

ความเป็นไปได้ในการเปลี่ยนร้าน RAMA Health Shop ของ โรงพยาบาลรามารัตนาธิปัตย์ให้เป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน

ปวีณา ดวงสุริยเนตร¹, ชวนชม ธนानิธิศักดิ์²

¹นิสิตปริญญาโท หลักสูตรเภสัชศาสตรมหาบัณฑิต (เภสัชกรรมชุมชน) คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
²ภาควิชาเภสัชกรรมปฏิบัติ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์: เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดและด้านการเงินในการเพิ่มบริการทางเภสัชกรรมที่ร้าน RAMA Health Shop ซึ่งปัจจุบันเป็นร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ใช่ยา เช่น เวชสำอาง อาหารทางการแพทย์ เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ **วิธีการ:** ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่คาดว่าจะมาใช้บริการที่ร้าน RAMA Health Shop จำนวน 400 คนในเรื่องของคู่แข่งทางการตลาด พฤติกรรมการใช้บริการร้านยา และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลจูงใจให้เลือกใช้บริการร้านยา การศึกษายังวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงินตามแนวทางการวิเคราะห์ทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูลผลดำเนินการของร้าน **ผลการวิจัย:** สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อในร้านยามากที่สุด คือ ยาแผนปัจจุบัน (ร้อยละ 43.86) กลุ่มยาแก้ปวดเป็นประเภทยาที่เลือกซื้อมากที่สุด (ร้อยละ 24.26) เหตุผลในการซื้อยา คือ ซื้อเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย (ร้อยละ 44.96) ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อยามากที่สุด คือ ตัวเอง (ร้อยละ 32.34) กลุ่มตัวอย่างใช้บริการขอคำปรึกษาด้านยาจากเภสัชกรมากที่สุด (ร้อยละ 39.99) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดสำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.36 จากคะแนนเต็ม 5) โครงการมีระยะเวลาคืนทุนด้วยการคิดลด 105 วัน และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 9,658,881 บาท **สรุป:** มีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาดและด้านการเงินในการเพิ่มบริการทางเภสัชกรรมที่ร้าน RAMA Health Shop

คำสำคัญ: การศึกษาความเป็นไปได้ การให้บริการทางเภสัชกรรม การวิเคราะห์ทางธุรกิจ

รับต้นฉบับ: 2 ธ.ค. 2561, ได้รับบทความฉบับปรับปรุง: 17 ม.ค. 2562, รับลงตีพิมพ์: 4 มี.ค. 2562

ผู้ประสานงานบทความ: ชวนชม ธนานิธิศักดิ์ ภาควิชาเภสัชกรรมปฏิบัติ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

65000 E-mail: chuanchomt@yahoo.com

Feasibility Study of Changing RAMA Health Shop of Ramathibodi Hospital to Drugstore

Paweena Duangsuriyanate¹, Chuanchom Thananithisak²

¹Graduate Student in Master of Pharmacy Program (Community Pharmacy),
Faculty of Pharmaceutical Sciences, Naresuan University

²Department of Pharmacy Practice, Faculty of Pharmaceutical Sciences, Naresuan University

Abstract

Objective: To study marketing and financial feasibility if pharmacy services were served at the RAMA Health Shop, Ramathibodi hospital which, at present, was a store for non-drug health products such as cosmeceuticals, medical food, and medical supplies. **Methods:** The researcher collected the data, by using questionnaires, from the expected customers of the RAMA Health Shop on competitor in the market, pharmacy service related behaviors, marketing mix influencing the use of pharmacy services. The study also financial information based on approach for business analysis by using the information from the operation of the shop. **Results:** The most commonly purchased item in drugstore was modern drugs (43.86%). The most commonly purchased medicines were analgesic agents (24.26%). Reason for buying medicines was self-medication for illness (44.96%). Customers themselves were rated as the most important influencer for decision making on buying medicines (32.34%). The most preferred service in drugstore was pharmacy counseling (39.99%). They rated the highest score in the marketing mixes on staff related factor (average score of 4.36 out of the full score of 5). Discount payback period was 105 days and net present value was 9,658,881 baht. **Conclusion:** it was possible in market and financial aspects if pharmacy services were served at the RAMA Health Shop.

Keywords: feasibility study, pharmacy service, business evaluation

บทนำ

ร้าน RAMA Health Shop เป็นร้านขายเวชภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยา เวชสำอาง สมุนไพร ยาสามัญประจำบ้าน และอาหารทางการแพทย์ ซึ่งเปิดบริการเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2558 ร้านตั้งอยู่บริเวณชั้นสอง ติดกับประตูเข้าออกของอาคารศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตน์ ในปัจจุบันร้านยาไม่ได้เน้นขายยาแต่เพียงอย่างเดียว แต่จะเน้นสินค้าเพื่อการดูแลสุขภาพและความงามด้วย เช่น วิตามิน อาหารเสริม อาหารทางการแพทย์ และเวชสำอาง เป็นต้น หากร้าน RAMA Health Shop เพิ่มบริการทางเภสัชกรรมโดยมียาเข้ามาจำหน่ายและปรับเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน จะทำให้ผู้มารับบริการมีทางเลือกที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นและยังทำให้ผู้รับบริการได้รับบริการจากเภสัชกรอีกด้วย อีกทั้งในการซื้อยาที่โรงพยาบาลรามาริบัติ ผู้รับบริการต้องซื้อยาที่ห้องยาโดยต้องมีใบสั่งยาจากแพทย์เท่านั้น หากผู้รับบริการต้องการยาที่ไม่ใช่จำหน่ายในโรงพยาบาลหรือต้องการปริมาณยาที่มากกว่าใบสั่งยา จะต้องไปหาซื้อจากร้านยาข้างนอกโรงพยาบาลเท่านั้น ดังนั้นหากร้านมียาให้บริการ น่าจะเป็นการตอบโจทย์ของบุคคลกลุ่มนี้ได้

