

ในการศึกษาค้างนี้มี 2 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจร้านขายยาแห่งหนึ่งในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจร้านขายยาแห่งหนึ่งในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาเพื่อวัตถุประสงค์แรก ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลปฐมภูมิเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามที่สุ่มมาแบบบังเอิญ จำนวน 120 ราย จากผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค พฤติกรรมในการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา โดยใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สถานภาพโสด อาชีพนักเรียน นักศึกษา แม่บ้าน อายุ 21 – 30 ปี รายได้ส่วนใหญ่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน การศึกษาระดับปริญญาตรี ระยะห่างจากบ้านหรือที่ทำงานกับร้านขายยาอยู่ระหว่าง 101 เมตรถึง 1 กิโลเมตร ผลการศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อยาจากร้านขายยาค้างครั้งสุดท้ายในระยะเวลาน้อยกว่า 1 เดือน เลือกใช้บริการจากร้านขายยาที่อยู่ใกล้บ้าน มักมาซื้อยาเวลา 17.00 – 19.00 น. มักซื้อสินค้าจำพวกยาแผนปัจจุบัน ใช้บริการร้านขายยาประมาณ 1 ครั้งต่อเดือน โดยเฉลี่ยซื้อยาแต่ละครั้งมีมูลค่า 101 – 200 บาท รับรู้ว่าซื้อยากินยาที่เป็นเภสัชกร มักซื้อยาจากร้านขายยาประจำ ยาที่ซื้อจากร้านขายยาสามารถบำบัดโรคได้ตามที่ต้องการมากกว่าร้อยละ 80 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลสูงใจให้มาใช้บริการร้านขายยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้จากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

การศึกษาเพื่อวัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจร้านขายยาโดยกำหนดอายุโครงการ 10 ปี ณ อัตราคิดลดร้อยละ 8 ข้อมูลเพื่อประมาณการด้านต้นทุนและผลตอบแทนได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจร้านขายยาแห่งหนึ่ง พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 1,506,136.14 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มีค่าเท่ากับร้อยละ 71.25 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) มีค่าเท่ากับ 1.1309 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 11 เดือน 5 วัน และเมื่อวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ พบว่า ณ อัตราคิดลดร้อยละ 8 ธุรกิจร้านขายยาแห่งนี้มีความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ ใน 2 กรณี คือ กรณีที่ 1 เมื่อผลตอบแทนคงที่ ต้นทุนสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดร้อยละ 13.09 และกรณีที่ 2 เมื่อต้นทุนคงที่ ผลตอบแทนสามารถลดลงได้ต่ำสุดร้อยละ 11.57

There are two main objectives of this study. First, to analyze marketing feasibility of a drug store business in Chang Peuak Municipality, Mueang District, Chiang Mai Province and second, to analyze a financial cost-benefit of a drug store business in Chang Peuak Municipality, Mueang District, Chiang Mai Province.

For the first objective, primary data were used and collected from a sample of 120 customers. Accidental sampling technique was employed. Analysis was based on descriptive statistics. The findings suggested that the majority of customers could be characterized as female, single, no specific employment (student, housewife for example), were 21-30 years old, with less than 10,000 baht monthly income, with bachelor's degree of education. Distance from their residences/offices to the drug store were within 1 kilometer radius of the drug store. Regarding to customer behavior, the results of the study show that the last time the majority of customers had bought medicine was less than 1 month ago from the drug store that located near their residences/offices. Time of purchases were mainly during 5 p.m. - 7 p.m. For each purchase, expenses on medicines account for the biggest portion of money spent. The frequency of buying is at least 1 time per month with expenses averaging in the range of 101 – 200 baht. Most perceived that the seller was a qualified pharmacist. They normally use the same drug store when buying medicines. They thought the medicine they bought can relief 80% of their symptoms of illness. The marketing mix factors affecting to the choosing of drug store were Person, Place, Product, Price and Promotion in order of importance respectively.

For the second objective, the financial cost-benefit analysis was undertaken under the assumptions that the project life is 10 years and discount rate of 8.0% is used. Data for cost and benefit estimations were collected from an interview with a drug store owner. The results show that the net present value (NPV) of the drug store business is 1,506,136.14 baht, the internal rate of return (IRR) is 71.25%, whilst the benefit-cost ratio (B/C Ratio) is 1.1309. Therefore, this drug store business is financially feasible to be invested in, with a potential payback period of 11 months and 5 days. A sensitivity analysis of the business was undertaken, using a discount rate of 8.0%. The results show that under the assumption that benefits remain unchanged, costs could increased as much as 13.09%. When costs remain constant, returns could drop as low as 11.58%.