

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

### บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

1. เกสัชกรดลยา ชาวไชย Dollaya Chawchai B.Sc.(Pharm)

Business Development Officer

บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย จำกัด (Thai Herbal Product Co., Ltd.) ของ

GPO องค์การเภสัชกรรม

ผลิตภัณฑ์ ยา อาหารเสริม เครื่องดื่ม

[www.thaiherbinfo.com](http://www.thaiherbinfo.com)

ส่วนมากลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพในองค์การเภสัชกรรม เข้าอยู่ทุกโรงพยาบาลทั่วประเทศ อยู่ในบัญชียาหลัก แทนยาแผนปัจจุบันในกรณีที่ยาแผนปัจจุบันใช้ไม่ได้ผล เราเป็นทางเลือกที่สามารถเบิกจ่ายได้ ช่องทางการตลาดอยู่ที่โรงพยาบาล ช่องทางการจำหน่ายรองอยู่ที่ร้านยา การสั่งซื้อเน้นที่คุณภาพ บางครั้งอาจสั่งจ่ายโดยแพทย์ มีการซื้อกัน แล้วมีการใช้กันต่อเนื่องโดยแพทย์สั่งจ่าย ถ้ากรณีเบิกจ่ายได้จะไปที่โรงพยาบาลรัฐเพื่อให้แพทย์สั่งซื้อเพื่อไม่ให้เสียเงินจ่ายเอง ถ้าเบิกไม่ได้หมอจะสั่งให้ไปซื้อร้านร้านยา หรือร้านที่ร่วมรายการ นอกจากนี้ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายในแพทย์แผนทางเลือก แพทย์แผนไทย การสั่งซื้อออนไลน์น้อย ส่วนใหญ่มาซื้อจำนวนมาก มีการซื้อแบบปลีก แบบส่ง โดยมาซื้อที่บริษัท ความรวดเร็วในการสั่งซื้อจะรับประกัน 1 วัน วันนี้สั่งซื้อ พรุ่งนี้ตอนเที่ยงจะส่งให้ พวก just-in-time จะรับลูกค้าที่ซื้อปริมาณเยอะๆ และมีสต็อกที่บริษัท การกลับมาซื้อใหม่ หรือการบอกต่อแนะนำ เป็นการให้ดีแล้วบอกต่อเพราะเป็นศาสตร์ทางเลือก การจรรักษ์กักตุนจะใช้ในกรณีมีผลข้างเคียงน้อย ไม่เหมือนยาแผนปัจจุบัน เช่นกรณีอบเชย จะควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด ถ้ากินยาแผนปัจจุบันจะมีการรบกวน น้ำตาลตกอย่างฉับพลัน ถ้ากินอบเชยผลข้างเคียงเรื่องอาการรบกวนก็จะน้อยกว่า ก็จะเกิดการบอกต่อแพทย์บางคนก็คนใช้มีผลข้างเคียงมากๆ จากการใช้ยา ก็จะแนะนำบอกต่อ เพราะยาบางตัวจุดทะเบียนเป็นยา ยาบางตัวจุดทะเบียนเป็นอาหารเสริม ถ้าเป็นอาหารเสริมแพทย์จะไม่ค่อยบอกเพราะถือเป็นจรรยาบรรณ บอกแต่ว่ามีรายงานว่าอบเชยช่วยได้ แต่ถ้าเป็นยาแพทย์จะแนะนำ ทำให้เกิดความเชื่อถือ และบอกต่อ ส่วนมากจะแนะนำคนกลาง แพทย์สำคัญ เน้นให้ความรู้ สาธารณสุขเป็นศาสตร์ทางเลือก โมเดลถือว่าใช้ได้ แต่ควรเพิ่มราคา และตราสินค้า (Brand)

## 2. คุณณณมด ส่งศรี

ฝ่ายการตลาด

โครงการส่งเสริมสมุนไพร ภูตันทน้ำ PuTonNam

ผลิตภัณฑ์ สเปรย์ปรับอากาศ ชา ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า ผลิตภัณฑ์สำหรับผิว  
กาย

[www.putonnam.com](http://www.putonnam.com)

โมเดลใช้ได้ ทุกอย่างครอบคลุมหมด จุดประสงค์หลักคืออย่างนี้อยู่แล้ว บริษัทมีระบบ  
ขายส่ง และขายปลีก คือ ลูกค้าส่งลูกค้าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และหน้าร้าน โดยที่คนไทยไม่ชิน  
กับการสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต มีแค่ประมาณ 5-10% ที่สั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต แล้วโทรมาคุยกับ  
บริษัทอีกทีหนึ่งเพื่อเป็นการ confirm เพราะคนไทยไม่มั่นใจกับระบบการสั่งซื้อออนไลน์ เพราะคน  
ไทยทำคุณภาพตรงนี้ได้ไม่ได้ ไม่รู้ว่าเป็นอย่างไร ส่วนใหญ่ไม่มีการ repeat กลับมา โดยที่เว็บไซต์มี  
ผล เพราะลูกค้าจะเปิดเว็บไซต์ โบว์ชัวร์ โปรโมชันให้เข้าไปดูที่เว็บไซต์ ถึงเวลาสั่งซื้อ และโทรคุยกัน  
อีกรอบหนึ่งเพื่อสั่งซื้อ ถือว่าเว็บไซต์จะเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบกิจการนี้ด้วยเหมือนกัน

## 3. คุณฉัตรชัย สุขสาคร

Chief Executive (CEO)

Herb Club

ผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางสมุนไพร

[www.herbclubthailand.com](http://www.herbclubthailand.com)