หากพัฒนาร้าน RAMA Health Shop ให้เป็นร้านยาของโรงพยาบาล บุคลากรในร้านสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลประวัติผู้ป่วยได้ เช่น ประวัติการได้รับยา ประวัติการแพ้ยา ผลการตรวจทางห้องปฏิบัติการต่าง ๆ และประวัติการรักษาที่ผ่านมาในโรงพยาบาล ซึ่งมีส่วนช่วยให้เภสัชกรจ่ายยาได้อย่างเหมาะสมกับผู้ป่วย อนึ่งหากเภสัชกรคัดกรองผู้ป่วยและพบว่ามีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคเรื้อรัง หรือจำเป็นต้องรับการรักษาจากแพทย์อย่างเร่งด่วนก็จะสามารถส่งต่อผู้ป่วยให้โรงพยาบาลได้ทันทุกที่

ทั้งนี้การจะเริ่มธุรกิจหรือการจัดทำโครงการใด ๆ ผู้ลงทุนควรศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอย่างรอบคอบ เพื่อลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นและเพื่อให้มั่นใจว่า ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการไปได้ (1) การเพิ่มบริการทางเภสัชกรรมในร้านที่ตั้งในโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีคลินิกทั้งในและนอกเวลาเปิดบริการอยู่แล้ว ทำให้เกิดคำถามในประเด็นความเป็นไปได้ งานวิจัยที่ผ่านมาเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดร้านยาในชุมชนหรือในห้างสรรพสินค้า (2-3) แต่ยังไม่มีการวิจัยใดที่ศึกษาความเป็นไปได้ของร้านยาที่ตั้งในโรงพยาบาล ดังนั้นหากร้าน RAMA Health Shop จะเพิ่มบริการทางเภสัชกรรมโดย

ปรับเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน จึงควรศึกษาความเป็นไปได้ เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจ

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร (IRB No. 146/59) การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายน 2560

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยนี้ คือ ผู้ป่วย ผู้ที่มาโรงพยาบาลกับผู้ป่วย บุคลากรของโรงพยาบาลรามาริบัติ และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานอื่นที่มาประจำที่อาคารสมเด็จพระเทพรัตน์ จากฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ของโรงพยาบาลรามาริบัติ จำนวนผู้ป่วยที่มาใช้บริการที่อาคารสมเด็จพระเทพรัตน์ในปี พ.ศ. 2557 คือ 228,833 คน การวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูล 2 เดือน ดังนั้น จำนวนประชากร คือ จำนวนประชากรทั้งปีคูณด้วย 2/12 ได้เท่ากับ 38,139 คน ผู้ที่มาพร้อมกับผู้ป่วยมีประมาณ 38,139 คน โดยถือว่าโดยเฉลี่ยผู้ป่วย 1 รายจะมีผู้ที่มาด้วย 1 คน บุคลากรโรงพยาบาลรามาริบัติ และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานอื่นที่มาประจำที่อาคาร 10,590 คน รวมเป็น 86,868 คน

ขนาดของตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรของทาร์โย มาเน โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน การศึกษาแบ่งตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้ป่วยและผู้ที่มาพร้อมกับผู้ป่วย กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มบุคลากรของโรงพยาบาลและเจ้าหน้าที่ของร้านค้าและหน่วยงานอื่น สัดส่วนระหว่าง 2 กลุ่มนี้ เท่ากับ 76,278 : 10,590 หรือประมาณ 7 : 1 ดังนั้นจึงแจกแบบสอบถามในกลุ่มที่ 1 จำนวน 350 ชุดและกลุ่มที่ 2 จำนวน 50 ชุด

อาคารสมเด็จพระเทพรัตน์ให้บริการตรวจผู้ป่วยนอกทั้งหมด 4 ชั้น แต่ละชั้นจะมีจำนวนประชากรใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงแจกแบบสอบถามชั้นละ 100 ชุดเท่ากัน การเลือกตัวอย่างใช้แบบตามสะดวกโดยแจกแบบสอบถามชั้นละ 2 สัปดาห์

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วยแบบสอบถามสองตอน ตอนแรก คือ แบบเก็บข้อมูลคู่แข่งชั้นทางการตลาดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการอ้างอิงตาม

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (4) แบบสอบถามแบ่งเป็น 7 หัวข้อ คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

แบบสอบถามตอนที่สองแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไป เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เวลาที่ใช้บริการที่โรงพยาบาล เป็นต้น ส่วนที่ 2 ถามพฤติกรรมการใช้บริการร้านยา เช่น ชนิดสินค้าที่ซื้อจากร้านยา ประเภทของยาที่ซื้อจากร้านยา เป็นต้น ในคำถามที่ให้ตัวอย่างเรียงลำดับคำตอบ 3 ลำดับแรก คำตอบในลำดับที่ 1, 2 และ 3 มีค่าน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลจูงใจให้เลือกใช้บริการร้านยา ครอบคลุมทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ คำถามในส่วนนี้เป็นแบบ Likert 5 ระดับตัวเลือก โดย 5 หมายถึง ต้องการมากที่สุด และ 1 หมายถึง ต้องการน้อยที่สุด และส่วนที่ 4 สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับร้าน RAMA Health shop

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความตรงทางเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการจัดซื้อเวชภัณฑ์ยามากกว่า 10 ปี และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการบริหารร้านยามากกว่า 10 ปี จากนั้นนำแบบสอบถามตอนที่สองในส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นคำถามแบบ Likert มาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ได้ค่าเท่ากับ 0.9

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงิน

ข้อสมมติในการคำนวณเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน มีดังต่อไปนี้ อายุโครงการเท่ากับ 5 ปี โดยอ้างอิงตามจำนวนปีของค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินที่น้อยที่สุด อัตราส่วนลด คิดมาจากค่าเสียโอกาสของเงินทุนที่นำมาใช้ในโครงการ เนื่องจากเงินทุนไม่ได้กู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ แต่เป็นส่วนของผู้เจ้าของทั้งหมด ค่าเสียโอกาสของเงินทุนอ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยพันธบัตรออมทรัพย์ของกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2560 อายุพันธบัตร 5 ปี มีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 2.35 ต่อปี (6)

ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินใช้การคำนวณโดยวิธีเส้นตรง ทั้งนี้กำหนดให้อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องชั่งน้ำหนักและเครื่องวัดความดันโลหิตมีอายุการใช้งาน 5 ปี ส่วนอุปกรณ์สำนักงาน บ้าย และตู้เย็นแช่ยา มีอายุการใช้งาน 10 ปี ค่าจ้างบุคลากรเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 7 ต่อปี อ้างอิงตามอัตราเลื่อนขั้นเงินเดือนสูงสุดของฝ่ายเภสัชกรรม โรงพยาบาลรามารับดี

การวิเคราะห์ต้นทุนของโครงการ

ต้นทุนของโครงการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผัน ดังนี้ (7) ต้นทุนคงที่ (fixed cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของจำนวนลูกค้า เช่น ค่าตกแต่งร้าน เงินเดือนบุคลากร เป็นต้น ส่วนต้นทุนแปรผัน (variable cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการผลิต การบริหาร การขาย และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่แปรเปลี่ยนตามการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย ค่าใช้จ่ายประเภทนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ 1) ต้นทุนค่ายาและเวชภัณฑ์ ข้อมูลส่วนนี้ได้จากการสัมภาษณ์หัวหน้าฝ่ายเภสัชกรรม ซึ่งมีหน้าที่ดูแลร้าน RAMA Health Shop เกี่ยวกับนโยบายการตั้งราคาขายของยาโดยฝ่ายเภสัชกรรม และแนวโน้มการตั้งราคาขายของยาที่ร้าน RAMA Health Shop และใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้รับบริการที่ถามว่าหากมียาเข้ามาจำหน่ายในร้าน ท่านยินดีจ่ายในราคาสูงกว่ายาที่ได้รับจากห้องยาร้อยละเท่าไร 2) ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เช่น ซองใส่ยา ถังพลาสติก หนังสาย เป็นต้นและค่าโทรศัพท์ในการศึกษานี้กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 1 ของยอดขาย การประมาณการค่าวัสดุสิ้นเปลืองและค่าโทรศัพท์ ได้มาจากการสอบถามผู้ประกอบการร้านยา และจากการทบทวนวรรณกรรม (8)

ค่าน้ำและค่าไฟฟ้าไม่ได้นำมาคิดในโครงการนี้ เนื่องจากไม่มีการสร้างห้องขึ้นมาใหม่ แต่เป็นการติดตั้งชั้นวางยาเพิ่มขึ้นในห้องที่มีการใช้งานอยู่แล้ว ดังนั้นจะคิดเฉพาะค่าไฟจากตู้เย็นที่เพิ่มเติมขึ้นมา ซึ่งสามารถประมาณการได้ว่าต้องจ่ายปีละเท่าไร ดังนั้นจึงนำค่าใช้จ่ายส่วนนี้มาเป็นค่าใช้จ่ายคงที่

การวิเคราะห์ผลตอบแทนของโครงการ

ผลตอบแทนของร้านได้มาจากการขายยาที่มีวิธีคิด ดังนี้ รายได้จากการขายต่อปี คือ $P \times Q$ โดย P คือ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อยาต่อครั้ง (ได้จากแบบสอบถาม) และ Q คือ จำนวนครั้งในการใช้บริการของลูกค้าต่อปี (ได้จากกรขอข้อมูลของร้าน RAMA Health Shop และจากแบบสอบถาม

ถาม) การศึกษานำข้อมูลที่ได้ไปคำนวณหาค่าเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจในการลงทุนครั้งนี้ (9)

1. ระยะเวลาคืนทุนด้วยการคิดลด (discounted payback period: DPP) คือ ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินโครงการมีค่าเท่ากับค่าลงทุนของโครงการพอดี โดย $DPP = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + (\text{กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ/กระแสเงินสดทั้งปี})$

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) คือ ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวมกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม โดย $NPV = \sum_{t=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1+r)^t}$ Bt คือ ผลตอบแทนในปีที่ t, Ct คือ ต้นทุนในปีที่ t, r คือ อัตราส่วนลด, t คือ ปีของโครงการ คือปี 0, 1, 2, 3,...N, และ n คือ จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยด้านการตลาด

ผลการวิจัยด้านการตลาดแบ่งเป็นการสำรวจที่ตั้งโครงการ ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง พฤติกรรมการใช้บริการร้านยาของตัวอย่าง ผลการสำรวจส่วนประสมทางการตลาด ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเปิดให้บริการเภสัชกรรมที่ร้าน RAMA Health Shop

การสำรวจที่ตั้งโครงการ

ร้าน RAMA Health Shop ตั้งอยู่ที่ชั้นสองในอาคารศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตน์และตั้งอยู่ตรงข้ามกับห้องจ่ายยาผู้ป่วยนอกชั้นสอง บริเวณร้านมีผู้คนเดินผ่านจำนวนมากเนื่องจากติดกับทางออกชั้นสองใกล้กับทางเชื่อมระหว่างตึก (sky walk) การสำรวจร้านขายยาที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับร้านในโครงการบริเวณใกล้เคียงพบว่าโครงการมีคู่แข่งชั้นทางการตลาดเพียง 1 ร้าน คือร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขาราชเทวี ซึ่งมีข้อมูลดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่ามียาหลากหลายยี่ห้อ ทั้งขององค์การเภสัชกรรมและบริษัทอื่น มีเวชภัณฑ์ทางการแพทย์และเวชสำอาง โดยมีสินค้าที่โดดเด่น คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่ม curmin 2) ด้านราคา ร้านดังกล่าวตั้งราคาถูกกว่าราคาข้างกล่องและหากเป็นสมาชิกจะมีส่วนลดพิเศษให้ ตลอดจนร้านมีป้ายแสดงราคาชัดเจน 3) ด้านสถานที่ตั้งอยู่ริมถนนพระราม 6 ห่างจากอาคารสมเด็จพระเทพรัตน์ประมาณ 400 เมตร 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ามีระบบสมาชิกและมีโปรโมชั่นในแต่ละเดือนแตกต่างกันไป หากสมาชิกซื้อยาและผลิตภัณฑ์ที่เป็นขององค์การเภสัช

