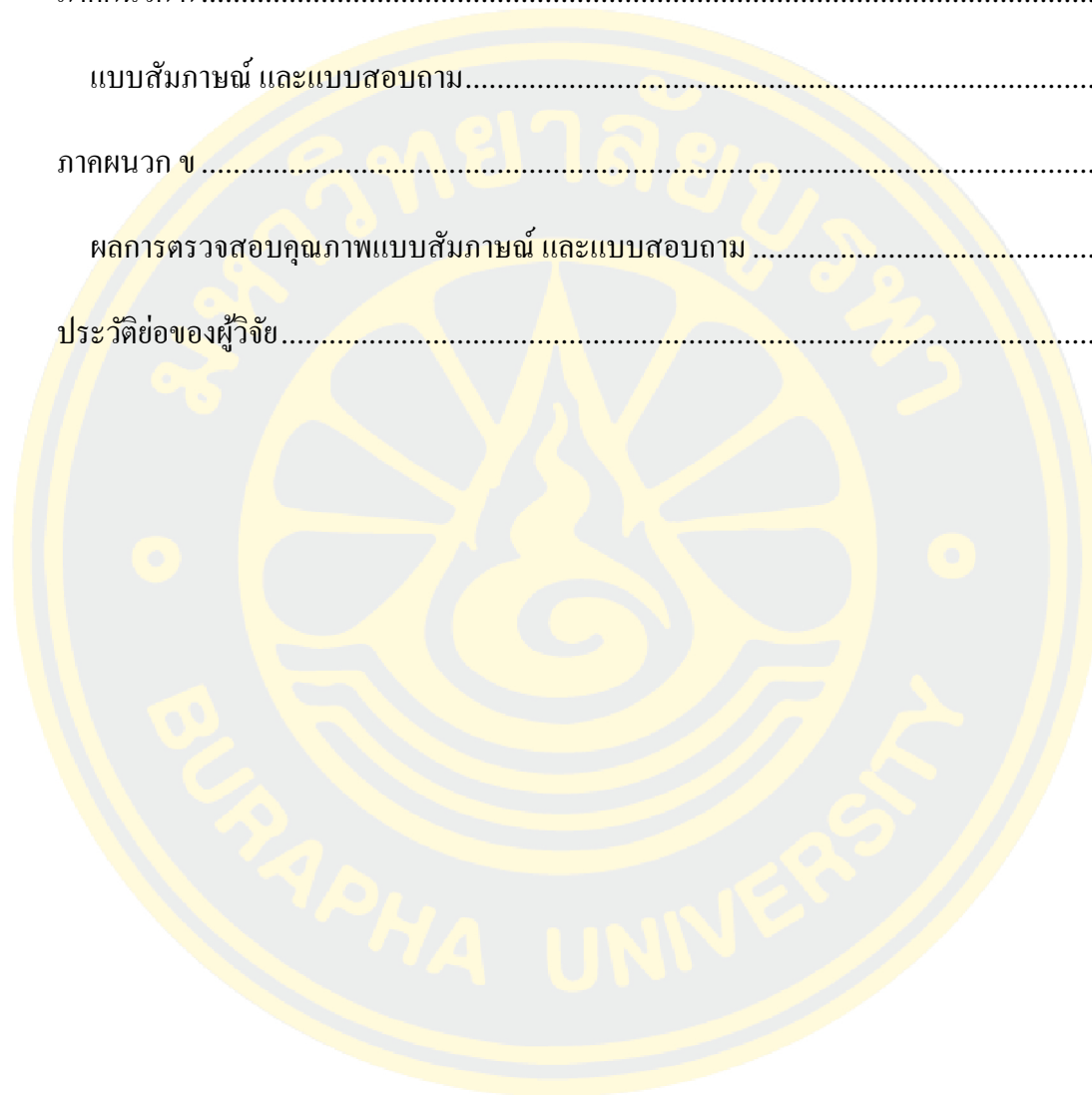
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ฉ
บทที่ 1 .....	1
บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามในการวิจัย .....	8
วัตถุประสงค์ในการวิจัย .....	8
กรอบในการดำเนินงานวิจัย .....	9
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย .....	10
ขอบเขตของการวิจัย .....	10
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	12
บทที่ 2 .....	14
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	14
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว.....	14



แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงการ .....	19
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ .....	22
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด .....	25
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค .....	27
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการซื้อ .....	28
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด .....	30
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน .....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	33
บทที่ 3 .....	36
วิธีการดำเนินการวิจัย .....	36
ประชากรและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย .....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย .....	41
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย .....	43
บทที่ 4 .....	47
ผลการวิจัย .....	47
ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ .....	47
ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ .....	47
ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ .....	49
กฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว .....	51
การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา .....	54

การจัดหายาและเวชภัณฑ์ .....	57
การจัดหาเภสัชกรประจำร้าน .....	60
สมรรถนะขององค์กร .....	63
ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด .....	69
อุปสงค์การบริโภคจากตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ ด้านประชากรศาสตร์ และด้านพฤติกรรม ..	69
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด .....	77
ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน .....	90
การประเมินต้นทุนทางการเงินของโครงการ .....	90
รายละเอียดการลงทุนของโครงการ .....	90
บทที่ 5 .....	97
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	97
สรุปผลการวิจัย .....	97
ความเป็นไปได้ทางเทคนิคและการบริหารจัดการ .....	97
ความเป็นไปได้ทางการตลาด .....	102
ความเป็นไปได้ทางการเงิน .....	103
อภิปรายผลการวิจัย .....	103
ความเป็นไปได้ทางเทคนิคและการบริหารจัดการ .....	103
ความเป็นไปได้ทางการตลาด .....	105
ความเป็นไปได้ทางการเงิน .....	106
ข้อเสนอแนะในการวิจัย .....	106
ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ .....	106

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	107
บรรณานุกรม .....	109
ภาคผนวก ก .....	113
แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม.....	113
ภาคผนวก ข .....	135
ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม .....	135
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	145



## สารบัญตาราง

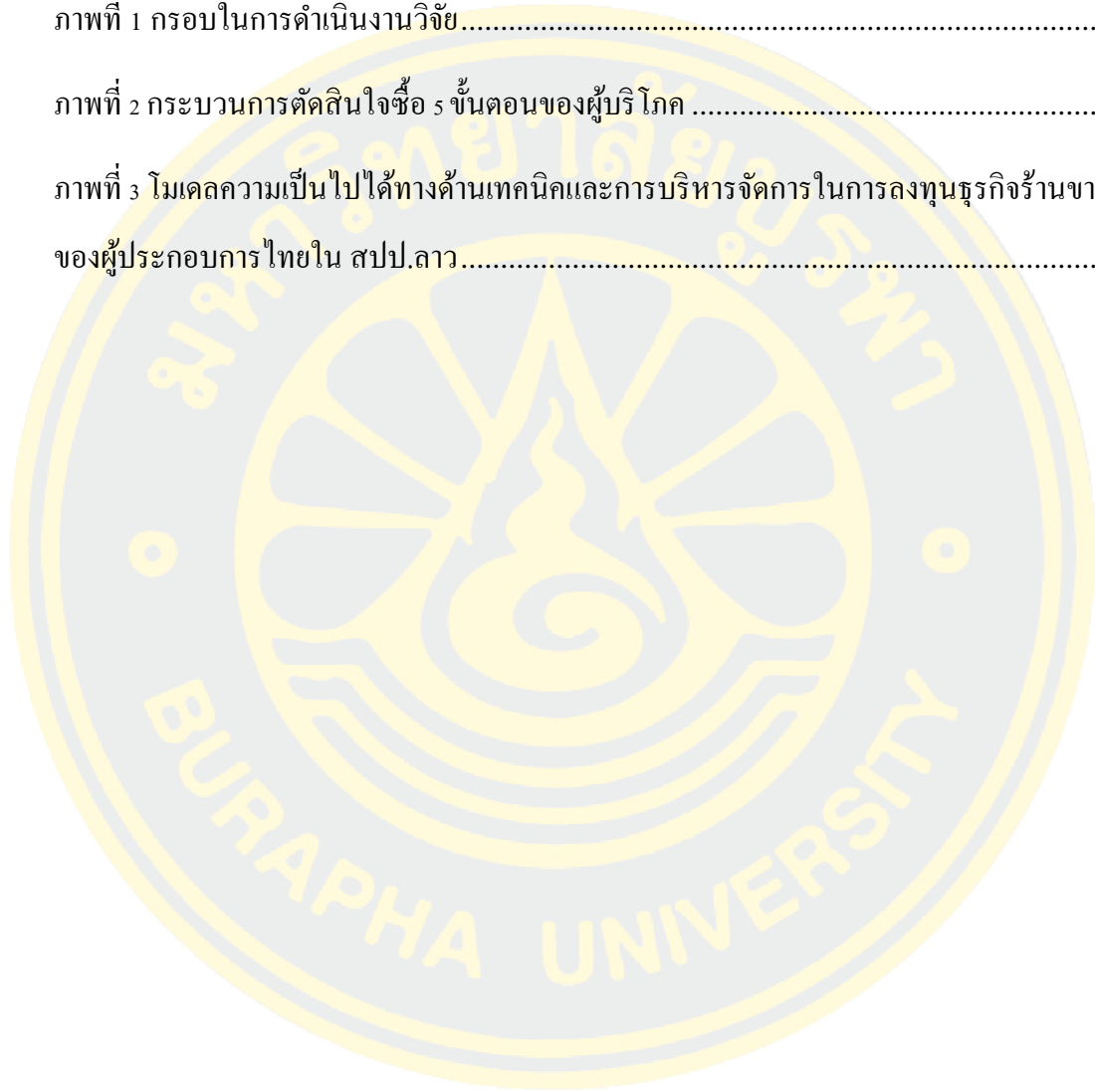
หน้า

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) .....	48
ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว .....	49
ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาด้านกฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว .....	51
ตารางที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาด้านการเลือกทำเลที่ตั้งในการประกอบธุรกิจร้าน ขายยาใน สปป.ลาว .....	54
ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาด้านการจัดหาและเวชภัณฑ์ในการประกอบ ธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว.....	57
ตารางที่ 6 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาด้านการจัดหาเภสัชกรประจำร้านในการประกอบ ธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว.....	60
ตารางที่ 7 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาด้านสมรรถนะขององค์กรในการประกอบธุรกิจ ร้านขายยาใน สปป.ลาว .....	63
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป .....	69
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุและจำนวนสมาชิกในครอบครัว ..	70
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะทางร้านขายยา .....	73
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้ บริการร้านขายยา .....	74
ตารางที่ 12 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ .....	77
ตารางที่ 13 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา .....	79

ตารางที่ 14 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่.....	80
ตารางที่ 15 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด .....	81
ตารางที่ 16 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร .....	82
ตารางที่ 17 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	83
ตารางที่ 18 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ .....	85
ตารางที่ 19 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวม .....	86
ตารางที่ 20 เงินทุนเริ่มต้นที่ต้องการ* .....	90
ตารางที่ 21 แหล่งที่มาของเงินทุน* (หน่วย : บาท) .....	91
ตารางที่ 22 สมมติฐานรายจ่าย* .....	91
ตารางที่ 23 สมมติฐานรายได้ (หน่วย : บาท) .....	92
ตารางที่ 24 งบกำไรขาดทุน .....	93
ตารางที่ 25 สรุบบุคคล .....	94
ตารางที่ 26 มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์สุทธิ (NPV) .....	95

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบในการดำเนินงานวิจัย.....	9
ภาพที่ 2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของผู้บริโภค .....	28
ภาพที่ 3 โมเดลความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขายยา ของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว.....	68



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบสุขภาพของโลกประกอบไปด้วย “มนุษย์” เป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบนิเวศของโลก “ระบบสุขภาพของมนุษย์” เชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว สุขภาพนับเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานที่ประชาชนทุกคนพึงมีโอกาสที่จะมีสุขภาพดีและมีชีวิตที่น่าพึงพอใจตามที่แต่ละคนคาดหวัง มนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาด้านสังคมและเศรษฐกิจของโลก จากรายงานการประชุมระดับโลก เรื่องการสร้างเสริมสุขภาพ พบว่า ข้อมูลแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางประชากรโลก เช่น การเปลี่ยนแปลงจากสังคมชนบทกลายเป็นสังคมเมือง การมีจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น และการเพิ่มขึ้นของความชุกของโรคเรื้อรัง แสดงให้เห็นถึงปัญหาใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในทุกประเทศ โดยการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทางพฤติกรรม และทางชีววิทยา เช่น การที่ประชาชนใช้ชีวิตแบบนั่งๆนอนๆ ขาดการออกกำลังกาย การติดต่อยาปฏิชีวนะและยาสามัญอื่นๆ การใช้ยาเสพติดเพิ่มขึ้น ความรุนแรงทั้งในระดับครอบครัวและระดับสังคม ล้วนส่งผลกระทบต่อสุขภาพ และความ เป็นอยู่ที่ดีของคนหลายร้อยล้านคนในโลกเป็นอย่างมาก (สถาบันพระบรมราชชนก กระทรวงสาธารณสุข, 2561)

ประชากรมากกว่า 1,600 ล้านคน หรือ 22% ของประชากรทั่วโลกอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมและไม่เอื้ออำนวย เช่น แออัดเกินไป แห้งแล้ง หรืออยู่ในวิกฤต สงคราม ส่งผลให้พวกเขาไม่สามารถเข้าถึงการบริการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานได้ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2562) บริบทของแต่ละประเทศทำให้ การพัฒนาระบบบริการสุขภาพของภาครัฐเพื่อให้ประชาชนทั้งประเทศเข้าถึงบริการสุขภาพสามารถทำได้ยาก เนื่องจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ และ จำนวนประชากรภายในประเทศที่แตกต่างกัน ดังนั้นภาครัฐจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อสร้างหน่วยให้บริการสุขภาพปฐมภูมิ หรือ หน่วยให้บริการสุขภาพที่อยู่

ใกล้บ้าน เป็นบริการด่านแรกที่เข้าถึงง่าย โดยหน่วยบริการปฐมภูมิเปรียบเสมือนหมอประจำหมู่บ้าน หรือหมอประจำชุมชนที่ดูแลสุขภาพของประชาชนอย่างต่อเนื่อง และเป็นທີ່ปรึกษาให้กับประชาชนในทุกด้านที่เกี่ยวกับการเจ็บป่วยและสุขภาพ ที่ประชาชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น โรงพยาบาลขนาดเล็ก คลินิกชุมชน และร้านขายยา เป็นต้น

ระบบสุขภาพอาเซียนมีพันธกิจตามวาระการพัฒนาด้านสาธารณสุขของประชาคมอาเซียนหลัง ค.ศ. 2017 (ASEAN Post-2017 Health Development Agenda) เพื่อส่งเสริมประชาคมอาเซียนที่มีความห่วงใยอาทรและมีสุขภาพดี ประชาชนมีศักยภาพด้านสุขภาพสูงสุด โดยมีวิถีชีวิตที่ดีมีคุณภาพ สามารถเข้าถึงการบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ได้รับอาหารที่ดีต่อสุขภาพและปลอดภัย ดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่ดีด้วยการพัฒนาอย่างครอบคลุมและยั่งยืน และทุกคนโยบายห่วงใยสุขภาพ (สำนักการสาธารณสุขระหว่างประเทศ, 2560) ปัจจุบันปัญหาของระบบสุขภาพอาเซียนคือ ปัญหาการเข้าถึงระบบบริการสุขภาพที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างประเทศ และระหว่างประชากรภายในประเทศด้วยตนเอง ไม่แตกต่างจากปัญหาของระบบสุขภาพของโลก แสดงถึงโอกาสที่ไม่เท่าเทียมกันในภูมิภาคอาเซียน คนมีฐานะดีกว่ามีโอกาสเข้าถึงบริการสุขภาพมากกว่า ขณะที่คนจนยังถูกทิ้งไว้ข้างหลัง ขณะเดียวกันค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพในแต่ละประเทศอาเซียนมีความแตกต่างกันมาก แบ่งระดับตามช่วงขั้นการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ นอกจากสะท้อนความเหลื่อมล้ำของระดับรายได้และกำลังการจ่ายของประชากรแต่ละประเทศแล้ว ยังสะท้อนถึงการเข้าถึงบริการสุขภาพที่ไม่เท่าเทียมกันด้วย

ระบบสุขภาพประเทศไทยพบปัญหาเช่นเดียวกับระบบสุขภาพโลก และระบบสุขภาพอาเซียน คือความไม่เป็นธรรมในการเข้าถึงบริการสุขภาพ โดยเฉพาะในชุมชนแออัดเขตเมืองที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการสุขภาพต่างๆได้ เนื่องจากปัญหาค่าใช้จ่าย การเดินทาง และบริบทของชุมชน รวมทั้งข้อจำกัดของรัฐในเรื่องจำนวนเจ้าหน้าที่ด้านสาธารณสุขไม่เพียงพอ (สำนักงานวิจัยเพื่อการพัฒนาหลักประกันสุขภาพไทย, 2562) ประเทศไทยมีทุนทางปัญญาและทุนทางสังคมด้านการพัฒนาสุขภาพในประเทศในระดับสูง เช่น ความสำเร็จในด้านนโยบายประชากร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ



บุคลากรของระบบบริการสุขภาพ การสาธารณสุขมูลฐาน การควบคุมป้องกันโรคเอดส์ และการสร้างหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่ประสบความสำเร็จ มีบทบาท ประสบการณ์ และอิทธิพลในการกำหนดวาระและนโยบายสุขภาพโลก รวมทั้งระบบสุขภาพในระดับภูมิภาคที่ค่อนข้างโดดเด่นได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ (การสาธารณสุขไทย, 2564) ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยจึงเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพ และเป็นที่ยังพวาในกลุ่มประเทศอาเซียน

สังคมในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปมากในทุกๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทำให้มนุษย์ต้องใช้ชีวิตแบบแข่งขัน และเปรียบเทียบกัน เพื่อให้ชีวิตประสบความสำเร็จสูงสุด สิ่งที่ต้องแลกมากับความสำเร็จนั้นก็คือสุขภาพที่ทรุดโทรม ไม่ว่าจะเป็นสุขภาพทางกาย หรือทางจิตใจ โดยสุขภาพและความเจ็บป่วยจัดอยู่ในขอบข่ายทางด้านวัฒนธรรมของบุคคลแต่ละคนย่อมมีวิถีในการแก้ไขปัญหาที่แตกต่างกันออกไป แม้จะเป็นปัญหา โรคภัยไข้เจ็บเดียวกันก็ตาม ทั้งนี้แต่ละคนย่อมมีประสบการณ์ ค่านิยม แนวคิดความเชื่อทางสุขภาพและความเจ็บป่วยที่แตกต่างกันออกไป จากข้อมูลการสำรวจอนามัยและสวัสดิการ ปี พ.ศ. 2562 พบว่าผู้ที่เจ็บป่วยโดยไม่ต้องนอนโรงพยาบาลมีการซื้อยาแผนปัจจุบันจากร้านขายยามารักษาตนเองร้อยละ 36.4 และผู้ป่วยที่เลือกรักษาที่สถานพยาบาลของรัฐร้อยละ 36.6 (National Statistical Office, 2020) แสดงให้เห็นว่าประชาชนที่เจ็บป่วยโดยไม่ต้องนอนโรงพยาบาลเลือกรับการรักษาจากร้านขายยามากถึง 1 ใน 3 ของประชาชนที่เจ็บป่วยโดยไม่ต้องนอนโรงพยาบาล

ร้านขายยาเป็นหน่วยหนึ่งของระบบสุขภาพที่อยู่ใกล้ชิดประชาชน ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ด้านการกระจายยาเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญเปรียบเสมือนเป็น “ที่พึ่งด้านสุขภาพของชุมชน” เป็นทางเลือกหนึ่งของประชาชนในการใช้บริการเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น (Common illness) นอกจากนี้ ร้านขายยายังเป็นแหล่งที่สามารถให้คำแนะนำในการดูแลสุขภาพตนเอง และทำการส่งต่อไปยังแพทย์ผู้เชี่ยวชาญตามความเหมาะสมโดยกฎหมาย ประเทศไทยได้แบ่งประเภทของร้านขายยา ออกเป็น 4 ประเภทหลักๆ ได้แก่ (1) ข.ย. 1 ร้านขายยาแผนปัจจุบันขายยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษบาง

ประเภทที่ต้องมีใบสั่งแพทย์ แต่ยาควบคุมพิเศษบางประเภท จะถูกห้ามขาย เช่น ยานอนหลับ โดยร้านขายยานี้ต้องมีเภสัชกรควบคุมร้าน (2) ข.ย.2 ร้านขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุนสำเร็จ ที่ไม่ใช่ยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษไม่ต้องใช้ใบสั่งแพทย์และไม่ต้องมีเภสัชกรควบคุมร้าน (3) ข.ย.3 ร้านขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุนสำเร็จสำหรับสัตว์ควบคุมการขายโดยเภสัชกร หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ชั้นหนึ่งหรือชั้นสอง ประจำอยู่ตลอดเวลาที่เปิดทำการ ซึ่งการซื้อยาไม่ต้องใช้ใบสั่งยาของสัตวแพทย์ และ (4) ข.ย.4 ร้านขายส่งยาแผนปัจจุบัน (รุจิระ บุญนาค, 2561)

ร้านขายยาที่ต้องมีเภสัชกรควบคุมตามกฎหมายกำหนด จะต้องมีชื่อนามสกุล และเวลาปฏิบัติการของเภสัชกร แสดงอยู่ในที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน เภสัชกรประจำร้านขายยานับเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในระบบสาธารณสุขของประเทศไทย สามารถช่วยแบ่งเบาภาระของภาครัฐได้เพราะบางครั้งอาการเจ็บป่วยเพียงเล็กน้อย ไม่จำเป็นต้องไปรับการรักษาที่โรงพยาบาล เพียงมีการให้ข้อมูลการเจ็บป่วยกับเภสัชกร เภสัชกรก็จะสามารถจ่ายยาให้ตรงกับอาการเจ็บป่วยนั้นๆ ได้ หากว่าอาการความเจ็บป่วยดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ เภสัชกรประจำร้านขายยาจะทำการส่งต่อคนไข้เพื่อรักษาที่เหมาะสมต่อไป ข้อมูลจากการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคไทยสามารถสรุปได้ว่า ร้านขายยาต้องมีเภสัชกรที่มีความรู้ความสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำได้ร้อยละ 66 และต้องมีเภสัชกรอยู่ปฏิบัติงานที่ร้านตลอดเวลาร้อยละ 37 โดยผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อเภสัชกรร้อยละ 30 ผู้บริโภคต้องการให้ร้านขายยามีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลา โดยเภสัชกรผู้นั้นต้องมีความรู้ด้านยา และสามารถให้คำแนะนำด้านการรักษา และด้านสุขภาพต่อผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง (แสงสุข พิทยานุกุล, 2560)

ธุรกิจร้านขายยาในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย ให้ข้อมูลไว้ว่า ใน พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมาระดับธุรกิจร้านขายยามีมูลค่าตลาดประมาณ 34,000-35,000 ล้านบาท คือขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10-12 เมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2562 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) โดยข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลจากการสำรวจอนามัย

และสถิติการ พ.ศ. 2563 พบว่าผู้ที่เจ็บป่วยโดยไม่ต้องนอนโรงพยาบาลมีการซื้อยาแผนปัจจุบันจากร้านขายยามารักษาตนเองเพิ่มมากขึ้นจากปีก่อน (National Statistical Office, 2020) และยังคงคล้องกับผลการศึกษาแนวโน้มของธุรกิจร้านขายยาในปี พ.ศ. 2563 ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ที่ระบุว่า ความต้องการบริโภคยาของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น เกิดจากแนวโน้มพฤติกรรมดูแลสุขภาพที่ใส่ใจสุขภาพของผู้บริโภคที่มากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกรุงศรีพบว่ามูลค่าการจำหน่ายยาในประเทศปี 2563 มีแนวโน้มที่เปลี่ยนไปจากเดิมเล็กน้อย คือมีแนวโน้มการขยายตัวต่ำลงอยู่ที่ 2.0-3.0% (จาก 4.2% ในปี 2562) ซึ่งเป็นผลจากจำนวนผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาลทั้งคนไทยและต่างชาติซึ่งเป็นตลาดหลักลดลง จากความกังวลการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 แต่อย่างไรก็ตามสำหรับปี 2564-2565 คาดว่ามูลค่าการจำหน่ายยาในประเทศจะขยายตัวดีขึ้นเฉลี่ยที่ 4.5-5.0% (ศูนย์วิจัยกรุงศรี, 2563) ทำให้เห็นว่าแม้มีวิกฤตไวรัสโควิด-19 นับเป็นวิกฤตใหญ่ที่ทุกประเทศต้องพบ แต่ธุรกิจร้านขายยาก็ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวจากความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาก็จะมีทิศทางที่รุนแรงขึ้นเช่นกัน

จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมซื้อยารับประทานเอง และร้านขายยาเป็นทางเลือกแรกๆ ของประชาชนที่ใช้บริการเมื่อเจ็บป่วยในเบื้องต้น รวมถึงยังมีโอกาสการเปิดตลาดการค้าเสรีอาเซียน (AEC) ทำให้ตลาดร้านขายยามีขนาดใหญ่ขึ้น ความต้องการบริโภคยามีมากขึ้น นอกจากความต้องการของผู้บริโภคในประเทศที่เพิ่มขึ้นแล้ว ธุรกิจร้านขายยามีโอกาสขยายตัวรองรับกับความต้องการบริโภคยาของผู้บริโภคต่างชาติไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมากขึ้น รวมถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคอาเซียนในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่มีกำลังซื้อมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น การใส่ใจสุขภาพรวมถึงความต้องการด้านสาธารณสุขก็มีมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอย่างกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม (CLMV) คาดว่าจะมีการทำการค้าระหว่างกัน มีการติดต่อสื่อสารและการเดินทางที่สะดวกขึ้น จากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มประเทศ CLMV ของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า หากผู้บริโภคมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นที่ไม่รุนแรงมากนัก ก็มักจะซื้อยาจากร้านขายยารับประทานเอง

ทั้งจากร้านขายยาในฝั่งประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงการข้ามแดนเข้ามาซื้อยาจากร้านขายยาในฝั่งไทย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563)

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สปป.ลาว เป็นประเทศที่มีการจัดการระบบสาธารณสุขคล้ายคลึงกับประเทศไทย กล่าวคือ มีหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบ ควบคุมการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่าระวังอันตรายจากผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมทั้งการควบคุมมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ เช่น โรงพยาบาล หรือ ร้านขายยา หน่วยงานดังกล่าวใน สปป.ลาว คือ กรมอาหารและยา (อ.ย ลาว) ในประเทศไทยคือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย. ไทย) ในสปป.ลาวมีการแบ่งประเภทร้านขายคล้ายคลึงกับประเทศไทย โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ (1) ร้านยาชั้น 1 เป็นร้านยาที่ต้องมีเภสัชกรที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายเป็นเจ้าของ (2) ร้านยาชั้น 2 เป็นร้านยาที่ต้องมีผู้ช่วยเภสัชกรที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายเป็นเจ้าของ และ (3) ร้านยาชั้น 3 เป็นร้านยาที่ไม่จำเป็นต้องมีผู้ช่วยเภสัชกรหรือเภสัชกร (ทิพภาวดี สู้ยยะวงค์ & สุพัตรา ชาติบัญญัติ, 2561)

สปป.ลาว ร้านขายยาเป็นทางเลือกสำคัญในการรักษาตนเองเบื้องต้น เนื่องจากประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย เมื่อเทียบกับการไปใช้บริการที่โรงพยาบาล โดยร้านยาเอกชนมีจำนวนมากกว่าสถานพยาบาลถึง 2 เท่า ข้อมูลในปี พ.ศ. 2560 ร้านยาเอกชนมีจำนวน 2,093 ร้าน (Food and Drug Department, 2017b) ขณะที่ในปี 2560 มีสถานพยาบาลทั้งหมด 1,021 แห่ง โดยแบ่งเป็น โรงพยาบาลส่วนกลาง 4 แห่ง โรงพยาบาลระดับภูมิภาค 4 แห่ง โรงพยาบาลระดับจังหวัด 12 แห่ง โรงพยาบาลระดับอำเภอ 127 แห่ง และสุขศาลา 874 แห่ง (Food and Drug Department, 2017a)

สปป.ลาว มีนโยบายเศรษฐกิจที่ส่งเสริมการลงทุนจากภายในประเทศ และจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้แม้ประชากร สปป.ลาว ส่วนใหญ่ยังมีกำลังซื้อไม่สูงนัก แต่มีพฤติกรรมการบริโภคที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกับคนไทยทำให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักคุ้นเคย และได้รับการยอมรับในตลาด สปป.ลาว เป็นอย่างดี ส่วนหนึ่งเนื่องจากได้รับการถ่ายทอดพฤติกรรมการบริโภคของไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ด้วย สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องสถานการณ์การใช้ยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทยของประชาชนสาธารณสุขรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เขตช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้ยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทย (ร้อยละ 77.5) กลุ่มตัวอย่างมีโรคประจำตัวจำนวน 22 ราย ส่วนใหญ่ใช้ยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทย (ร้อยละ 90.9) สำหรับผู้ที่ไม่มีโรคประจำตัวจำนวน 58 ราย เมื่อมีการเจ็บป่วยครั้งสุดท้ายก็นิยมใช้ยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทย (ร้อยละ 72.4) โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ายาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทยมีประสิทธิภาพ และหาซื้อได้ง่าย และรู้จักยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทย (ร้อยละ 97.5) โดยส่วนใหญ่รู้จักมาจากร้านยาในประเทศไทยขายให้ การโฆษณาในสถานีโทรทัศน์จากสถานีของประเทศไทย และการโฆษณาในวิทยุจากสถานีวิทยุของประเทศไทย (ร้อยละ 25.9, 21.4, 20.0 ตามลำดับ) ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าประชาชน สปป. ลาว นิยมใช้ยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทย และบางส่วนมาใช้บริการรักษาพยาบาลในหน่วยบริการสาธารณสุขในเขตประเทศไทย ดังนั้นการเตรียมการของหน่วยบริการทั้งของรัฐและของเอกชนตลอดจนการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมก็จะทำให้มีการซื้อยาหรือใช้บริการที่มากขึ้น และเป็นช่องทางหนึ่งของการหารายได้ของสถานบริการสาธารณสุขทั้งภาครัฐและเอกชน (Moolasarn, Saohin, Niyomyat, & Potisaka, 2018) และอีกทั้งการเดินทางผ่านชายแดนระหว่างไทย-สปป.ลาว เป็นไปโดยสะดวก และ คล่องตัว ดังนั้นโอกาสในการขยายธุรกิจร้านขายยาไปในประเทศเพื่อนบ้านอย่าง สปป.ลาว ค่อนข้างได้เปรียบ และน่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการไทยที่สนใจจะไปลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว เป็นอย่างยิ่ง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาที่ สปป.ลาว ของผู้ประกอบการไทย พิจารณาใน 3 ด้านหลักๆ คือ (1) ด้านเทคนิค และการบริหารจัดการ เรื่องทำเลที่ตั้ง กระบวนการธุรกิจ กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ และการวางแผนบุคลากรในการปฏิบัติงาน (2) ด้านการตลาด สํารวจกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมการซื้อ ช่องทางการจำหน่าย และความเป็นไปได้ทางการตลาด และ (3) ด้านการเงิน เพื่อหาข้อมูลงบประมาณการลงทุน และความเป็นไปได้ในการคืนทุนหลังการลงทุน (จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ, 2562) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว สามารถลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน

จริงที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ และเป็นการวางแผนการปฏิบัติงานของโครงการจริง ส่งผลให้  
การดำเนินการของธุรกิจราบรื่น และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

### คำถามในการวิจัย

1. การลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการหรือไม่อย่างไร
2. การลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว มีความเป็นไปได้ทางการตลาดหรือไม่อย่างไร
3. การลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว มีความเป็นไปได้ทางการเงินหรือไม่อย่างไร

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป. ลาว
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป. ลาว

## ภาพที่ 1 กรอบในการดำเนินงานวิจัย

### กรอบในการดำเนินงานวิจัย



### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยนี้สามารถบ่งชี้ถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาในสปป.ลาว สามารถใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการไทยหรือบุคคลอื่นที่มีความสนใจ
2. ผลการวิจัยนี้สามารถใช้ในการวางแผนการจัดการธุรกิจร้านขายยาตั้งแต่การเลือกที่ตั้งทำเลที่เหมาะสม การจัดสรรพื้นที่ภายในร้าน การจัดหาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการจำหน่าย และการบริหารจัดการอื่นๆสำหรับผู้ประกอบการที่กำลังวางแผนทำธุรกิจร้านขายยา
3. ผลการวิจัยนี้สามารถแสดงลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา และบ่งชี้ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยา หรือบุคคลอื่นที่มีความสนใจในธุรกิจสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดต่อไป
4. ผลการวิจัยนี้สามารถใช้สำหรับวางแผนทางการเงินในธุรกิจร้านขายยาเพื่อประมาณการงบประมาณและผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับสำหรับผู้ประกอบการร้านขายยาหรือบุคคลอื่นที่มีความสนใจธุรกิจ