การสั่งซื้อสินค้า เข้าไปดูในเว็บไซต์ และโทรสั่งซื้อ ความง่ายในการใช้งานในทัศนคติที่  
มีต่อการสั่งซื้อควรเปลี่ยนเป็นความสะดวกในการสั่งซื้อ เว็บไซต์มีผล เนื่องจากมีลูกค้ากลุ่มหนึ่ง ที่  
ใช้หาข้อมูลในเว็บไซต์เป็นหลัก กลุ่มนี้โตขึ้นเรื่อย ๆ ใครหาอะไรไม่ได้ก็หาในเว็บไซต์ โดยบริษัทมี  
แนวโน้มที่ขายออนไลน์ โดยที่จะทำโครงสร้างให้ดีกว่า การทำออนไลน์ไม่ใช่ว่าสักแต่จะทำ บริษัท  
กว่าจะทำสินค้าออกมาแล้ว ยังไม่ขึ้นเว็บไซต์เลย ต้องมีข้อมูลก่อน การซื้อขายออนไลน์ต้องทำให้  
โครงสร้างองค์กร web organization chart ให้ลูกค้ามั่นใจ ให้ความมั่นใจแค่ไหนเสียก่อน เพราะ  
สมัยก่อนมีแค่แผนผังเว็บ แต่สมัยนี้เป็นร้อยล้านเว็บ เริ่มแข่งขันมากขึ้น หน้าร้านใครให้ความ  
เชื่อมั่นลูกค้ามากกว่ากัน ซื้อขายผ่านเว็บไม่เห็นหน้าไม่เห็นตา ใครจะสร้างภาพในเว็บได้ดีที่สุด ได้  
มากกว่ากัน ใครจะใช้ wording ได้ดีที่สุดเพราะฉะนั้นได้เปรียบ ภาพของใครข้อมูลชัดเจนที่สุด  
ภาพสินค้าชัด สามารถที่ได้พูดว่า ตีโจทย์ของลูกค้าแตก คนนั้นก็เปรียบเทียบ ไม่มีการพูดมีแต่ภาพ

ฉะนั้นเรื่องเว็บเป็นเรื่องที่สำคัญ ควรเพิ่มข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสินค้า เพราะมีลูกค้าประจำที่ เขาซื้อของอยู่ เขาอยากได้อะไรมากกว่านั้นนิดหน่อยในความภักดี และควรเพิ่มโครงสร้างองค์กร ครอบคลุมถึงโครงสร้างการผลิต วัตถุดิบ กระบวนการผลิต เช่นองค์การเภสัช ลูกค้าจะเชื่อมั่นอยู่ แล้ว เพราะแค่นั้นก็ไม่ต้องดูสินค้า ดังนั้นโครงสร้างองค์กรสำคัญมาก เพราะฉะนั้นการสร้างแบรนด์ก็ เป็นเรื่องสำคัญ ควรเพิ่มความรับผิดชอบต่อความเสียหายของสินค้า และการรับประกันความพึงพอใจ เช่นใช้แล้วไม่ได้ผลมีการคืนสินค้าในทัศนคติที่มีต่อการสั่งซื้อ

4. คุณสุวิจักขณ์ กิตติวิโรฬาร

Chief Executive (CEO)

Siam Herb

ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรป้องกันมด สเปรย์ดับกลิ่นเท้า ยากันยุงสมุนไพร ครีมเกลือขัดผิว ครีมอาบน้ำระงับกลิ่นกาย แชมพูสระผมป้องกันผมร่วงรังแค สมุนไพรสำหรับสัตว์เลี้ยง แชมพูดับกลิ่นตัวสัตว์เลี้ยง

[www.exportsolutions.co.th](http://www.exportsolutions.co.th)

โมเดลครอบคลุมหมด บริษัทมีทีมงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ การสั่งซื้อสินค้า จะเข้าไปดูที่เว็บไซต์ และโทรสั่งซื้อ โดยมีการรับสมัครตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ เพื่อเป็นการขยายการตลาด ในอนาคตอันใกล้กำลังจะพัฒนาเว็บไซต์ให้ดีขึ้น และมีการสั่งซื้อออนไลน์

5. คุณแคทรียา ชินกร Kattreeya Chinnakorn

Sale Manager

บริษัท เฟรชแอนด์ไชน์ จำกัด Fresh & Shine Co., Ltd.

ผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มสมุนไพร และอาหารเสริม

[www.freshandshine.com](http://www.freshandshine.com)

การสั่งซื้อสินค้า สินค้าไม่มีวางจำหน่าย สั่งซื้อได้โดยตรงด้วยระบบสมาชิกในเว็บไซต์ หรือโทรศัพท์สั่งซื้อ มีเทปบันทึกให้ลูกค้าได้ฟัง “หนังสือเห็นผลจริงกับการรักษาโรค” ก่อนตัดสินใจซื้อ โมเดลครอบคลุม แต่ควรเพิ่มวิธีการจัดส่งในการบริการ และราคาสินค้า

## สรุป การจากสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสมุนไพรทั้ง 5 ท่านพบว่า

- โมเดลครอบคลุม
- ผู้ประกอบให้ความสำคัญกับ ราคา และวิธีการจัดส่งในคุณภาพอิเล็กทรอนิกส์
- ผู้ประกอบให้ความสำคัญกับ ความสะดวกในการสั่งซื้อ, ความรับผิดชอบต่อความเสียหายของสินค้า และการรับประกันความพึงพอใจ ในทัศนคติที่มีต่อการสั่งซื้อ
- ผู้ประกอบให้ความสำคัญกับ แปรนต์ และโครงสร้างองค์กร ในความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการ
- ผู้ประกอบให้ความสำคัญกับ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสินค้า ในความภาคภูมิใจ