กรรม จะมีส่วนลดพิเศษให้ 5) ด้านบุคลากร มีเภสัชกร 4 คนและเจ้าหน้าที่อื่น 10 คน 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านหน้าเป็นกระจก และมีป้ายแสดงชัดเจนว่าเป็นร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม ในร้านมีตู้แสดงสินค้าของผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม curmin มีชั้นที่วางยาจำหน่ายหน้าเคาน์เตอร์ (ยาสามัญประจำบ้าน) และเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ผู้ซื้อสามารถหยิบเองได้ ส่วนยาอันตรายอื่น ๆ อยู่ด้านหลังเคาน์เตอร์ให้บริการ และ 7) ด้านกระบวนการ ร้านมีเวลาเปิดทำการ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ 8.00 - 18.00 น. วันเสาร์ 8.00 - 16.00 น. และหยุดวันอาทิตย์ ส่วนขั้นตอนการซื้อยาเหมือนร้านยาทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เป็นผู้ป่วย 189 คน ผู้ที่มากับผู้ป่วย 149 คน เป็นบุคลากรของโรงพยาบาลรามาศิริ 48 คน และเป็นเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานอื่นที่มาประจำที่อาคารสมเด็จพระเทพรัตน์ 2 คน และอื่น ๆ เช่น เป็นคนส่งของ เจ้าหน้าที่บริษัท 12 คน

ตัวอย่าง 266 คน (ร้อยละ 66.50) เป็นหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี 113 คน (ร้อยละ 28.25) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 100 คน (ร้อยละ 25.00) มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี 211 คน (ร้อยละ 52.75) มีสิทธิการรักษาพยาบาลเป็นสิทธิประกันสุขภาพหรือประกันสังคม 164 คน (ร้อยละ 33.81) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 35.50) มารับบริการที่โรงพยาบาลในเวลา 7.00-10.00 น.

พฤติกรรมการใช้บริการร้านยา

รูปที่ 1 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการร้านยา 3 ลำดับแรกของตัวอย่าง สินค้าที่ตัวอย่างเลือกซื้อจากร้านยามากที่สุด คือ ยาแผนปัจจุบัน (ร้อยละ 43.86) ประเภทของยาที่ซื้อมากที่สุด คือ กลุ่มยาแก้ปวด-ลดไข้ ยาคลายกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 24.26) การซื้อยาเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย เป็นเหตุผลที่ทำให้ตัวอย่างซื้อยาและสินค้าอื่นจากร้านยามากที่สุด (ร้อยละ 44.96) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยาหรือผลิตภัณฑ์จากร้านยามากที่สุด คือตัวเอง (ร้อยละ 32.34) ตัวอย่างขอคำปรึกษาด้านยาจากเภสัชกรมากกว่าบุคคลอื่น (ร้อยละ 39.99)

ส่วนประสมทางการตลาด

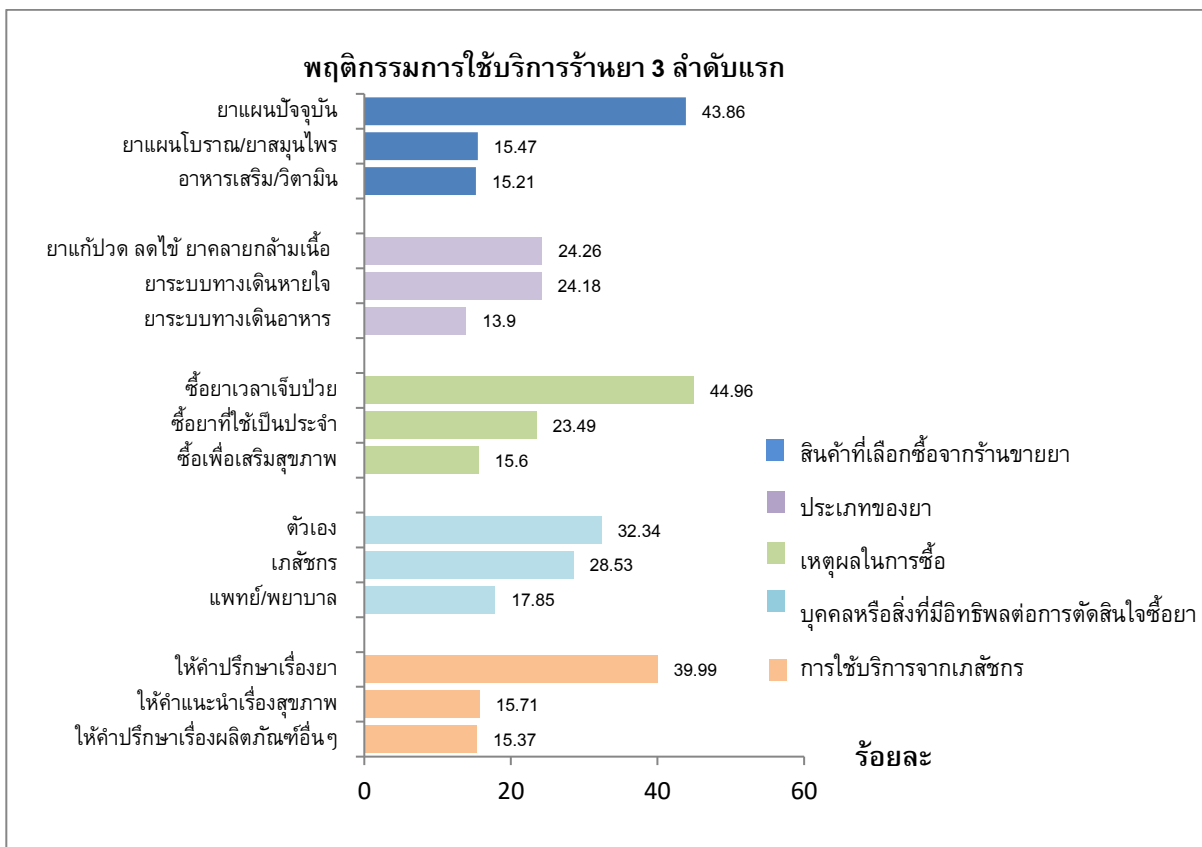
ปัจจัยที่ตัวอย่างต้องการมากที่สุดในการจูงใจให้ใช้บริการร้านยา คือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.36±0.58 จากคะแนนเต็ม 5) หัวข้อในด้านนี้ที่ได้คะแนนมากที่สุด คือ การมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.41±