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยในสปป.ลาว มีขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

- 1) ขอบเขตด้านประชากร แบ่งประชากรตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้
  - 1.1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป. ลาว ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยแบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้
    - กลุ่มที่ 1 ตัวแทนจากสภาเกษตรกร ประเทศไทย
    - กลุ่มที่ 2 ตัวแทนจากกรมอาหารและยา สปป.ลาว
    - กลุ่มที่ 3 ตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาในประเทศไทย



กลุ่มที่ 4 ตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว

1.2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว ใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคชาว ลาว ใน สปป.ลาว

1.3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป. ลาว ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยแบ่ง ประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว

กลุ่มที่ 2 ตัวแทนบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินที่เชี่ยวชาญด้านการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว

2) ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว โดยมีขอบเขตด้านเนื้อหา ดังนี้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจร้านขายยา

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study)

- ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ (Technical & Management Feasibility)

- ความเป็นไปได้ทางการตลาด (Market Feasibility)

- ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibility)

3) ขอบเขตด้านระยะเวลา

3.1 ระยะเวลาทั้งหมดในการดำเนินงานตั้งแต่เดือน มีนาคม 2564 จนถึงเดือน ตุลาคม 2564

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2564 จนถึงเดือน สิงหาคม 2564

4) ขอบเขตด้านพื้นที่

ร้านขายยาใน สปป.ลาว

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**ความเป็นไปได้ในการลงทุน** หมายถึง การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการธุรกิจเช่น ความเหมาะสมในการเลือกทำเลที่ตั้ง ขนาดและการแบ่งพื้นที่ การจัดหาผลิตภัณฑ์สำหรับวางจำหน่าย และการบริหารจัดการธุรกิจ เป็นต้น ข้อมูลทางด้านการตลาด ที่แสดงถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ และข้อมูลทางการเงิน คือ การประมาณการงบลงทุน และผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาใช้ในการประกอบการตัดสินใจก่อนการลงทุนในธุรกิจ

**ความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ** หมายถึง การวิเคราะห์ความเหมาะสมของการลงทุน ด้านทำเล และสถานที่ตั้งของร้าน การออกแบบลักษณะร้าน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินการ จำนวนและคุณภาพของพนักงาน กำหนดแผนการดำเนินงานของร้าน และการประมาณการสำหรับค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการลงทุน โดยนำผลที่ได้ไปพิจารณาและประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน

**ความเป็นไปได้ในการลงทุนทางการตลาด** หมายถึง การวิเคราะห์ประเมินอุปสงค์ของผู้บริโภคในอนาคตของธุรกิจ และเพื่อให้รู้ขนาดของตลาด และโอกาสที่เข้าไปช่วงชิงการแข่งขัน นั้น มีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด คำนวณค่าที่จะลงทุนหรือไม่ และนำผลที่ได้ไปพิจารณาและประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน

**ความเป็นไปได้ในการลงทุนทางการเงิน** หมายถึง การวิเคราะห์ประเมินทางการเงิน วิเคราะห์การจัดทำงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบกระแสเงินสดล่วงหน้า เพื่อนำมาวิเคราะห์โดยการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการการลงทุน ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยใช้เครื่องมือต่างๆ

**ร้านขายยา** หมายถึง ธุรกิจด้านสุขภาพให้บริการด้านสาธารณสุข โดยมีเภสัชกรเป็นผู้ปฏิบัติงาน ทำหน้าที่จำหน่ายยา ให้คำแนะนำเรื่องยา และการดูแลสุขภาพ ในผู้ที่มีอาการเจ็บป่วย เบื้องต้น หรือผู้ที่ต้องการได้รับข้อมูลด้านสุขภาพ โดยร้านขายยา เป็นธุรกิจบริการที่มีกฎหมายควบคุม

**ร้านขายยาในประเทศไทย บริเวณชายแดนไทย-ลาว** หมายถึง ธุรกิจด้านสุขภาพให้บริการด้านสาธารณสุข โดยมีเภสัชกรเป็นผู้ปฏิบัติงาน ทำหน้าที่จำหน่ายยา ให้คำแนะนำเรื่องยา และการดูแลสุขภาพ ในผู้ที่มีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น หรือผู้ที่ต้องการได้รับข้อมูลด้านสุขภาพ โดยร้านขายยาเป็นธุรกิจบริการที่มีกฎหมายควบคุม โดยมีทำเลที่ตั้งในพื้นที่จังหวัดหนองคาย

**ร้านขายยาใน สปป.ลาว บริเวณชายแดนไทย-ลาว** หมายถึง ธุรกิจด้านสุขภาพให้บริการด้านสาธารณสุข โดยมีเภสัชกรเป็นผู้ปฏิบัติงาน ทำหน้าที่จำหน่ายยา ให้คำแนะนำเรื่องยา และการดูแลสุขภาพ ในผู้ที่มีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น หรือผู้ที่ต้องการได้รับข้อมูลด้านสุขภาพ โดยร้านขายยาเป็นธุรกิจบริการที่มีกฎหมายควบคุม โดยมีทำเลที่ตั้งในพื้นที่แขวงนครหลวงเวียงจันทน์

**ผู้ประกอบการไทย** หมายถึง บุคคลผู้ขายสินค้าหรือให้บริการในธุรกิจร้านขายยาที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ประเทศไทย และมีความสนใจที่จะลงทุนในธุรกิจร้านขายยาในพื้นที่สปป.ลาว

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาที่ สปป.ลาว ของผู้ประกอบการไทย ซึ่งประกอบด้วยแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจร้านขายยาใน สปป. ลาว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงการ
  - 2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ
  - 2.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด
    - 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
    - 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการซื้อ
    - 2.2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
  - 2.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้ปฏิรูประบบเศรษฐกิจสู่กลไก ตลาดตามนโยบาย “จินตนาการใหม่” (New Economic Mechanism: NEM) ใน ค.ศ.1986 และได้เปิดโอกาสให้เอกชนสามารถดำเนินธุรกิจนำเข้าและส่งออกได้ จากเดิมการค้าชายแดนเป็นกิจการที่ผูกขาดโดยหน่วยงานของรัฐ ซึ่งมีนโยบายส่งออก และนำเข้าในกลุ่มประเทศสังคมนิยมด้วยกันเป็นหลัก โดยเฉพาะรัสเซีย เวียดนาม และกัมพูชา โดยรัฐบาลสปป.ลาวได้ออกใบอนุญาตการค้าชายแดนให้เอกชนที่เรียกว่า ปาตังชายแดน (Patentee) เพื่อแก้ไขปัญหาที่ขาดแคลนสินค้า อุปโภคบริโภค แต่ภายหลังได้

มีการยกเลิกการให้เอกชนทำการค้าชายแดนโดยตรง ให้เป็นเพียงตัวแทนรายย่อยให้แก่รัฐเท่านั้น สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการในการเข้ามาควบคุมการค้าชายแดนของรัฐบาลสปป.ลาว (บุญทวารณ วิงวอน, 2560)

อุตสาหกรรมยาชื่อสามัญแผนปัจจุบันของไทยจะมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้น เนื่องจากยาสิทธิบัตรหลายตัวกำลังหมดอายุลง ประกอบกับประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันไม่ด้อยกว่าอีกหลายประเทศ คาดว่าอุตสาหกรรมยาสามัญแผนปัจจุบันจะสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในประเทศ รวมทั้งส่งออกไปยังต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมยาของประเทศไทย มีโอกาสเติบโตจากการที่ผู้ผลิตยาข้ามชาติทั้งสหรัฐอเมริกา และยุโรปได้ใช้นโยบาย Outsourcing มาয়ประเทศอาเซียนมากขึ้น เปิดโอกาสให้มีการนำเข้าไปถึงประเทศที่วิทยาการทางการแพทย์ ยังไปไม่ถึงเช่น พม่า กัมพูชา ลาว ฯลฯ เพิ่มมากขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2564)

การบริการระบบบริการสาธารณสุขของ สปป.ลาว มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายเพื่อลดความทุกข์ยากของประชาชน โดยการสร้างความเข้มแข็งทางการบริการให้แก่ประชาชน และระดมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรักษาสุขภาพของตนเอง เพื่อให้การบริการมีความเหมาะสม สะดวก มีคุณภาพ เทียบธรรม ส่งเสริมให้ชุมชน ครอบครัว และบุคคล มีความเข้าใจในการดูแลตนเอง (เวหาเกษมสุข, 2561)

กฎหมายว่าด้วยยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เลขที่ 07/สพข ส่วนที่ 3 ธุรกิจยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ หมวดที่ 1 การดำเนินธุรกิจยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ มาตรา 12 การดำเนินธุรกิจยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ "บุคคลหรือการจัดตั้ง ที่มีวัตถุประสงค์ดำเนินธุรกิจ การปลูก การเลี้ยง การคิดค้น การผลิต การเก็บรักษา การจำหน่าย การขาย การส่งออก การนำเข้ายาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ ต้องได้รับความเห็นชอบและอนุญาตทางด้านวิชาการ จากกระทรวงสาธารณสุข และได้รับอนุญาตจัดตั้งวิสาหกิจตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง" และมาตรา 14 เงื่อนไขของการดำเนินธุรกิจ การผลิต การส่งออกและนำเข้า การขายส่ง ยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ บุคคลหรือการจัดตั้งที่มีวัตถุประสงค์ดำเนินธุรกิจ การผลิต การส่งออกและนำเข้า การขายส่ง ยาหรือผลิตภัณฑ์การแพทย์ นอกจากที่ได้กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยวิสาหกิจแล้ว ยังต้องมีเงื่อนไขเพิ่มเติม ดังนี้ (1) มีเกษตรกรที่มีประสบการณ์อย่างน้อยห้าปีขึ้นไปอยู่ประจำ (2) ไม่เคยต้องโทษเกี่ยวกับยาหรือยาเสพติดหรือผลิตภัณฑ์การแพทย์ (3) มี

จรรยาบรรณด้านยาและธุรกิจ (4) มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ (5) มีสุขภาพดี ไม่เป็นโรคจิต หรือโรคติดเชื้อ (6) มีมาตรการปกป้องรักษาความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม และ (7) มีสถานที่ที่เหมาะสมและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น มีสถานที่จัดเก็บที่ได้มาตรฐานและพาหนะขนส่ง (ปรุพท์ รุจนธำรงค์, 2560)

นครหลวงเวียงจันทน์เป็นศูนย์กลางของระบบสาธารณสุขของ สปป. ลาว มีจำนวนประชากรมากถึง 797,130 คน มีอัตราความหนาแน่นของประชากรเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ (ศูนย์สถิติแห่งชาติ, 2560) ใน สปป. ลาว มีร้านขายยา 3 ประเภท ดังนี้ (1) ร้านยาชั้น 1 เป็นร้านยาที่ต้องมีเภสัชกรที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายเป็นเจ้าของ (2) ร้านยาชั้น 2 เป็นร้านยาที่ต้องมีผู้ช่วยเภสัชกรที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายเป็นเจ้าของ และ (3) ร้านยาชั้น 3 เป็นร้านยาที่ไม่จำเป็นต้องมีผู้ช่วยเภสัชกรหรือเภสัชกร (ทิพภาวดี สู้ยยะวงศ์ & สุพัตรา ชาติบัญญัติ, 2561)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการควบคุมร้านขายยา สปป.ลาว มีดังนี้ (กระทรวงสาธารณสุข, 2562)

1. นโยบายแห่งชาติด้านยา (ติดตามตรวจตราร้านยา) พ.ศ. 2543 กำหนดไว้ว่า ร้านขายยาต้องมีสิ่งป้องกันแสงแดดที่เพียงพอ มีการจัดเก็บยาที่เป็นระเบียบ สามารถรักษาอุณหภูมิในร้านได้เหมาะสมไม่เกิน 30 องศาเซลเซียส ให้ร้านขายยามีที่สำหรับล้างมือ มีประตูกระจก และสามารถตรวจสอบยาที่ใช้ตามใบสั่งแพทย์ได้ มีการให้คำแนะนำในการใช้ยา และให้คำปรึกษาในการใช้ยา และรักษาสุขภาพแก่ประชาชน

2. ข้อกำหนดว่าด้วยร้านยา ฉบับ พ.ศ. 2545 กำหนดไว้ว่า ร้านขายยาต้องมีใบประกอบวิชาชีพ บัญชียาภายในร้าน เก็บสำเนาใบซื้อยาเข้าออกร้าน บัญชียาที่ต้องขายตามแพทย์สั่ง ห้ามมีการย้ายสถานที่ร้านขายยาก่อนได้รับอนุญาต ห้ามขายยาเกินบัญชีที่ได้รับอนุญาต ยาที่ไม่มีคุณภาพและความปลอดภัย (ยาปลอม ยาไม่ได้มาตรฐาน ยาหมดอายุ) ยาที่ไม่มีใบซื้อยาที่ถูกต้อง และห้ามร้านขายยาขายส่งยา ห้ามขายยาร่วมกับสินค้าอื่นๆ ที่ไม่ได้รับอนุญาต เภสัชกรที่ละเมิดจะถูกตัดเดือน ปรับ และลงโทษสถานเบาหรือหนักตามที่ได้กำหนดไว้ และร้านขายยาจะต้องถูกปิดเมื่อมีการขายยาที่ห้ามขาย เมื่อมีการตัดเดือนและปรับเกิน 3 ครั้ง ไม่มีใบประกอบวิชาชีพ และมีการกระทำผิดที่ร้ายแรง

3. กฎหมายว่าด้วยยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ ฉบับ พ.ศ. 2555 กำหนดไว้ว่า ยาที่ใช้และ

จำหน่ายใน สปป.ลาว ต้องขึ้นทะเบียนจากกรมอาหารและยา ต้องรับประกันให้ประชาชนได้รับยาที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ให้ประชาชนได้รับข้อมูลสำคัญของยาที่ครบถ้วน และในราคาที่เหมาะสม ห้ามเกตซ์กรรมออบใบประกอบวิชาชีพของตนให้บุคคลอื่นใช้ และมอบหมายให้บุคคลอื่นที่ไม่ได้รับอนุญาตขายยาแทน ห้ามขายยาที่ไม่ได้รับอนุญาต (ยานอกบัญชี ยาปลอม ยาไม่ได้มาตรฐาน ยาหมดอายุ) มอบหมายให้กระทรวงสาธารณสุข สาธารณสุขจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ เป็นผู้ควบคุมตรวจตราให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และหากมีบุคคลใดละเมิดต่อกฎหมายจะถูกตักเตือนลงโทษทางวินัย ปรับ และชดใช้ค่าเสียหาย

4. ข้อตกลงว่าด้วยการจัดตั้งและการเคลื่อนไหวของกองตรวจตราอาหารและยา ฉบับ พ.ศ. 2557 กระทรวงสาธารณสุขได้มอบหมายให้กองตรวจตราอาหารและยา มีหน้าที่ในการดำเนินการตรวจตรายาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ เพื่อติดตามส่งเสริมให้ประชาชนได้รับยาที่มีคุณภาพและความปลอดภัย ร่วมมือกับหน่วยงานในแต่ละพื้นที่ในการปฏิบัติงานควบคุมยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ และปฏิบัติตามการต่อผู้ที่ละเมิดข้อกำหนดกฎหมายตามที่ได้ระบุไว้

#### **ขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว**

1. จงชื่อวิสาหกิจ ธุรกิจสามารถทำการจองไว้ได้ 3 ชื่อ และการจองชื่อนั้นจะถูกยกเลิกหากธุรกิจไม่ได้รับอนุมัติการจดทะเบียนนิติบุคคล
2. แจ้งสัญญาก่อตั้ง (Contract of Incorporation) ผู้ก่อตั้ง 2 คนขึ้นไป ต้องจัดทำสัญญาก่อตั้ง เพื่อยืนยันต่อสำนักงานทะเบียนวิสาหกิจ
3. ยื่นคำร้องขอจดทะเบียน ผู้ประกอบการจัดเตรียมเอกสารและคำร้องขอจดทะเบียนธุรกิจ แก่เจ้าหน้าที่จดทะเบียนวิสาหกิจ ณ สำนักงานทะเบียนวิสาหกิจ ณ แขวงที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทตั้งอยู่
4. ERO พิจารณาคำร้องและออกใบรับรองจดทะเบียน ธุรกิจร้านขายยาเป็นธุรกิจควบคุม (Negative list) เจ้าหน้าที่จะส่งคำขอจดทะเบียนต่อไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาตามระเบียบ
5. เมื่อได้รับใบทะเบียนนิติบุคคลแล้ว ให้นำใบทะเบียนที่ได้รับไปออกเลขประจำตัวผู้เสียภาษีที่กรมสรรพากร กระทรวงการเงิน จากนั้นต้องอนุญาตจากกรมอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข เพื่อขอใบอนุญาตเปิดร้านขายยา และดำเนินการเปิดธุรกิจร้านขายยาได้ หากมีใบอนุญาตที่ได้รับการรับรองแล้ว

การดำเนินการให้บริการของร้านยาในสปป. ลาว เกษีซกรและผู้ช่วยขายยา มีหน้าที่ ดังนี้  
(กระทรวงสาธารณสุข, 2562)

#### หน้าที่ของเภสัชกร

1. หน้าที่ในการจัดทำบัญชีภายในร้าน และทำบัญชีซื้อขายตามที่กฎหมายกำหนดเพื่อเป็นการติดตามการเคลื่อนไหวของร้าน และเจ้าหน้าที่สามารถตรวจสอบได้
2. หน้าที่ในการดูแลความเรียบร้อยการบริหารจัดการภายในร้านยา ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด
3. หน้าที่ในการให้บริการ และจ่ายยาให้แก่ผู้มารับบริการ
4. หน้าที่ของผู้รับผิดชอบในการอยู่ประจำร้านยา
5. หน้าที่ในการให้ความร่วมมือแก่เจ้าหน้าที่ในการติดตามตรวจตราร้านยา เพื่อให้ร้านยา มีความเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และร้านยายังต้องเข้าร่วมในแต่ละกิจกรรม และการเคลื่อนไหวของกระทรวงสาธารณสุข
6. หน้าที่ที่ความรับผิดชอบต่อกฎหมายในเรื่องความปลอดภัยของการให้บริการ

#### หน้าที่ของผู้ช่วยขายยา

1. รับผิดชอบต่อกฎหมายในเรื่องความปลอดภัยของการให้บริการ
2. ให้ความร่วมมือแก่เจ้าหน้าที่
3. ช่วยในการปฏิบัติงานร้านยาในการให้บริการ และการให้คำแนะนำ
4. ช่วยในการติดตามบันทึกการขายที่มีการซื้อขาย
5. ปฏิบัติหน้าที่ตามการมอบหมายของเภสัชกร

ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว จะต้องมึข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจร้านขายยาในสปป.ลาว เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการช่วยพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านกฎหมาย การบริหารจัดการ ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด และความเป็นไปได้ทางการเงิน เพื่อให้ธุรกิจร้านขายยาดำเนินไปอย่างถูกต้องตามข้อกำหนด ซึ่งธุรกิจร้านขายยาไม่ได้เป็นเพียงธุรกิจค้าปลีกซื้อมาขายไปเท่านั้น แต่เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสุขภาพ ร่างกาย และชีวิตของผู้บริโภค การควบคุมดูแล การให้บริการ ทุกขั้นตอนต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิต และสุขภาพของ



ผู้บริโภคนั้นสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการตามระเบียบและกฎหมายที่กำหนดไว้ให้  
อย่างครบถ้วน

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงการ

โครงการคือกิจกรรมหรืองานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนเพื่อผลิตสินค้าและบริการ หรือเพื่อ  
หวังผลประโยชน์ตอบแทน กิจกรรมหรืองานดังกล่าวจะต้องเป็นหน่วยอิสระหน่วยหนึ่งที่สามารถ  
ทำการวิเคราะห์ วางแผน และบริหารงานได้ พร้อมทั้งมีลักษณะแจ้งชัดถึงจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด  
เมื่อวัตถุประสงค์ที่มุ่งหวังไว้สำเร็จสิ้นลง โครงการจึงเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การ  
จัดสรรทรัพยากร และการดำเนินงานอย่างมีระบบและระเบียบ แสดงให้เห็นถึงแหล่งที่ตั้งของ  
โครงการ การผลิต การลงทุน ผลตอบแทน การจัดรูปแบบของโครงการ และการจัดโครงการ (ประสิทธิ์  
ตงยิ่งศิริ, 2562)

ความล้มเหลวในการดำเนินโครงการ ไม่จำเป็นต้องเป็นประเด็นทางลบเสมอไป อาจจะเป็น  
ประสบการณ์ทางบวกก็ได้ หากขั้นตอนและปัจจัยความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดสถานะของความ  
ล้มเหลวของงานโครงการได้นำเข้าสู่ (1) กระบวนการวิเคราะห์ และ (2) กระบวนการแก้ไขให้  
ถูกต้องและประสบความสำเร็จในโอกาสต่อไป หากโครงการใดโครงการหนึ่งทำแต่สิ่งที่ถูกต้อง ก็  
จะสูญเสียโอกาสในการเรียนรู้ ดังนั้น ความล้มเหลวของโครงการจึงให้โอกาสในการเรียนรู้จาก  
ความผิดพลาดในอดีต และช่วยปรับปรุงกระบวนการตัดสินใจด้วยตนเอง ความผิดพลาดจึงถือว่าเป็น  
ดัชนีชี้วัดถึงช่องว่างในการพัฒนาองค์ความรู้ของบุคคล ภาระการเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ  
เกิดความผิดพลาดด้วยการเอากิจกรรมสิ่งที่ดำเนินการมาค้นหา และระบุความเสี่ยงเพื่อไปสู่การ  
จัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมมากขึ้น

การบริหารความเสี่ยงของโครงการที่สำคัญ คือ การแสวงหาผลประโยชน์ และเพิ่ม  
ประสิทธิผลในงานโครงการจากความล้มเหลว และปรับเปลี่ยนความรู้สึกทางลบด้วยการวิเคราะห์  
ความเสี่ยงที่ทำให้เกิดการเบี่ยงเบนออกจากความสำเร็จ และจัดการกับความเสี่ยงนั้นในโอกาส  
ต่อไป ในงานการบริหารโครงการใดๆ จะถูกตีว่าสถานะล้มเหลว ก็ต่อเมื่อผลการดำเนินโครงการ  
ไม่บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้แต่แรก ซึ่งความล้มเหลวทั่วไปของโครงการมาจาก  
(1) ต้นทุนการดำเนินงานไม่เพียงพอหรือไม่เหมาะสมในการนำไปสู่กระบวนการดำเนินงาน

โครงการ (2) การดำเนินงานโครงการล่าช้ากว่ากำหนด และ (3) ผลผลิตของโครงการไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์ (จิรพร สุเมธีประสิทธิ์, 2564)

ความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility study) มีผู้ให้ความหมายและทัศนะไว้หลายประการ ดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการนั้น ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้นๆ (จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ, 2562)

การวิเคราะห์โครงการ (Project Analysis) โดยการจัดทำโครงการเมื่อถึงขั้นตอน การออกแบบ และการประมาณต้นทุนในรายละเอียดเมื่อนำไปปฏิบัติ โดยแสดงออกมาในรูปของการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค วิชาการ การเงิน เศรษฐกิจ สังคม สถาบัน และสิ่งแวดล้อม เหตุผลที่จำเป็นในการตัดสินใจว่าจะรับหรือปฏิเสธโครงการเพื่อการลงทุน (ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, 2564)

ความจำเป็นที่จะต้องศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนั้น เป็นผลสืบเนื่องจากความขาดแคลนในทรัพยากร เมื่อเทียบกับความต้องการการลงทุนในโครงการต่างๆ การวิเคราะห์ผลเสีย-ผลประโยชน์ของโครงการ (Cost-Benefit Analysis) เป็นเครื่องมือหนึ่งซึ่งช่วยจัดสรรทรัพยากรที่ขาดแคลนไปยังโครงการต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพ หรือเสียค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด หรือมีประสิทธิผลหรือได้รับผลประโยชน์มากที่สุด ถูกต้องตามหลักวิชาเศรษฐศาสตร์ และช่วยให้ผู้วิเคราะห์โครงการสามารถตัดสินใจเลือกการลงทุนที่ดี เหมาะสมและมีคุณภาพในทางปฏิบัติ (หฤทัย มินะพันธ์, 2564)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการหรือการวิเคราะห์โครงการทางด้านต่างๆ ทำขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจว่าโครงการที่เลือกมา มีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ มีผลตอบแทนหรือมีความค่าที่จะลงทุน โดยสามารถทำให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ภายใต้ข้อจำกัดที่มีอยู่

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในกิจการเพื่อจำหน่ายสินค้าและบริการมีกระบวนการศึกษาหรือขั้นตอนการวิเคราะห์เพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดให้โครงการได้ผลตอบแทนจากการลงทุนมากที่สุด โดยทั่วไปการศึกษาความเป็นไปได้อาจครอบคลุมในหลายด้าน ดังนี้ (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ, 2562)

1) การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค เป็นการศึกษาคือความเหมาะสมของการลงทุน ด้านทำเล และสถานที่ตั้ง การออกแบบ ลักษณะร้าน วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินการ จำนวน และคุณภาพของพนักงาน กำหนดแผนการดำเนินงาน และการประมาณการสำหรับค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการลงทุน โดยนำผลที่ได้ไปพิจารณา และประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน ส่วนการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการบริหารจัดการ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการ รูปแบบของการดำเนินการ โครงสร้างและความเหมาะสมกับขนาดของร้าน การวิเคราะห์งาน ขอบเขตและความรับผิดชอบของงานแต่ละตำแหน่ง การวิเคราะห์ทรัพยากรมนุษย์ การคัดเลือกพนักงาน การบริหารงานบุคคลให้มีประสิทธิภาพ และกระบวนการในการบริหารจัดการภายในร้าน โดยนำผลที่ได้ไปพิจารณาและประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน

2) การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดเพื่อใช้ในการประเมินอุปสงค์ของผู้บริโภคในอนาคตของธุรกิจ และเพื่อให้รู้ขนาดของตลาด และโอกาสที่เข้าไปช่วงชิงการแข่งขันนั้น มีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด คำนวณค่าที่จะลงทุนหรือไม่ และนำผลที่ได้ไปพิจารณาและประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน

3) การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน โดยนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ และทางด้านตลาด มาประกอบเพื่อทำการประเมินโครงการเป็นไปอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีการจัดทำงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบกระแสเงินสดล่วงหน้า เพื่อนำมาวิเคราะห์โดยการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจโดยใช้เครื่องมือต่างๆ คือ เงินทุนและต้นทุนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capitals: WACC) ระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) และนำผลที่ได้ไปพิจารณาและประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน

สำหรับการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว ในครั้งนี้จะศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของทั้ง 3 ด้านที่กล่าวมา คือ ความเป็นไป

ได้ด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ ความเป็นไปได้ทางการตลาด และความเป็นไปได้ด้านการเงิน มีแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

### **การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ**

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ จะแบ่งเป็นสองส่วนหลักได้แก่ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการบริหารจัดการ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค สำหรับการผลิตสินค้าหรือการให้บริการจะมีเทคนิคการผลิตหรือการดำเนินงานให้เลือกหลากหลาย แต่ละเทคนิคก็มีความแตกต่างกันในด้านกรรมวิธีการผลิต เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์การผลิต ชนิด ปริมาณ และคุณภาพของปัจจัยการผลิตที่ต้องการ และในอีกมุมมองความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคเป็นการศึกษาความเหมาะสมของการลงทุน ด้านทำเล และสถานที่ตั้งของร้าน การออกแบบลักษณะร้าน วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินการ จำนวน และคุณภาพของพนักงาน กำหนดแผนการดำเนินงานของร้าน และการประมาณการสำหรับค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการลงทุน สิ่งต่างๆเหล่านี้จะมีผลต่อต้นทุนการผลิต ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพิจารณาข้อดีข้อเสียของเทคนิคการผลิตรูปแบบต่างๆ การวางแผนต่างๆ ในธุรกิจ แล้วคัดเลือกเทคนิคที่เหมาะสมที่สุด การวิเคราะห์ทางด้านนี้จึงเน้นไปที่การกำหนดทางเลือก และการคัดสรรทางเลือกด้านเทคนิคที่ดีที่สุดให้กับโครงการ ข้อมูลที่ได้นำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินต่อไป (ประสิทธิ์ ดงยั้งศิริ, 2562)

แนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค มีดังนี้

1. ขนาดของโครงการ และความประหยัดจากขนาดที่เกิดขึ้น
2. สถานที่ตั้งของโครงการ การเข้าถึงสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และแหล่งทรัพยากร
3. จำนวนประชากรที่คาดว่าจะได้ประโยชน์จากโครงการ และลักษณะการกระจายตัวด้านกายภาพของประชากรในพื้นที่โครงการ
4. ประสิทธิภาพการใช้ และดูแลรักษาเทคโนโลยี รวมทั้งประเด็นเรื่องอะไหล่ และทักษะด้านเทคนิควิชาการที่มีอยู่และหาได้

5. วัตถุประสงค์ และตลาดวัตถุประสงค์ที่มี และที่หาได้
6. ปริมาณ และคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ
7. ประมาณการต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายอื่นๆที่ต้องการ
8. เทคโนโลยีที่นำมาใช้สามารถรองรับปริมาณลูกค้าที่อาจเพิ่มจำนวนมากขึ้น และสามารถปรับเข้ากับปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้หรือไม่

9. เทคโนโลยีที่มีอยู่เดิมสามารถปรับใช้กับระบบใหม่ได้หรือไม่ ถ้าไม่ได้ องค์กรหรือธุรกิจสามารถซื้อมาได้โดยมีค่าใช้จ่ายที่ผู้บริหารพึงพอใจหรือไม่

10. บุคลากรขององค์กรมีความเชี่ยวชาญกับเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้หรือไม่ นอกจากจะประเมินความสามารถขององค์กรแล้วจะต้องประเมินระดับความเสี่ยงของโครงการ เนื่องจากผู้บริหารย่อมมีความคาดหวังผลตอบแทนที่ได้จากโครงการมากกว่าความเสี่ยงในด้านต่างๆที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นจึงควรมีการประเมินความเสี่ยงของโครงการเพื่อป้องกันผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่อาจเกิดขึ้น อันเนื่องจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานกับระบบใหม่

11. การเลือกจังหวะการลงทุน ต้องเลือกจังหวะเวลาที่เหมาะสมไม่เร็วเกินไปซึ่งจะทำให้สูญเสียต้นทุนค่าใช้จ่าย และไม่ช้าเกินไปซึ่งจะทำให้เกิดการเสียโอกาส

12. กำหนดการดำเนินงาน ต้องมีการออกแบบกำหนดการดำเนินงาน เพื่อให้โครงการดำเนินไปอย่างราบรื่น สามารถควบคุมเวลาและค่าใช้จ่ายได้

ถ้าหากผลลัพธ์ที่ไม่มีการประเมินความเสี่ยงของโครงการทางด้านเทคนิคจะส่งผล ดังนี้

1. ทำให้การคาดหวังที่จะได้รับผลตอบแทนนั้นล้นหลาม
2. ทำให้การประมาณการต้นทุนผิดพลาด
3. ทำให้การประมาณการระยะเวลาในการดำเนินโครงการผิดพลาด
4. ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของระบบไม่เป็นไปตามที่คาดไว้
5. ทำให้ไม่สามารถติดตั้งระบบใหม่เข้ากับระบบคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่แล้วได้

แนวทางการประเมินความเสี่ยงของโครงการประกอบด้วย 4 ประการ คือ

1. ขนาดโครงการ โดยหากโครงการมีขนาดใหญ่ จะมีความเสี่ยงมากกว่า โครงการที่มีขนาดเล็ก เนื่องจากโครงการที่มีขนาดใหญ่ยากต่อการบริหารโครงการ

2. โครงสร้างของโครงการ โครงการที่การดำเนินงานอย่างมีโครงสร้าง และมีความต้องการที่ไม่ซับซ้อนย่อมมีความเสี่ยงน้อยกว่าโครงการที่มีความต้องการที่ซับซ้อน

3. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในโครงการ โครงการที่นำเทคโนโลยีที่มีมาตรฐานมาใช้ย่อมมีความเสี่ยงต่อความเข้าใจของกลุ่มผู้ใช้น้อยกว่าโครงการที่นำเทคโนโลยีที่ไม่มีมาตรฐาน เพียงพอหรือล้ายุคเกินไป

4. ความคุ้นเคยของผู้ใช้งานกับการพัฒนาระบบสารสนเทศ ผู้ใช้งานที่มีความคุ้นเคยกับระบบสารสนเทศ จะมีความเข้าใจในขั้นตอนการทำงานได้ดีกว่าผู้ใช้งานที่ไม่มี ความคุ้นเคย ดังนั้นจึงเกิดความเสี่ยงน้อยกว่า

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการบริหารจัดการ เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการที่ดีต้องให้ความสำคัญ ในการบริหารคนซึ่งคนเป็นทรัพยากรที่มีค่าในองค์กร ในการวางแผนทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์หัวข้อในการกำหนดแผนงานดังนี้ (สมยศ นาวิการ, 2561)