ตารางที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	134	33.50
หญิง	266	66.50
อายุ		
20-29 ปี	113	28.25
30-39 ปี	107	26.75
40-49 ปี	69	17.25
50-59 ปี	69	17.25
60 ปีขึ้นไป	42	10.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
0-10,000 บาท	61	15.25
10,001-20,000 บาท	94	23.50
20,001-30,000 บาท	100	25.00
30,001-40,000 บาท	61	15.25
40,001-50,000 บาท	44	11.00
50,001-60,000 บาท	20	5.00
มากกว่า 60,000 บาท	20	5.00

ตารางที่ 1. (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
วุฒิการศึกษา		
ประถมศึกษา	18	4.50
มัธยมศึกษา/อาชีววะ	106	26.50
ปริญญาตรี	211	52.75
สูงกว่าปริญญาตรี	65	16.25
สิทธิการรักษาพยาบาล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ประกันสังคม	164	33.81
จ่ายเงินเอง	139	28.66
สิทธิข้าราชการ	97	20.00
สิทธิประกันชีวิต	43	8.87
สิทธิพนักงานรัฐวิสาหกิจ	38	7.84
อื่นๆ	4	0.82
เวลาที่โรงพยาบาล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
7.00-10.00 น.	202	35.50
10.01-13.00 น.	152	26.72
13.01-16.00 น.	138	24.25
16.01-21.00 น.	77	13.53



รูปที่ 1. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านยา 3 ลำดับแรกของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2. ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย±ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.90 ± 0.69
มีผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีจำหน่ายในท้องยา	4.04 ± 0.76
มียาที่เหมือนกันกับของท้องยา	3.64 ± 0.93
มีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเฉพาะในโรงพยาบาลรามาธิบดี	4.00 ± 0.83
ให้คำปรึกษาเรื่องยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ	4.16 ± 0.79
จ่ายยาตามใบสั่งแพทย์	4.00 ± 0.80
จ่ายยาตามอาการ	3.95 ± 0.78
การ refill ยา (เติมยา) ผู้ป่วยเรื้อรัง	3.71 ± 0.93
ทบทวนรายการยาที่ท่านใช้อยู่	3.79 ± 0.81
คัดกรองความเสี่ยงต่อการเกิดโรคเรื้อรัง	3.77 ± 0.85
2. ปัจจัยด้านราคา	4.07 ± 0.75
มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	4.30 ± 0.70
ใช้สิทธิประกันสุขภาพถ้วนหน้า/ประกันสังคมเติมยาโรคเรื้อรังโดยไม่ต้องชำระเงิน	4.02 ± 0.92
สามารถใช้สิทธิร่วมจ่ายได้	3.88 ± 0.96
3. ปัจจัยด้านสถานที่: ตั้งอยู่ชั้นอื่น ๆ ของตึก ยกเว้นชั้นสอง	3.42 ± 1.08
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.02 ± 0.73
มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดันโลหิต	4.07 ± 0.87
มีแผ่นพับให้ความรู้	4.00 ± 0.82
มีบริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์	3.90 ± 0.87
ให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก	4.12 ± 0.82
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	4.36 ± 0.58
มีเภสัชกรที่มีประสบการณ์ประจำที่ร้านตลอดเวลา	4.37 ± 0.69
มีมนุษยสัมพันธ์ดี ให้บริการดี	4.40 ± 0.63
มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล	4.41 ± 0.64
พนักงานแต่งกายสุภาพ	4.25 ± 0.71
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.29 ± 0.66
การจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่มีระเบียบ	4.28 ± 0.70
ร้านดูสะอาดตกแต่งสวยงาม	4.28 ± 0.69
มีป้ายหน้าร้านแสดงว่าเป็นร้านขายยาชัดเจน	4.29 ± 0.71
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.05 ± 0.72
ระยะเวลาให้บริการของร้านนานกว่าท้องยา	3.76 ± 1.12
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.29 ± 0.70
มีการบันทึกข้อมูลประวัติการใช้ยา	4.11 ± 0.84

0.64) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.29±0.66) ปัจจัยที่ตัวอย่างต้องการน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ซึ่งมีหัวข้อเดียวคือ ตั้งอยู่ชั้นอื่น ๆ ของตึกยกเว้นชั้นสอง (ค่าเฉลี่ย 3.42±1.08) (ตารางที่ 2)

ความคิดเห็นต่อการให้บริการเภสัชกรรม
 ตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นไปในทางเดียวกัน คือ ควรเปิดให้มีบริการเภสัชกรรมในร้าน ตัวอย่างเช่น “ควรเปิดให้มีบริการ เพราะการจ่ายยาที่โรงพยาบาลรามาธิบดีเองเกิด

ตารางที่ 3. การประมาณการต้นทุนคงที่ของโครงการในปีที่ 0

รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)
ค่าติดตั้งตู้ ชั้นวางยาและตู้เย็นทางการแพทย์	400,000
ค่าป้ายต่างๆ ภายในร้าน	10,000
ค่าโปรแกรมบริหารจัดการร้านยา	10,000
ค่าเก้าอี้และค่าโต๊ะสำนักงาน	40,000
ค่าตกแต่งร้าน	50,000
ค่าเครื่องวัดความดันโลหิต	3,000
ค่าอุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องชั่งน้ำหนัก ถาดนับเม็ดยา ตะกร้าใส่ยา	3,000
รวม	516,000