1. การวางแผนกำลังคน
2. การจ้างงาน
3. การประเมินผลการปฏิบัติงาน
4. การฝึกอบรม และพัฒนาพนักงาน
5. การวางแผนอาชีพ และเลื่อนตำแหน่ง
6. การขึ้นเงินเดือนประจำปี
7. การบริหารค่าตอบแทน และสวัสดิการ
8. วินัย และการร้องทุกข์
9. แรงงานสัมพันธ์
10. ความปลอดภัยในการทำงาน

วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการบริหารจัดการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2563)

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างขององค์กร

เพื่อพิจารณาการจัดรูปแบบขององค์กรว่ามีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร เนื่องจากรูปแบบโครงสร้างขององค์กรจะมีผลต่อการบริหารดำเนินโครงการ กล่าวคือหากโครงสร้างขององค์กรมีความซับซ้อนขั้นตอนมากเกินไปอาจมีผลทำให้การบริหารโครงการล่าช้าไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ หรือรูปแบบโครงสร้างขององค์กรไม่รัดกุมอาจทำให้การบริหารจัดการโครงการเกิดการผิดพลาดได้ง่ายหรือเกิดความขัดแย้งกันภายในองค์กร

## 2. เพื่อพิจารณาแนวทางการบริหารจัดการ และการวางแผนของผู้ดำเนินโครงการ

โครงการมีการจัดการที่เหมาะสมหรือไม่ มีการวางแผนอย่างไร และมีหลักการบริหารโครงการ การอำนวยความสะดวก และการวางระบบการควบคุมติดตามประเมินผลเหมาะสมหรือไม่

## 3. เพื่อพิจารณาความเหมาะสมและพอเพียงของผู้บริหารโครงการ และบุคลากร

เพื่อให้แน่ใจได้ว่าการบริหารจัดการ มีผู้บริหาร ผู้ร่วมโครงการ บุคลากรหรือการจัดทีมงานที่เหมาะสมไม่มากหรือน้อยเกินไปหรือมีการจัดสรรบุคลากรอย่างพอเพียงและเหมาะสม รวมทั้งการวางแผนบริหารงานบุคคล การกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ และทีมงานโครงการ และกำหนดเงินเดือน ค่าจ้าง ค่าใช้จ่ายสำหรับบริหารงานบุคคล

## 4. เพื่อพิจารณาโอกาสในการได้รับความช่วยเหลือหรือการสนับสนุนทางด้านต่างๆ

เช่น ทางด้านการเงิน เทคโนโลยี การสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐบาล เอกชน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรต่างๆ จากหน่วยงานภายในประเทศ และต่างประเทศ ทั้งนี้การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ทำให้การดำเนินงานของโครงการสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีมากกว่าโครงการที่ไม่ได้รับการสนับสนุน

### **การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด**

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ จะต้องศึกษาและสำรวจคุณลักษณะ และขนาดของตลาด เพื่อนำไปเป็นข้อมูลการกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาด ตลอดจนการพยากรณ์รายรับต้นทุนด้านการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย (วีระพล สุวรรณนันต์, 2564)

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด ประกอบด้วย (ชัยยศ สันตวิงษ์, 2562)

1. การบรรยายภาวะตลาดโดยสรุป รวมถึงขอบเขตด้านการตลาด ศักยภาพของคู่แข่งชั้นวิธีการขนส่ง ช่องทางระบบการจัดจำหน่าย และวิธีปฏิบัติในทางการค้าทั่วไป

2. วิเคราะห์อุปสงค์ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า

3. วิเคราะห์ช่องทางระบบจัดจำหน่ายสินค้าทั้งอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เก็บรวบรวมข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแข่งขันของผลิตภัณฑ์ เช่น ราคาขาย คุณภาพ กลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มแข่งขัน

4. คาดคะเนของอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ในอนาคต

5. คาดคะเนส่วนแบ่งการตลาดของโครงการนั้น โดยคำนึงถึงอุปสงค์ การจัดจำหน่าย สถานะการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการ

วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านอุปสงค์หรือการตลาด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2563)

1. เพื่อวิเคราะห์หาอุปสงค์หรือความต้องการสินค้า และบริการของตลาด

ทำให้สามารถกำหนดลักษณะ รูปแบบ และคุณภาพของสินค้าที่เหมาะสมกับอุปสงค์ของตลาด และประมาณการปริมาณการผลิต หรือกำหนดขนาดการผลิตให้เหมาะสม เพื่อให้แน่ใจได้ว่าเมื่อโครงการลงทุนผลิตไปแล้วเป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งจะมีผลต่อความเป็นไปได้ของโครงการ

2. เพื่อประมาณการ หรือคาดคะเนอุปสงค์ของสินค้า และแนวโน้มในอนาคต

หากการประมาณการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดคลาดเคลื่อนก็จะมีผลทำให้การวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิค และการเงินคลาดเคลื่อนไปด้วย

3. เพื่อคาดคะเน หรือประมาณการอุปทานของสินค้าและบริการ

โดยจะพิจารณาอุปทานทั้งตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศ และประมาณการอุปทาน และแนวโน้มในอนาคต และเมื่อประมาณการอุปสงค์ และอุปทานของตลาดได้แล้ว ก็จะนำมาเปรียบเทียบกัน และศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยเปรียบเทียบอุปสงค์ และอุปทานของสินค้าและบริการที่โครงการกำลังจะผลิตหรือให้บริการ หากประมาณการว่าอุปสงค์ของสินค้าและบริการหรือผลผลิตของโครงการมีมากกว่าอุปทานที่มีอยู่ในตลาดมาก โครงการนั้นก็มีความเป็นไปได้ในการลงทุนหรือมั่นใจได้ว่าผลิตสินค้า และบริการออกมาแล้วจะตรงตามความต้องการของตลาดและสามารถจำหน่ายได้

4. เพื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขัน และส่วนแบ่งของตลาด



แนวโน้มอุปสงค์ของสินค้าและบริการของโครงการ และขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศว่ามีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นมากน้อยแค่ไหน สภาพคู่แข่งในตลาด เป็นอย่างไร มีโอกาสในการทำกำไรได้มากน้อยแค่ไหน

ดังนั้นวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดจึงมีความจำเป็นสำหรับ โครงการของภาคเอกชนโดยเฉพาะ โครงการใหม่ๆที่ยังไม่เคยผลิตมาก่อนซึ่งยังไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับ แนวโน้มความต้องการของตลาด วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดจึงทำให้ มั่นใจได้ว่าผลผลิตของโครงการเมื่อผลิตออกมาแล้วสามารถจำหน่ายได้ มีปริมาณการผลิตที่ สอดคล้องกับอุปสงค์ของตลาด ซึ่งทำให้สามารถทำกำไรหรือได้รับผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน ในขณะที่โครงการของภาครัฐซึ่งส่วนใหญ่มีเป้าหมายเพื่อบริการสังคมก็จะทำให้มั่นใจได้ว่าการ ลงทุนในโครงการจะสามารถบริการประชาชนได้ทั่วถึง ตรงตามความต้องการของสังคมหรือเป็น โครงการที่มีความจำเป็น มีประโยชน์อย่างแท้จริงกับประชาชนส่วนใหญ่ซึ่งมีความคุ้มค่าต่อการ ลงทุน

### แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค มีผู้ให้ความหมายหรือแนวคิดไว้หลากหลาย และมีลักษณะที่ คล้ายคลึงกัน ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นผลสะท้อนของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั้งหมดที่ เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการได้รับมา การบริโภค และการจำกัด อันเกี่ยวกับสินค้า บริการ เวลา และ ความคิด โดยหน่วยตัดสินใจซื้อ (คน) ในช่วงเวลาใด เวลาหนึ่ง (Hoyer, MacInnis, & Pieters, 2021)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคค้นหาความต้องการเกี่ยวกับการ ซื้อ การใช้การประเมิน การใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความ ต้องการได้ (Schiffman & Kanuk, 2018)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้อง โดยตรงกับการจัดหา และการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ (ปริญ ลักษิตานนท์, 2564)

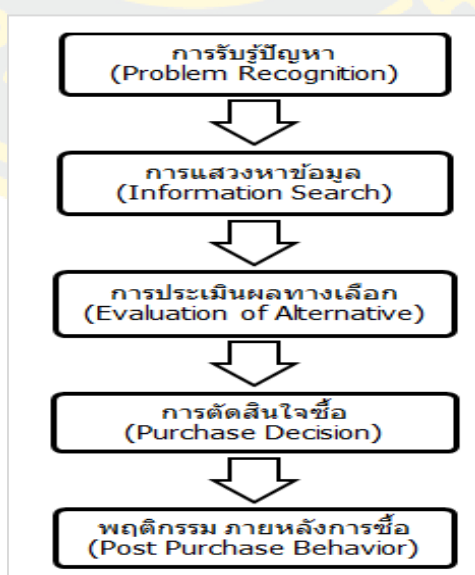
สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรม การตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

### แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคก็จะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูล และข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญ และอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2560)

ขั้นตอนการตัดสินใจ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยมีลำดับกระบวนการ 5 ขั้นตอน โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของผู้บริโภค (Kotler, 2021) ดังนี้

ภาพที่ 2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของผู้บริโภค



### 1) การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition)

ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) คือ สภาพที่รู้สึกว่าจะดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Reality) ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง ปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป

เมื่อผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และจะหาทางแก้ไขปัญหานั้นหรือไม่ก็ได้ หากปัญหาไม่มีความสำคัญมากนัก ก็จะแก้ไขหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าหากปัญหาที่เกิดขึ้นยังไม่หายไป ไม่ลดลงหรือกลับเพิ่มขึ้นแล้ว ปัญหานั้นก็จะกลายเป็นความเครียดที่กลายเป็นแรงผลักดันให้พยายามแก้ไขปัญหา ซึ่งจะเริ่มหาทางแก้ไขปัญหาโดยการเสาะหาข้อมูลก่อน

### 2) การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information)

เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น แหล่งบุคคล, แหล่งธุรกิจ, แหล่งข่าวทั่วไป หรือจากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง (Experimental Search) เป็นต้น

ผู้บริโภคบางคนก็ใช้ความพยายามในการเสาะแสวงหาข้อมูลในการใช้ประกอบการตัดสินใจชื้อมากแต่บางคนก็น้อย ทั้งนี้ อาจขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลที่มีอยู่เดิม ความรุนแรงของความปรารถนา หรือความสะดวกในการสืบเสาะหา

### 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative)

เมื่อผู้บริโภค ได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ก็จะประเมินทางเลือก และตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกอาจจะประเมิน โดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้า และกัจัดสรรในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อจากหลากหลายตราหือให้เหลือเพียงตราหือเดียว อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อนิยมศรัทธาในตราสินค้านั้นๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีต และสถานการณ์ของการตัดสินใจ รวมถึงทางเลือกที่มีอยู่ด้วย

### 4) การตัดสินใจซื้อ (Decision Making)

ปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูล และระยะเวลาในการตัดสินใจ สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องใช้

ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคก็ไม่ต้องการระยะเวลาการตัดสินใจนาน

#### 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)

หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจ หรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้ หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้นๆในครั้งต่อไป และอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย

จากแนวคิดการตัดสินใจ สรุปคือเป็นกระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย การคาดคะเนผลที่จะเกิดจากทางเลือกปฏิบัติที่จะส่งผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นสูง มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ค่อนข้างต่ำ ปริมาณการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปไม่มาก เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของราคา แต่ปริมาณการบริโภครวมของประเทศมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการโฆษณาชักจูงให้คนเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคหันมาบริโภคยาแผนปัจจุบันแทนยาแผนโบราณ อีกส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มของจำนวนประชากร ซึ่งมีผลโดยตรงต่อปริมาณการบริโภค นอกจากนั้นการเจริญทางเศรษฐกิจ และความก้าวหน้าทางวิชาการ ความรู้จากการศึกษาก็มีส่วนสนับสนุนให้มีการบริโภคยาเพิ่มขึ้นด้วย (ประสิทธิ์ ตงยงศิริ, 2562)

#### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ตามแนวคิดของ (Kotler & Keller, 2021) ได้กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ว่ามี (1) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าและบริการอันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์เสริม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ เพื่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (2) ราคา (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเมื่อไหร่ และต้องใช้เวลาในการที่จะส่งมอบบริการเท่าไร และเกิดขึ้นสถานที่ไหน และส่งมอบกันอย่างไร (4) การส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมด้านการ

ออกแบบสิ่งจูงใจ และการสื่อสารด้านการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า (5) บุคลากร ต้องใช้ความพยายามในการวางแผนทั้งด้านกำลังคน การสรรหา การคัดเลือกบุคลากร และการฝึกอบรมพัฒนา และต้องสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด (6) หลักฐานทางกายภาพ คือสถานที่และสิ่งแวดล้อมรวมถึงองค์ประกอบต่างๆที่สามารถจับต้องได้ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่อผู้ปฏิบัติงาน และลูกค้าที่มาใช้บริการ (7) กระบวนการ เป็นวิธีในการทำงานสร้างและส่งมอบผลิตภัณฑ์ โดยต้องอาศัยการออกแบบ และปฏิบัติให้ได้ตามกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ

การศึกษาวิจัยเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว ในครั้งนี้ ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์อุปสงค์ของการบริโภคจากตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคของธุรกิจร้านขายยาที่ สปป.ลาว เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านขายยาในโครงการ

### **การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน**

การศึกษาค่าความเป็นไปได้ด้านการเงิน โดยนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ทางด้านตลาด และด้านเทคนิค มาประกอบเพื่อให้การประเมินโครงการเป็นไปอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีการจัดทางงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบกระแสเงินสดล่วงหน้า เพื่อนำมาวิเคราะห์โดยการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการการลงทุน ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจโดยใช้เครื่องมือต่างๆ ดังนี้ (ANG, Koh, Brigham, & Ehrhardt, 2020)

1) เงินทุนและต้นทุนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capitals: WACC) การประเมินโครงการโดยการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนได้จากการคำนวณต้นทุนทางการเงินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) การคำนวณต้นทุนของเงินลงทุนนี้ อาจคำนวณจากผลตอบแทนที่ไม่มีความเสี่ยง เช่น จากอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล รวมกับค่าชดเชยความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนต้องการ และดอกเบี้ยเงินกู้ยืมธนาคาร โดยมีสูตร ดังนี้

$$WACC = W_d K_d (1 - \text{Tax}) + W_e K_e$$

2) ระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลา นับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึง ขณะที่โครงการสามารถสร้างผลตอบแทนให้โดยรวมกันแล้วเท่ากับเงินลงทุนเริ่มต้นพอดี มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ}}{\text{กระแสเงินสดทั้งปี}}$$

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือ ผลรวมของรายรับสุทธิที่เกิดขึ้นในแต่ละงวดเวลาตลอดอายุของโครงการ หักลบด้วยต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนที่ใช้ในโครงการตามระยะเวลาที่เกิดรายรับสุทธินั้นๆ เพื่อประเมินความสามารถในการสร้างรายได้ของโครงการลงทุนตลอดระยะเวลาของโครงการ โดยมีการคำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาด้วย มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t}$$

โดย  $NPV < 0$  ไม่ควรลงทุน

$NPV = 0$  ไม่มีความแตกต่างระหว่างลงทุนและไม่ลงทุน

$NPV > 0$  ควรลงทุน

4) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์ เพื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยที่โครงการลงทุนสามารถสร้างให้ได้ตลอดระยะเวลาของโครงการ มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$0 = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n}$$

IRR คือ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ ในที่นี้แทนด้วย  $r$

โดย  $r < k$  ไม่ควรลงทุน

$r = k$  ไม่มีความแตกต่างระหว่างลงทุนและไม่ลงทุน

$r > k$  ควรลงทุน

การค้นคว้าและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินของธุรกิจร้านขายยาพบว่า การวิเคราะห์ในด้านนี้จะประกอบด้วย การคาดคะเนกระแสการไหลของเงินสดของโครงการ (Cash Flow) แล้วประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการโดยอาศัยเครื่องมือที่ใช้ชีวิตต่างๆ ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) และระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) เป็นต้น (กมล ศิลปเวชกุล, 2563)

การวิจัยเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว ในครั้งนี้ ทำการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน โดยใช้เครื่องมือในการพิจารณาทางการเงิน ทั้ง 4 เครื่องมือ คือ เงินทุนและต้นทุนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capitals: WACC) ระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กมล ศิลปเวชกุล (2563) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านขายยาในห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อยาจากการร้านขายยาในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ การให้คำแนะนำการใช้ยาดี ได้ยาที่มีคุณภาพดี และมีความสะดวก ประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่าร้านขายยาในห้างสรรพสินค้ามีเภสัชกรประจำมากกว่าร้านขายยานอกห้างฯ และมีการให้คำแนะนำการใช้ยาที่ดีกว่า และจากการศึกษาพบว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางการเงินซึ่งมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในปีแรกประมาณ 20% มีดัชนีการทำกำไร เท่ากับ 1.09 มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 1,973,056.00 บาท และมีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 10 เดือน

เกษศดา นครศิลป์ (2561) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการลงทุนที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท คือมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่จำนวนมากและมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง มีผู้สัญจรไปมาตลอดทั้งวัน ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย ขนาดของร้านขายยาที่เหมาะสมจะเป็นอาคารพาณิชย์ขนาด 1 คูหา และมีการจัดแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารให้มีความเหมาะสม เพียงพอในการจัดวางสินค้า และการจัดแบ่งพื้นที่สำหรับการให้บริการต่างๆภายในร้าน

ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และควรจัดให้มีเก็ชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิดทำการ เพื่อให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และพัฒนาให้ร้านขายยามีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีใจการบริหารทางเภสัชกรรม จากผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินของร้านขายยาในโครงการ เมื่อกำหนดอายุโครงการ 10 ปี ณ อัตราคิดลดร้อยละ 9 ร้านยาในโครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 4,665,723.68 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน มีค่ามากกว่าร้อยละ 30 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ 1.116 ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2.43 ปี แสดงให้เห็นว่าผลตอบแทนนี้คุ้มค่ากับการลงทุน และมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

จักรเรศ นฤตลประวัตติ (2562) ศึกษาแนวทางกลยุทธ์ในการลงทุนธุรกิจของยาและเวชภัณฑ์ไทยใน สปป. ลาว (กลาง) ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณภาพ และผลิตภัณฑ์ โดยดูจากแหล่งผลิต และชื่อเสียงของยา มีการติดราคาไว้ชัดเจน ต่อรองราคาได้ และมีส่วนลด ซื้อหาได้สะดวก พนักงานให้คำแนะนำ และมีอชยาศัยดี การจัดส่งรวดเร็ว มีการโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ มีโปรโมชัน มีการรับประกันสินค้า ยาและเวชภัณฑ์ไทยได้รับความนิยมนมากกว่าประเทศอื่นๆ ที่นิยม เป็นยาสามัญทั่วไป และให้ความสนใจเวชภัณฑ์ความงามและสมุนไพรเพิ่มขึ้น การดำเนินธุรกิจใน สปป.ลาว สามารถใช้การร่วมสัญญาและวิสาหกิจร่วมทุน โดยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีและต้องดำเนินการ

เจริญ โสภกา (2561) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยของผู้บริโภคจากประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดได้แก่ ความเหมาะสมของปริมาณหรือหน้าที่การใช้งาน และการโฆษณาทางสื่อต่างๆ ทัศนคติที่มีต่อสินค้าไทยของผู้ตอบแบบสอบถามจากประเทศ สปป.ลาว ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ คุณภาพที่ดี มีความทันสมัย และราคาที่เหมาะสม ตามลำดับ

แสงสุข พิทยานุกุล (2560) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทยพบว่า คนไทยในวัย 15 ถึง 34 ปี ส่วนใหญ่ มีการออกกำลังกายเป็นประจำ และให้ความสำคัญกับการนอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ แต่ไม่ให้ความสำคัญกับการรับประทานผัก ผลไม้ วิตามิน และอาหารเสริม และยังพบว่า 3 ใน 4 ของคนไทยใช้บริการร้านขายยาอย่างน้อย 1 ครั้ง ในช่วง 1 ปี เมื่อมีอาการเจ็บป่วยทั่วไป เช่น ปวดหัว ไอ/มีน มีน้ำมูก เสมหะ เจ็บคอ ไข้หวัด ท้องเสีย ปวดกล้ามเนื้อ



คนไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70) จะเลือกซื้อยาจากร้านขายยามากกว่าการไปโรงพยาบาลหรือคลินิก ในขณะที่ผู้ที่มีอาการจากโรคประจำตัวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72) จะเลือกเข้ารับการรักษาจากโรงพยาบาลมากกว่า ซึ่งหลักเกณฑ์ 4 อันดับแรกในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย คือ 1. ความสะดวกในการเดินทาง 2. เกษีกรมีความรู้และให้คำแนะนำได้ดี 3. ราคาเหมาะสม และ 4. คุณภาพของยาที่จำหน่าย นอกจากนั้นแล้ว ผู้บริโภคยังคาดหวังให้ร้านขายยาเป็นร้านที่เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง

Moolasarn et al. (2018) ศึกษาสถานการณ์การใช้ยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทยของประชาชนสาธารณสุขรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เขตช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้ยาที่มีชื่อการค้า เป็นอักษรไทย (ร้อยละ 77.5) กลุ่มตัวอย่างมีโรคประจำตัวจำนวน 22 ราย ส่วนใหญ่ใช้ยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทย (ร้อยละ 90.9) สำหรับผู้ที่ไม่มืโรคประจำตัวจำนวน 58 ราย เมื่อมีการเจ็บป่วยครั้งสุดท้ายก็นิยมใช้ยาที่มีชื่อการค้า เป็นอักษรไทย (ร้อยละ 72.4) โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ายาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทยมีประสิทธิภาพ และหาซื้อได้ง่ายใน สปป.ลาว และรู้จักยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทย (ร้อยละ 97.5) โดยส่วนใหญ่รู้จักมาจากร้านยาในประเทศไทยขายให้ การโฆษณาในสถานีโทรทัศน์จากสถานีของประเทศไทย และการโฆษณาในวิทยุจากสถานีวิทยุของประเทศไทย (ร้อยละ 25.9, 21.4, 20.0 ตามลำดับ) และผลการสอบถามเกษีกรในเขตประเทศไทย บริเวณด่านชายแดนช่องเม็กพบว่า แต่ละวันจะมีลูกค้าจาก สปป.ลาว ประมาณ 25 คน ยาที่ขายส่วนใหญ่จะเป็น ยาสามัญประจำบ้าน ซึ่งเกษีกรจะเลือกใช้ยาที่มาจากประเทศไทยเพราะเห็นว่าคุณภาพของยามีความน่าเชื่อถือ และบรรจุภัณฑ์ดีกว่า ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าประชาชน สปป. ลาว นิยมใช้ยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทย และบางส่วนมาใช้บริการรักษาพยาบาลในหน่วยบริการสาธารณสุขในเขตประเทศไทย ดังนั้นการเตรียมการของหน่วยบริการทั้งของรัฐและของเอกชนตลอดจนการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมก็จะทำให้มีการซื้อยาหรือใช้บริการที่มากขึ้น และเป็นช่องทางหนึ่งของการหารายได้ของสถานบริการสาธารณสุขทั้งภาครัฐและเอกชน

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป. ลาว เป็นงานวิจัยผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จะศึกษาโดยการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ ความเป็นไปได้ทางการตลาด และความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจร้านขายยา ซึ่งเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน ดำเนินกิจการที่ทันสมัย มีการให้บริการทางด้านเภสัชกรรมบริบาลที่ดี โดยมีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดทั้งวัน มีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย
4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป. ลาว ครั้งนี้ แบ่งประชากรและกลุ่มเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป. ลาว ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว โดยแบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ตัวแทนจากสภาเภสัชกรรม ประเทศไทย กลุ่มประชากร คือ คณะกรรมการสภาเภสัชกรรม วาระที่ 9 (พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2564) โดยมีประชากรรวม 24 ราย (สภาเภสัชกรรม, 2562) คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง โดยกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 5 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่อิ่มตัว

กลุ่มที่ 2 ตัวแทนจากกรมอาหารและยา สปป.ลาว กลุ่มประชากร คือ คณะทำงาน กรมอาหารและยา สปป.ลาว (วาระปัจจุบัน) โดยมีประชากรรวม 47 ราย (Ministry of Health, Laos PDR, & Food and Drug Department, 2021) คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง โดยกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 5 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่อิ่มตัว

กลุ่มที่ 3 ตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาในประเทศไทย กลุ่มประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาประเภท ข.ย.1 ในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย โดยมีประชากรรวม 67 ราย (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2562) คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง โดยกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 5 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่อิ่มตัว

กลุ่มที่ 4 ตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว กลุ่มประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาประเภท ชั้นที่ 1 ในเขตพื้นที่นครหลวงเวียงจันทน์ โดยมีประชากรรวม 171 ราย (กระทรวงสาธารณสุข, 2556) คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง โดยกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 5 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่อิ่มตัว

1.2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว ใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งประชากรคือ ผู้บริโภคชาวลาว ที่อาศัยอยู่บริเวณชายแดนไทย-ลาว แขวงนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นทางสถิติ (Non-probability sampling) โดยการสุ่มแบบสะดวก (Accidental Sampling or Convenience Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่าง บริเวณชายแดนไทย-ลาว แขวงนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว ที่กำหนดไว้

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (1973) ดังนี้

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

n คือ ขนาดของตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากรที่จะศึกษา

e คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม

เมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้น ด้วยขนาดของประชากรวัยทำงานซึ่งคิดเป็นร้อยละ 75 ของประชากรทั้งหมดจำนวน 6.85 ล้านคน (สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ เวียงจันทน์, 2560) จะได้ประชากรวัย

ทำงาน 5,137,500 คน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ดังนี้

$$n = 5,137,500 / [1 + (5,137,500) (0.05)^2]$$

$$n = 399.97$$

1.3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป. ลาว ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว โดยแบ่งประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว กลุ่มประชากร คือผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาประเภท ชั้นที่ 1 ในเขตพื้นที่นครหลวงเวียงจันทน์ โดยมีประชากรรวม 171 ราย (กระทรวงสาธารณสุข, 2556) คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง โดยกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 5 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่อิ่มตัว

กลุ่มที่ 2 ตัวแทนบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินที่เชี่ยวชาญด้านการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาวคือ เจ้าหน้าที่ในบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินระหว่างประเทศ ประจำสำนักงานในประเทศไทย ตามรายชื่อที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ด. ณ วันที่ 31 มกราคม 2564 โดยมีจำนวนประชากร 383 ราย (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2564) คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง โดยกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 5 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่อิ่มตัว

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

## 2.1 แบบสัมภาษณ์

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ และความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้พัฒนามาจากแบบสัมภาษณ์ของงานวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจโรงเรียนเอกชนในนครหลวงเวียงจันทน์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ปนัดดา

ลัมศาลา, 2559) และจากคำรา เอกสาร งานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาศึกษา และสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความเป็นไปได้ด้านต่างๆของโครงการ

แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย ประเด็นที่จะสัมภาษณ์ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ โอกาสและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ของผู้ประกอบการไทย ว่าด้วยเรื่องทางเทคนิคและข้อกฎหมาย ข้อมูลการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง และขนาดของธุรกิจ การจัดสรรพื้นที่ภายในร้านขายยา การจัดหาและเวชภัณฑ์สำหรับจำหน่ายภายในร้าน และการบริหารจัดการอื่นๆภายในร้าน และข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนธุรกิจ รายรับรายจ่าย และผลตอบแทนของธุรกิจ เป็นต้น

## 2.2 แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามซึ่งแปลเป็นภาษาลาว แบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถามปิดแบบมีตัวเลือก และคำถามเปิด ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วนใหญ่ๆ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านขายยา

มีลักษณะเป็นแบบตัวเลือก และเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ตัวเลือก ด้วยวิธีการของ Likert โดยในคำถามที่มีความหมายเป็นบวก จะมีคำตอบให้เลือกดังต่อไปนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5

เห็นด้วย = 4

เฉยๆ = 3

ไม่เห็นด้วย = 2

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1

ข้อคำถามที่มีลักษณะในเชิงลบ จะมีเกณฑ์ในการกำหนดให้ค่าคะแนนในแต่ละข้อกลับกันจากที่ได้นำเสนอวิธีในข้างต้น โดยการแปลความหมายกำหนดไว้ดังนี้

ส่วนการแปลความหมายนั้น

ระดับคะแนน 1.00 – 1.80 แปลค่าว่าเห็นด้วยน้อยที่สุด

ระดับคะแนน 1.81 – 2.60	แปลค่าว่าเห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนน 2.61 – 3.40	แปลค่าว่าเห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนน 3.41 – 4.20	แปลค่าว่าเห็นด้วยมาก
ระดับคะแนน 4.21 – 5.00	แปลค่าว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ และการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

- 1) ศึกษาวัตถุประสงค์ของการศึกษา และเอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม
- 2) จัดทำแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหา และตอบวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ข้อมูล
- 3) นำแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา
- 4) นำแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามที่ร่างขึ้นนำเสนอผู้เชี่ยวชาญพร้อมสรุปย่อถึงตัวแปร และวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญใช้ประกอบการตรวจสอบประเมินความครบถ้วนถูกต้องของเนื้อหา และ โครงสร้างของข้อคำถาม (Content Validity) โดยวิธีวิเคราะห์ข้อคำถามและพิจารณาประเมินให้ค่าคะแนนเพื่อตรวจสอบดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index หรือ IOC) ของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญที่จะทำการประเมิน 3 คน
- 5) หลังจากได้รับการประเมินแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยนำ ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาทำการปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะที่มีของแต่ละคนจนครบถ้วนทุกข้อคำถาม
- 6) นำข้อมูลการประเมิน (ค่าคะแนนการประเมิน) มาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) โดยทำตารางการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง และพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ซึ่งโดยทั่วไปจะถือว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงตามเนื้อหา มีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดของตัวแปร ได้ผลค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม อยู่ในช่วง 0.6 - 0.83

7) นำเครื่องมือแบบสอบถามที่เสร็จสมบูรณ์ มาตรวจสอบคุณภาพโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดในงานวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบัค (Cronbach's Coefficient Alpha) โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้ค่าแอลฟา 0.801 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

8) นำเครื่องมือที่เสร็จสมบูรณ์ ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนอีกครั้ง พร้อมนำเครื่องมือไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

### การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

เก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม โดยเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 "ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ" และเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 "ความเป็นไปได้ทางการเงิน" ใช้วิธีการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยละเอียด และเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 "ความเป็นไปได้ทางการตลาด" ใช้วิธีแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ โดยใช้ระบบ Google Doc โดยดำเนินการตามประเด็นความเป็นไปได้ของโครงการแต่ละด้านต่อไปนี้

#### 1 เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 "ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ"

##### การรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

- 1.) การสำรวจพื้นที่ที่ตั้งของโครงการเพื่อเก็บข้อมูล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์ของผู้บริโภคจากตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ และด้านประชากรศาสตร์
- 2.) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากสภาเกษตรกร ซึ่งเป็นการสนทนาประเด็นเฉพาะระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับผู้วิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสและอุปสรรคด้านกฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว
- 3.) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากกรมอาหารและยา สปป.ลาว ซึ่งเป็นการสนทนาประเด็นเฉพาะระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับผู้วิจัย เพื่อเก็บ

รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสและอุปสรรคด้านกฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

4.) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากผู้ประกอบการร้านขายยาในประเทศไทย ซึ่งเป็นการสนทนาประเด็นเฉพาะระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับผู้วิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา, การจัดหาและเวชภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายภายในร้าน, การจัดหาเภสัชกรประจำร้าน และการบริหารจัดการภายในร้าน เป็นต้น

**2 เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 "ความเป็นไปได้ทางการตลาด" การรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย**

1.) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคชาวลาว ซึ่งเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ อุปสงค์การบริโภคจากตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ ด้านประชากรศาสตร์ และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านที่สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านขายยา เป็นต้น

**3 เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 "ความเป็นไปได้ทางการเงิน" การรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย**

1.) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากผู้ประกอบการร้านขายยาในประเทศไทย ซึ่งเป็นการสนทนาประเด็นเฉพาะระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับผู้วิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ต้นทุนทางการเงินของโครงการ และความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ เป็นต้น

2.) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว ซึ่งเป็นการสนทนาประเด็นเฉพาะระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับผู้วิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ต้นทุนทางการเงินของโครงการ และความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ เป็นต้น

3.) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นการสนทนาประเด็นเฉพาะระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับผู้วิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ การลงทุนใน โครงการธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ต้นทุนทางการเงินของโครงการอื่น และความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ เป็นต้น



## วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้หลังจากผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคสนามตามวัตถุประสงค์แล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบ ตามเค้าโครงเรื่อง แล้วสรุปออกมา เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และหาข้อมูลเพิ่มเติมต่อไป หลังจากนั้นมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์โดยการสัมภาษณ์ซ้ำในบางประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลมากขึ้น และทำการวิเคราะห์ข้อมูลอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยา ของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว ใช้การวิเคราะห์ทั้งเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยมี การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงอนุมาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายใช้การวิเคราะห์ความถี่และร้อยละ สำหรับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ และความเป็นไปได้ทางการตลาด ใช้การวิเคราะห์และการจำแนกข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กัน และการสรุปตีความด้วยการบรรยายผล และนำเสนอผลการวิจัยเพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้มา สำหรับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินใช้เครื่องมือในการตัดสินใจทางการเงิน ได้แก่ เงินทุนและต้นทุนของเงินลงทุนด้วยเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel และการคำนวณ

คำถามที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม กำหนดขึ้นโดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ทั้ง 3 ประเด็น ดังนี้

### 1. ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ

1.1 วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคด้านกฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป. ลาว ของผู้ประกอบการไทย หากไม่ขัดต่อข้อกฎหมาย ถือว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจ แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

1.2 วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆที่เอื้อผลต่อการดำเนินธุรกิจหรือไม่ เช่น การเป็นแหล่งชุมชนที่ผู้บริโภคกำลังซื้อ

มากพอ, เป็นทำเลที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย เป็นต้น หากร้านขายยาตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เอื้อต่อการค้า ถือว่ามีความเหมาะสมในการเลือกทำเลที่ตั้ง แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

1.3 วิเคราะห์ความเหมาะสมในการจัดหาและเวชภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายภายในร้าน โดยพิจารณาว่ามีความเหมาะสมต่อรูปแบบในการดำเนินธุรกิจหรือไม่ แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

1.4 วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการจัดหาเภสัชกรประจำร้าน และการบริหารจัดการภายในร้านของเภสัชกร โดยพิจารณาว่ามีความเหมาะสมต่อรูปแบบในการดำเนินธุรกิจหรือไม่ และการลงทุนดังกล่าวมีผลกระทบต่อด้านการเงินของการดำเนินธุรกิจหรือไม่ แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

1.5 วิเคราะห์สมรรถนะขององค์กร การวางแผนจัดการขององค์กร และการบริหารด้านบุคลากรขององค์กร โดยพิจารณาว่ามีความเหมาะสมต่อรูปแบบในการดำเนินธุรกิจหรือไม่ แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

## 2. ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

2.1 วิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคจากตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ ด้านประชากรศาสตร์ และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการอธิบายข้อมูล แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง และตารางประกอบการบรรยาย

2.2 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านที่สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านขายยา โดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

2.3 การวิเคราะห์การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านที่สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านขายยา โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยแต่ละด้านจากมากไปหาน้อย แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

2.4 นำผลจากการวิเคราะห์ข้างต้นมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของการทำธุรกิจร้านขายยา แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

### 3. ความเป็นไปได้ทางการเงิน

3.1 ประเมินต้นทุนทางการเงินของโครงการ และกำหนดที่มาของแหล่งเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการลงทุน แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

3.2 ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ โดยอาศัยเครื่องมือที่ใช้ชี้วัดต่างๆ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย ซึ่งรายละเอียดและเกณฑ์การตัดสินใจของตัวชี้วัดทางการเงิน เป็นดังนี้

1) เงินทุนและต้นทุนของเงินลงทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capitals: WACC) การประเมินโครงการ โดยการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนได้จากการคำนวณต้นทุนทางการเงินถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) การคำนวณต้นทุนของเงินลงทุนนี้อาจคำนวณจากผลตอบแทนที่ไม่มีความเสี่ยง เช่น จากอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล รวมกับค่าชดเชยความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนต้องการ และดอกเบี้ยเงินกู้ยืมธนาคาร โดยมีสูตร ดังนี้

$$WACC = W_d K_d (1 - \text{Tax}) + W_e K_e$$

โดย ผลตอบแทน > WACC = "คุ้มค่า"

ผลตอบแทน < WACC = "ไม่คุ้มค่า"

2) ระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลา นับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงขณะที่โครงการสามารถสร้างผลตอบแทนให้โดยรวมกันแล้วเท่ากับเงินลงทุนเริ่มต้นพอดี โดยเกณฑ์ในการตัดสินใจโดยการพิจารณาลงทุนในโครงการที่ได้ผลตอบแทนคืนภายในระยะเวลาอันสั้น มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ}}{\text{กระแสเงินสดทั้งปี}}$$

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือ ผลรวมของรายรับสุทธิที่เกิดขึ้นในแต่ละงวดเวลาตลอดอายุของโครงการ หักลบด้วยต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินทุนที่

ใช้ในโครงการตามระยะเวลาที่เกิดรายรับสุทธินั้นๆ เพื่อประเมินความสามารถในการสร้างรายได้ของโครงการลงทุนตลอดระยะเวลาของโครงการ โดยมีการคำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาด้วย มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t}$$

โดย  $NPV < 0$  ไม่ควรลงทุน

$NPV = 0$  ไม่มีความแตกต่างระหว่างลงทุนและไม่ลงทุน

$NPV > 0$  ควรลงทุน

4) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์ เพื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยที่โครงการลงทุนสามารถสร้างให้ได้ตลอดระยะเวลาของโครงการ มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$0 = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n}$$

IRR คือ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ ในที่นี้แทนด้วย  $r$

โดย  $r < k$  ไม่ควรลงทุน

$r = k$  ไม่มีความแตกต่างระหว่างลงทุนและไม่ลงทุน

$r > k$  ควรลงทุน

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาวครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ ด้าน การตลาด และด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว โดยมี รายละเอียดหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ
2. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด
3. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

#### ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ

##### ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขาย ยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) สรุป ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลจำนวน 20 คน ประกอบด้วย คณะกรรมการสภาเภสัชกรรม ประเทศไทย วาระที่ 9 (พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2564) จำนวน 5 คน คณะทำงานกรมอาหารและยา สปป.ลาว (วาระปัจจุบัน) จำนวน 5 คน ผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านขายยาประเภท ข.ย.1 ในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย จำนวน 5 คน และผู้ประกอบการธุรกิจ ร้านขายยาประเภท ชั้นที่ 1 ในเขตพื้นที่นครหลวงเวียงจันทน์ จำนวน 5 คน รวม 20 คน โดยมีข้อมูล ทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

ลำดับที่	เพศ	อายุ	ประสบการณ์ทำงานด้านยา/ ธุรกิจร้านขายยา	ขนาดดูหา ร้านขายยาที่ แนะนำที่เปิด อยู่ในปัจจุบัน
1	หญิง	42	20	1
2	ชาย	45	23	1
3	ชาย	39	17	1
4	ชาย	40	18	1
5	หญิง	48	26	2
6	หญิง	34	12	1
7	ชาย	33	11	1
8	ชาย	40	18	1
9	ชาย	43	21	2
10	ชาย	45	23	2
11	ชาย	36	10	1
12	ชาย	34	7	1
13	หญิง	34	8	1
14	หญิง	39	10	2
15	หญิง	45	20	2
16	ชาย	36	12	3
17	ชาย	34	6	2
18	หญิง	30	6	1
19	หญิง	39	10	2
20	หญิง	45	25	3

จากตาราง 1 สรุปได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 11 คน เพศหญิง จำนวน 9 คน มีอายุอยู่ในช่วง 30-48 มีประสบการณ์ทำงานด้านยา/ธุรกิจร้านขายยาอยู่ในช่วง 6-26 ปี และส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจร้านขายยา/แนะนำให้ร้านขายยามีขนาด 1 คูหา

### ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ประเด็นพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ				
	กฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในสปป.ลาว	การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา	การจัดการภายในและเวชภัณฑ์	การจัดการหาแหล่งบริการร้าน	สมรรถนะขององค์กร
คนที่ 1	✓	✓		✓	✓
คนที่ 2	✓	✓	✓		
คนที่ 3	✓	✓		✓	
คนที่ 4	✓	✓	✓		
คนที่ 5	✓			✓	
คนที่ 6	✓	✓			✓
คนที่ 7	✓	✓			
คนที่ 8	✓				
คนที่ 9	✓	✓	✓		
คนที่ 10	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 11	✓				
คนที่ 12	✓	✓			
คนที่ 13	✓				
คนที่ 14	✓		✓		

**ประเด็นพิจารณาความเป็นได้  
ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ**

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	กฎหมายในการประกอบธุรกิจ ร้านขายยาในสปป.ลาว	การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา	การจัดหายาและเวชภัณฑ์	การจัดการเภสัชกรประจำร้าน	สมรรถนะขององค์กร
คนที่ 15	✓	✓		✓	
คนที่ 16	✓	✓			
คนที่ 17	✓	✓			✓
คนที่ 18	✓		✓		
คนที่ 19	✓	✓			
คนที่ 20	✓		✓		
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>20</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>4</b>

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นประเด็นพิจารณาความเป็นได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว โดยให้ความสำคัญมากที่สุดคือประเด็นเรื่องกฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว จำนวน 20 คน รองลงมาเป็นประเด็นเรื่องการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา จำนวน 13 คน และประเด็นเรื่องการจัดหายาและเวชภัณฑ์ การจัดหาเภสัชกรประจำร้าน และสมรรถนะขององค์กร ตามลำดับ



### กฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว

ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาด้านกฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ประเด็นพิจารณาด้านกฎหมาย ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป. ลาว						กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
	กฎหมายวิสาหกิจ	กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน	ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม และการค้าแห่ง สปป.ลาว ว่าด้วยอาชีพสงวนสำหรับชาวลาว	กฎหมายว่าด้วยยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์			
คนที่ 1	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 3	✓	✓		✓	✓		
คนที่ 4	✓	✓	✓	✓			
คนที่ 5		✓	✓	✓	✓		
คนที่ 6	✓	✓				✓	
คนที่ 7	✓	✓			✓		
คนที่ 8	✓						
คนที่ 9	✓	✓	✓		✓		
คนที่ 10	✓	✓	✓		✓	✓	
คนที่ 11	✓						
คนที่ 12	✓	✓	✓		✓	✓	
คนที่ 13		✓					
คนที่ 14			✓		✓	✓	
คนที่ 15	✓	✓			✓		
คนที่ 16	✓	✓	✓				
คนที่ 17	✓	✓			✓	✓	
คนที่ 18	✓		✓				
คนที่ 19	✓	✓					

**ประเด็นพิจารณาด้านกฎหมาย**  
**ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในสปป. ลาว**

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	กฎหมายวิสาหกิจ	กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน	ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม และ การค้าแห่ง สปป.ลาว ว่าด้วยอาชีพ สงวนสำหรับชาวลาว	กฎหมายว่าด้วยยาและผลิตภัณฑ์ การแพทย์	กฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
คนที่ 20	✓		✓		
รวมทั้งสิ้น	17	15	11	11	6

จากตารางที่ 3 ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นพิจารณาด้านกฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ได้ดังนี้คือ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับกฎหมายวิสาหกิจมากที่สุด จำนวน 17 คน รองลงมาคือกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน จำนวน 15 คน และประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม และการค้าแห่ง สปป.ลาว ว่าด้วยอาชีพ สงวนสำหรับชาวลาว กฎหมายว่าด้วยยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ กฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“ควรศึกษาข้อมูลในการขออนุญาตเปิดร้านขายยา ให้รอบคอบและครบถ้วนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาต่างๆ เพราะจะทำให้เสียเวลามาก โดยกฎหมายที่สำคัญที่ต้องศึกษาลำดับแรกเลยคือ กฎหมายวิสาหกิจ เขาจะบอกถึงการขึ้นทะเบียนการทำธุรกิจกิจในสปป.ลาว หรือถ้ากลัวไม่เข้าใจให้หาที่ปรึกษาด้านกฎหมายมาช่วยดำเนินการจะทำให้ง่ายมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูล 1)

“ผู้ประกอบการต้องศึกษาข้อมูลการขออนุญาตลงทุนให้รอบด้าน ตามข้อกฎหมายวิสาหกิจ กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน และกฎหมายอาชีพ สงวนสำหรับชาวลาว เนื่องจากมีรายละเอียดเอกสารสำคัญหลายฉบับที่ต้องยื่นขอจากหน่วยงานต่างๆ ต้องเตรียมตัวให้พร้อมตรวจสอบข้อมูลว่าการขอดำเนินธุรกิจจะไปติดขัดปัญหา” (ผู้ให้ข้อมูล 4)

“นักลงทุนชาวต่างชาติ (รวมถึงชาวไทย) สามารถร่วมประกอบธุรกิจในสปป. ลาว ได้ 3 รูปแบบ คือ (1) การร่วมมือทางธุรกิจ (2) การร่วมค้า และ (3) การทำธุรกิจที่ชาวต่างชาติเป็นเจ้าของ

ทั้งหมด ตามกฎหมายวิสาหกิจ แต่หากประกอบธุรกิจทางด้านสาธารณสุขไม่สามารถยื่นจดทะเบียนวิสาหกิจได้ เนื่องจากเป็นกลุ่มอาชีพสงวนสำหรับชาวลาวเท่านั้น แต่สามารถร่วมลงทุนได้ในลักษณะเป็นกรรมกรร่วม อย่าลืมศึกษากฎหมายว่าด้วยยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ เพราะเราจะทำธุรกิจเกี่ยวกับยา” (ผู้ให้ข้อมูล 10)

กฎหมายผู้ประกอบการไทยสามารถดำเนินธุรกิจร้านขายยาในสปป.ลาวได้ โดยจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนที่กฎหมายกำหนด โดยกฎหมายที่สำคัญ 2 ฉบับ ได้แก่ กฎหมายวิสาหกิจ (The Enterprise Law) และกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน (The Investment Promotion Law) เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักการ ระเบียบการ และมาตรการเกี่ยวกับการส่งเสริมการประกอบธุรกิจและการบริหารจัดการวิสาหกิจในสปป.ลาว โดยตามกฎหมายด้านการลงทุนของสปป.ลาว ชาวต่างชาติ (รวมถึงชาวไทย) รูปแบบการประกอบธุรกิจที่เป็นไปได้มี 3 รูปแบบ คือ (1) การร่วมมือทางธุรกิจ (2) การร่วมค้า และ (3) การทำธุรกิจที่ชาวต่างชาติเป็นเจ้าของทั้งหมด แต่ประเภทธุรกิจทางด้านสาธารณสุข รวมถึงธุรกิจร้านขายยาเป็นอาชีพสงวนสำหรับชาวลาวเท่านั้น ดังนั้นห้ามมิให้ยื่นทะเบียนวิสาหกิจให้ผู้ลงทุนต่างชาติ แต่กฎหมายมิได้ห้ามต่างชาติเป็นกรรมกรผู้จัดการที่มีอำนาจผูกพันบริษัท กล่าวคือชาวต่างชาติสามารถร่วมลงทุนในธุรกิจร้านขายยาในฐานะนักลงทุนได้ โดยธุรกิจร้านขายยาต้องได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายต้องมีคุณภาพ ได้รับการผลิตที่มีมาตรฐานปลอดภัยต่อผู้บริโภค และต้องมีเภสัชกรที่มีประสบการณ์อย่างน้อยห้าปีขึ้นไปอยู่ประจำ ไม่เคยต้องโทษเกี่ยวกับยา หรือยาเสพติด หรือผลิตภัณฑ์การแพทย์ มีจรรยาบรรณด้านยาและธุรกิจ มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เก็บใบสั่งยาและเอกสารที่เกี่ยวข้องไว้เป็นหลักฐานอย่างน้อย 1 ปี มีมาตรการรักษาความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม มีสถานที่เหมาะสมและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น มีสถานที่จัดเก็บที่ได้มาตรฐาน การตั้งราคาขายและผลิตภัณฑ์การแพทย์ต้องให้สมเหตุสมผลตามกลไกตลาด โดยมีการควบคุมของแผนกสาธารณสุขและองค์การของรัฐที่เกี่ยวข้อง ภายใต้กฎหมายว่าด้วยยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ ฉบับเลขที่ 01/สพข ลงวันที่ 8 เมษายน ค.ศ.2000

### การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา

ตารางที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาด้านการเลือกทำเลที่ตั้งในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ประเด็นพิจารณาด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในสปป. ลาว				
	ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย	ด้านคู่แข่ง	ด้านสาธารณูปโภค
คนที่ 1	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 2	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 3	✓	✓		✓	✓
คนที่ 4	✓	✓	✓		
คนที่ 5		✓	✓	✓	✓
คนที่ 6	✓	✓			✓
คนที่ 7	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 8	✓				✓
คนที่ 9	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 10	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 11	✓				
คนที่ 12	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 13		✓	✓		
คนที่ 14			✓	✓	✓
คนที่ 15	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 16	✓	✓	✓		
คนที่ 17	✓	✓		✓	✓
คนที่ 18	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 19	✓	✓		✓	

**ประเด็นพิจารณาด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง  
ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในสปป. ลาว**

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย	ด้านคู่แข่ง	ด้านสาธารณูปโภค
คนที่ 20	✓		✓	✓	
รวมทั้งสิ้น	17	15	14	14	8

จากตารางที่ 4 ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นพิจารณาด้านการเลือกทำเลที่ตั้งในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ได้ดังนี้คือ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมมากที่สุด จำนวน 17 คน รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ จำนวน 15 คน และด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย ด้านคู่แข่ง ด้านสาธารณูปโภค ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“การหาที่ตั้งเปิดร้านขายยาในประเทศลาว ก็เหมือนประเทศไทย ต้องใกล้ตลาด ใกล้ตัวเมืองที่มีความเจริญ มีน้ำ มีไฟฟ้า เดินทางสะดวก ถ้าทำเลดีหน่อยค่าเช่าร้านก็ราคาแพงคู่แข่งก็เยอะ แต่เชื่อว่าจะอยู่ในทำเลดีแล้วธุรกิจจะดี ต้องอาศัยปัจจัยอื่นเพิ่มด้วยถึงจะดี” (ผู้ให้ข้อมูล 2)

“ควรนำข้อมูลร้านค้าในพื้นที่สนใจ มาเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย ให้มากที่สุด พิจารณาจำนวนประชากรในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง จำนวนร้านขายยาในพื้นที่ และปัจจัยอื่นๆ มาช่วยสนับสนุนพิจารณาตัดสินใจ” (ผู้ให้ข้อมูล 3)

“การเลือกทำเลใจกลางความเจริญเป็นเรื่องสำคัญสุด แต่อย่าลืมพิจารณาปัจจัยด้านสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา การขนส่งสาธารณะ โดยปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลเชิงบวกให้ธุรกิจดำเนินไปได้โดยไม่สะดุด ลดอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้” (ผู้ให้ข้อมูล 8)

การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากที่สุดเพราะอาจส่งผลต่อปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการหรือซื้อสินค้าโดยตรง อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการ ดังนั้นเพื่อให้ได้ทำเลที่ตั้งของร้านขายยาที่ดีและเหมาะสมมากที่สุด โดยผู้วิจัยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้

4.1.2.1 ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญคือ (ที่ตั้งของบ้าน) และ (ที่ตั้งที่ทำงาน) ของเมืองในจังหวัดเวียงจันทน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อจำนวนลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าและบริการร้านขายยา ใกล้แหล่งชุมชน มีเส้นทางสัญจรเดินทางได้สะดวก เข้าออกง่ายเส้นทางไม่ซับซ้อน มีประชากรพักอาศัยและบ้านเรือนอยู่เป็นจำนวนมาก หรือตลาดย่านการค้าที่มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่หลากหลาย ประชาชนในพื้นที่ต้องเข้ามาซื้อสินค้าไปบริโภคเป็นประจำ เช่น ร้านค้าปลีกค้าส่งสินค้าประเภทต่าง ๆ ร้านสินค้าเบ็ดเตล็ด สินค้าทางการเกษตร คิดถนนสายหลัก มีที่จอดรถเพื่ออำนวยความสะดวกและความปลอดภัยอย่างเหมาะสมเพียงพอ

4.1.2.2 ด้านเศรษฐกิจ โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญคือ (รายได้) และ (พฤติกรรมผู้บริโภค) ของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นอย่างไร เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจหรือไม่ทำให้ทราบแนวโน้มและพิจารณาจากสภาพภาพที่บ่งบอกถึงภาระค่าใช้จ่ายทางครอบครัวของผู้บริโภค ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์กลางการค้าขายทางเศรษฐกิจในตัวเมือง หรือตัวจังหวัด ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายสะดวกรวดเร็วและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี

4.1.2.3 ด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญคือ (เพศ, อายุ, การศึกษา และอาชีพ) และ (เมืองที่ตั้งที่ทำงาน) ในจังหวัดเวียงจันทน์ สามารถบ่งบอกถึงแนวโน้มและความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งในปัจจุบันประชากรมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบสังคมเมืองมากขึ้น เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาเทคโนโลยี ทางด้านการศึกษาแหล่งข้อมูลความรู้ได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น มีการสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ทำให้ประชากรมีความรู้มากขึ้นการเลือกบริโภคสิ่งต่าง ๆ รู้จักเปรียบเทียบข้อมูลที่สร้างความคุ้มค่าให้ได้มากที่สุด

4.1.2.4 ด้านคู่แข่ง โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญคือ (ระยะทางระหว่างบ้านกับร้านขายยา) (ระยะทางระหว่างที่ทำงานกับร้านขายยา) และ (พฤติกรรมต้องการซื้อยา) โดยศึกษาปริมาณคู่แข่งในรัศมีพื้นที่และสัดส่วนร้านต่อพื้นที่เป้าหมายว่ามีความเหมาะสม หรือทำให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกรวดเร็วมากน้อยเพียงใด และสามารถบ่งบอกถึงแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดในพื้นที่ได้ ซึ่งร้านขายยาในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นร้านขายยาแบบดั้งเดิมมีลักษณะแบบซื้อมาขายไป มีขนาด

เล็ก ขาดเกษตรกรผู้มีความรู้ความก้าวหน้าทางเกษตรกรรม ไม่มีเกษตรกรประจำร้านตลอดเวลาที่เปิดทำการ ไม่มีบริการทางเกษตรกรรมอย่างเต็มรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายหรือมีผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์น้อย ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในทันที

4.1.2.5 ด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา ขนส่งสาธารณะ ธนาคาร ตลาด ร้านอาหาร อินเทอร์เน็ต เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญดังกล่าวส่งผลกระทบต่อร้านขายยาสะดวกสบาย ธุรกิจดำเนินได้ต่อเนื่องไม่สะดุด แต่หากเป็นผลเชิงลบก็จะกลายเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจได้ เช่น ไฟฟ้าดับบ่อย น้ำประปาไม่ไหล สัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตล่ม เป็นต้น

การเปิดให้บริการร้านขายยาในพื้นที่กรณีศึกษา ผู้วิจัยไม่ได้มุ่งหวังเพียงแต่ผลทางธุรกิจเท่านั้น แต่มีความต้องการให้ผู้บริโภคที่มีความจำเป็นต้องใช้ยาและเวชภัณฑ์บรรเทาอาการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้น แต่มีข้อจำกัดทางการเงินไม่สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาที่มีคุณภาพสูงได้ หรือขาดความรู้ทางเกษตรกรรม และช่วยลดปัญหาชายแดนที่กำลังเป็นประเด็นสำคัญสร้างปัญหาในพื้นที่กรณีศึกษาอยู่ในปัจจุบัน ให้ผู้บริโภคเหล่านั้นสามารถเข้าถึงยาที่มีคุณภาพ และกลับมามีสุขภาพเป็นปกติทั้งทางร่างกายและจิตใจได้

#### **การจัดการหายาและเวชภัณฑ์**

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาด้านการจัดการหายาและเวชภัณฑ์ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว

#### **ประเด็นพิจารณาด้านการจัดการหายาและเวชภัณฑ์ ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป. ลาว**

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	การเลือกผู้แทนจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ	การเลือกบริษัทผู้ผลิตที่มีมาตรฐาน	การเปรียบเทียบราคาจากหลายๆ แหล่งจำหน่าย	การวางแผนการสั่งซื้อที่ดี	การศึกษามหาพฤกษศาสตร์ผู้บริโภคร่วม
-------------------	-------------------------------------	-----------------------------------	---	---------------------------	------------------------------------

ประเด็นพิจารณาด้านการจัดหายาและเวชภัณฑ์  
ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในสปป. ลาว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	การเลือกผู้แทนจำหน่ายที่เชื่อถือ	การเลือกบริษัทผู้ผลิตที่มีมาตรฐาน	การเปรียบเทียบราคาจากหลายๆ แหล่งจำหน่าย	การวางแผนการสั่งซื้อที่ดี	การศึกษาศักยภาพผู้บริโภคร่วม
คนที่ 1	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 2	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 3	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 4	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 5		✓	✓	✓	✓
คนที่ 6		✓	✓	✓	✓
คนที่ 7	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 8	✓	✓		✓	✓
คนที่ 9		✓	✓	✓	
คนที่ 10		✓	✓	✓	
คนที่ 11	✓			✓	
คนที่ 12		✓	✓	✓	✓
คนที่ 13		✓	✓		
คนที่ 14		✓	✓	✓	✓
คนที่ 15	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 16	✓	✓	✓		✓
คนที่ 17	✓	✓		✓	✓
คนที่ 18	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 19	✓	✓		✓	
คนที่ 20	✓	✓	✓	✓	
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>10</b>



จากตารางที่ 5 ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นพิจารณาด้านการจัดหาและเวชภัณฑ์ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ได้ดังนี้คือ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกบริษัทผู้ผลิตที่มีมาตรฐาน จำนวน 19 คน รองลงมาเป็นการวางแผนการสั่งซื้อที่ดี จำนวน 18 คน และการเปรียบเทียบราคาจากหลายๆแหล่งจำหน่าย การเลือกผู้แทนจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร่วม ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“ถ้ารู้จักตัวแทนหรือบริษัทใดๆ ก็พอช่วยเรื่องต้นทุนได้บ้างแต่ก็คงไม่มากเท่าไร ซึ่งคุณภาพก็ขึ้นอยู่กับราคาจึงต้องพิจารณากลุ่มลูกค้าหลักของเราด้วยว่าจะในกลุ่มไหน เพื่อจะได้จัดหาได้ง่ายขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูล 4)

“เดี๋ยวนี้จัดหายามีคุณภาพได้ไม่ยากนัก มีเทคโนโลยีมาช่วยบริษัทเขาก็เอามาใช้ประโยชน์ช่วยให้การสั่งซื้อง่ายขึ้น ตรวจสอบเปรียบเทียบราคาได้ง่ายและช่วยลดต้นทุนรวม แต่ต้องตรวจสอบเรื่องการจัดส่งที่ตรงเวลาด้วย” (ผู้ให้ข้อมูล 5)

“การจัดหายาและเวชภัณฑ์ยาควรมีการตรวจติดตามความเคลื่อนไหวและเปรียบเทียบราคาขายอยู่เสมอ วางแผนการสั่งซื้อให้ดี จะช่วยลดต้นทุนการขนส่ง และในการเลือกผลิตภัณฑ์ให้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร่วมด้วย เพื่อช่วยให้สินค้าภายในร้านตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด” (ผู้ให้ข้อมูล 15)

การจัดหายาและเวชภัณฑ์ยาควรมีการตรวจติดตามความเคลื่อนไหวและเปรียบเทียบราคาขายอยู่เสมอ การสั่งซื้อจะไม่ซื้อผ่านพ่อค้าคนกลาง เลือกสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ บริษัทได้รับมาตรฐานการผลิตระดับสากล เช่น GMP PIC/s เป็นต้น และตรวจสอบค้นหาข้อมูลบริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายฯ ที่ผ่านมาประกอบการตัดสินใจ หรือการทำสัญญาเป็นคู่ค้าระยะยาวเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง โดยทุกคำสั่งซื้อจะกำหนดปริมาณการซื้อที่มีประสิทธิภาพและประหยัดมากที่สุดในแต่ละคำสั่งซื้อและพิจารณาระยะเวลาการจัดส่งสินค้านี้ร่วมด้วย เพื่อป้องกันปัญหาสินค้าขาดมือ พร้อมรวบรวมสถิติการสั่งซื้อและการเบิกจ่ายสินค้าอย่างละเอียดเก็บไว้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดหาจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด บริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายยาบางแห่งมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ร่วมกับกระบวนการสั่งซื้อยาและเวชภัณฑ์ เป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อ วางแผนจัดหา และบริหารคลังสินค้า ที่สามารถดูข้อมูลสถานะทุกขั้นตอนต่าง ๆ ในรูปแบบรายงานได้พร้อมกันเมื่อต้องการซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง และช่วยลดขั้นตอนความล่าช้าที่เกิดจากการสื่อสารและสร้างความเชื่อมั่นในการแลกเปลี่ยนข้อมูล

ระหว่างกันได้ตลอดเวลา ตอบสนองได้อย่างมีคุณภาพและถูกต้อง รวดเร็ว โดยทุกกิจกรรมการจัดหาจัดซื้อฯ มีจุดประสงค์เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าและเวชภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายมีคุณภาพตามความต้องการ เพื่อหลีกเลี่ยงและป้องกันปัญหาไม่มีคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน ขาดคุณภาพ และขาดความปลอดภัยให้เกิดประสิทธิภาพโดยรวม

### การจัดการเภสัชกรประจำร้าน

ตารางที่ 6 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาด้านการจัดหาเภสัชกรประจำร้านในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ประเด็นพิจารณาด้านการจัดหาเภสัชกรประจำร้าน ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป. ลาว				
	เภสัชกรที่มีใบอนุญาตทางวิชาชีพ	เภสัชกรที่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจร้านขายยา	เภสัชกรที่มีใจในงานขาย	เภสัชกรที่มีจรรยาบรรณทางวิชาชีพ	เภสัชกรที่มีบุคลิกภาพดี
คนที่ 1	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 2	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 3	✓	✓		✓	✓
คนที่ 4	✓			✓	✓
คนที่ 5	✓			✓	✓
คนที่ 6	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 7	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 8	✓			✓	✓
คนที่ 9	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 10		✓	✓	✓	
คนที่ 11	✓			✓	
คนที่ 12		✓	✓	✓	✓
คนที่ 13	✓		✓		
คนที่ 14		✓	✓	✓	✓

ประเด็นพิจารณาด้านการจัดหาเกษตรกรประจำร้าน  
ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในสปป. ลาว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	เกษตรกรที่มีใบอนุญาตทางวิชาชีพ	เกษตรกรที่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจร้านขายยา	เกษตรกรที่มีใจรักในงานขาย	เกษตรกรที่มีจรรยาบรรณทางวิชาชีพ	เกษตรกรที่มีบุคลิกภาพดี
คนที่ 15	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 16	✓	✓	✓		✓
คนที่ 17	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 18	✓				
คนที่ 19	✓			✓	
คนที่ 20	✓	✓	✓		
รวมทั้งสิ้น	17	13	13	16	12

จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นพิจารณาด้านการจัดหาเกษตรกรประจำร้านในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ได้ดังนี้คือ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกเกษตรกรที่มีใบอนุญาตทางวิชาชีพ จำนวน 17 คน รองลงมาเป็นเกษตรกรที่มีจรรยาบรรณทางวิชาชีพ จำนวน 16 คน และเกษตรกรที่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจร้านขายยา เกษตรกรที่มีใจรักในงานขาย เกษตรกรที่มีบุคลิกภาพดี ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“การจัดหาเกษตรกรในสปป.ลาวอาจทำได้ยาก จำเป็นต้องหาเกษตรกรจากประเทศไทยที่มีใบอนุญาตทางวิชาชีพไป แล้วไปสอบเพื่อรับรองจาก MRA จากนั้นก็สามารถทำได้ แต่ยุ่งยากถ้าได้เกษตรกรที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับร้านขายยาด้วยจะดี จะได้ทำงานได้เลยไม่ต้องฝึก” (ผู้ให้ข้อมูล 9)

“เกษตรกรเก่งๆ ในไทยมีเยอะมาก แต่ก็ต้องหาคนที่สามารถมาทำงานที่ สปป.ลาว ได้ ค่าจ้าง 30,000-40,000 บาท ต่อเดือน คัดเลือกโดยดูไปประกอบ ดูการมีจรรยาบรรณ และบุคลิกดีๆ จะช่วยให้การทำงานราบรื่น ผู้บริโภครู้สึกเชื่อถือ” (ผู้ให้ข้อมูล 15)

“การจัดการเภสัชกรนอกจากพิจารณาการมีคุณสมบัติด้านวิชาชีพ ที่ต้องมีใบประกอบวิชาชีพทางเภสัชกรรมยื่นขึ้นแล้ว ควรพิจารณาด้านจรรยาบรรณทางวิชาชีพที่พึงมี พร้อมควรรักในการให้บริการ หรือรักในการบริหารทางเภสัชกรรมในชุมชนด้วย เพื่อให้คนไข้ได้รับการรักษาที่ดีที่สุด” (ผู้ให้ข้อมูล 17)

**การจัดการเภสัชกรประจำร้าน** การเปิดกิจการร้านขายยาใน สปป.ลาว ปัจจุบัน ตามกฎหมายได้กำหนดข้อบังคับหลักให้มีเภสัชกรที่มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพเภสัชกรรมเป็นผู้ขออนุญาต และปฏิบัติหน้าที่ในร้านขายยา จึงจะสามารถเปิดกิจการร้านขายยาได้ สปป.ลาวประสบปัญหาขาดแคลนเภสัชกรอย่างรุนแรง จึงจำเป็นต้องหาเภสัชกรจากประเทศไทย (ผลิต Rx/ปี 1,900 คน) หรือ อินโดนีเซีย (ผลิต Rx/ปี 4,000 คน) และจะต้องมีคุณสมบัตินักวิชาชีพเฉพาะที่ต้องมีการรับรองโดยองค์กรหรือกฎระเบียบ (ASEAN Mutual Recognition Arrangement: MRA) ประกอบด้วย การศึกษา และประสบการณ์ทำงานถือเป็นเงื่อนไขในการได้รับอนุญาตให้ทำงานในประเทศนั้น เพราะอาชีพเภสัชกรเป็นการให้บริการวิชาชีพจัดเป็นประเภทแรงงานมีฝีมือ (Skilled Labor) ซึ่งยังไม่ถูกบรรจุให้มีการเปิดเสรี ดังนั้น การจัดการเภสัชกรประจำร้านสามารถรับสมัครและคัดสรรเภสัชกรที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐานเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ โดยการจัดการเภสัชกรประจำร้านขายยาแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทลูกจ้างประจำ (Full Time) ปฏิบัติงานวันละ 8 ชั่วโมง จะได้รับค่าตอบแทนเป็นประจำทุกเดือนคิดเป็นจำนวน 35,000 บาท และประเภทรายชั่วโมง (Part-Time) จะได้รับค่าตอบแทนคิดเป็นชั่วโมงละ 130 บาท โดยพิจารณาด้านการให้บริการเภสัชกรรม (Pharmacy service) ร่วมด้วยเพราะเป็นบทบาทหน้าที่ที่สำคัญของเภสัชกรที่ปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้รับบริการมีความปลอดภัยในการใช้ยา และได้รับบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานวิชาชีพ แต่การให้บริการของเภสัชกรร้านขายยาจะมีรูปแบบการบริการเภสัชกรรมจะมีลักษณะแตกต่างจากเภสัชกรโรงพยาบาล และเภสัชกรในหน่วยบริการปฐมภูมิ ซึ่งมุ่งเน้นบริการในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ได้รับบริการ อันจะทำให้เกิดความเชื่อมั่น และเลือกเข้ารับบริการซ้ำในครั้งต่อไป

### สมรรถนะขององค์กร

ตารางที่ 7 สรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นพิจารณาด้านสมรรถนะขององค์กรในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ประเด็นพิจารณาด้านสมรรถนะขององค์กร ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป. ลาว					
	ด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่ง สนับสนุนบริการ	ด้านการบริหารจัดการที่คุณภาพ	ด้านการบริการแก่ลูกค้าที่ดีที่สุด	ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและ จรรยาบรรณการยารทางการแพทย์	ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนและ สังคม	
คนที่ 1		✓	✓	✓	✓	
คนที่ 2		✓	✓	✓	✓	
คนที่ 3	✓	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 4	✓	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 5		✓	✓	✓	✓	
คนที่ 6		✓	✓	✓	✓	
คนที่ 7		✓	✓	✓	✓	
คนที่ 8	✓			✓	✓	
คนที่ 9	✓	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 10		✓	✓	✓	✓	
คนที่ 11	✓		✓	✓	✓	
คนที่ 12		✓	✓	✓	✓	
คนที่ 13	✓		✓	✓	✓	
คนที่ 14		✓	✓	✓	✓	
คนที่ 15	✓	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 16		✓	✓	✓	✓	
คนที่ 17	✓	✓	✓	✓	✓	
คนที่ 18	✓					
คนที่ 19	✓	✓	✓	✓		

**ประเด็นพิจารณาด้านสมรรถนะขององค์กร  
ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในสปป. ลาว**

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่ง สนับสนุนบริการ	ด้านการบริหารจัดการเพื่อคุณภาพ	ด้านการบริการเภสัชกรรมที่ดี	ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและ จรรยาบรรณทางวิชาชีพ	ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนและ สังคม
คนที่ 20	✓	✓	✓		
รวมทั้งสิ้น	10	16	17	16	14

จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นพิจารณาด้านสมรรถนะขององค์กรในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ได้ดังนี้คือ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ด้านการบริการเภสัชกรรมที่ดี จำนวน 17 คน รองลงมาเป็นด้านการบริหารจัดการเพื่อคุณภาพ และด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ จำนวน 16 คน และด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคม และด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งสนับสนุนบริการ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“การดำเนินธุรกิจร้านขายยาให้ประสบความสำเร็จ ต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ มากมาย เช่น การบริหารจัดการ การบริการทางเภสัชกร การให้บริการอย่างมีจรรยาบรรณ และการมีส่วนร่วมสร้างประโยชน์ให้กับสังคม เป็นต้น” (ผู้ให้ข้อมูล 2)

“ธุรกิจร้านขายยา เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและชีวิตของคนในประเทศ จึงมีกฎหมายและข้อบังคับให้ปฏิบัติตาม ทั้งเรื่องการขออนุญาต ภาษี และการควบคุมดูแลตรวจสอบให้ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจมีสมรรถนะคือ การบริหารจัดการภายในที่ดี การมีการบริการทางเภสัชกรรมที่ดี และการปฏิบัติตามกฎระเบียบและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ” (ผู้ให้ข้อมูล 10)

“ขนาดของสถานที่ร้านขายยาที่แนะนำ คือ ขนาด 1 คูหา มีการจัดสรรพื้นที่ที่เหมาะสม ให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก ซึ่งหมายถึงการมีสถานที่ที่เหมาะสมในการให้บริการ นับว่าเป็นส่วนประกอบสำคัญของธุรกิจเลยทีเดียว” (ผู้ให้ข้อมูล 18)

**สมรรถนะขององค์กร** ธุรกิจร้านขายยาไม่ได้เป็นเพียงธุรกิจค้าปลีกซื้อมาขายไปเท่านั้น แต่เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสุขภาพ ร่างกายและชีวิตของผู้บริโภค ดังนั้นการควบคุมดูแลและการบริหารจัดการร้านขายยาทุกขั้นตอนต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและสุขภาพของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ เป็นไปตามข้อบังคับที่กฎหมายกำหนด มีมาตรฐานและแนวทางการให้บริการทางเภสัชกรรมที่ดี ทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการเข้ารับบริการที่ร้านยาจากผู้ประกอบวิชาชีพเภสัชกรรมว่าจะได้รับการดูแลความปลอดภัยจากการใช้ยาได้รับยาอย่างถูกต้องเหมาะสม และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องยาที่เพียงพอ สามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งสนับสนุนบริการ ซึ่งจะกำหนดเกี่ยวกับลักษณะสถานที่ที่เหมาะสมในการประกอบวิชาชีพ โดยขนาดของสถานที่ร้านขายยาที่แนะนำ คือ ขนาด 1 คูหา มีการจัดสรรพื้นที่ที่เหมาะสม อุปกรณ์ เครื่องมือและสิ่งสนับสนุนการบริการที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ในการช่วยให้การบริการเป็นไปอย่างถูกต้อง รวมถึงป้ายแสดงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นเพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการให้บริการเรื่องยา และของผู้ประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม โดยมีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“การประกอบธุรกิจร้านขายยา สมรรถนะขององค์กรที่สำคัญ คือด้านสถานที่ และอุปกรณ์ โดยสถานที่ภายในร้านขายยาจะต้องอำนวยความสะดวกต่อลูกค้า ให้ลูกค้าเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก มีป้ายแสดงข้อมูลที่สำคัญภายในร้านให้ครบถ้วน และการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสม” (ผู้ให้ข้อมูล 3)

“สถานที่ดำเนินธุรกิจร้านขายยาเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการมีสมรรถนะขององค์กรที่ดี ดังนั้นการจัดสรรสถานที่ภายในร้าน การมีอุปกรณ์สนับสนุนที่เหมาะสมย่อมทำให้ธุรกิจร้านขายยาดำเนินไปได้อย่างราบรื่น” (ผู้ให้ข้อมูล 15)

“ขนาดของสถานที่ร้านขายยาที่แนะนำ คือ ขนาด 1 คูหา มีการจัดสรรพื้นที่ที่เหมาะสม ให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก ซึ่งหมายถึงการมีสถานที่ที่เหมาะสมในการให้บริการ นับว่าเป็นส่วนประกอบสำคัญของธุรกิจเลยทีเดียว” (ผู้ให้ข้อมูล 18)

2. ด้านการบริหารจัดการเพื่อคุณภาพ ซึ่งจะกำหนดเกี่ยวกับระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่ดี ทั้งการบริหารบุคคล การบริหารจัดการด้านยาและเวชภัณฑ์ โดยเฉพาะเรื่องระบบการบริหารความเสี่ยง และเอกสารด้านคุณภาพต่าง ๆ ที่จำเป็นในการบริการที่ดี โดยมีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“สมรรถนะของร้านขายยานอกจากเรื่องสถานที่แล้ว รองลงมาจะเป็นด้านการบริหารจัดการเพื่อคุณภาพ บริหารบุคคล บริหารด้านยา และบริหารความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้น เป็นต้น” (ผู้ให้ข้อมูล 3)

“การบริหารจัดการภายในร้านขายยา มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการบริหารจัดการด้านยาและผลิตภัณฑ์อื่นที่จำหน่ายภายในร้าน จะต้องมีจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการ มีสินค้าตามที่ต้องการ มีความต้องการ นอกจากนี้ยังต้องบริหารจัดการบุคคล ได้แก่ เกษัชกร และผู้ช่วยเกษัชกร ให้มีความเหมาะสมในการให้บริการ เป็นต้น” (ผู้ให้ข้อมูล 14)

“การบริหารความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ภายในร้านขายยานับเป็นส่วนหนึ่งของสมรรถนะขององค์กรที่สำคัญ เนื่องจากร้านขายยาไม่ใช่เป็นเพียงธุรกิจค้าขายทั่วไป แต่เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และชีวิตของมนุษย์ ดังนั้นร้านขายยาต้องมีระบบจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ เช่น การตรวจสอบซ้ำก่อนจ่ายยา เป็นต้น” (ผู้ให้ข้อมูล 20)

3. ด้านการบริการเกษัชกรรมที่ดี ซึ่งจะกำหนดเกี่ยวกับกระบวนการที่จะทำให้การประกอบวิชาชีพที่ดี เป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม มีมาตรฐานที่ดี และเป็นหลักประกันให้กับผู้มารับบริการได้ โดยมีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“เกษัชกรภายในร้านขายยาจะต้องมีการให้บริการทางเกษัชกรรมที่ดี ตามมาตรฐานที่กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข เพื่อความปลอดภัยของประชาชนที่เลือกใช้บริการร้านขายยา” (ผู้ให้ข้อมูล 5)

“การให้บริการทางเกษัชกรรมที่ดีโดยเกษัชกร เป็นสิ่งสำคัญที่พึงมีที่ใช้สำหรับขับเคลื่อนการมีสมรรถนะองค์กรที่ดี” (ผู้ให้ข้อมูล 7)

“การบริการจากเกษัชกรเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการร้านขายยาซ้ำ ดังนั้นการให้บริการทางเกษัชกรรมโดยเกษัชกรมีความจะเป็นอย่างยิ่ง” (ผู้ให้ข้อมูล 12)



4. ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ซึ่งจะกำหนดถึงการดำเนินการ เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพ และจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ เพื่อให้การประกอบวิชาชีพเป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสม โดยมีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“จรรยาบรรณทางวิชาชีพของเภสัชกรมีความสำคัญอย่างมาก โดยการให้บริการของเภสัชกรในร้านขายยาจำเป็นต้องให้บริการที่ยึดหลักจรรยาบรรณที่ถูกต้องทุกครั้ง” (ผู้ให้ข้อมูล 1)

“จรรยาบรรณทางวิชาชีพ เป็นองค์ประกอบของสมรรถนะขององค์กรในธุรกิจร้านขายยา โดยกฎหมายกำหนดให้ร้านขายยาจะต้องให้บริการภายในจรรยาบรรณทางวิชาชีพที่ถูกต้องและดีงามแก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคปลอดภัยและได้รับผลประโยชน์สูงสุด” (ผู้ให้ข้อมูล 5)

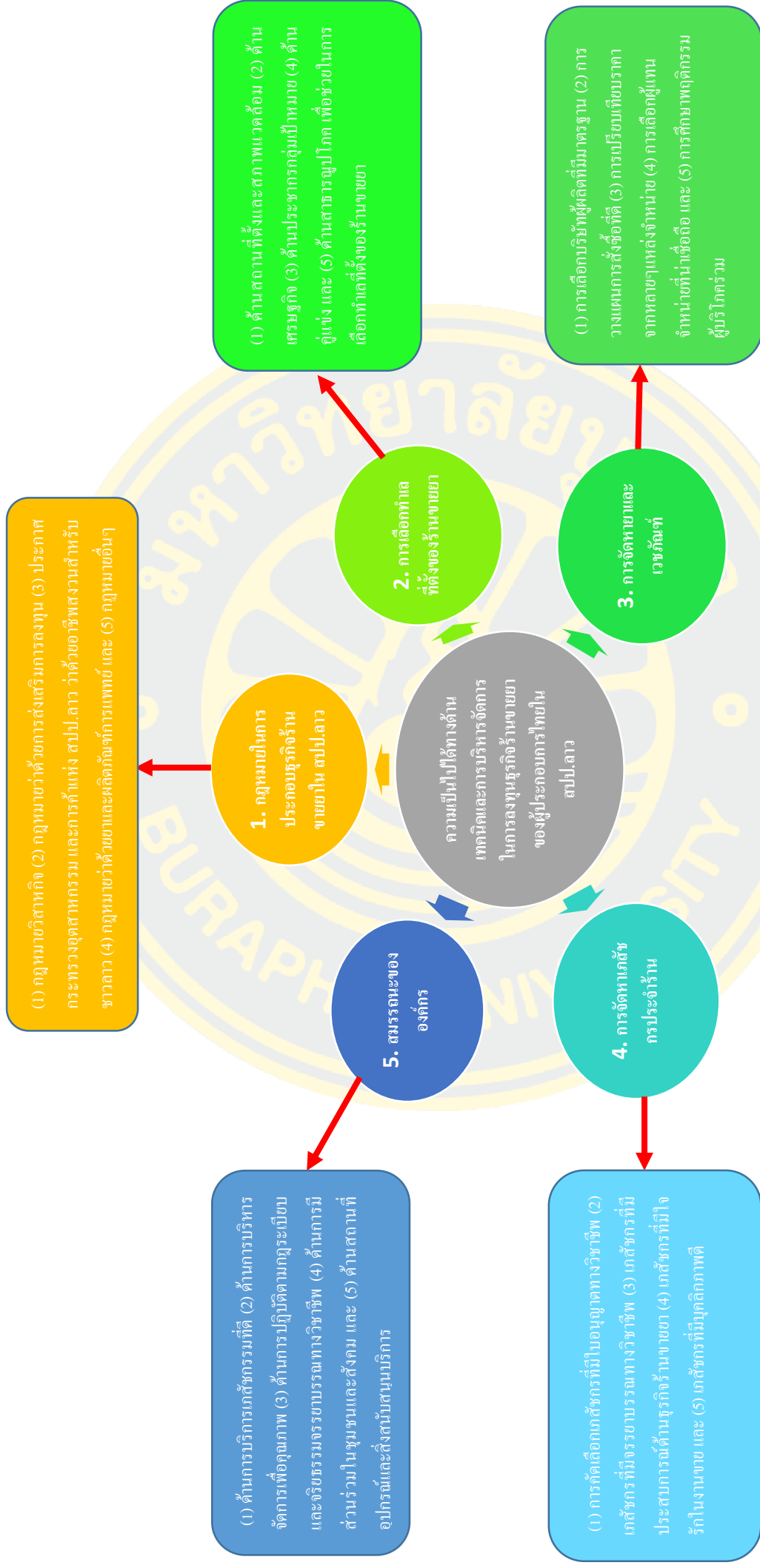
“เภสัชกรที่ตื่นอกจากการมีความรู้ทางด้านเภสัชกรรมแล้วจะต้องใช้ความรู้ที่มีภายในจรรยาบรรณทางวิชาชีพทุกครั้ง เพื่อความถูกต้องและปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค และส่งผลที่ดีต่อองค์กร” (ผู้ให้ข้อมูล 19)

5. ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคม ซึ่งจะกำหนดเกี่ยวกับกิจกรรมที่ร้านขายยาจะมีส่วนร่วม ทำประโยชน์เพื่อส่วนรวมและสาธารณะ ร่วมกับชุมชนและท้องถิ่นในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพ หรือเพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคม โดยมีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“ร้านขายยาจะต้องมีส่วนร่วมในชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านยา และการให้บริการตรวจวัดความดัน เป็นต้น เพื่อให้ร้านขายยาได้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน” (ผู้ให้ข้อมูล 6)

“ร้านขายยาถือเป็นด่านให้บริการด้านสาธารณสุขด่านแรกที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย ดังนั้นการมีส่วนร่วมในชุมชนนั้นๆ จึงมีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาให้องค์กรมีแรงขับเคลื่อนที่ดี” (ผู้ให้ข้อมูล 9)

“ธุรกิจร้านขายยาแม้จะดำเนินการโดยเอกชน แต่การให้ความรู้กับประชาชน การให้บริการที่เหมาะสมกับประชาชนแบบไม่มีค่าใช้จ่าย เป็นการแสดงสัมพันธไมตรีที่ดีแก่ผู้บริโภคภายในชุมชน ส่งผลที่ดีต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่ง” (ผู้ให้ข้อมูล 16)



ภาพที่ 3 โมเดลความเป็นไปได้ทางด้านการเงินและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

## ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว ประกอบด้วย อุปสงค์การบริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านขายยา ดังนี้

### อุปสงค์การบริโภคจากตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ ด้านประชากรศาสตร์ และด้านพฤติกรรม

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว อายุของสมาชิกในครอบครัว ระยะห่างระหว่างบ้าน ที่ทำงานกับร้านขายยา ที่ตั้งของบ้านและที่ทำงาน โดยหาค่าร้อยละ Percentage ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	181	45.2
	หญิง	219	54.8
อายุ		28.96	+ 8.91
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าประถมศึกษา	70	17.5
	ประถมศึกษา	34	8.5
	มัธยมศึกษา	51	12.8
	อนุปริญญา	32	8.0
	ปริญญาตรี	213	53.2
สถานภาพ	โสด	196	49.0
	สมรส	141	35.3
	หม้าย-หย่าร้าง	63	15.7

อาชีพ	เกษตรกร	79	19.7
	ธุรกิจส่วนตัว	92	23.0
	ข้าราชการ	8	2.0
	ครู, อาจารย์	19	4.7
	พนักงานบริษัทเอกชน	92	23.0
	อาชีพอิสระ	68	17.0
	นักเรียน, นักศึกษา	25	6.3
	แม่บ้าน หรือว่างงาน	17	4.3
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 890,000 กีบ	74	18.5
	890,000-1,200,500 กีบ	86	21.5
	1,200,501-2,401,000 กีบ	97	24.3
	2,401,001-4,802,500 กีบ	72	18.0
	4,802,501-7,500,000 กีบ	56	14.0
	7,500,001 กีบขึ้นไป	15	3.7
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน เป็นเพศชาย จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 เพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 มีอายุเฉลี่ย 28.96 + 8.91 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 สถานภาพโสด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 อาชีพธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,200,501-2,401,000 กีบ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุและจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	1 คน	116	29.0
	2 คน	94	23.5
	3 คน	133	33.3
	4 คน	34	8.5
	5 คน	15	3.7
	6 คน	6	1.5
	7 คน	2	0.5
อายุของสมาชิกในครอบครัว คนที่ 1	อายุ 12 – 20 ปี	45	11.3
	อายุ 21 – 59 ปี	355	88.7
อายุของสมาชิกในครอบครัว คนที่ 2	อายุ 0 – 2 ปี	10	3.5
	อายุ 2 – 12 ปี	50	17.6
	อายุ 12 – 20 ปี	65	22.9
	อายุ 21 – 59 ปี	106	37.3
	อายุมากกว่า 60 ปี	53	18.7
อายุของสมาชิกในครอบครัว คนที่ 3	อายุ 0 – 2 ปี	27	13.5
	อายุ 2 – 12 ปี	39	19.5
	อายุ 12 – 20 ปี	42	21.0
	อายุ 21 – 59 ปี	49	24.5
	อายุมากกว่า 60 ปี	43	21.5
อายุของสมาชิกในครอบครัว	อายุ 0 – 2 ปี	6	10.5

คนที่ 4	อายุ 2 – 12 ปี	18	31.6
	อายุ 12 – 20 ปี	9	15.8
	อายุ 21 – 59 ปี	10	17.5
	อายุมากกว่า 60 ปี	14	24.6
อายุของสมาชิกในครอบครัว	อายุ 0 – 2 ปี	4	14.8
คนที่ 5	อายุ 2 – 12 ปี	7	25.9
	อายุ 12 – 20 ปี	6	22.3
	อายุ 21 – 59 ปี	2	7.4
	อายุมากกว่า 60 ปี	8	29.6
อายุของสมาชิกในครอบครัว	อายุ 2 – 12 ปี	3	33.3
คนที่ 6	อายุ 12 – 20 ปี	1	11.1
	อายุมากกว่า 60 ปี	5	55.6
อายุของสมาชิกในครอบครัว	อายุ 0 – 2 ปี	1	50.0
คนที่ 7	อายุ 2 – 12 ปี	1	50.0
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 7 คน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

สมาชิกครอบครัวคนที่ 1 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 59 ปี จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.7

สมาชิกครอบครัวคนที่ 2 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 59 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3

สมาชิกครอบครัวคนที่ 3 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 59 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5

สมาชิกครอบครัวคนที่ 4 ส่วนใหญ่มีอายุ 2 – 12 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6

สมาชิกครอบครัวคนที่ 5 ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6

สมาชิกครอบครัวคนที่ 6 ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6

สมาชิกครอบครัวคนที่ 7 มีอายุ 0–2 ปี และอายุ 2–12 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะทางร้านขายยา

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระยะห่างระหว่างบ้านของท่านกับร้านขายยาที่อยู่ใกล้บ้าน		
ไม่เกิน 2 กิโลเมตร	79	19.8
2.1 – 4 กิโลเมตร	137	34.3
4.1 – 6 กิโลเมตร	110	27.5
มากกว่า 6 กิโลเมตร	74	18.5
ระยะห่างระหว่างที่ทำงานของท่านกับร้านขายยาที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน		
ไม่เกิน 2 กิโลเมตร	133	33.3
2.1 – 4 กิโลเมตร	118	29.5
4.1 – 6 กิโลเมตร	123	30.8
มากกว่า 6 กิโลเมตร	26	6.5
ที่ตั้งของบ้านท่านอยู่จังหวัดเวียงจันทน์ เมือง		
จันทบุรี	8	2.1
ศรีโคตรบอง	5	1.3
ไชยเชษฐา	27	6.8

ศรีสัตตนาคน	32	8.0
นาททรายทอง	55	13.8
ชัยธานี	109	27.3
หาดทรายฟอง	110	27.5
สังข์ทอง	17	4.3
ปากงึม	37	9.3
ที่ตั้งของที่ทำงานท่านอยู่จังหวัดเวียงจันทน์ เมือง		
ไชยเชษฐา	119	29.8
หาดทรายฟอง	115	28.7
ชัยธานี	166	41.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีระยะห่างระหว่างบ้านของท่านกับร้านขายยาที่อยู่ใกล้บ้าน 2.1 – 4 กิโลเมตร จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ระยะห่างระหว่างที่ทำงานของท่านกับร้านขายยาที่อยู่ใกล้ที่ทำงานไม่เกิน 2 กิโลเมตร จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ที่ตั้งของบ้านท่านอยู่เมืองหาดทรายฟอง จังหวัดเวียงจันทน์ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และที่ตั้งของที่ทำงานท่านอยู่เมืองชัยธานี จังหวัดเวียงจันทน์ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านขายยา

พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านขายยา	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อท่านมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยเกิดขึ้นท่านเลือกรักษาด้วยทางเลือกใดเป็นอันดับแรก		



โรงพยาบาล (โรงหมอ)	38	9.5
คลินิกเอกชน	7	1.8
สุขศาลา	98	24.5
ร้านขายยา	120	30.2
ร้านค้าชุมชน	56	14.0
หมอเมือง/หมอเป่า	32	8.0
หมอผี	8	2.0
ไม่เคยไปรับบริการ	40	10.0
<hr/>		
ท่านใช้บริการร้านขายยาหรือซื้อสินค้าจากร้านขายยาครั้งล่าสุดเมื่อไหร่		
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	13	3.3
น้อยกว่า 1 เดือน	36	9.0
3 เดือนที่ผ่านมา	55	13.8
6 เดือนที่ผ่านมา	232	58.0
มากกว่า 6 เดือน	64	16.0
ส่วนใหญ่ท่านมาใช้บริการร้านขายยาในช่วงเวลาใด		
07.00-12.00 น.	26	6.5
12.01-18.00 น.	116	29.0
18.01-23.00 น.	258	64.5
<hr/>		
ปกติท่านจะซื้อสินค้าอะไรจากร้านขายยา		
ยาแผนปัจจุบัน ยาแก้ปวด ลดไข้	40	10.0
ยาแผนปัจจุบัน ยากลากลิ้มเนื้อ	8	2.0

ยาแผนปัจจุบัน ยาแก้ปวดท้อง โรคกระเพาะ	21	5.3
ยาแผนปัจจุบัน ยารักษาอาการท้องเสีย	67	16.8
ยาแผนปัจจุบัน ยารักษาโรคไขข้อ	33	8.3
ยาแผนปัจจุบัน ยาภูมิแพ้ ใช้น้ำมูก แก้วคัน	27	6.8
ยาแผนปัจจุบัน ยาคุมกำเนิด	66	16.5
ยาแผนปัจจุบัน ยารักษาโรคผิวหนัง	10	2.5
ยาแผนปัจจุบัน ยาล้างแผล ใส้แผล	59	14.8
ยาแผนปัจจุบัน ยาฆ่าเชื้อ แก้อักเสบ	7	1.8
ยาแผนปัจจุบัน ยารักษาโรคเรื้อรัง	12	3.0
อาหารเสริมสุขภาพและวิตามิน	22	5.5
อุปกรณ์ทางการแพทย์	5	1.3
ผลิตภัณฑ์อื่นๆที่ไม่ใช่ยา เช่น แชมพู, สบู่, ยาสีฟัน เป็นต้น	23	5.8
ซื้อสินค้าจากร้านขายยาแต่ละครั้งมีมูลค่า (กิบ)	12003.35	+10117.83
ระยะเวลา 1 เดือน ท่านซื้อสินค้าจากร้านขายยา (ครั้ง/เดือน)	2.17	+ 1.043
ท่านซื้อยาจากร้านขายยาคนที่ขายยาให้ท่านเป็นเภสัชกรหรือไม่		
เป็นเภสัชกร	106	26.5
ไม่ใช่เภสัชกร	102	25.5
ไม่แน่ใจ	192	48.0
<hr/>		
เมื่อท่านต้องการซื้อยา ท่านมักจะ		
ซื้อยาจากร้านขายยาประจำ	151	37.8
ซื้อจากร้านขายยาใดก็ได้แล้วแต่ความสะดวก	249	62.2

ยาที่ทานซื้อจากร้านขายยามีสรรพคุณสามารถบำบัดโรคได้ผลตรงตามความต้องการเพียงใด		
ได้ผล 100% ทุกครั้ง	117	29.3
ได้ผลมากกว่า 80%	170	42.5
ได้ผลมากกว่า 50%	88	22.0
ได้ผลน้อยกว่า 50%	25	6.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เมื่อมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยเกิดขึ้น ผู้บริโภกลือกรักษาด้วยร้านขายยาเป็นอันดับแรก จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 ใช้บริการร้านขายยาหรือซื้อสินค้าจากร้านขายยาครั้งล่าสุดเมื่อ 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 ใช้บริการร้านขายยาในช่วงเวลา 18.01-23.00 น. จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 ปกติจะซื้อยาแผนปัจจุบัน ยารักษาอาการท้องเสียจากร้านขายยา จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ซื้อสินค้าจากร้านขายยาแต่ละครั้งเฉลี่ย 12003.35 + 10117.83 กีบ/ครั้ง (34.60 + 29.16 บาท/ครั้ง) ซื้อสินค้าจากร้านขายยาเฉลี่ย 2.17 + 1.043 ครั้ง/เดือน จากร้านขายยาที่ไม่แน่ใจว่ามีเภสัชกร จำนวน 192 คิดเป็นร้อยละ 48.0 โดยมักจะซื้อจากร้านขายยาใดก็ได้แล้วแต่ความสะดวก จำนวน 249 คิดเป็นร้อยละ 62.2 และยาที่ซื้อจากร้านขายยามีสรรพคุณสามารถบำบัดโรคได้ผลมากกว่า 80% จำนวน 170 คิดเป็นร้อยละ 42.5

#### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านที่สามารถส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านขายยา โดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏดังต่อไปนี้

ตารางที่ 12 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ
---------------	----------------

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	แปลผล
1. มียา เวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ คุณภาพดีได้มาตรฐาน	90 (22.5)	204 (51.0)	82 (20.5)	17 (4.3)	7 (1.8)	3.88 (มาก)
2. มียา เวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ สุขภาพ ตั้งแสดงจำนวนมาก และมีหลากหลายยี่ห้อให้เลือก ภายในร้าน	98 (24.5)	165 (41.3)	74 (18.5)	45 (11.3)	18 (4.5)	3.70 (มาก)
3. มียา เวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ สุขภาพ ที่มีในโฆษณาจำหน่าย	109 (27.3)	131 (32.8)	119 (29.8)	39 (9.8)	2 (0.5)	3.77 (มาก)
4. มีสินค้าอุปโภคบริโภค จำหน่าย เช่น สบู่, ยาสีฟัน, ยา สระผม เป็นต้น	99 (24.8)	135 (33.8)	86 (21.5)	73 (18.3)	7 (1.8)	3.62 (มาก)
5. มีผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับ เด็ก และผู้ใหญ่ จำหน่าย	73 (18.3)	169 (42.3)	144 (36.0)	8 (2.0)	6 (1.5)	3.74 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.74 (มาก)

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มียา เวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์คุณภาพดีได้มาตรฐาน ( $\bar{X} = 3.88$ ) รองลงมาคือ มียา เวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่มีในโฆษณาจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.77$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีสินค้าอุปโภคบริโภคจำหน่าย เช่น สบู่, ยาสีฟัน, ยาสระผม เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.62$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความสำคัญ					แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ราคาของสินค้าภายในร้านมีความเหมาะสม	83 (20.8)	76 (19.0)	146 (36.5)	70 (17.5)	25 (6.3)	3.31  (ปานกลาง)
2. ราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ	22 (5.5)	60 (15.0)	130 (32.5)	156 (39.0)	32 (8.0)	2.71  (ปานกลาง)
3. มีป้ายแสดงราคาให้เห็นชัดเจนก่อนซื้อ	1 (0.3)	93 (23.3)	171 (42.8)	88 (22.0)	47 (11.8)	2.78  (ปานกลาง)
4. สามารถต่อรองราคาได้	29 (7.2)	151 (37.8)	148 (37.0)	49 (12.3)	23 (5.8)	3.29  (ปานกลาง)
5. มีมิวเซียม และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้เลือกหลากหลายราคา	62 (15.5)	12 (3.0)	175 (43.8)	128 (32.0)	23 (5.8)	2.91  (ปานกลาง)
						3.00
ค่าเฉลี่ยรวม						(ปานกลาง)

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.00$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาของสินค้าภายในร้านมีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 3.31$ ) รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ ( $\bar{X} = 3.29$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น ๆ ( $\bar{X} = 2.71$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่

ด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ					แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้าน	58 (14.5)	108 (27.0)	106 (26.5)	116 (29.0)	12 (3.0)	3.21  (ปานกลาง)
2. ร้านตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน	65 (16.3)	66 (16.5)	141 (35.3)	119 (29.8)	9 (2.3)	3.15  (ปานกลาง)
3. มีที่จอดรถสะดวก	80 (20.0)	113 (28.2)	69 (17.3)	120 (30.0)	18 (1.5)	3.29  (ปานกลาง)
4. ตั้งอยู่ในทำเลที่มี คมนาคมสะดวก	25 (6.3)	110 (27.5)	214 (53.5)	43 (10.8)	8 (2.0)	3.25  (ปานกลาง)
5. ตั้งอยู่ในทำเลที่มีธุรกิจ ค้าขายอื่นๆอยู่ด้วย	68 (17.0)	83 (20.8)	118 (29.5)	109 (27.3)	22 (5.5)	3.17  (ปานกลาง)

	กลาง)
	<b>3.21</b>
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>(ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.21$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีที่จอดรถสะดวก ( $\bar{X} = 3.29$ ) รองลงมาคือ ตั้งอยู่ในทำเลที่มีคมนาคมสะดวก ( $\bar{X} = 3.25$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ร้านตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน ( $\bar{X} = 3.15$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน, ตรวจระดับน้ำตาลในเลือด เป็นต้น	76 (19.0)	173 (43.3)	107 (26.8)	42 (10.5)	2 (0.5)	3.70 (มาก)
2. มีแผ่นพับให้ความรู้แจกให้กับผู้ใช้บริการ	57 (14.2)	136 (34.0)	133 (33.3)	68 (17.0)	6 (1.5)	3.43 (มาก)
3. มีแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองใช้	48 (12.0)	37 (9.3)	165 (41.3)	127 (31.8)	23 (5.8)	2.90 (ปานกลาง)