การล่าช้ามากกว่า 1 ชั่วโมงและเพื่อลดปัญหาคนรับยาค้างเกินไป” ตัวอย่าง 2 คนมีข้อเสนอแนะว่า “ควรมีเภสัชกรประจำอยู่ 2-3 คน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ” “อยากให้เปิดร้านขาย 7.00 - 16.00 น”

ผลการวิจัยด้านการเงิน

การประมาณการต้นทุนคงที่แสดงในตารางที่ 3 และ 4 ส่วนการประมาณการต้นทุนแปรผันได้จากการสัมภาษณ์หัวหน้าฝ่ายเภสัชกรรม โรงพยาบาลรามาริบัติ ถึงการตั้งราคาขายยา พบว่า การตั้งราคาขายยาในโรงพยาบาลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยคิดกำไรประมาณร้อยละ 15 ราคาขายยาที่ร้าน RAMA Health Shop จะตั้งให้สูงกว่าราคาที่ห้องยาไม่เกินร้อยละ 10 และจากคำถามข้อที่ 20 หากมียาเข้ามาจำหน่ายในร้าน ตัวอย่างยินดีจ่ายในราคาสูงกว่าห้องยาเท่าไร การหาค่าเฉลี่ยของข้อมูลจากสองแหล่งได้เท่ากับร้อยละ 16.47 ดังนั้นหากร้านในโครงการจะคิดราคาสูงกว่าห้องยาร้อยละ 10 ก็จะไม่เกินราคาที่ตัวอย่าง

รับได้ ดังนั้น การศึกษาจึงกำหนดกำไรขายยาที่ร้าน RAMA Health Shop ที่ร้อยละ 25 (ต้นทุนค่ายาร้อยละ 75) ส่วนค่าวัสดุสิ้นเปลืองและค่าโทรศัพท์ กำหนดที่ร้อยละ 1 ของยอดขาย ดังนั้นต้นทุนแปรผัน คือ ร้อยละ 76 ของยอดขาย ส่วนการประมาณการด้านผลตอบแทนของโครงการได้มาจากประมาณยอดขายตลอดอายุโครงการ

โครงการนี้จะจ้างเภสัชกร 2 คน คนแรกเข้าทำงานตั้งแต่เปิดร้านจนถึงช่วงบ่าย (7.30 น.-15.30 น.) คนที่สองเข้าทำงานช่วงบ่ายจนถึงปิดร้าน (13.00-21.00 น.) เงินเดือนเภสัชกรอ้างอิงตามเงินเดือนแรกเข้าของเภสัชกรโรงพยาบาลรามาริบัติ คือ 22,775 บาท

ค่าจ้างเภสัชกรนอกเวลาอ้างอิงตามค่าจ้างเภสัชกรนอกเวลาของฝ่ายเภสัชกรรมที่อัตราชั่วโมงละ 250 บาท ค่าธรรมเนียมวิชาชีพเภสัชกร เงินเพิ่มสำหรับตำแหน่งที่มีเหตุพิเศษของผู้ปฏิบัติงานด้าน การสาธารณสุข (พ.ต.ส.) และค่าประกันสังคม คือ เดือนละ 5,000 บาท, 1,500 บาท และ 750 บาทต่อคนตามลำดับ

ตารางที่ 4. การประมาณการต้นทุนคงที่ในการดำเนินการของโครงการในปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนเภสัชกร	546,600	584,862	625,802	669,608	716,481
ค่าจ้างเภสัชกรนอกเวลา	246,000	246,000	246,000	246,000	246,000
ค่าธรรมเนียมวิชาชีพเภสัชกร	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
เงินเพิ่มสำหรับตำแหน่งที่มีเหตุพิเศษของผู้ปฏิบัติงานด้านการสาธารณสุข (พ.ต.ส.)	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ค่าประกันสังคม	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
ค่าไฟฟ้า (ตู้เย็น)	3,650	3,650	3,650	3,650	3,650
รวม (บาท)	972,250	1,010,512	1,051,452	1,095,258	1,142,131

ตารางที่ 5. มูลค่าการซื้อยาเฉลี่ยจากร้านยาของตัวอย่าง

มูลค่าการซื้อยา	จำนวนตัวอย่าง (ร้อยละ)
น้อยกว่า 100 บาท	37(9.25)
101-200 บาท	124 (31.00)
201-300 บาท	74 (18.50)
301-400 บาท	57 (14.25)
401-500 บาท	54 (13.50)
มากกว่า 500 บาท	54 (13.50)
รวม	400 (100.00)

โครงการไม่ได้เป็นการสร้างอาคารขึ้นใหม่ แต่เป็นการติดตั้งชั้นวางยาเพิ่มขึ้นในห้องที่มีการใช้งานอยู่แล้ว ดังนั้นค่าไฟฟ้าส่วนที่เป็นค่าแอร์และค่าไฟฟ้าจากหลอดไฟจึงไม่ได้นำมาคิดในโครงการนี้ โดยจะคิดค่าไฟฟ้าเฉพาะส่วนที่เพิ่มขึ้นมาใน 1 ปี ค่าใช้จ่ายส่วนนี้เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ได้แก่ ค่าไฟฟ้าจากการมีตู้เย็นเพิ่ม โดยคำนวณจากรุ่นที่ใช้งานจริงในห้องยาได้เท่ากับปีละ 3,650 บาท

การประมาณการด้านผลตอบแทนของโครงการ

รายได้จากการขายต่อปีของร้านค้าคำนวณจากผลคูณของค่าใช้จ่ายในการซื้อยาเฉลี่ยต่อครั้งและจำนวนครั้งที่คาดว่าจะลูกค้าจะมารับบริการที่ร้านต่อปี ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาเฉลี่ยต่อครั้งได้จากแบบสอบถาม ดังแสดงในตารางที่ 5 ซึ่งมีค่ามัธยฐานเท่ากับ 253.20 บาท การศึกษากำหนดให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาเฉลี่ยต่อครั้งมีค่าคงที่เท่ากันทั้ง 5 ปี

จำนวนครั้งที่คาดว่าจะลูกค้าจะมารับบริการที่ร้านต่อปี ได้จากข้อมูลของร้าน RAMA Health Shop ในปี พ.ศ. 2559 ที่ระบุว่า มีผู้มารับบริการเท่ากับ 52,540 ครั้ง และจากคำถามในแบบสอบถามข้อที่ 17 หากมีเภสัชกรและมียาเพิ่มเข้ามาให้บริการที่ร้าน ตัวอย่างสนใจที่จะใช้บริการร้อยละ 88.50 ดังนั้นจำนวนครั้งที่คาดว่าจะลูกค้าจะมารับบริการที่ร้าน

ในปีแรกเท่ากับ 46,498 ครั้ง ฐานข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ของโรงพยาบาลรามาศิริบัตระบุว่า จำนวนครั้งของผู้มารับบริการที่อาคารสมเด็จพระเทพรัตนโดยเฉลี่ยต่อเดือนในปี พ.ศ. 2559 ได้เท่ากับ 509,770 ครั้ง/เดือน ในปี พ.ศ. 2560 ได้เท่ากับ 548,965 ครั้ง/เดือน (ข้อมูลได้จากการเข้าถึงฐานข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ โรงพยาบาลรามาศิริบัต) เมื่อนำไปหาอัตราการเติบโตได้เท่ากับร้อยละ 7.7 ดังนั้นคาดการณ์ว่า จำนวนครั้งของอัตราการเติบโตของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้าน RAMA Health Shop น่าจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งเท่ากับร้อยละ 7.7 จากนั้นนำข้อมูลไปหารายได้จากการขายยาต่อปี ดังตารางที่ 6

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน

โครงการมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 105 วัน ซึ่งสั้นกว่าระยะเวลาของโครงการ 5 ปี ดังนั้น โครงการนี้จึงมีความคุ้มค่าในการลงทุน ส่วนมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการเท่ากับ 9,658,881 บาท ซึ่งมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่ามากกว่า 0 บาท ดังนั้น โครงการนี้จึงมีความคุ้มค่าในการลงทุน

สรุปผลและการอภิปรายผล

จากทำเลที่ตั้งของร้าน RAMA Health Shop กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่อยู่ในอาคารสมเด็จพระเทพรัตนซึ่งมีเป็นจำนวนมาก จำนวนครั้งของผู้มารับบริการโดยเฉลี่ยต่อเดือนในปี พ.ศ. 2559 ได้เท่ากับ 509,770 ครั้ง ในปี พ.ศ. 2560 ได้เท่ากับ 548,965 ครั้ง ร้านยามีคู่แข่งชั้นทางการตลาดเพียง 1 ร้าน คือ ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบในด้านระยะเวลาที่ให้บริการพบว่า ร้าน RAMA Health Shop เปิดบริการทุกวันและช่วงเวลาเปิดทำการในแต่ละวันนานกว่า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ยาที่มีจำหน่ายในทั้ง 2 ร้านพบว่าใกล้เคียงกัน เมื่อพิจารณา

ตารางที่ 6. การประมาณการผลตอบแทนจากการขายยาต่อปีของร้าน

ปีที่	มูลค่าในการซื้อยาต่อครั้ง (บาท) (P)	จำนวนครั้งที่คาดว่าจะลูกค้าจะมาใช้บริการที่ร้านต่อปี (Q)	รายได้จากการขายยาต่อปี (บาท) (PxQ)
1	253.20	46,498	11,773,294
2	253.20	50,078	12,679,750
3	253.20	53,934	13,656,089
4	253.20	58,087	14,707,628
5	253.20	62,560	15,840,192

เรื่องทำเลที่ตั้งจะเห็นได้ว่าร้าน RAMA Health Shop มีทำเลที่ตั้งที่ดีกว่า เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นผู้ป่วยและผู้ที่มีอายุที่ต่ำกว่า 65 ปี ซึ่งซื้อยาจากร้านยาของโรงพยาบาลสะดวกกว่า

จากการศึกษาพบว่า หากมียาเพิ่มเข้ามาให้บริการที่ร้าน ตัวอย่างสนใจที่จะใช้บริการถึงร้อยละ 88.50 ยาในกลุ่มตัวอย่างซื้อมากที่สุด คือ กลุ่มยาแก้ปวด ลดไข้ ยาคลายกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 24.26) รองลงมาคือ ยาระบบทางเดินหายใจ เช่น ยาลดน้ำมูก ยาแก้แพ้ ยาแก้ไอ (ร้อยละ 24.18) ดังนั้นกลยุทธ์หนึ่งของร้าน RAMA Health Shop คือ ควรจะมียาทั้งสองกลุ่มนี้ให้หลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกของผู้รับบริการ เมื่อพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด หัวข้อที่ตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดในแต่ละปัจจัย ดังนี้ การให้คำปรึกษาเรื่องยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากเภสัชกร การมีป้ายแสดงราคาชัดเจน การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก การมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล การมีป้ายหน้าร้านแสดงว่าเป็นร้านขายยาชัดเจน และความรวดเร็วในการให้บริการ ข้อมูลนี้สามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ของร้าน RAMA Health Shop ได้ หัวข้อที่ตัวอย่างให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือ การที่ร้านมีที่ตั้งอยู่ในชั้นอื่น ๆ ของอาคารสมเด็จพระเทพรัตน์ อาจเนื่องจากว่าตัวอย่างในงานวิจัยนี้ต้องเดินทางมาที่โรงพยาบาลอยู่แล้ว จึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับระดับชั้นของอาคารที่ร้านตั้งอยู่ ซึ่งแตกต่างจากร้านยาที่ตั้งในชุมชนซึ่งผู้รับบริการให้ความสำคัญในเรื่องทำเลที่ตั้ง ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของแสงสุข พิทยานุกุลและศิริ ชะระอำ (10) ที่ตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและทำเลเป็นอันดับที่ 1

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยในเรื่องส่วนประสมทางการตลาดในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์และบริการจะเห็นได้ว่าตัวอย่างไม่ได้ให้ความสำคัญในอันดับแรกกับบริการการ refill ยา (เติมยา) ในผู้ป่วยโรคเรื้อรังและการคัดกรองความเสี่ยงต่อการเกิดโรคเรื้อรัง แต่ยังคงถือว่ามีความสำคัญในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการเหล่านี้ที่ร้านยา เนื่องจากเป็นบริการที่มีในร้านยาคุณภาพเพียงบางร้าน (11) ซึ่งยังเป็นจำนวนที่น้อยเมื่อเทียบกับจำนวนร้านยาทั่วไป แต่หากร้าน RAMA Health Shop มีบริการเหล่านี้จะทำให้ผู้ป่วยได้รับการรักษาที่ครบวงจรมากขึ้น เนื่องจากร้าน RAMA Health Shop เป็นโครงการของโรงพยาบาลเอง ดังนั้นเภสัชกรในร้าน RAMA Health Shop สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลของผู้ป่วยซึ่งจะเป็นประโยชน์และ

ช่วยให้เภสัชกรจ่ายยาได้อย่างเหมาะสมกับผู้ป่วยมากขึ้น ซึ่งนับเป็นข้อได้เปรียบข้อหนึ่งของร้าน RAMA Health Shop เมื่อเปรียบเทียบกับร้านยาในชุมชนทั่วไป นอกจากนี้ในระหว่างการคัดกรองความเสี่ยงต่อการเกิดโรคเรื้อรัง หากเภสัชกรในร้านเห็นว่า ผู้ป่วยจำเป็นต้องรักษาอย่างเร่งด่วนก็สามารถส่งตัวผู้ป่วยไปรักษาต่อยังโรงพยาบาลได้ทันที

เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ทางการเงิน โครงการนี้มีระยะเวลาในการคืนทุนด้วยการคิดลดเท่ากับ 105 วัน เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของเกษสุดา นครศิลป์ (8) และทรศวรรณ ชิววิวิ (12) ที่มีระยะเวลาการคืนทุน 2.4 ปี และ 3.6 ปีตามลำดับ จะเห็นได้ว่าระยะเวลาคืนทุนของโครงการสั้นกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับร้านยาเดี่ยวอื่นโดย การสัมภาษณ์เจ้าของร้านซึ่งเป็นร้านที่ไม่เสียค่าเช่าอาคารพบว่า มีระยะเวลาการคืนทุนประมาณ 240 วัน ผลที่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ระยะเวลาคืนทุนของโครงการสั้นกว่า แต่ด้วยเนื่องจากข้อจำกัดที่ยังไม่มีงานวิจัยใดที่ทำกับร้านยาที่มีที่ตั้งในโรงพยาบาลซึ่งมีปัจจัยหลายด้านที่แตกต่างกัน จึงทำให้ไม่สามารถเปรียบเทียบกันได้โดยตรง และเมื่อพิจารณาจากเกณฑ์การตัดสินใจทางการเงินทั้ง 2 เกณฑ์พบว่า ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด สรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาดและด้านการเงิน ในการเพิ่มบริการทางเภสัชกรรมที่ร้าน RAMA Health Shop

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รศ.ดร.ภญ.วัชร เลอमानุกุล รศ.ดร.ภญ.จันทร์รัตน์ สิทธิวรนนท์ ดร.ภญ.ดารณี เขียวชาญธนกิจ และคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามารัตน์ที่ให้ดำเนินการวิจัยในโรงพยาบาล

เอกสารอ้างอิง

1. Suntivong C. Project feasibility studies. 3rd ed. Bangkok: Thai Watana Panich; 1996.
2. Prajakwonk N. The project feasibility study of drug store in Muang district, Chaiyaphum province [independent study]. Khon Kaen: Khon Kaen University; 2011.
3. Yingyod P. Financial feasibility study of one drug store business project at Big C Superstore, Hang-

- dong 2 Chiangmai [independent study]. Chiangmai: Chiangmai University; 2012.
4. Serirat S. Marketing management. 2nd ed. Bangkok: Dharmasarn Printing Company; 2006.
 5. Sukhothai Thammathirat Open University. Research tool. In: Statistics and research in health sciences. Bangkok: Victory Power Point; 1984. p.317-8.
 6. Bank of Thailand. Interest rate savings bonds [online]. 2017 [cited Nov 23, 2017]. Available from: www.bot.or.th/Thai/DebtSecurities/SalestoIndividuals/SavingBond/Pages/default.aspx.
 7. Kuntonbutr C. Feasibility study. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House; 2014.
 8. Nakhonsin K. Feasibility study of a drug store business in a semi-urban community [master thesis]. Songkla: Prince of Songkla University; 2013.
 9. Tharasisuthi T. Project feasibility study and appraisal. 3rd ed. Pathumthani: Bangkok University Press; 2013.
 10. Pithayanukul S and Chara-um S. The decision making of Thai consumers towards pharmacies using. Journal of Business Administration 2017; 6: 135-45.
 11. National Health Security Office. Faculty of Pharmacy, Khon Kean university and Khon Kean hospital join with the NHSO to pilot patients' receiving of drug at quality drustores near their home to reduce the crowd in hospital [online]. 2015 [cited Jan 16, 2019]. Available from: www.nhso.go.th/front end/NewsInformationDetail.aspx?newsid=MTczNA==.
 12. Siowio T. The Feasibility study to establishing the quality drugstore in Lomsak Municipality, Lomsak District, Phatchabun Province [independent study]. Khon Kaen: Khon Kaen University; 2011.