4. มีการสะสมแต้มค่าใช้จ่าย เพื่อแลกรางวัล หรือส่วนลด	36 (9.0)	91 (22.8)	131 (32.8)	107 (26.8)	35 (8.8)	2.97  (ปาน กลาง)
5. ร้านมีชื่อเสียง และความ น่าเชื่อถือ	35 (8.8)	78 (19.5)	183 (45.8)	57 (14.2)	47 (11.8)	2.99  (ปาน กลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.20</b>  (ปาน กลาง)

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.20$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน, ตรวจระดับน้ำตาลในเลือด เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.70$ ) รองลงมาคือ มีแผ่นพับให้ความรู้แจกให้กับผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.43$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองใช้ ( $\bar{X} = 2.90$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. เกสซ์กรมีความรู้ความสามารถให้การรักษามีประสิทธิภาพ	31 (7.8)	134 (33.5)	125 (31.3)	66 (16.5)	44 (11.0)	3.11  (ปาน กลาง)
2. มีเกสซ์กรปฏิบัติหน้าที่	56	43	171	107	23	3.01



ตลอดเวลาทำการของร้าน	(14.0)	(10.8)	(42.8)	(26.8)	(5.8)	(ปานกลาง)
3. พนักงานชายมีมารยาทดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เอาใจใส่ลูกค้า	106	95	91	92	16	3.46
	(26.5)	(23.8)	(22.8)	(23.0)	(4.0)	(มาก)
4. พนักงานชายมีความรู้เกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำ และซักประวัติได้เบื้องต้น	77	72	159	84	8	3.32
	(19.3)	(18.0)	(39.8)	(21.0)	(2.0)	(ปานกลาง)
5. พนักงานชายมีการแต่งกายเหมาะสม และน่าเชื่อถือ	67	104	58	146	25	3.11
	(16.8)	(26.0)	(14.5)	(36.5)	(6.3)	(ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.20</b>
						(ปานกลาง)

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.20$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานชายมีมารยาทดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เอาใจใส่ลูกค้า ( $\bar{X} = 3.46$ ) รองลงมาคือ พนักงานชายมีความรู้เกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำ และซักประวัติได้เบื้องต้น ( $\bar{X} = 3.32$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลาทำการของร้าน ( $\bar{X} = 3.01$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย

	ที่สุด					
1. ร้านมีขนาดใหญ่	62	145	166	25	2	3.60
	(15.5)	(36.3)	(41.5)	(6.3)	(0.5)	(มาก)
2. มีการจัดเรียงสินค้าเป็น หมวดหมู่ และเป็นระเบียบ ง่ายต่อการเลือกซื้อ	39	122	135	104	0	3.24
	(9.8)	(30.5)	(33.8)	(26.0)	(0.0)	(ปาน กลาง)
3. ร้านดูสะอาด มีการ ตกแต่งสวยงาม และมีแสง สว่างเพียงพอ สามารถ มองเห็นได้ชัดเจน	56	63	138	120	23	3.02
	(14.0)	(15.8)	(34.5)	(30.0)	(5.8)	(ปาน กลาง)
4. มีระบบปรับอากาศ ภายในร้าน อากาศสามารถ ถ่ายเทได้สะดวก	30	107	93	153	17	2.95
	(7.5)	(26.8)	(23.3)	(38.3)	(4.3)	(ปาน กลาง)
5. มีป้ายแสดงรูป ชื่อ-สกุล ของเภสัชกร พร้อมเวลา ปฏิบัติการชัดเจน	12	106	212	22	48	3.03
	(3.0)	(26.5)	(53.0)	(5.5)	(12.0)	(ปาน กลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.17</b>
						(ปาน กลาง)

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.17$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ร้านมีขนาดใหญ่ ( $\bar{X} = 3.60$ ) รองลงมาคือ มีการจัดเรียงสินค้า

เป็นหมวดหมู่ และเป็นระเบียบ ง่ายต่อการเลือกซื้อ ( $\bar{X} = 3.24$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีระบบปรับอากาศภายในร้าน อากาศสามารถถ่ายเทได้สะดวก ( $\bar{X} = 2.95$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. มีกระบวนการซักถาม อาการก่อนการจ่ายยา และมี การให้คำแนะนำการใช้ยา อย่างดี	50 (12.5)	93 (23.3)	83 (20.8)	152 (38.0)	22 (5.5)	2.99  (ปานกลาง)
2. มีความรวดเร็วในการ ให้บริการ	40 (10.0)	69 (17.3)	178 (44.5)	90 (22.5)	23 (5.8)	3.03  (ปานกลาง)
3. มีความน่าเชื่อถือในการ ให้บริการ	36 (9.0)	97 (24.3)	121 (30.3)	123 (30.8)	23 (5.8)	3.00  (ปานกลาง)
4. เวลาเปิด-ปิดของร้าน มี ความสะดวกต่อการใช้บริการ	108 (27.0)	126 (31.5)	106 (26.5)	52 (13.0)	8 (2.0)	3.69  (มาก)
5. มีการคิดเงินและจ่ายยา โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์	15 (3.8)	63 (15.8)	142 (35.5)	164 (41.0)	16 (4.0)	2.74  (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.09</b>

(ปาน  
กลาง)

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.09$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เวลาเปิด-ปิดของร้าน มีความสะดวกต่อการใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.69$ ) รองลงมาคือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.03$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการคิดเงินและจ่ายยาโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 2.74$ ) ตามลำดับ

การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านที่สามารถส่งผลกระทบต่อทัศนใจของผู้บริโภคปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านที่สามารถส่งผลกระทบต่อทัศนใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านขายยา โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยแต่ละด้านจากมากไปหาน้อย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 19 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.74 (มาก)
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.21 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.20 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	3.20 (ปานกลาง)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.17 (ปานกลาง)
ด้านกระบวนการ	3.09 (ปานกลาง)
ด้านราคา	3.00 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.23 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.23$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.71$ ) รองลงมาคือ ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} =$

3.21) ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 3.20$ ) ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{X} = 3.17$ ) ด้านกระบวนการ ( $\bar{X} = 3.09$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านราคา ( $\bar{X} = 3.00$ ) ตามลำดับ

การวางแผนกลยุทธ์การตลาดของการทำธุรกิจร้านขายยา โดยนำผลจากการวิเคราะห์ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดมาวางแผนกลยุทธ์การตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยให้ความสำคัญเรื่องมาตรฐานและคุณภาพของยา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ดังนั้นการจัดการผลิตภัณฑ์ควรมุ่งเน้นแหล่งวัตถุดิบ แหล่งผลิตและแหล่งที่มาที่มีคุณภาพหรือได้รับมาตรฐานด้านต่างๆ จากองค์กรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เช่น ISO GMP Pic/s เป็นต้น รองลงมาคือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพที่มีในโฆษณาหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลายของประเภท ลักษณะการใช้งาน ยี่ห้อ เพื่อเป็นตัวเลือกที่แตกต่างจากร้านขายยาทั่วไป โดยเฉพาะยาแผนปัจจุบันที่ผู้บริโภคมักนิยมเลือกใช้ เช่น ยาคุมกำเนิด ยาสามัญประจำบ้าน เพื่อแก้ปวดลดไข้ ยารักษาอาการท้องเสีย ยาล้างแผล ไล่แผล ยารักษาโรคไข้หวัด ยาภูมิแพ้ ลดน้ำมูก แก้คัน ยาแก้ปวดท้อง โรคกระเพาะ ยารักษาโรคผิวหนัง ยากลายกล้ามเนื้อ ยาฆ่าเชื้อ ยาแก้ไอ และยารักษาโรคเรื้อรัง เช่น โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคไขมันในเลือดสูง และโรคหัวใจเต้นผิดจังหวะ รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารเสริมวิตามินและแร่ธาตุต่างๆ นมผงสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ อุปกรณ์ทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ยาเพื่อใช้บำรุงดูแลทำความสะอาดร่างกาย เช่น แชมพู สบู่ ยาสีฟัน ฟอ้อนามัย เป็นต้น โดยผู้บริโภคคาดหวังว่าร้านขายยาจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสามารถรักษาอาการเจ็บป่วยให้ดีขึ้นได้

4.2.4.2 ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านสถานที่จัดจำหน่าย รองลงมาเป็นอันดับสอง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคต้องการความสะดวก รวดเร็วในการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาที่ใกล้ และสะดวกในช่วงเวลานั้นๆ มากกว่าที่จะซื้อจากร้านขายยาประจำมีที่จอดรถให้บริการ เดินทางได้สะดวก คิดถนนง่ายแก่การเดินทาง เส้นทางไม่ซับซ้อนยุ่งยาก ตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ตลาด ตัวเมือง สามารถมองเห็นได้ง่าย ชัดเจนตลอดช่วงเวลาที่เปิดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีรูปสัญลักษณ์สะดุดตาซึ่งผู้บริโภคสามารถรู้ได้ทันทีโดยไม่ต้องใช้เวลาสังเกตนาน การตกแต่งร้านเป็นไปตามหลักปฏิบัติทางเภสัชกรรม (Good Pharmacy Practice: GPP) และมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 ซึ่งไม่แออัดคับแคบจนเกินไป มีแสง

สว่างเพียงพอ อากาศถ่ายเทได้สะดวก มีพื้นที่สำหรับเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ยาแต่ละประเภทที่อุณหภูมิเหมาะสม ไม่มีแหล่งก่อให้เกิดความชื้น แสงแดดไม่สามารถส่องถึงผลิตภัณฑ์ยาได้ การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์และการจัดสรรพื้นที่ให้เป็นสัดส่วนเหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ หรือการใช้งานแต่ละประเภท เช่น พื้นที่วางผลิตภัณฑ์สำหรับให้ผู้บริโภครักษาสามารถเลือกหยิบสินค้าด้วยตนเอง (Self-service area) พื้นที่ให้บริการโดยเภสัชกร (Pharmacist-service area) จุดรับคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ จุดรอผลิตภัณฑ์ จุดทดลองผลิตภัณฑ์ จุดชำระเงิน และพื้นที่สำหรับให้คำปรึกษาเกี่ยวกับยา (Counseling area) ตามหลัก GPP สำหรับยาควบคุม ยาอันตรายที่ควบคุมการส่งมอบจากเภสัชกรเท่านั้น ซึ่งหมายรวมถึงระบบความปลอดภัยต่าง ๆ เช่น กล้องวงจรปิด อุปกรณ์สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ

4.2.4.3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน ตรวจระดับน้ำตาลในเลือด มีแผ่นพับให้ความรู้หรือบทความเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพแจกให้กับผู้ใช้บริการฟรี จากงานวิจัยหรือแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้เป็นประจำต่อเนื่องในทุกช่องทาง สร้างความน่าเชื่อถือและทำให้ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในหมู่ผู้บริโภค การสะสมแต้มค่าใช้จ่ายเพื่อแลกรางวัล หรือการให้ส่วนลด มีบัตรสมาชิกที่ให้สิทธิพิเศษเพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่อาศัยอยู่บริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกับร้านขายยา ซึ่งบัตรสมาชิกมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างฐานลูกค้าประจำให้ได้มีสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป สมักรสมาชิกฟรี จัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือโปรโมชั่นที่มีความหลากหลายและต่อเนื่องเป็นประจำสม่ำเสมอ เช่น การลดราคา การมอบส่วนลด การแลกซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาพิเศษ การแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองใช้หรือแจกชุดของขวัญสำหรับลูกค้าที่เข้าเงื่อนไข การแถมของสมนาคุณเมื่อซื้อสินค้าครบหรือในโอกาสพิเศษต่างๆ อีกทั้งร้านยังสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลการติดต่อของลูกค้าในการส่งข้อมูล ข่าวสารและโปรโมชั่นที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้บริโภคได้

4.2.4.4 ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านบุคลากร โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องการให้บริการของพนักงานที่มีมารยาดี ให้บริการด้วยความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี เอาใจใส่ลูกค้า รักษานบริการ มีทัศนคติที่ดีเต็มใจให้ความช่วยเหลือ พนักงานมีความรู้เป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำได้ถูกต้องเหมาะสม การแต่งกายสะอาดเหมาะสม น่าเชื่อถือ เภสัชกรมีความรู้ด้านเภสัชศาสตร์และมีใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย มีความสามารถ

ให้การรักษามีประสิทธิภาพหรือมีความเชี่ยวชาญพิเศษด้านโรคติดเชื้อ อาหารเสริมและสมุนไพร โดยมีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลาทำการของร้าน

4.2.4.5 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านลักษณะทางกายภาพ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องร้านขายยาที่มีขนาดใหญ่มากที่สุด โดยมีการแบ่งพื้นที่และจัดเรียงสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ เป็นระเบียบ ง่ายต่อการเลือกซื้อ ความสะดวก มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม และมีแสงสว่างเพียงพอ สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มีเภสัชกรผู้ให้บริการติดป้ายแสดงรูป ชื่อ-สกุล ขณะปฏิบัติงานอย่างชัดเจน และมีระบบปรับอากาศภายในร้าน ทำให้อากาศสามารถถ่ายเทได้สะดวก มีพื้นที่ทางเดินเหมาะสม เว้นระยะห่างตามแบบวิถีชีวิตใหม่ได้อย่างปลอดภัยไม่แออัด

4.2.4.6 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านกระบวนการให้บริการ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องเวลาเปิด-ปิดของร้าน โดยติดป้ายเวลาทำการไว้ชัดเจนแจ้งเวลาเปิดร้าน 7.00 – 20.00 น. ทุกวัน หยุดทุกวันพุธให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจ หากเปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลาอาจสร้างความสับสนให้เกิดขึ้นได้ การให้บริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้องตามความต้องการ หรืออาการของผู้บริโภคอย่างถูกต้อง โดยมีการสอบถามถึงรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การซักถามอาการก่อนการจ่ายยา และมีการให้คำแนะนำการใช้ยาอย่างดีรวมถึงการนำระบบเทคโนโลยีระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ ง่ายต่อการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เช่น ระบบคลังเก็บสินค้า สต็อกสินค้า และการชำระเงิน ซึ่งส่งผลต่อความน่าเชื่อถือในการให้บริการ

4.2.4.7 ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านราคา โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องราคาของยา และราคาของสินค้าภายในร้านมีความเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน สามารถต่อรองราคาได้ ยา-เวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์สุขภาพมีหลากหลายขนาดราคาให้เลือกหลากหลายและแตกต่างกัน เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค มีป้ายแสดงราคาให้เห็นชัดเจน สามารถสอบถามราคาก่อนตัดสินใจซื้อได้ และสินค้าภายในร้าน เช่น ยา เวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์สุขภาพมีราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น

## ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

### การประเมินต้นทุนทางการเงินของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป. ลาว ทางด้านการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ส่วนใหญ่เปิดดำเนินธุรกิจมาอย่างต่อเนื่องระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 5 ปี ใช้เงินลงทุนโดยเฉลี่ยทั้งหมดประมาณ 1,600,000 บาท มาจากทุนส่วนตัวเจ้าของ 500,000 บาท และส่วนที่เหลือกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนหรือธนาคารพาณิชย์ ในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 7.4 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565b) ขณะที่ระดับราคาสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 ต่อปี สอดคล้องกับอัตราเงินเฟ้อ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565a) รวมถึงต้นทุนด้านค่าแรงของบุคลากร ซึ่งกำหนดให้สูงกว่าอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ต่อปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565a) และค่าใช้จ่ายด้านภาษีในอัตราร้อยละ 20 ต่อปี

### รายละเอียดการลงทุนของโครงการ

เงินลงทุนเริ่มต้นเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการลงทุนครั้งแรก ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในตารางต่อไป

ตารางที่ 20 เงินทุนเริ่มต้นที่ต้องการ\*

เงินทุนเริ่มต้นที่ต้องการ	จำนวน (บาท)
ตกแต่งร้าน	85,000
ค่ามัดจำอาคารสถานที่	50,000
อุปกรณ์	188,000
เงินเดือนก่อนเริ่มกิจการ**	65,000
สินค้าคงคลัง (ซื้อครั้งแรก)	1,000,000
ค่าดำเนินการทางด้านสาธารณสุข	10,000
ค่าใบอนุญาต	2,000
ค่าใช้จ่ายเริ่มต้นอื่น ๆ	5,000
เงินสด	195,000
<b>รวม</b>	<b>1,600,000</b>

\*ข้อมูลโดยประมาณจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป. ลาว

\*\*เงินเดือนเก๊สักร 1 คนและผู้ช่วยเก๊สักร 2 คน



จากตารางที่ 20 แสดงเงินทุนเริ่มต้นจำนวนทั้งสิ้น จำนวน 1,600,000 บาท แบ่งเป็นค่า  
ผลิตภัณฑ์ยา อุปกรณ์ทางการแพทย์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจำนวน 1,000,000 บาท รองลงมา คือ  
เงินสดสำหรับหมุนเวียนในธุรกิจ จำนวน 195,000 บาท ค่าวัสดุอุปกรณ์ภายในร้านจำนวน 188,000  
บาท ค่าตกแต่งร้านจำนวน 85,000 บาท ค่ามัดจำอาคารสถานที่จำนวน 50,000 บาท เงินเดือนก่อน  
เริ่มกิจการ จำนวน 65,000 บาท ค่าใช้จ่ายเริ่มต้นอื่น ๆ จำนวน 5,000 บาท ค่าดำเนินการทางด้าน  
สาธารณูปโภค จำนวน 10,000 บาท และค่าใบอนุญาต จำนวน 2,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แหล่งที่มาของเงินทุน\* (หน่วย : บาท)

แหล่งที่มาของเงินทุน	สัดส่วน	เป็นเงิน
ทุนโดยผู้ก่อตั้ง	31.25%	500,000
เงินกู้จากสถาบันการเงิน	68.75%	992,000
<b>รวมเงินทุน</b>	<b>100%</b>	<b>1,600,000</b>

\*ข้อมูลโดยประมาณจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาในสปป. ลาว

จากตารางที่ 21 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน โดยผู้ก่อตั้ง จำนวน 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31 และเงินกู้จากสถาบันการเงิน จำนวน 992,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 69 อัตราดอกเบี้ยคิดเป็นร้อยละ 7.4

ตารางที่ 22 สมมติฐานรายจ่าย\*

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้าและผลิตภัณฑ์	1,122,000	1,178,100	1,237,005	1,298,855	1,363,798
ค่าธรรมเนียมใบอนุญาต	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ค่าเช่าร้าน	300,000	309,000	318,270	327,818	337,653
เงินเดือนเกสัซกร	600,000	624,000	648,960	674,960	701,958
เงินเดือนผู้ช่วยเกสัซกร	132,000	137,280	142,771	148,483	154,379
ค่าน้ำ/ค่าไฟ	24,000	24,720	25,462	26,225	27,012
ค่าโทรศัพท์/อินเทอร์เน็ต	12,000	12,360	12,731	13,113	13,506
ประกันสังคม	27,000	28,080	29,203	30,371	31,586

รวม	2,219,000	2,315,540	2,416,402	2,521,825	2,631,892
-----	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

\*ข้อมูลโดยประมาณจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาในสปป. ลาว

จากตารางที่ 22 ต้นทุนรวมปีที่ 1 จำนวน 2,219,000 บาท แบ่งเป็นเงินเดือนหรือค่าจ้างบุคลากร จำนวน 732,000 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ทุกปี ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน จำนวน 454,202 บาท โดยจะเพิ่มขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 3 ทุกปี ค่าธรรมเนียมต่อใบอนุญาตประจำปี จำนวน 2,000 บาท และค่าสินค้าและผลิตภัณฑ์ จำนวน 1,122,000 บาท

ตารางที่ 23 สมมติฐานรายได้ (หน่วย : บาท)

ปีที่	อัตราเติบโต	ยอดขาย	รายได้/ปี
1	15%	2,987	2,691,137
2	15%	3,435	3,094,808
3	20%	4,122	3,713,769
4	20%	5,152	4,642,212
5	20%	6,698	6,034,875
รวม			20,176,801

จากตารางที่ 23 รายได้รวมปีที่ 1 จำนวน 2,690,326 บาท โดยมีอัตราเติบโต 10% จากการคำนวณรายได้ต่อปีร้านขายยา เมื่อมูลค่าในการซื้อขายเฉลี่ย 34.60 บาท/ครั้ง ความถี่ในการซื้อเฉลี่ย 26.04 ครั้ง/ปี จำนวนประชากรเป้าหมาย 5,137,500 คน และจำนวนร้านขายยาในตลาดเป้าหมาย จำนวน 171 ร้าน และร้านเปิดใหม่อีก 1 ร้าน รวมเป็นจำนวน 172 ร้าน จากข้อมูลดังกล่าวสามารถประเมินยอดขาย หรือสมมติฐานรายได้ของร้านขายยา ดังต่อไปนี้

$$\text{สมการ รายได้ต่อปีของร้านขายยา} = P * Q$$

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ } P &= 34.60 * 26.04 \\ &= 900.98 \text{ บาท} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Q &= 5,137,500 / 172 \\ &= 29,869.18 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า รายได้ต่อปีของร้านขายยา (10\%)} &= 900.98 * 29,869.18 * 0.10 \\ &= 2,691,137 \text{ บาท} \end{aligned}$$

## ตารางที่ 24 งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>รายได้</b>					
ผลิตภัณฑ์ยา/ไม้อัชยา	2,691,137	3,094,911	3,713,894	4,642,367	6,035,077
<b>รายได้ทั้งสิ้น</b>	<b>2,691,137</b>	<b>3,094,911</b>	<b>3,713,894</b>	<b>4,642,367</b>	<b>6,035,077</b>
<b>ต้นทุนสินค้า</b>					
ผลิตภัณฑ์ยา/ไม้อัชยา	860,227	989,294	1,187,153	1,483,942	1,929,124
<b>ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น</b>	<b>860,227</b>	<b>989,294</b>	<b>1,187,153</b>	<b>1,483,942</b>	<b>1,929,124</b>
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>1,830,910</b>	<b>2,105,617</b>	<b>2,526,740</b>	<b>3,158,425</b>	<b>3,420,435</b>
<b>เงินเดือนและค่าจ้าง</b>					
เงินเดือนเภสัชกร	600,000	624,000	648,960	674,960	701,958
เงินเดือนผู้ช่วยเภสัชกร	132,000	137,280	142,771	148,483	154,379
ผลประโยชน์อื่น ๆ	27,000	28,080	29,203	30,371	31,586
<b>ค่าใช้จ่ายเงินเดือนทั้งสิ้น</b>	<b>759,000</b>	<b>789,360</b>	<b>820,934</b>	<b>853,772</b>	<b>887,923</b>
<b>ค่าใช้จ่ายคงที่</b>					
ค่าเช่าสำนักงาน	300,000	309,000	318,270	327,818	337,653
โทรศัพท์/อินเทอร์เน็ต	12,000	12,360	12,731	13,113	13,506
ค่าน้ำค่าไฟ	24,000	24,720	25,462	26,225	27,012



สินทรัพย์ทั้งสิ้น	1,600,000	2,013,110	2,611,847	3,512,043	4,880,743	6,969,156
<hr/>						
หนี้สิน						
สินเชื่อที่ต้องชำระ	992,000	880,016	759,338	629,291	489,149	338,127
เจ้าหนี้จำนอง	108,000	100,800	93,600	86,400	79,200	72,000
หนี้สินทั้งสิ้น	1,100,000	980,816	852,938	715,691	568,349	410,127
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
หุ้น	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
กำไรสะสม	-	532,295	1,258,909	2,296,352	3,812,394	6,059,030
ส่วนของผู้ถือหุ้น ทั้งสิ้น	500,000	1,032,295	1,758,909	2,796,352	4,312,394	6,559,030
หนี้สินและส่วน เจ้าของ	1,600,000	2,013,110	2,611,847	3,512,043	4,880,743	6,969,156

ตารางที่ 26 มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์สุทธิ (NPV)

รายการ	กระแสเงินสด	กระแสเงินสด (สะสม)	มูลค่าปัจจุบัน
ปีที่ 0	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)
ปีที่ 1	413,110.67	(1,186,889.33)	382,509.88
ปีที่ 2	598,736.50	(588,152.83)	513,320.04
ปีที่ 3	900,196.06	312,043.23	714,604.66
ปีที่ 4	1,368,699.96	1,680,743.19	1,006,035.33
ปีที่ 5	2,088,413.69	3,769,156.88	1,421,339.27
อัตราดอกเบี้ยลด (WACC)			8.00%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)			4,886,777.71
IRR			51%

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	2 ปี 8 เดือน
การคำนวณอัตรา WACC	
$WACC = W_e * K_e + \text{SUM}(W_d * K_d) * (1 - T)$	= 14.66%
อัตราส่วนลงทุนเจ้าของ ( $W_e$ )	31.25%
อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ ( $K_e$ )	35.00%
$\text{SUM}(\text{อัตราส่วนของหนี้สิน } (W_d) * \text{อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ } (K_d))$	4.65%
อัตรารภาษี (Tax)	20.00%

จากตารางที่ 26 แสดงเงินทุนและต้นทุนของเงินลงทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capitals: WACC) การประเมินโครงการ โดยการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน พบว่า อัตราผลตอบแทน > WACC ดังนั้น การคำนวณต้นทุนของเงินลงทุนนี้ "คุ้มค่า"

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เป็นระยะเวลานับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงขณะที่โครงการสามารถสร้างผลตอบแทนให้ โดยรวมกันแล้วเท่ากับเงินลงทุนเริ่มต้นพอดี โดยเกณฑ์ในการตัดสินใจโดยการพิจารณาลงทุนในโครงการที่ได้ผลตอบแทนคืน ภายในระยะเวลา 2 ปี 8 เดือน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) คือ ผลรวมของรายรับสุทธิที่เกิดขึ้นในแต่ละงวดเวลาตลอดอายุของโครงการ หักลบด้วยต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนที่ใช้ในโครงการตามระยะเวลาที่เกิดรายรับสุทธินั้น ๆ เพื่อประเมินความสามารถในการสร้างรายได้ของโครงการลงทุนตลอดระยะเวลาของโครงการ โดยมีการคำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาด้วยมี NPV เท่ากับ 4,886,777.71 > 0 ดังนั้น ควรลงทุนในโครงการเปิดร้านขายยาใน สปป.ลาว

อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์ เพื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยที่โครงการลงทุนสามารถสร้างให้ได้ตลอดระยะเวลาของโครงการ มีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ IRR (r) เท่ากับ 51% > อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ (k) ดังนั้น ควรลงทุนในโครงการเปิดร้านขายยาใน สปป.ลาว

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาที่ สปป.ลาว ของผู้ประกอบการไทย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว โดยแบ่งเป็น

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ดังรายละเอียด ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### ความเป็นไปได้ทางเทคนิคและการบริหารจัดการ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลจำนวน 20 คน ประกอบด้วย คณะกรรมการสภาเภสัชกรรม ประเทศไทย วาระที่ 9 (พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2564) จำนวน 5 คน คณะทำงานกรมอาหารและยา สปป.ลาว (วาระปัจจุบัน) จำนวน 5 คน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาประเภท ข.ย.1 ในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย จำนวน 5 คน และผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาประเภท ชั้นที่ 1 ในเขตพื้นที่นครหลวงเวียงจันทน์ จำนวน 5 คน รวม 20 คน พบว่า ผู้ให้ข้อมูล

สำคัญส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 11 คน เพศหญิง จำนวน 9 คน มีอายุอยู่ในช่วง 30-48 มีประสบการณ์การทำงานด้านยา/ธุรกิจร้านขายยาอยู่ในช่วง 6-26 ปี และส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจร้านขายยา/แนะนำให้ร้านขายยามีขนาด 1 คูหา แสดงให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์การทำงานด้านยา/ธุรกิจร้านขายยาก่อนข้างสูง ดังนั้นความน่าเชื่อถือของข้อมูลจึงมีความเป็นไปได้จริงค่อนข้างสูง

**ความเป็นได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ**ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว จากการสัมภาษณ์ พบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จะให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องกฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในสปป.ลาว มากที่สุด จำนวน 20 คน รองลงมาเป็นประเด็นเรื่องการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา จำนวน 13 คน และประเด็นเรื่องการจัดหาและเวชภัณฑ์ การจัดหาเภสัชกรประจำร้าน และสมรรถนะขององค์กร ตามลำดับ

- (1) **ประเด็นพิจารณาด้านกฎหมายในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับกฎหมายวิสาหกิจมากที่สุด จำนวน 17 คน รองลงมาคือกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน จำนวน 15 คน และประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม และการค้าแห่ง สปป.ลาว ว่าด้วยอาชีพสงวนสำหรับชาวลาว กฎหมายว่าด้วยยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ กฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ประกอบการต้องรู้และเข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก โดยตามกฎหมายด้านการลงทุนของสปป.ลาว หรือกฎหมายวิสาหกิจ กล่าวไว้ว่า ชาวต่างชาติ (รวมถึงชาวไทย) จะสามารถประกอบธุรกิจในสปป.ลาวได้ โดยจะมีรูปแบบการประกอบธุรกิจที่เป็นไปได้มี 3 รูปแบบ คือ (1) การร่วมมือทางธุรกิจ (2) การร่วมค้า และ (3) การทำธุรกิจที่ชาวต่างชาติเป็นเจ้าของทั้งหมด จากประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม และการค้าแห่ง สปป.ลาว ว่าด้วยอาชีพสงวนสำหรับชาวลาว ระบุว่าอาชีพประเภทธุรกิจทางด้านสาธารณสุข รวมถึงธุรกิจร้านขายยาเป็นอาชีพสงวนสำหรับชาวลาวเท่านั้น ดังนั้นห้ามมิให้จีนทะเบียนวิสาหกิจให้ผู้ลงทุนต่างชาติ แต่กฎหมายมิได้ห้ามต่างชาติเป็นกรรมการผู้จัดการที่มีอำนาจผูกพันบริษัท กล่าวคือชาวต่างชาติสามารถร่วมลงทุนในธุรกิจร้านขายยาในฐานะนักลงทุนได้ แสดงให้เห็นว่ากฎหมายทุกฉบับที่ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญนั้นล้วนมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องรู้ และปฏิบัติตามระเบียบก่อนการเริ่มดำเนินธุรกิจทั้งสิ้น



**(2) ประเด็นพิจารณาด้านการเลือกทำเลที่ตั้งในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว**

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมมากที่สุด

จำนวน 17 คน รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ จำนวน 15 คน และด้านประชากร

กลุ่มเป้าหมาย ด้านคู่แข่ง ด้านสาธารณสุข โภค ตามลำดับ โดยการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา ผู้ประกอบการควรเลือกทำเลพื้นที่ตั้งของร้านขายยา ตามปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้

**a) ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม**

ควรใกล้แหล่งชุมชน มีเส้นทางสัญจรเดินทางได้สะดวก เข้าออกง่าย เส้นทางไม่ซับซ้อน มีประชากรพักอาศัยและบ้านเรือนอยู่เป็นจำนวนมาก หรือ ตลาดย่านการค้าที่มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่หลากหลาย ประชาชนในพื้นที่ต้องเข้ามาซื้อสินค้าไปบริโภคเป็นประจำ เช่น ร้านค้าปลีกค้าส่งสินค้าประเภทต่าง ๆ ร้านสินค้าเบ็ดเตล็ด สินค้าทางการเกษตร ดิถฉนวนสายหลัก มีที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกและความปลอดภัยอย่างเหมาะสมเพียงพอ

**b) ด้านเศรษฐกิจ**

ร้านขายยาควรตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์กลางการค้าขายทางเศรษฐกิจในตัวเมือง หรือตัวจังหวัด ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายสะดวกรวดเร็วและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี โดยกลุ่มผู้บริโภคจะมีสภาพคล่องในการจับจ่ายใช้สอยได้มากกว่ากลุ่มลูกค้าในพื้นที่ชนบท

**c) ด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย**

แนวโน้มและความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันประชากรมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบสังคมเมืองมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพัฒนาเทคโนโลยี มีการสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ทำให้ประชากรมีความรู้มากขึ้นการเลือกบริโภคสิ่งต่าง ๆ รู้จักเปรียบเทียบข้อมูลที่สร้างความคุ้มค่าให้ได้มากที่สุด ดังนั้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัยจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับร้านขายยา

**d) ด้านคู่แข่ง**

ปริมาณคู่แข่งในรัศมีพื้นที่และสัดส่วนร้านต่อพื้นที่เป้าหมายสามารถบ่งบอกถึงแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดในพื้นที่ได้ ซึ่งร้านขายยาในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นร้านขายยาแบบดั้งเดิมมีลักษณะแบบซื้อมาขายไป มีขนาดเล็ก ขาดเภสัชกร ผู้มีความรู้ความก้าวหน้าทางเภสัชกรรม ไม่มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาที่เปิดทำการ ไม่มีบริการทางเภสัชกรรมอย่างเต็มรูปแบบ ผลผลิตกันยาไม่หลากหลายหรือมีผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์น้อย ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในทันที ดังนั้นการพัฒนาร้านขายยาให้ทันสมัยแตกต่างไปจากกลุ่มคู่แข่งย่อมส่งผลเชิงบวกให้ธุรกิจยิ่งขึ้น

#### e) ด้านสาธารณสุขโลก

ควรเลือกทำเลในการจัดตั้งธุรกิจร้านขายยาที่มีสาธารณสุขปกครบถ้วน เพราะลดความเสี่ยงที่อาจเกิดผลเสียในเชิงลบต่อธุรกิจได้ เช่น ในพื้นที่ที่การคมนาคมไม่สะดวก ส่งผลต่อการขนส่งผลิตภัณฑ์ล่าช้า ไม่เป็นไปตามการคาดการณ์ เป็นต้น

- (3) ประเด็นพิจารณาด้านการจัดหาและเวชภัณฑ์ในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในสปป.ลาว ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกบริษัทผู้ผลิตที่มีมาตรฐานจำนวน 19 คน รองลงมาเป็นการวางแผนการสั่งซื้อที่ดี จำนวน 18 คน และ การเปรียบเทียบราคาจากหลายๆแหล่งจำหน่าย การเลือกผู้แทนจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร่วม ตามลำดับ โดยการจัดหาและเวชภัณฑ์ ควรคัดเลือกบริษัทที่ได้รับมาตรฐานการผลิตระดับสากล เช่น GMP PIC/s เป็นต้น ผู้ประกอบการควรสั่งซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ซื้อผ่านพ่อค้าคนกลาง ควรเลือกสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ จัดทำสัญญาเป็นคู่ค้าระยะยาวเพื่อช่วยเพิ่มอำนาจต่อรอง และในทุกคำสั่งซื้อต้องคำนวณหาปริมาณการซื้อที่มีประสิทธิภาพและประหยัดมากที่สุดในแต่ละคำสั่งซื้อ โดยพิจารณาระยะเวลาการจัดส่งสินค้าร่วมด้วย เพื่อป้องกันปัญหาสินค้าขาดมือ

- (4) ประเด็นพิจารณาด้านการจัดหาเกษตรกรประจำร้านในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกเกษตรกรที่มีใบอนุญาตทางวิชาชีพ จำนวน 17 คน รองลงมาเป็นเกษตรกรที่มีจรรยาบรรณทางวิชาชีพ จำนวน 16 คน และเกษตรกรที่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจร้านขายยา เกษตรกรที่มีใจรักในงานขาย เกษตรกรที่มีบุคลิกภาพดี ตามลำดับ โดยการจัดหาเกษตรกรประจำร้าน จากข้อมูลพบว่า สปป.ลาว ประสบปัญหาขาดแคลนเกษตรกรอย่างรุนแรง จึงจำเป็นต้องหาเกษตรกรจากประเทศไทย หรืออินโดนีเซีย และต้องมีการรับรอง โดยองค์กรหรือกฎระเบียบ (ASEAN Mutual Recognition Arrangement: MRA) ประกอบด้วย การศึกษา และประสบการณ์ทำงานถือเป็นเงื่อนไขในการได้รับอนุญาตให้ทำงานในประเทศนั้น เพราะอาชีพเกษตรกรเป็นการให้บริการวิชาชีพจัดเป็นประเภทแรงงานมีฝีมือ (Skilled Labor) ซึ่งยังไม่ถูกบรรจุให้มีการเปิดเสรี ดังนั้น การจัดหาเกษตรกรประจำร้านสามารถรับสมัครและคัดสรรเกษตรกรที่ต้องมีคุณสมบัติตามมาตรฐานเป็นไปตามเงื่อนไขกำหนด โดยเกษตรกรต้องมีจรรยาบรรณทางวิชาชีพ มีประสบการณ์ด้านธุรกิจร้านขายยา เกษตรกรที่มีใจรักในงานขาย และเกษตรกรที่มีบุคลิกภาพดี จะช่วยส่งเสริมการแข่งขันให้ธุรกิจ
- (5) ประเด็นพิจารณาด้านสมรรถนะขององค์กรในการประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ด้านการบริการเกษตรกรที่ดี จำนวน 17 คน รองลงมาเป็นด้านการบริหารจัดการเพื่อคุณภาพ และด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ จำนวน 16 คน และด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคม และด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งสนับสนุนบริการ ตามลำดับ โดยสมรรถนะขององค์กรของธุรกิจร้านขายยาไม่ได้เป็นเพียงธุรกิจค้าปลีกซื้อมาขายไปเท่านั้น แต่เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสุขภาพ ร่างกายและชีวิตของผู้บริโภค ดังนั้นการควบคุมดูแลและการบริหารจัดการร้านขายยาทุกชั้นตอนต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและสุขภาพของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ พิจารณาปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้
- a) ด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งสนับสนุนบริการ

กำหนดเกี่ยวกับลักษณะสถานที่ที่เหมาะสมในการประกอบวิชาชีพ โดยขนาดของสถานที่ร้านขายยาที่แนะนำ คือ ขนาด 1 คูหา มีการจัดสรรพื้นที่ที่เหมาะสม ผู้บริโภคสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก

- b) ด้านการบริหารจัดการเพื่อคุณภาพ
- c) ด้านการบริการเภสัชกรรมที่ดี
- d) ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและจรรยาบรรณจรรยาบรรณทางวิชาชีพ
- e) ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคม

#### ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

จากการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 28.96 + 8.91 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,200,501-2,401,000 กีบ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่เมืองหาดทรายฟอง จังหวัดเวียงจันทน์ มีระยะทางระหว่างบ้านกับร้านขายยาที่อยู่ใกล้ 2.1 – 4 กิโลเมตร และทำงานเมืองซัยธานี จังหวัดเวียงจันทน์ ซึ่งมีระยะทางระหว่างที่ทำงานกับร้านขายยาที่อยู่ใกล้ไม่เกิน 2 กิโลเมตร เมื่อมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยเกิดขึ้นผู้บริโภคเลือกปรึกษาด้วยร้านขายยา ซื้อสินค้าจากร้านขายยาครั้งล่าสุดเมื่อ 6 เดือนที่ผ่านมา ในช่วงเวลา 18.01-23.00 น. ปกติจะซื้อยาแผนปัจจุบัน ยารักษาอาการท้องเสีย ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งเฉลี่ย 12003.35 + 10117.83 กีบ/ครั้ง ซื้อจากร้านขายยาเฉลี่ย 2.17 + 1.043 ครั้ง/เดือน ไม่แน่ใจว่ามีเภสัชกร โดยมักจะซื้อจากร้านขายยาได้ก็แล้วแต่ความสะดวก และยาที่ซื้อจากร้านขายยามีสรรพคุณสามารถบำบัดโรคได้ผลมากกว่า 80% และยังพบว่าผู้ประกอบการในธุรกิจร้านขายยาที่ สปป.ลาว ควรให้ความสำคัญด้านยา เวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับจากสื่อโฆษณาจำหน่าย ราคาของสินค้าภายในร้านมีความเหมาะสมสามารถต่อรองราคาได้ ร้านค้ามีพื้นที่กว้างขวาง มีที่จอดรถสามารถเดินทางได้สะดวก พร้อมมีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน, ตรวจระดับน้ำตาลในเลือด เป็นต้น มีแผนพับให้ความรู้แจกให้กับผู้ให้บริการ พนักงานมีมารยาทมนุษย์สัมพันธ์ดี เอาใจใส่ลูกค้า มีความรู้เกี่ยวกับยาเป็น

อย่างดี สามารถให้คำแนะนำ และซักประวัติได้เบื้องต้น เวลาเปิด-ปิดของร้านชัดเจนแน่นอนทำให้สะดวกต่อการใช้บริการ

### ความเป็นไปได้ทางการเงิน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว พบว่า ส่วนใหญ่เปิดดำเนินธุรกิจมาอย่างต่อเนื่องระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 5 ปี ใช้เงินลงทุนทั้งหมดประมาณ 1,600,000 บาท มาจากทุนส่วนตัวเจ้าของ 500,000 บาท และส่วนที่เหลือกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนหรือธนาคารพาณิชย์ โดยลงทุนร้านที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่กว้างขวาง มีเกษตรกรประจำร้านตลอดเวลาที่เปิดให้บริการเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า เนื่องจากการประเมินโครงการโดยการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน พบว่า อัตราผลตอบแทนต้นทุนของเงินลงทุนนี้ "คุ้มค่า" มีระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) เป็นระยะเวลานับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงขณะที่โครงการสามารถสร้างผลตอบแทนให้ โดยรวมกันแล้วเท่ากับเงินลงทุนเริ่มต้นพอดี โดยเกณฑ์ในการตัดสินใจโดยการพิจารณาลงทุนในโครงการที่ได้ผลตอบแทนคืน ภายในระยะเวลา 2 ปี 8 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) คือ ผลรวมของรายรับสุทธิที่เกิดขึ้นในแต่ละงวดเวลาตลอดอายุของโครงการ หักลบด้วยต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินทุนที่ใช้ในโครงการตามระยะเวลาที่เกิดรายรับสุทธินั้น ๆ เพื่อประเมินความสามารถในการสร้างรายได้ของโครงการลงทุนตลอดระยะเวลาของโครงการ โดยมีการคำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาด้วยมี NPV เท่ากับ 4,886,777.71 จึงควรลงทุนในโครงการเปิดร้านขายยาใน สปป.ลาว และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์ เพื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยที่โครงการลงทุนสามารถสร้างให้ได้ตลอดระยะเวลาของโครงการ มีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ IRR (x) เท่ากับ 51% มากอัตราผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาต้องการ ดังนั้น ควรลงทุนในโครงการเปิดร้านขายยาใน สปป.ลาว

### อภิปรายผลการวิจัย

#### ความเป็นไปได้ทางเทคนิคและการบริหารจัดการ

การประกอบธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ของผู้ประกอบการไทยต้องได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข และกำหนดไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ยาต้องมีคุณภาพผ่านกระบวนการผลิตที่มี

มาตรฐาน มีเกษตรกรประจำ มีสถานที่เหมาะสม มีขนาด 1 ไร่ มีการจัดแบ่งพื้นที่ภายในสะดวกต่อการให้บริการของผู้บริโภค และมีสถานที่จัดเก็บผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษสุดา นครศิลป์ (2561) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกิ่งเมืองกิ่งชนบท ผลการศึกษาพบว่า ขนาดของร้านขายยาที่เหมาะสมจะเป็นอาคารพาณิชย์ขนาด 1 ไร่ และมีการจัดแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารให้มีความเหมาะสม เพียงพอในการจัดวางสินค้า และการจัดแบ่งพื้นที่สำหรับการให้บริการต่าง ๆ ภายในร้านให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และควรจัดให้มีเกษตรกรประจำร้านตลอดเวลาเปิดทำการ เพื่อให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายยา ซึ่งเป็นพื้นที่ศูนย์กลางเศรษฐกิจสำคัญ ใกล้แหล่งชุมชน มีเส้นทางสัญจรเดินทางได้สะดวก เข้าออกง่ายเส้นทางไม่ซับซ้อน มีประชากรพักอาศัยและมีบ้านเรือนอยู่เป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษสุดา นครศิลป์ (2561) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกิ่งเมืองกิ่งชนบท ผลการศึกษาพบว่า ทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่จำนวนมากและมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง มีผู้สัญจรไปมาตลอดทั้งวัน ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย

การจัดหาและเวชภัณฑ์ จะไม่ซื้อผ่านพ่อค้าคนกลาง เลือกสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ บริษัทได้รับมาตรฐานการผลิตระดับสากล เช่น GMP PIC/s โดยทุกคำสั่งซื้อจะคำนวณหาปริมาณการซื้อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด และพิจารณาระยะเวลาการจัดส่งเพื่อป้องกันปัญหาสินค้าขาดมือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จักกเรศ นฤดลประวัตติ (2562) ได้ศึกษาแนวทางกลยุทธ์ในการลงทุนธุรกิจของยาและเวชภัณฑ์ไทยในประเทศ สปป.ลาว (กลาง) ผลการศึกษาพบว่า การสั่งซื้อ การจัดหาและเวชภัณฑ์จะตัดการซื้อผ่านหรือพ่อค้าคนกลางให้มากที่สุด รวมถึงการหานักการตลาดมืออาชีพ และการเลือกซื้อยี่ห้อที่มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ก่อน

การจัดหาเกษตรกรประจำร้าน ตามกฎหมายได้กำหนดข้อบังคับหลักเกณฑ์ให้มีเกษตรกรที่มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพเภสัชกรรมเป็นผู้ขออนุญาตและปฏิบัติหน้าที่ในร้านขายยา โดยการจัดหาเกษตรกรประจำร้านขายยาแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทลูกจ้างประจำ และประเภทรายชั่วโมง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษสุดา นครศิลป์ (2561) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกิ่งเมืองกิ่งชนบท ผลการศึกษาพบว่า ร้านขายยาคุณภาพและมาตรฐาน

การให้บริการทางเภสัชกรรมที่ทันสมัย ทำให้จำเป็นต้องมีการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุน การว่าจ้างเภสัชกรประจำร้านขายยาตลอดเวลาที่ร้านเปิดให้บริการ

### ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพ ของยา เวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย ซึ่ง ผู้บริโภคต้องการความสะดวก รวดเร็วในการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาที่ใกล้และสะดวกใน ช่วงเวลานั้น ๆ ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องบริการตรวจวัดความดัน ตรวจระดับน้ำตาลในเลือดฟรี ด้านบุคลากร ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องการให้บริการของ พนักงานที่มีมารยาทดี ให้บริการด้วยความสุภาพ ด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งผู้บริโภคให้ ความสำคัญเรื่องมีป้ายแสดงรูป ชื่อ-สกุล ของเภสัชกร พร้อมเวลาปฏิบัติการชัดเจน ด้าน กระบวนการ ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องเวลาเปิด-ปิดของร้าน โดยติดป้ายเวลาทำการไว้ชัดเจน และด้านด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องมียา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้เลือก หลากหลายราคา ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงสุข พิทยานุกุล (2560) ได้ศึกษาการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย ผลการศึกษาพบว่า คนไทยในวัย 15 ถึง 34 ปี ส่วนใหญ่ มีการออกกำลังกายเป็นประจำ และให้ความสำคัญกับการนอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ แต่ไม่ให้ความสำคัญกับการรับประทานผัก ผลไม้ วิตามิน และอาหารเสริม และยังพบว่า 3 ใน 4 ของคนไทยใช้บริการร้านขายยาอย่างน้อย 1 ครั้ง ในช่วง 1 ปี เมื่อมีอาการเจ็บป่วยทั่วไป เช่น ปวด หัว ไอ/มีน มีน้ำมูก เสมหะ เจ็บคอ ไข้หวัด ท้องเสีย ปวดกล้ามเนื้อ คนไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70) จะเลือกซื้อยาจากร้านขายยามากกว่าการไปโรงพยาบาลหรือคลินิก ในขณะที่ผู้ที่มีอาการจากโรค ประจำตัวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72) จะเลือกเข้ารับการรักษาจากโรงพยาบาลมากกว่า ซึ่งหลักเกณฑ์ 4 อันดับแรกในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย คือ ความสะดวกในการเดินทาง เภสัชกรมีความรู้และให้คำแนะนำได้ดี ราคาเหมาะสม และคุณภาพของยาที่จำหน่าย นอกจากนั้นแล้ว ผู้บริโภคยังคาดหวังให้ร้านขายยาเป็นร้านที่เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง

### ความเป็นไปได้ทางการเงิน

เงินทุนเริ่มต้นจำนวนทั้งสิ้น จำนวน 1,600,000 บาท เป็นส่วนของผู้ก่อตั้งจำนวน 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31 และเงินกู้จากสถาบันการเงินจำนวน 992,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 69 อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 7.4 เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนมากกว่าเงินทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินลงทุนนี้ (WACC) คำนวณค่า ระยะเวลาคืนทุน 2.80 ปี ควรลงทุนเพราะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 4,886,777.71 และมีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับ 51% มากกว่าอัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมล ศิลปเวชกุล (2563) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านขายยาในห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางการเงินซึ่งมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในปีแรกประมาณ 20% มีดัชนีการทำกำไร เท่ากับ 1.09 มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 1,973,056.00 บาท และมีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 10 เดือน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (เกษสุดา นครศิลป์ (2561)) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท ผลการศึกษาพบว่า ความเป็นไปได้ด้านการเงินของร้านขายยาในโครงการ เมื่อกำหนดอายุโครงการ 10 ปี ณ อัตราคิดลดร้อยละ 9 ร้านขายยาในโครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 4,665,723.68 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน มีค่ามากกว่าร้อยละ 30 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ 1.116 ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2.43 ปี แสดงให้เห็นว่าผลตอบแทนนี้คุ้มค่ากับการลงทุน และมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

##### 1. ความเป็นไปได้ทางเทคนิคและการบริหารจัดการ

ผลการวิจัยนี้พบว่าอาชีพประเภทธุรกิจทางด้านสาธารณสุข รวมถึงธุรกิจร้านขายยาเป็นอาชีพสงวนสำหรับชาวลาวเท่านั้น ดังนั้นห้ามมิให้ขึ้นทะเบียนวิสาหกิจให้ผู้ลงทุนต่างชาติ แต่กฎหมายมิได้ห้ามต่างชาติเป็นกรรมการผู้จัดการที่มีอำนาจผูกพันบริษัท กล่าวคือชาวต่างชาติสามารถร่วมลงทุนในธุรกิจร้านขายยาในฐานะนักลงทุนได้ แต่การลงทุนดังกล่าวเป็นการร่วมทุนที่มีความเสี่ยงสูงในการถูกละเมิด โกงหรือแบ่งผลประโยชน์ไม่ตรงตามที่ตกลงได้ ดังนั้นหากผู้ประกอบการไทยสนใจจะร่วมลงทุนในธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว จำเป็นต้องมีที่ปรึกษาด้านกฎหมายที่มีความเชี่ยวชาญในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ช่วยตรวจสอบสัญญาเพื่อช่วยปิดช่องโหว่ของสัญญาที่จะนำไปสู่ความเสี่ยงดังกล่าว



## 2. ความเป็นไปได้ทางการตลาด

ผลการวิจัยนี้พบว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขายยาส่วนใหญ่ไม่มั่นใจว่าผู้ให้บริการเป็นเภสัชกรหรือไม่ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่สามารถแยกความแตกต่างได้ระหว่างเภสัชกรหรือบุคคลอื่น ทำให้ความเชื่อมั่นด้านประสิทธิภาพในการรักษาลดลง ดังนั้นในการทำธุรกิจร้านขายยาควรสร้างความแตกต่างระหว่างเภสัชกรกับพนักงานอื่นภายในร้าน โดยเภสัชกรต้องสวมเสื้อกาวน์ตลอดเวลาปฏิบัติงาน และพนักงานอื่นจะต้องใส่ชุดฟอร์มอื่นที่แตกต่างจากเภสัชกรอย่างสิ้นเชิง นอกจากนี้ยังพบอีกว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขายยาต้องการให้มีบริการตรวจวัดความดัน และวัดระดับน้ำตาลในเลือดฟรี แต่พื้นที่ของร้านขายยาที่เหมาะสมจะอยู่ที่ขนาด 1 คูหา ดังนั้นการวางแผนการใช้สอยพื้นที่ภายในร้านอย่างเหมาะสมจึงเป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้นต้องทำการเปรียบเทียบว่าการมีบริการดังกล่าวภายในร้านจะช่วยเพิ่มยอดขาย หรือผลลัพธ์เชิงบวกให้ธุรกิจร้านขายยาได้หรือไม่ คຸ້ມຄ່າທີ່จะสูญเสียพื้นที่ใช้สอยไปสำหรับให้บริการดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร

## 3. ความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการวิจัยนี้พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เปิดดำเนินการร้านขายยาโดยใช้เงินลงทุนทั้งหมดประมาณ 1,600,000 บาท มาจากทุนส่วนตัวเจ้าของ 500,000 บาท และส่วนที่เหลือกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนหรือธนาคารพาณิชย์ แบ่งเป็นทุนในการซื้อสินค้าคงคลังครั้งแรก เช่น ผลิตภัณฑ์ยา อุปกรณ์ทางการแพทย์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เป็นจำนวน 1,000,000 บาท ทำให้ต้นทุนในการลงทุนค่อนข้างสูง แต่หากผู้ประกอบการที่มีทุนไม่เพียงพอก็สามารถดำเนินการได้ โดยการปรับลดต้นทุนสำหรับซื้อสินค้าคงคลังครั้งแรกลง แล้วใช้วิธีการค่อยๆ ทอยซื้อก็ได้ เพื่อช่วยในการลดต้นทุนตั้งต้น และเพิ่มโอกาสความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

### 1. ความเป็นไปได้ทางเทคนิคและการบริหารจัดการ

ผลการวิจัยนี้พบว่าสปป.ลาวประสบปัญหาขาดแคลนเภสัชกรอย่างรุนแรง จึงจำเป็นต้องหาเภสัชกรจากประเทศไทย หรืออินโดนีเซีย ที่ผลิตเภสัชกรได้มากกว่า แต่ปัจจุบันเภสัชกรในประเทศไทยมีอัตราเงินเดือนที่ค่อนข้างสูง และปัญหาการเลิกงานของนักศึกษาจบใหม่ในยุคปัจจุบันค่อนข้างสูง ดังนั้นหากผู้ประกอบการไทยที่สนใจลงทุนธุรกิจร้านขายยาในสปป.ลาว จำเป็นต้องศึกษาเพื่อดูความเป็นไปได้ในการจัดหาเภสัชกรประจำร้านด้วยว่ามีความเป็นไปได้

หรือไม่ เพราะหากเริ่มลงทุนแล้ว แต่หาเกษตรกรประจำร้านไม่ได้ จะทำให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้เลย เพราะกฎหมายกำหนดให้มีเกษตรกรปฏิบัติงานภายในร้านตลอดเวลาทำการ

## 2. ความเป็นไปได้ทางการตลาด

ผลการวิจัยนี้มีข้อมูลที่มีมาก่อนการศึกษา คือยาที่มีฉลากภาษาไทยจะได้รับการยอมรับในคุณภาพและประสิทธิภาพจากผู้บริโภคชาวลาว แต่จากผลการศึกษาพบว่า การไปลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาที่ สปป.ลาว จะต้องจำหน่ายยาที่ผ่านการขึ้นทะเบียนยาโดยกรมอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขของ สปป.ลาว ก่อนเท่านั้น ไม่สามารถนำเข้าจากประเทศไทยแล้วจำหน่ายในร้านขายยาได้อย่างถูกกฎหมาย ดังนั้นความได้เปรียบในเรื่องของฉลากภาษาไทยจึงหายไป ดังนั้นอาจต้องมีการวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการค้าด้านอื่นเพิ่มขึ้น หรือในการวิจัยครั้งหน้าควรศึกษาการนำเข้ายาเพื่อจัดจำหน่ายอย่างถูกกฎหมายใน สปป.ลาว ต่อไป

## 3. ความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการวิจัยนี้พบว่าความเป็นไปได้ทางการเงินมีความคุ้มค่าที่ควรลงทุน โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว และที่ปรึกษาทางการเงินที่เชี่ยวชาญด้านการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว ซึ่งเป็นข้อมูลการลงทุนในอดีตก่อนสถานการณ์โควิด ดังนั้นหากผู้ประกอบการไทยที่สนใจลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว จำเป็นต้องศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในช่วงสถานการณ์โควิดด้วย เพื่อเปรียบเทียบว่าด้วยอัตราเงินเฟ้อ และค่าเงินที่แตกต่างกัน จะทำให้ความเป็นไปได้ทางการเงินยังคงคุ้มค่าที่จะลงทุนอยู่หรือไม่

## บรรณานุกรม

- ANG, S. K., Koh, A., Brigham, E., & Ehrhardt, M. (2020). Financial management: theory and practice.
- Food and Drug Department. (2017a). Country report on the medicine quality monitoring 2008-2012. Retrieved 31 May, 2021, from [http://www.fdd.gov.la/download/contents\\_documents/1407835610country%20report%20in%20MQM%20progam%202005-2009.pdf](http://www.fdd.gov.la/download/contents_documents/1407835610country%20report%20in%20MQM%20progam%202005-2009.pdf)Pharmacy
- Food and Drug Department. (2017b). Statistics of Medicine: Pharmacy year 2017. Retrieved 31 May, 2021, from [http://www.fdd.gov.la/showContent\\_en.php?contID=48](http://www.fdd.gov.la/showContent_en.php?contID=48)
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2021). Consumer behavior (pp. 3): Boston: Houghton Mifflin Company.
- Kotler, P. (2021). Gary Armstrong. *Principles of marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management 12e. France: Edition Pearson Education.
- Ministry of Health, Laos PDR, & Food and Drug Department. (2021). Organisational Chart. Retrieved 31 May, 2021, from [http://fdd.gov.la/showContent\\_en.php?contID=1](http://fdd.gov.la/showContent_en.php?contID=1)
- Moolasarn, S., Saohin, W., Niyomyat, K., & Potisaka, N. (2018). Situation on the Use of Thai brand-name Medications among People of Lao People's Democratic Republic at Chong Mek Border Community in Ubon Ratchathani Province-สถานการณ์การใช้ยาที่มีชื่อการค้าเป็นอักษรไทยของประชาชนสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เขตช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี. *Journal of Health Science-วารสารวิชาการสาธารณสุข*, 92-99.
- National Statistical Office. (2020). The 2020 health and welfare survey. Retrieved 14 March, 2021, from [http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาสวัสดิการสังคม/อนามัยและสวัสดิการ/2562/2562\\_FullReport.pdf](http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาสวัสดิการสังคม/อนามัยและสวัสดิการ/2562/2562_FullReport.pdf)
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). Consumer behavior. Harlow, England: Prentice Hall.
- กมล ศิลปเวชกุล. (2563). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านขายยาในห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2556). สถิติร้านขายยาในนครหลวงเวียงจันทน์ กรมอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ประจำปี 2556. นครหลวงเวียงจันทน์ กระทรวงสาธารณสุข.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2562). ข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยร้านขายย้อยยา. นครหลวงเวียงจันทน์: กระทรวงสาธารณสุข.
- การสาธารณสุขไทย. (2564). ประเทศไทยกับการพัฒนาระบบสุขภาพโลก (Global health). from [http://wops.moph.go.th/ops/thp/thpuserfiles/11\\_lesson10.pdf](http://wops.moph.go.th/ops/thp/thpuserfiles/11_lesson10.pdf)

- เกษสุดา นครศิลป์. (2561). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จักเกรศ นฤดลประวัตติ. (2562). กลยุทธ์ในการลงทุนธุรกิจของยาและเวชภัณฑ์ไทยในประเทศ สปป.ลาว (กลาง). (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2562). การศึกษาความเป็นไปได้โครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรพร สุเมธีประสิทธิ์. (2564). Failure's Project Risk – ปัจจัยความล้มเหลวของโครงการ.
- เจริญ โสกา. (2561). พฤติกรรมการ เลือซื้อสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยของผู้บริโภคจากประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 12(28), 294-305.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2560). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยยศ สันตวงษ์. (2562). การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ. (2564). เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลส์ พับลิเคชั่น.
- ทิพภาวดี สู้ยะวงค์, & สุพัตรา ชาติบัญญัติ. (2561). ความคิดเห็นของ เกษชกร เจ้าของร้านอาหาร และเจ้าหน้าที่ควบคุมร้านอาหาร ในนครหลวงเวียงจันทน์ ต่อกฎหมายที่บังคับใช้ในร้านอาหารของ สปป.ลาว. *MBA-KKU Journal*.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565a). สรุปประมาณการเศรษฐกิจและเงินเฟ้อในรายงานนโยบายการเงิน. Retrieved 4 มีนาคม, 2565, from <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/MonetPolicyComitteeMPR/Pages/default.aspx>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565b). อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์. Retrieved 4 มีนาคม, 2565, from [https://www.bot.or.th/thai/statistics/layouts/application/interest\\_rate/in\\_rate.aspx](https://www.bot.or.th/thai/statistics/layouts/application/interest_rate/in_rate.aspx)
- บุญทวารณ วิงวอน. (2560). ตัวกำหนดการตัดสินใจของผู้ประกอบการไทยในการเลือกรูปแบบการลงทุนโดยตรงในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. คุยฉินิพนธ์, ปรัชญาคุยฉินิพนธ์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปนัดดา ลิ้มศาลา. (2559). ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจโรงเรียนเอกชนระดับชั้นอนุบาลในนครหลวงเวียงจันทน์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. (2562). การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ปริญญ์ ถักยาดานนท์. (2564). จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เทรียนูญการพิมพ์.
- ปรุพพ์ รุจนธำรงค์. (2560). กฎหมายว่าด้วยยาและผลิตภัณฑ์การแพทย์ (11 ธันวาคม ค.ศ.2011) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว Retrieved 11 April, 2021, from <https://wizsastra.com/2017/10/17/lao-lawondrugsandmedicalproducts/>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2563). การวิเคราะห์โครงการทางด้านบริหารจัดการ.
- รุจิระ บุนนาค. (2561). กฎหมายฉบับใหม่. Retrieved 14 March, 2021, from

<http://www.marutbunnag.com/article/590/>

- วีระพล สุวรรณนันต์. (2564). การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนและโครงการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทไทยพรีเมียร์พรีนติ้ง จำกัด.
- เวหา เกษมสุข. (2561). การจัดการศึกษาทางการพยาบาล และระบบบริการสาธารณสุขประเทศประชาคมอาเซียน: กรณีศึกษา สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว. *JOURNAL OF THE POLICE NURSES*, 8(1), 204-215.
- ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2563). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2563-2565: อุตสาหกรรมยา. Retrieved 31 May, 2021, from <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Chemicals/phamaceuticals/IO/io-pharmaceuticals-20-th>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). ธุรกิจร้านขายยา (Pharmacy หรือ Drug Store). Retrieved 14 March, 2021, from <https://thaipublica.org/wp-content/uploads/2016/06/ประมาณการธุรกิจขายยา.pdf>
- ศูนย์สถิติแห่งชาติ. (2560). สถิติพลเมืองและประชากรศาสตร์ สถิติประจำปี 2555. นครหลวงเวียงจันทน์: ศูนย์สถิติแห่งชาติ.
- สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ เวียงจันทน์. (2560). ข้อมูลพื้นฐานสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. Retrieved 31 May, 2021, from <http://vientiane.thaiembassy.org/th/about/>
- สถาบันพระบรมราชชนก กระทรวงสาธารณสุข. (2561). พัฒนาการสำคัญของการสร้างเสริมสุขภาพ รายงานการประชุมระดับโลกเรื่องการสร้างเสริมสุขภาพ. นนทบุรี.
- สภาเภสัชกรรม. (2562). คณะกรรมการสภาเภสัชกรรม วาระที่ 9 (พ.ศ. 2562-2564). Retrieved 4 May, 2020, from <https://www.pharmacycouncil.org/index.php?option=content&menuid=32>
- สมยศ นาวิกการ. (2561). การบริหารและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ 1991.
- สำนักงานสาธารณสุขระหว่างประเทศ. (2560). ภูมิภาคอาเซียน ความเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพ. Retrieved 28 March, 2021, from <http://www.spko.moph.go.th/wp-content/uploads/2013/10/ASEAN0915.pdf>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2562). องค์การอนามัยโลกเปิด 10 ภัยคุกคามสุขภาพในปี 2562. Retrieved 10 April, 2021, from <https://resourcecenter.thaihealth.or.th/article/องค์การอนามัยโลกเปิด-10-ภัยคุกคามสุขภาพในปี-2562>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2564). รายชื่อบริษัทที่เป็นที่ปรึกษาทางการเงิน ที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. ณ วันที่ 31 มกราคม 2564. Retrieved 12 June, 2021, from <https://www.sec.or.th/TH/Documents/ListofMarketProfessionals/fa.doc>
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2562). ใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยา พ.ศ. 2562.
- สำนักงานวิจัยเพื่อการพัฒนาหลักประกันสุขภาพไทย. (2562). ปัญหาสุขภาพคนไทยและระบบบริการสุขภาพ. Retrieved 10 April, 2021, from <http://www.hisro.or.th/main>.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2564). รายงานประจำปี 2564. กรุงเทพฯ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม.

แสงสุข พิทยานุกุล. (2560). การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 6(2), 135-145.

หฤทัย มินะพันธ์. (2564). หลักการวิเคราะห์โครงการ: ทฤษฎีและวิธีปฏิบัติเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.





**ภาคผนวก ก**

**แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม**



## วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

### แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว  
“ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ”

สำหรับตัวแทนจากสภาเกษตรกร ประเทศไทย และตัวแทนจากกรมอาหารและยา สปป.ลาว

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยผู้ทำวิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว สำหรับผู้ประกอบการไทยหรือบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ โดยสามารถนำไปใช้วางแผนธุรกิจ ให้ประสบผลสำเร็จสูงสุด

โดยข้อมูลที่ท่านได้กรุณาให้สัมภาษณ์จะถือเป็นความลับไม่นำมาเปิดเผยให้ทราบว่าผู้ให้ข้อมูลคือใครและจะไม่มีผลใดๆต่อท่าน หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. ตัวแทนจากสภาเกษตรกร ประเทศไทย
2. ตัวแทนจากกรมอาหารและยา สปป.ลาว

ขอแสดงความนับถือ

อรพรรณ จำเริญ

นิสิตหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2564



แบบสัมภาษณ์สำหรับตัวแทนจากสภาเกษตรกร ประเทศไทย และตัวแทนจากกรมอาหาร  
และยา สปป.ลาว

ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุน

ธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1. ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์.....
- 1.2. องค์กรผู้ให้สัมภาษณ์สังกัดอยู่ .....
- 1.3. ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ในองค์กรที่ระบุ.....
- 1.4. เพศ.....
- 1.5. อายุ.....
- 1.6. ประสบการณ์ในการทำงานด้านยา.....

ตอนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้าน  
ขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

1. การเตรียมความพร้อมเรื่องกฎระเบียบ/กฎหมายในการลงทุนธุรกิจร้านขายยา

- 1.1. หากท่านเป็นผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนในธุรกิจร้านขายยา ใน สปป.ลาว ท่านคิดว่า  
ท่านจำเป็นต้องรู้กฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน  
สปป.ลาวในเรื่องอะไรบ้าง
- 1.2. การดำเนินการธุรกิจร้านขายยาในสปป.ลาว มีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างไรบ้าง เพื่อให้  
ถูกต้องตามกฎหมาย และถูกต้องตามระเบียบข้อบังคับของสปป.ลาว
- 1.3. ให้ท่านอธิบายขั้นตอนในการดำเนินการธุรกิจร้านขายยาในประเทศของท่าน จะต้องทำ  
อย่างไรบ้างเพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบ/กฎหมายที่ประเทศของท่านกำหนด (กรณี  
ผู้ประกอบการเป็นชาวต่างชาติ)

**2. การเตรียมความพร้อมเรื่องกฎระเบียบ/กฎหมายเมื่อได้ทำการลงทุนธุรกิจร้านขายยา  
ใน สปป.ลาว แล้ว**

2.1. หากท่านเป็นผู้ประกอบการที่ได้ทำการลงทุนในธุรกิจร้านขายยา ใน สปป.ลาว แล้ว ท่าน  
จำเป็นต้องรู้กฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายขณะทำธุรกิจร้านขายยา ใน สปป.ลาว ใน  
เรื่องอะไรบ้าง

2.2. มีข้อกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายอะไรบ้างที่ต้องปฏิบัติเมื่อทำธุรกิจร้าน  
ขายยา ใน สปป.ลาว

**3. ท่านคิดว่ามีข้อจำกัดอะไรบ้างในเรื่องของความเป็นไปได้ทางด้านกฎหมายในการลงทุนธุรกิจ  
ร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว**

(ขอความคิดเห็นผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายธุรกิจร้าน  
ขายยาทั้งของประเทศไทยและสปป.ลาว)

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม**

.....

.....

.....

.....



## วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

### แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

“ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ”

สำหรับตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาในประเทศไทย และตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาใน  
สปป.ลาว

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยผู้ทำวิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว สำหรับผู้ประกอบการไทยหรือบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ โดยสามารถนำไปใช้วางแผนธุรกิจ ให้ประสบผลสำเร็จสูงสุด

โดยข้อมูลที่ท่านได้กรุณาให้สัมภาษณ์จะถือเป็นความลับไม่นำมาเปิดเผยให้ทราบว่ามีผู้ให้ข้อมูลคือใครและจะไม่มีผลใดๆต่อท่าน หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. ตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาในประเทศไทย
2. ตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว

ขอแสดงความนับถือ

อรพรรณ จำเริญ

นิสิตหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2564

แบบสัมภาษณ์สำหรับตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาในประเทศไทย และตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุน

ธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1. ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์.....
- 1.2. เพศ.....
- 1.3. อายุ.....
- 1.4. ประสบการณ์ในการทำงานธุรกิจร้านขายยา.....
- 1.5. ชื่อสถานประกอบการ.....
- 1.6. ที่ตั้งสถานประกอบการ.....
- 1.7. ขนาดสถานประกอบการ.....ตารางเมตร และเป็นกี่คูหา.....
- 1.8. ระยะเวลาทำการ.....

ตอนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริหารจัดการในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

1. การเตรียมความพร้อมเรื่องกฎระเบียบ/กฎหมายในการลงทุนธุรกิจร้านขายยา

- 1.1. หากท่านเป็นผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนในธุรกิจร้านขายยา ใน สปป.ลาว ท่านคิดว่าท่านจำเป็นต้องรู้กฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาวในเรื่องอะไรบ้าง
- 1.2. การดำเนินการธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว มีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างไรบ้าง เพื่อให้ถูกต้องตามกฎหมาย และถูกต้องตามระเบียบข้อบังคับของ สปป.ลาว
- 1.3. ให้ท่านอธิบายขั้นตอนในการดำเนินการธุรกิจร้านขายยาในประเทศของท่าน จะต้องทำอย่างไรบ้างเพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบ/กฎหมายที่ประเทศของท่านกำหนด (กรณีผู้ประกอบการเป็นชาวต่างชาติ)

2. การเลือกทำเลที่ตั้ง และการออกแบบพื้นที่ภายในร้านขายยา
  - 2.1. ท่านมีแนวทางในการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับดำเนินธุรกิจร้านขายยาอย่างไร โดยคำนึงถึงปัจจัยใดบ้างเป็นสำคัญ
  - 2.2. ท่านมีแนวทางในการออกแบบพื้นที่ภายในร้านขายยาสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างไร โดยคำนึงถึงปัจจัยใดบ้างเป็นสำคัญ
3. การจัดหาผลิตภัณฑ์ และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับจำหน่ายภายในร้านขายยา
  - 3.1. ท่านมีแหล่งจัดซื้อผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายภายในร้านขายยาจากที่ใดบ้าง โดยแต่ละแหล่งมีความแตกต่างกันอย่างไร พร้อมบอกข้อดีและข้อเสีย
  - 3.2. ท่านมีแนวทางในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายภายในร้านขายยาอย่างไร อ้างอิงข้อมูลจากที่ใด
  - 3.3. ท่านมีแนวทางในการกำหนดปริมาณการจัดซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับเข้ามาจำหน่ายภายในร้านขายยาอย่างไร และบริหารผลิตภัณฑ์อย่างไร เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายอย่างเพียงพอ และผลิตภัณฑ์ไม่หมดอายุขณะวางจำหน่าย
  - 3.4. ท่านมีแนวทางในการจัดการอย่างไรเมื่อเกิดเหตุการณ์สินค้าไม่พอจำหน่ายหรือไม่มีสินค้าจำหน่าย และแนวทางจัดการเมื่อเกิดเหตุการณ์สินค้าใกล้หมดอายุ
4. การบริหารจัดการภายในร้านขายยา
  - 4.1. ท่านมีแนวทางการจัดการภายในร้านขายยาอย่างไร เช่น มีการใช้ระบบเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมอะไรหรือไม่ อย่างไร เพื่อช่วยบริหารจัดการภายในร้าน และเพื่อช่วยรองรับปริมาณลูกค้า
5. การจัดการทรัพยากรบุคคลสำหรับปฏิบัติการภายในร้านขายยา
  - 5.1. ท่านมีแนวทางในการคัดเลือกเกสต์ซอร์ และผู้ช่วยเกสต์ซอร์ในการปฏิบัติงานภายในร้านขายยาอย่างไร
  - 5.2. ท่านมีแนวทางในการบริหารบุคลากรภายในร้านขายยาอย่างไร
  - 5.3. ท่านมีการวางแผนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์อย่างไร

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

**แบบสอบถาม**

**เรื่อง ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว**

**“ความเป็นไปได้ทางการตลาด”**

**สำหรับผู้บริโภคชาวลาว**

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาโดยผู้ทำวิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว สำหรับผู้ประกอบการไทยหรือบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ โดยสามารถนำไปใช้วางแผนธุรกิจ ให้ประสบผลสำเร็จสูงสุด โดยแบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ผู้จัดทำใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามฉบับนี้ โดยข้อมูลที่ท่านได้กรุณาตอบแบบสอบถามจะถือเป็นความลับไม่นำมาเปิดเผยให้ทราบว่ามีผู้ให้ข้อมูลคือใคร และจะไม่มีผลใดๆต่อท่าน หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. ตัวแทนผู้บริโภคชาวลาว

ขอแสดงความนับถือ

อรพรรณ จำเริญ

นิสิตหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2564

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมลงใน.....ให้ตรงกับข้อมูลตาม

คุณสมบัติและความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

- ชาย       หญิง       ชายแสดงเป็นหญิง       หญิงแสดงเป็นชาย

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษาหรือเทียบเท่า       มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า  
 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า       ปริญญาตรี  
 ปริญญาโท       อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. สถานภาพการสมรส

- โสด       สมรส       หม้าย-หย่าร้าง

5. อาชีพ

- เกษตรกร       ประกอบธุรกิจส่วนตัว  
 รับราชการ       ครู, อาจารย์  
 พนักงานบริษัทเอกชน  
 อาชีพอิสระ เช่น ทนายความ, วิศวกร, สถาปนิก, นักบัญชี เป็นต้น  
 นักเรียน, นักศึกษา       แม่บ้าน หรือ ว่างาน  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

- ต่ำกว่า 890,000 กีบ       890,000-1,200,500 กีบ  
 1,200,501-2,401,000 กีบ       2,401,001-4,802,500 กีบ  
 4,802,501-7,500,000 กีบ       7,500,001 กีบขึ้นไป

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวของท่าน.....คน

8. อายุของสมาชิกในครอบครัวของท่าน

- คนที่ 1 อายุเท่ากับ.....ปี       คนที่ 2 อายุเท่ากับ.....ปี  
 คนที่ 3 อายุเท่ากับ.....ปี       คนที่ 4 อายุเท่ากับ.....ปี  
 คนที่ 5 อายุเท่ากับ.....ปี       คนที่ 6 อายุเท่ากับ.....ปี

- คนที่ 7 อายุเท่ากับ.....ปี
9. ระยะห่างระหว่างบ้านของท่านกับร้านขายยาที่อยู่ใกล้บ้านของท่าน.....  
กิโลเมตร
10. ระยะห่างระหว่างที่ทำงานของท่านกับร้านขายยาที่อยู่ใกล้ที่ทำงานของท่าน.....  
กิโลเมตร
11. ที่ตั้งของบ้านท่านอยู่  
เมือง.....
12. ที่ตั้งของที่ทำงานท่านอยู่  
เมือง.....

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านขายยา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมลงใน.....ให้ตรงกับข้อมูลตาม  
คุณสมบัติและความคิดเห็นของท่าน

13. เมื่อรู้สึกว่าคุณมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยเกิดขึ้น ท่านเลือกรักษาด้วยทางเลือกใด  
เป็นอันดับแรก
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> โรงพยาบาล (โรงหมอ)    | <input type="checkbox"/> คลินิกเอกชน       |
| <input type="checkbox"/> สุขศาลา               | <input type="checkbox"/> ร้านขายยา         |
| <input type="checkbox"/> ร้านค้าชุมชน          | <input type="checkbox"/> หมอเมือง/หมอเป้า  |
| <input type="checkbox"/> หมอผี                 | <input type="checkbox"/> ไม่เคยไปรับบริการ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |  |
14. ท่านใช้บริการร้านขายยา หรือซื้อสินค้าจากร้านขายยา ครั้งล่าสุดเมื่อไหร่
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 เดือน |
| <input type="checkbox"/> 3 เดือนที่ผ่านมา   | <input type="checkbox"/> 6 เดือนที่ผ่านมา |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 6 เดือน    |   |
15. ส่วนใหญ่ท่านมาใช้บริการร้านขายยาในช่วงเวลาใด
- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 07.00-12.00 น. | <input type="checkbox"/> 12.01-18.00 น.                |
| <input type="checkbox"/> 18.01-23.00 น. | <input type="checkbox"/> ช่วงเวลาอื่นๆ (โปรดระบุ)..... |
16. ปกติท่านจะซื้อสินค้าอะไรจากร้านขายยา (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- ยาแผนปัจจุบัน



ประเภทของยาที่ท่านมักจะซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ยาแก้ปวด ลดไข้  | <input type="checkbox"/> ยาคลายกล้ามเนื้อ          |
| <input type="checkbox"/> ยาแก้ปวดท้อง โรคกระเพาะ                                 | <input type="checkbox"/> ยารักษาอาการท้องเสีย      |
| <input type="checkbox"/> ยารักษาโรคไข้หวัด                                       | <input type="checkbox"/> ยาภูมิแพ้ ลดน้ำมูก แก้คัน |
| <input type="checkbox"/> ยาคุมกำเนิด   | <input type="checkbox"/> ยารักษาโรคผิวหนัง         |
| <input type="checkbox"/> ยาล้างแผล ไล่แผล  | <input type="checkbox"/> ยาฆ่าเชื้อ แก้อักเสบ      |
| <input type="checkbox"/> ยารักษาอาการตกขาว                                       | <input type="checkbox"/> ยารักษาแกมโรค             |
| <input type="checkbox"/> ยารักษาโรคเรื้อรัง เช่น ความดัน, เบาหวาน, ไขมัน เป็นต้น |  |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....                                   |  |

- อาหารเสริมสุขภาพและวิตามิน
- อุปกรณ์ทางการแพทย์
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
- ผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก
- ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร
- ผลิตภัณฑ์อื่นๆที่ไม่ใช่ยา เช่น แชมพู, สบู่, ยาสีฟัน เป็นต้น

17. โดยเฉลี่ยแล้วในการซื้อสินค้าจากร้านขายยาแต่ละครั้งมี

มูลค่า.....บาท

18. โดยเฉลี่ยในระยะเวลา 1 เดือน ท่านซื้อสินค้าจากร้านขาย

ยา.....ครั้ง

19. โดยปกติเมื่อท่านซื้อยาจากร้านขายยา คนที่ขายยาให้ท่านเป็นเภสัชกรหรือไม่

- เป็นเภสัชกร       ไม่ใช่เภสัชกร       ไม่แน่ใจ

20. เมื่อท่านต้องการซื้อยา ท่านมักจะ.....

- ซื้อจากร้านขายยาประจำ
- ซื้อจากร้านขายยาใดก็ได้แล้วแต่ความสะดวก ณ ช่วงเวลานั้นๆ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

21. ยาที่ท่านซื้อจากร้านขายยามีสรรพคุณสามารถบำบัดโรคได้ผลตรงตามความต้องการของ

ท่านมากน้อยเพียงใด

- ได้ผล 100% ทุกครั้ง       ได้ผลมากกว่า 80%

- ได้ผลมากกว่า 50%       ได้ผลน้อยกว่า 50%
- ไม่ค่อยได้ผลการรักษา

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านขายยา

คำชี้แจง โปรดพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละข้อต่อไปนี้ที่ท่านคิดว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยาของท่าน และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน โดยกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนัก เป็น 5 ระดับ ซึ่งมีความหมาย ดังนี้

**ระดับ 5** หมายถึง ท่านคิดว่าเรื่องดังกล่าวมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยาของท่านมากที่สุด

**ระดับ 4** หมายถึง ท่านคิดว่าเรื่องดังกล่าวมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยาของท่านมาก

**ระดับ 3** หมายถึง ท่านคิดว่าเรื่องดังกล่าวมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยาของท่านปานกลาง

**ระดับ 2** หมายถึง ท่านคิดว่าเรื่องดังกล่าวมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยาของท่านน้อย

**ระดับ 1** หมายถึง ท่านคิดว่าเรื่องดังกล่าวมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยาของท่านน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	ระดับความคิดเห็น				
	(1) มากที่สุด	(2) มาก	(3) ปานกลาง	(4) น้อย	(5) น้อยที่สุด
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านขายยาของท่านมากน้อยแค่ไหน					
1. มียา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ คุณภาพดีได้มาตรฐาน					
2. มียา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ตั้งแสดงจำนวนมาก และมีหลากหลาย ยี่ห้อให้เลือกภายในร้าน					
3. มียา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่มีในโฆษณาจำหน่าย					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	ระดับความคิดเห็น				
	(1) มากที่สุด	(2) มาก	(3) ปานกลาง	(4) น้อย	(5) น้อยที่สุด
4. มีสินค้าอุปโภคบริโภคจำหน่าย เช่น สมูท, ยาสีฟัน, ยาสระผม เป็นต้น					
5. มีผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็ก และผู้ใหญ่ จำหน่าย					
<b>ปัจจัยด้านราคา</b> เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านขายยาของท่านมากน้อยแค่ไหน					
1. ราคาของสินค้าภายในร้านมีความเหมาะสม					
2. ราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ					
3. มีป้ายแสดงราคาให้เห็นชัดเจนก่อนซื้อ					
4. สามารถต่อรองราคาได้					
5. มียา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้เลือกหลากหลายราคา					
<b>ปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย</b> เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านขายยาของท่านมากน้อยแค่ไหน					
1. ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้าน					
2. ร้านตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน					
3. มีที่จอดรถสะดวก					
4. ตั้งอยู่ในทำเลที่มีคนมาชมสะดวก					
5. ตั้งอยู่ในทำเลที่มีธุรกิจค้าขายอื่นๆอยู่ด้วย					
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b> เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านขายยาของท่านมากน้อยแค่ไหน					
1. มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน, ตรวจระดับน้ำตาลในเลือด เป็นต้น					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	ระดับความคิดเห็น				
	(1) มากที่สุด	(2) มาก	(3) ปานกลาง	(4) น้อย	(5) น้อยที่สุด
2. มีแผ่นพับให้ความรู้แจกให้กับผู้ให้บริการ					
3. มีแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองใช้					
4. มีการสะสมแต้มค่าใช้จ่ายเพื่อแลกรางวัล หรือส่วนลด					
5. ร้านมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ					
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b> เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านขายยาของท่านมากน้อยแค่ไหน					
1. เกสเซอร์มีความรู้ความสามารถ ให้การรักษาที่มีประสิทธิภาพ					
2. มีเกสเซอร์ปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลาทำการของร้าน					
3. พนักงานขายมีมารยาทดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เอาใจใส่ลูกค้า					
4. พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำ และซักประวัติได้เบื้องต้น					
5. พนักงานขายมีการแต่งกายเหมาะสม และน่าเชื่อถือ					
<b>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</b> เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านขายยาของท่านมากน้อยแค่ไหน					
1. ร้านมีขนาดใหญ่					
2. มีการจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ และเป็นระเบียบ ง่ายต่อการเลือกซื้อ					
3. ร้านดูสะอาด มีการตกแต่งสวยงาม และมีแสงสว่างเพียงพอ สามารถมองเห็น					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา	ระดับความคิดเห็น				
	(1) มาก ที่สุด	(2) มาก	(3) ปานกลาง	(4) น้อย	(5) น้อย ที่สุด
ได้ชัดเจน					
4. มีระบบปรับอากาศภายในร้าน อากาศ สามารถถ่ายเทได้สะดวก					
5. มีป้ายแสดงรูป ชื่อ-สกุล ของเภสัชกร พร้อมเวลาปฏิบัติการชัดเจน					
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการ</b> เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านขายยาของท่านมากน้อยแค่ไหน					
1. มีกระบวนการซักถามอาการก่อนการ จ่ายยา และมีการให้คำแนะนำการใช้ยา อย่างดี					
2. มีความรวดเร็วในการให้บริการ					
3. มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการ					
4. เวลาเปิด-ปิดของร้าน มีความสะดวก ต่อการใช้บริการ					
5. มีการคิดเงินและจ่ายยาโดยใช้ระบบ คอมพิวเตอร์					

**ส่วนที่ 4 ข้อความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

**แบบสัมภาษณ์**

**เรื่อง ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว**

**“ความเป็นไปได้ทางการเงิน”**

**สำหรับตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว**

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาโดยผู้ทำวิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว สำหรับผู้ประกอบการไทยหรือบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ โดยสามารถนำไปใช้วางแผนธุรกิจ ให้ประสบผลสำเร็จสูงสุด

โดยข้อมูลที่ท่านได้กรุณาให้สัมภาษณ์จะถือเป็นความลับไม่นำมาเปิดเผยให้ทราบว่าคุณให้ข้อมูลคือใครและจะไม่มีผลใดๆต่อท่าน หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว

ขอแสดงความนับถือ

อรพรรณ จำเริญ

นิสิตหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2564

แบบสัมภาษณ์สำหรับตัวแทนผู้ประกอบการร้านขายยาใน สปป.ลาว ประกอบด้วยข้อคำถาม  
จำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของ  
ผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1. ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์.....
- 1.2. เพศ.....
- 1.3. อายุ.....
- 1.4. ประสบการณ์ในการทำงานธุรกิจร้านขายยา.....
- 1.5. ชื่อสถานประกอบการ.....
- 1.6. ที่ตั้งสถานประกอบการ.....
- 1.7. ขนาดสถานประกอบการ.....  
ตารางเมตร และเป็นกี่คูหา.....
- 1.8. ประเภทของร้านขายยา (ตามกฎหมาย).....  
ระดับการลงทุน.....
- 1.9. ระยะเวลาเปิดทำการ.....

ตอนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของ  
ผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

4. ข้อมูลเงินต้นทุนสำหรับการลงทุนธุรกิจร้านขายยา

- 4.1. ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาวมีที่มาของแหล่งเงินทุนจากแหล่งใดบ้าง และ  
ควรมีสัดส่วนเงินลงทุนที่เหมาะสมเป็นอย่างไร
- 4.2. ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใช้เงินลงทุนเท่าไรสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจร้านขายยา โดย  
แจกแจงเป็นรายจ่ายสำหรับอะไรบ้าง  
การลงทุนครั้งนี้มีมูลค่าการลงทุนเป็นจำนวนเงิน.....บาท  
แบ่งเป็น

ส่วนของเจ้าของ.....

สินเชื่อ.....

โดยมีเงื่อนไขในการกู้.....

.....

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้.....

ระยะเวลาในการคืนทุน.....

## 5. ข้อมูลรายรับที่ได้สำหรับการลงทุนธุรกิจร้านขายยา

5.1. แจงแจงข้อมูลรายรับที่ได้จากการลงทุนธุรกิจร้านขายยา โดยสรุปผลกำไร/ขาดทุนเฉลี่ยต่อปี

## 6. ข้อมูลรายจ่ายสำหรับการลงทุนธุรกิจร้านขายยา

6.1. แจงแจงข้อมูลรายจ่ายจากการลงทุนธุรกิจร้านขายยา

## 7. ข้อมูลทางด้านภาษี

4.1 ค่าใช้จ่ายทางด้านภาษี/ค่าธรรมเนียม

ค่าธรรมเนียมในการทำสัญญาเช่า/ซื้อที่ดิน.....

ค่าภาษีธุรกิจ.....

ค่าภาษีเงินได้นิติบุคคล.....

รายละเอียดเพิ่มเติม.....

.....

## ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....





## วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

### แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว  
“ความเป็นไปได้ทางการเงิน”

สำหรับตัวแทนบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินที่เชี่ยวชาญด้านการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยผู้ทำวิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว สำหรับผู้ประกอบการไทยหรือบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ โดยสามารถนำไปใช้วางแผนธุรกิจ ให้ประสบผลสำเร็จสูงสุด

โดยข้อมูลที่ท่านได้กรุณาให้สัมภาษณ์จะถือเป็นความลับไม่นำมาเปิดเผยให้ทราบให้ผู้ให้ข้อมูลคือใครและจะไม่มีผลใดๆต่อท่าน หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตัวแทนบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินที่เชี่ยวชาญด้านการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว

ขอแสดงความนับถือ

อรพรรณ จำเริญ

นิสิตหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2564

แบบสัมภาษณ์สำหรับตัวแทนบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินที่เกี่ยวข้องด้านการลงทุนธุรกิจร้านขายยาในสปป.ลาว ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

1.1. ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์.....

1.2. เพศ.....

1.3. อายุ.....

1.4. ประสบการณ์ในการเป็นที่ปรึกษาด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาในสปป.

ลาว.....ปี

1.5. จำนวนการให้คำปรึกษาร้านขายยาในสปป.

ลาว.....ราย

1.6. ชื่อองค์กร/บริษัท.....

1.7. ที่ตั้งองค์กร/บริษัท.....

1.8. ขนาดของร้านขายยาที่เคยเป็นที่ปรึกษาด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาในสปป.

ลาว.....ตารางเมตร และเป็นกี่คูหา.....

ประเภทของร้านขายยา (ตามกฎหมาย).....

ระดับการลงทุน.....

(ให้ยกตัวอย่างข้อมูลร้านขายยาที่เคยเป็นที่ปรึกษาด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว จำนวน 1 ตัวอย่าง)

1.9. ระยะเวลาทำการของร้านขายยาที่เคยเป็นที่ปรึกษาด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยา ในสปป.

ลาว.....

(ให้ยกตัวอย่างข้อมูลร้านขายยาที่เคยเป็นที่ปรึกษาด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน สปป.ลาว จำนวน 1 ตัวอย่าง)

## ตอนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของ ผู้ประกอบการไทยใน สปป.ลาว

(ให้ยกตัวอย่างข้อมูลร้านขายยาที่เคยเป็นที่ปรึกษาด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใน  
สปป.ลาวจำนวน 1 ตัวอย่าง)

### 1. ข้อมูลเงินต้นทุนสำหรับการลงทุนธุรกิจร้านขายยา

- 1.1. ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาในสปป.ลาวมีที่มาของแหล่งเงินทุนจากแหล่งใดบ้าง และ  
ควรมีสัดส่วนเงินลงทุนที่เหมาะสมเป็นอย่างไร
- 1.2. ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาใช้เงินลงทุนเท่าไรสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจร้านขายยา โดย  
แจกแจงเป็นรายจ่ายสำหรับอะไรบ้าง  
การลงทุนครั้งนี้มีมูลค่าการลงทุนเป็นจำนวนเงิน.....บาท  
แบ่งเป็น  
ส่วนของผู้เจ้าของ.....  
สินเชื่อ.....  
โดยมีเงื่อนไขในการกู้.....  
.....  
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้.....  
ระยะเวลาในการคืนทุน.....

### 2. ข้อมูลรายรับที่ได้สำหรับการลงทุนธุรกิจร้านขายยา

- 2.1. แจกแจงข้อมูลรายรับที่ได้จากการลงทุนธุรกิจร้านขายยา โดยสรุปผลกำไร/ขาดทุนเฉลี่ย  
ต่อปี

### 3. ข้อมูลรายจ่ายสำหรับการลงทุนธุรกิจร้านขายยา

- 3.1. แจกแจงข้อมูลรายจ่ายจากการลงทุนธุรกิจร้านขายยา

### 4. ข้อมูลทางด้านภาษี

- 4.1 ค่าใช้จ่ายทางด้านภาษี/ค่าธรรมเนียม  
ค่าธรรมเนียมในการทำสัญญาเช่า/ซื้อ  
ที่ดิน.....  
ค่าภาษีธุรกิจ.....  
ค่าภาษีเงินได้นิติบุคคล.....

รายละเอียดเพิ่มเติม.....

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม**

.....

.....

.....





ภาคผนวก ข

ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม



แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงคุณภาพ)

- X ได้  
 ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน  
 ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....  .....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

.....13...../.....ก.ค...../.....2564.....

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์

(วิจัยเชิงคุณภาพ)

**ชื่อเรื่องงานนิพนธ์** ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.  
ลาว

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวอรพรรณ จำเริญ

**รหัสประจำตัว** 62710059

**นิสิตหลักสูตร** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ โลก (กลุ่มธุรกิจอาเซียน) รุ่นที่  
16

**ข้อมูลติดต่อ** หมายเลขโทรศัพท์ : 096-8922941  
E-mail : Phan\_kit\_31@hotmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.ฉกัศกร ปุณยภาภัสสร



แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงปริมาณ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....  .....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

.....13...../.....ค.ศ...../.....2564.....

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม

(วิจัยเชิงปริมาณ)

**ชื่อเรื่องงานนิพนธ์** ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.  
ลาว

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวอรพรรณ จำเริญ

**รหัสประจำตัว** 62710059

**นิสิตหลักสูตร** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจโลก (กลุ่มธุรกิจอาเซียน) รุ่นที่  
16

**ข้อมูลติดต่อ** หมายเลขโทรศัพท์ : 096-8922941  
E-mail : Phan\_kit\_31@hotmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.ฉกัศกร ปุณยภาภัสสร




แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....  .....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

.....13...../.....ก.ค...../.....2564.....

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์  
(วิจัยเชิงคุณภาพ)

**ชื่อเรื่องงานนิพนธ์** ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.  
ลาว

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวอรพรรณ จำเริญ

**รหัสประจำตัว** 62710059

**นิติศัลกสูตร** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ โลก (กลุ่มธุรกิจอาเซียน) รุ่นที่  
16

**ข้อมูลติดต่อ** หมายเลขโทรศัพท์ : 096-8922941  
E-mail : Phan\_kir\_31@hotmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.ฉกักร ปุณยกาภิสร





แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... สิริกตา ตรีสารโชติ

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์  
(วิจัยเชิงคุณภาพ)

**ชื่อเรื่องงานนิพนธ์** ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.  
ลาว

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวอรพรรณ จำเริญ

**รหัสประจำตัว** 62710059

**นิสิตหลักสูตร** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ โลก (กลุ่มธุรกิจอาเซียน) รุ่นที่  
16

**ข้อมูลติดต่อ** หมายเลขโทรศัพท์ : 096-8922941  
E-mail : Phan\_kit\_31@hotmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.ณภัคอร ปุณณภักดิ์สร



แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงปริมาณ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... มีกิตา ๓๓๒โรจน์

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

### แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม

(วิจัยเชิงปริมาณ)

**ชื่อเรื่องงานนิพนธ์** ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.  
ลาว

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวอรพรรณ จำเริญ

**รหัสประจำตัว** 62710059

**นิสิตหลักสูตร** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจโลก (กลุ่มธุรกิจอาเซียน) รุ่นที่  
16

**ข้อมูลติดต่อ** หมายเลขโทรศัพท์ : 096-8922941  
E-mail : Phan\_kit\_31@hotmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.ฉกักร ปุณยภาภัสสร



แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงคุณภาพ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... สิริภา ตรีสวัสดิ์

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

### แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์

(วิจัยเชิงคุณภาพ)

**ชื่อเรื่องบทสัมภาษณ์** ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.  
ลาว

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวอรพรรณ จำเริญ

**รหัสประจำตัว** 62710059

**นิสิตหลักสูตร** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ โลก (กลุ่มธุรกิจอาเซียน) รุ่นที่  
16

**ข้อมูลติดต่อ** หมายเลขโทรศัพท์ : 096-8922941  
E-mail : Phan\_kit\_31@hotmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.ฉกัศกร ปุณยภาคีสสร



แบบสัมภาษณ์ที่สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ได้

✓ ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ...ดร.กชพร นรมาศย์.

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

.....14...../.....07.....64.....

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์

(วิจัยเชิงคุณภาพ)

**ชื่อเรื่องงานนิพนธ์** ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.  
ลาว

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวอรพรรณ จำเริญ

**รหัสประจำตัว** 62710059

**นิสิตหลักสูตร** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจโลก (กลุ่มธุรกิจอาเซียน) รุ่นที่  
16

**ข้อมูลติดต่อ** หมายเลขโทรศัพท์ : 096-8922941  
E-mail : Phan\_kit\_31@hotmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.ณภัคอร ปุณยภาภัสสร



แบบสัมภาษณ์ที่สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ได้

✓ ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....ดร. กชพร นรมาศย์.

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

.....14...../.....07/.....64.....

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์

(วิจัยเชิงคุณภาพ)

**ชื่อเรื่องงานศึกษา** ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน สปป.  
ลาว

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวอรพรรณ จำเริญ

**รหัสประจำตัว** 62710059

**นิสิตหลักสูตร** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจโลก (กลุ่มธุรกิจอาเซียน) รุ่นที่  
16

**ข้อมูลติดต่อ** หมายเลขโทรศัพท์ : 096-8922941  
E-mail : Phan\_kit\_31@hotmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.ณภัคอร ปุณยภาภัสสร




แบบสัมภาษณ์ที่สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ได้

✓ ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ 

....ดร.กชพร นรมาศย์.....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

.....14/...07.../.....64.....

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์  
(วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องงาน	ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายยาของผู้ประกอบการไทยใน
นิพนธ์	สปป.ลาว
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวอรพรรณ จำเริญ
รหัสประจำตัว	62710059
นิสิตหลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ โลก (กลุ่มธุรกิจอาเซียน) รุ่นที่ 16
ข้อมูลติดต่อ	หมายเลขโทรศัพท์ : 096-8922941 E-mail : Phan_kit_31@hotmail.com
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.ณภัคอร ปุณยภาภัสสร

## ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวอรพรรณ จำเริญ  
วัน เดือน ปี เกิด 31 สิงหาคม 2535  
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร  
สถานที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 30/1 หมู่ 2 ตำบลเกาะไร่ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา  
ตำแหน่งและประวัติการ พ.ศ.2560 - ปัจจุบัน ตำแหน่งเภสัชกร 6 งานจัดซื้อยา  
ทำงาน ฝ่ายยาและเวชภัณฑ์  
โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา  
จังหวัดชลบุรี

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2552	มัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนคัคครุณี จังหวัดฉะเชิงเทรา
พ.ศ.2554	มัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนคัคครุณี จังหวัดฉะเชิงเทรา
พ.ศ.2559	เภสัชศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี