

# ร้านยาไคร์ฟทรู

มทนา อิ่มคล้าย

## บทคัดย่อ

แผนธุรกิจร้านยาไคร์ฟทรูเป็นธุรกิจประเภทบริการ มีการให้บริการรูปแบบใหม่ และหลากหลาย โดยเป็นการดำเนินธุรกิจใหม่มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม วิเคราะห์ แนวโน้มอุตสาหกรรม วิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Forces Model) มีการวิเคราะห์การ แบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย มีการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับประเภทธุรกิจ และสภาพสังคมในปัจจุบัน โดยเน้นการบริการที่แตกต่าง ให้บริการหลากหลายช่องทาง ให้คำปรึกษา คำแนะนำและให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้รับบริการ

แผนธุรกิจร้านยาไคร์ฟทรูใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 3,000,000 บาท เป็นของเจ้าของ จำนวน 3,000,000 บาท จากการประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ธุรกิจสามารถคืนทุน ได้ในระยะเวลาเท่ากับ 1 ปี 6 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 2,994,389 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับ 49%

**คำสำคัญ:** ธุรกิจร้านยา ไคร์ฟทรู

## บทนำ

ร้านยาเป็นทางเลือกที่หนึ่งของประชาชนเลือกใช้บริการเมื่อมีอาการเจ็บป่วย เบื้องต้น เป็นแหล่งที่ให้คำแนะนำข้อมูลในการดูแลสุขภาพ เป็นเสมือนที่พึ่งด้านสุขภาพ ของชุมชน แต่เนื่องด้วยในสภาพสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมเมือง มากขึ้น ผู้คนมีวิถีในการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป มีความเร่งรีบมากขึ้น ระยะเวลารอคอยใน การรับบริการมีน้อยลงและต้องการการบริการที่ได้รับความสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้มี กลุ่มคนบางกลุ่มที่ต้องการพื้นที่ส่วนตัวในการได้บริการหรือคำปรึกษา โดยไม่ต้องการ

ให้ผู้รับบริการอื่นได้ยินหรือรับรู้ ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นที่ต้องการคำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้ยาคุมกำเนิด ผู้ป่วยติดเชื้ทางเพศสัมพันธ์ เป็นต้น

ดังนั้นผู้ประกอบการจึงคิดธุรกิจร้านยาไครฟ์ทู เพื่อตอบสนองต่อวิถีการดำรงชีวิตของคนในปัจจุบันให้ได้รับความสะดวกในการรับบริการมากขึ้นและสามารถให้คำแนะนำหรือคำปรึกษากับผู้รับบริการในพื้นที่ที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น รวมทั้งสามารถให้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพที่ถูกต้องด้วยช่องทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยี

### **วิสัยทัศน์ (Vision)**

มุ่งมั่นให้บริการด้วยความรวดเร็ว ให้ข้อมูลสุขภาพอย่างถูกต้อง ผู้บริโภคใช้ยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย

### **พันธกิจ (Mission)**

มุ่งมั่นพัฒนาให้สามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ บริหารจัดการให้มีสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยกับผู้บริโภค ให้บริการข้อมูลสุขภาพที่ถูกต้องอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาคุณภาพบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถอยู่เสมอ

### **จุดมุ่งหมายของกิจการ (Goals)**

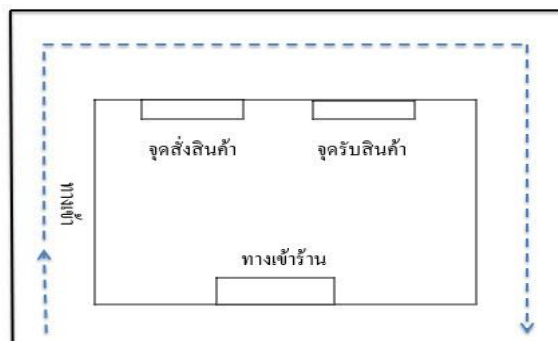
จุดมุ่งหมายระยะสั้น: ได้รับการรับรองเป็นร้านยาคุณภาพจากสภาเภสัชกรรม (Accredited Pharmacy, Pharmacy Council) สามารถให้บริการข้อมูล ข่าวสารด้านสุขภาพ และสามารถสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ (ยกเว้นยา) ผ่านช่องทางแอปพลิเคชันบนมือถือได้ และมีอัตรากำไรสุทธิได้มากกว่า 5%

จุดมุ่งหมายระยะยาว (5 ปี): พัฒนาคูณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีอัตรากำไรสุทธิได้มากกว่า 10% และสามารถเข้าร่วมโครงการหน่วยบริการเภสัชกรรม

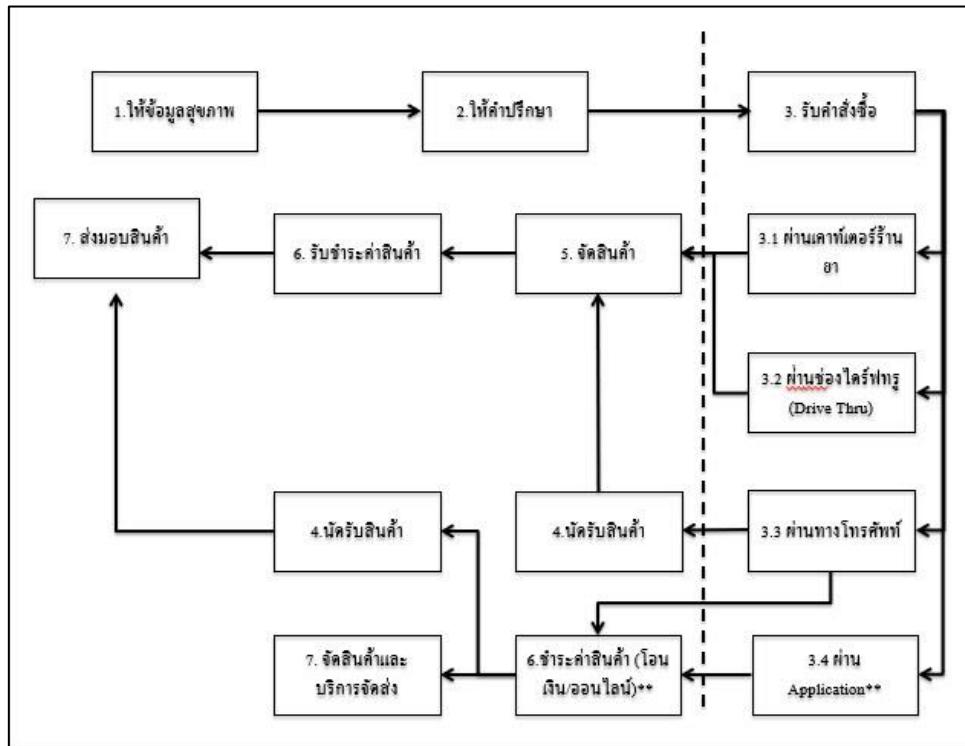
## ข้อมูลของสินค้าและบริการ

ร้านยาไคร้ฟรุมีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของเพลินนารี มอลล์ วัชรพล ถนนวัชรพล แขวง ทำแรงแขตบางเขน กรุงเทพมหานคร เปิดให้บริการตั้งแต่ 10:00 น. ถึง 21:00 น. มีการตกแต่งร้านตามข้อกำหนดของวิปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชน ให้บริการจำหน่ายยา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์การแพทย์ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เวชสำอาง อาหารทางการแพทย์ และผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น ๆ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือส่วนของไคร้ฟรุและส่วนที่เป็นจุดบริการในร้านยา ในส่วนของไคร้ฟรุจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือจุดบริการรับสั่งสินค้า และจุดบริการสำหรับรับสินค้า ดังภาพ 1 โดยทั้ง 2 ส่วน ส่วนสามารถสั่งสินค้านำรับคำแนะนำหรือคำปรึกษาได้ที่ ณ จุดบริการที่ร้านยา ทางโทรศัพท์ และแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ซึ่งส่วนของแอปพลิเคชันจะให้ บริการเฉพาะสินค้าที่ไม่ใช่ยาอันตราย นอกจากนี้ร้านยายังมีบริการให้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพผ่านทางเฟซบุ๊ก แอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ของร้านยา มีการให้บริการให้คำปรึกษาปัญหาสุขภาพต่าง ๆ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เวชสำอางและเวชภัณฑ์ กรณีที่มีการสั่งซื้อทางโทรศัพท์หรือแอปพลิเคชัน ลูกค้าสามารถกำหนดเวลาเพื่อนัดมารับสินค้าได้ มีบริการรับชำระเงินสด ผ่านบัตรเครดิตและ QR Code และมีบริการจัดส่งสินค้าผ่านเคอร์เรียร์สำหรับสินค้าที่ไม่ใช่ยา ขั้นตอนการให้บริการร้านยาแสดงดังภาพ 2

ภาพ 1 แสดงแผนผังจุดให้บริการร้านยา



ภาพ 2 แสดงขั้นตอนการให้บริการร้านยา



หมายเหตุ \*\* ให้บริการซื้อสินค้าและชำระเงินทางออนไลน์เฉพาะสินค้าที่ไม่ใช่ยา

### ความเป็นนวัตกรรม

เป็นนวัตกรรมด้านการบริการ โดยมีการส่งมอบสินค้าด้วยช่องทางที่ทำให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวก รวดเร็ว มากขึ้น มีการนำแอปพลิเคชันมาใช้เป็นช่องทางการสื่อสาร ให้ความรู้ และขายสินค้า มีการนำระบบคอมพิวเตอร์บันทึกประวัติการซื้อสินค้าสินค้า ประวัติโรคประจำตัว ประวัติแพ้ยา ซึ่งสามารถนำข้อมูลจากการบันทึกมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทำการตลาด และปรับปรุงการให้บริการได้

### ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key Success Factors)

มีทำเลที่ตั้งอยู่ในคอมมูนิตี้ มอลล์ อยู่ใกล้ชุมชนและหมู่บ้าน สะดวกต่อการเดินทาง มีการให้บริการหลากหลายช่องทาง มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการสื่อสารให้

ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลสำหรับพัฒนาคุณภาพการให้บริการ มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์

### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

**ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง (Politic):** สถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันค่อนข้างสงบแต่ยังไม่มี ความชัดเจนในเรื่องการเลือกตั้งอาจมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและกำลังซื้อสินค้าของผู้บริโภค แต่ยาเป็นสินค้าที่จำเป็นอาจได้รับผลกระทบไม่มากนัก

**ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic):** เศรษฐกิจยังเติบโตต่อเนื่อง การบริโภคของภาคเอกชนยังขยายตัวต่อเนื่องขยายตัวซึ่งจะเป็นผลดีต่อธุรกิจ

**ปัจจัยทางสังคม (Social):** สภาพสังคมปัจจุบันมีความเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ผู้คนดำรงชีวิตด้วยความรีบเร่ง มีพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าและบริการที่สามารถอำนวยความสะดวก และทำให้ผู้บริโภคประหยัดเวลามากขึ้น และอีกประมาณ 5 ปีข้างหน้าประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ซึ่งเป็นโอกาสของร้านยาในการสร้างรายได้จากการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น เน้นการป้องกันรักษาสุขภาพ และรวมทั้งการส่งเสริมการใช้ยาอย่างเหมาะสม

**ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ (Technology):** ปัจจุบันคนไทยมีการใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 8 ในปี พ.ศ. 2555 เป็นร้อยละ 50.5 ในปีพ.ศ. 2559 ซึ่งการขายสินค้าออนไลน์น่าจะสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ดี

### ภาพรวมและแนวโน้มอุตสาหกรรม

สถานการณ์ตลาดยามีการจำหน่ายผ่านร้านขายยาในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าตลาดตั้งแต่ 23.8 พันล้านบาทในปี พ.ศ. 2554 ไปจนถึง 31.45 พันล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 และมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2560 -2562

คาดว่าตลาดยาจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยหนุนจากจำนวนผู้ป่วยโรคเรื้อรัง  
มาตรการควบคุมการเบิกจ่ายในระบบสวัสดิการของข้าราชการและการท่องเที่ยวเชิง  
การแพทย์ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้คาดว่าความต้องการการใช้ยาที่ผ่านการจำหน่ายจาก  
ร้านขายยาจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### **การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Forces Model)**

**การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน:** ในปัจจุบันมีการบังคับใช้  
พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มีการกำหนดให้ต้องมีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาทำการ  
เข้มงวดมากขึ้น หากร้านยาไม่มีเภสัชกรมาประจำร้านตามเวลาที่ขออนุญาต อาจทำให้  
ร้านขายยานั้นต้องปิดตัวลง นอกจากนี้ทำเลก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการแข่งขัน ในพื้นที่ที่  
ทำเลดีมากจะมีจำนวนคู่แข่งมาก

**การคุกคามจากผู้มาใหม่:** แม้ว่าร้านยาที่ได้รับอนุญาตใหม่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง  
แต่เนื่องด้วยข้อกำหนดในการขออนุญาตเข้มงวดมากขึ้นทำให้การเพิ่มขึ้นของร้านขายยา  
ใหม่เป็นไปได้ยาก

**การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน:** สิทธิ 30 บาท สิทธิประกันสังคม หรือ  
สวัสดิการจากองค์กรและประกันชีวิตทำให้ผู้ป่วยจำนวนมากไปใช้บริการตามสิทธิที่  
โรงพยาบาลเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามร้านขายยาก็ยังเป็นช่องทางที่ประชาชนจะเลือกใช้  
บริการเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยไม่รุนแรง โดยการเข้ารับบริการจากร้านขายยามี  
มูลค่าประมาณร้อยละ 20 ของตลาดยา

**อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ:** ร้านขายยาใคร่พู่มีกำหนดราคาขายของสินค้าที่  
ชัดเจนไม่สามารถต่อรองเพื่อให้ได้ราคาที่ถูกลงได้ ดังนั้นอำนาจต่อรองของผู้ซื้อจึงต่ำ  
แต่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าจากร้านที่ขายถูกกว่าได้

**อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ:** ในปัจจุบันมีร้านขายยาที่เป็นร้านขายส่งเพิ่มขึ้น ทำให้มีแหล่งซื้อมาและสินค้าได้หลากหลายมากขึ้น สามารถเปรียบเทียบราคาเพื่อเลือกซื้อจากแหล่งที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสมที่สุดได้

### **การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)**

การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะตามประชากรศาสตร์ แบ่งได้เป็น กลุ่มคนทุกเพศ อายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไป ทุกอาชีพ ทุกช่วงรายได้

การแบ่งส่วนการตลาดตามด้านภูมิศาสตร์ แบ่งตามทำเลที่ตั้ง ได้แก่กลุ่มคนที่อยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ที่พักออาศัย กลุ่มคนที่ไปห้างสรรพสินค้า

การแบ่งตามรูปแบบการดำรงชีวิต คือเป็นกลุ่มคนที่มีความเร่งรีบ ต้องการความสะดวกสบาย และกลุ่มคนที่ต้องการปกป้องข้อมูลการซื้อสินค้า

การแบ่งตามพฤติกรรมศาสตร์ แบ่งตามช่วงเวลาในการซื้อสินค้า ความสนใจในผลิตภัณฑ์สุขภาพ ความสนใจในการดูแลสุขภาพ

### **ตลาดเป้าหมาย (Target Market)**

กลุ่มคนวัยทำงานตั้งแต่อายุ 15 – 59 ปี ที่ตนเอง หรือบุคคลใกล้ชิด ได้แก่ พ่อ แม่ ญาติ คู่สมรส บุตร มีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อย ต้องการยาและเวชภัณฑ์ในการดูแล รักษาอาการเจ็บป่วย

กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงานทั่วไป อายุตั้งแต่ 13 -59 ปี วัยเกษียณ อายุมากกว่า 60 ปี ที่ต้องการวิตามิน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับดูแลและบำรุงสุขภาพ

กลุ่มสตรีตั้งแต่อายุ 13 -35 ปีขึ้นไป ที่มีปัญหาผิวและสตรี ตั้งแต่อายุ 30 ขึ้นไป ที่มีปัญหาผิว ริ้วรอย ต้องการผลิตภัณฑ์สำหรับบำรุงรักษาผิวให้ดูกระจ่างใส ริ้วรอย

กลุ่มคนวัยทำงานตั้งแต่อายุ 15 -59 ปี ที่ต้องการซื้อมา และเวชภัณฑ์ให้กับผู้ป่วยโรคเรื้อรังโดยดูจากประวัติการซื้อเดิม

โดยกลุ่มคนเหล่านี้มีความเร่งรีบ ไม่มีเวลาสำหรับการรอคอย หรือมีความไม่สะดวกในการลงจากรถเพื่อซื้อสินค้า หรือเป็นบุคคลที่มีความต้องการปกปิดข้อมูลการซื้อสินค้า ได้แก่ ผู้ที่ต้องการซื้อยาคุม ยาคุมฉุกเฉิน ชุดตรวจครรภ์ หรือผู้ที่ต้องการปกปิดประวัติการเจ็บป่วยขณะรับคำปรึกษา

### **ตำแหน่งของการให้บริการ (Positioning)**

ร้านยาไครฟ์ทรูวางตำแหน่งการให้บริการเปรียบเทียบกับร้านยาใกล้เคียงคือขายสินค้าในราคาใกล้เคียงกับร้านยาพีแอนด์เอฟ ซูเปอร์ครีก แต่ให้บริการด้วยความช่องทางที่แตกต่างซึ่งให้ความสะดวกรวดเร็วและมีการบริการให้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์

### **กลยุทธ์ทางการตลาด**

#### **กลยุทธ์ด้านสินค้า/บริการ**

ด้านสินค้า: จัดให้มีรายการสินค้าที่หลากหลาย เน้นสินค้าที่เสริมสร้างสุขภาพ การป้องกันโรค คัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาด ต้นทุนเหมาะสม มีการบริหารจัดการคลังสินค้าที่มีคุณภาพให้มีสินค้าเพียงพออยู่เสมอ

ด้านบริการ: มีจุดให้บริการ 3 ส่วน คือ ส่วนให้บริการและให้คำปรึกษาภายในร้านยา ส่วนรับคำสั่งซื้อสินค้าไครฟ์ทรู และส่วนรับสินค้าไครฟ์ทรู มีระบบสมาชิกเพื่อบันทึกประวัติแพ้ยา และประวัติการซื้อสินค้า มีบริการให้คำปรึกษาและรับคำสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ และแอปพลิเคชัน (ยกเว้นยา) รวมทั้งสามารถนัดหมายเวลารับสินค้าและบริการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน

#### **กลยุทธ์ด้านราคา**

มีการกำหนดราคาขายสินค้าในราคาที่เหมาะสมตามมาตรฐานของราคาตลาด และสอดคล้องกับต้นทุนสินค้า



### กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย/ช่องทางการจัดจำหน่าย

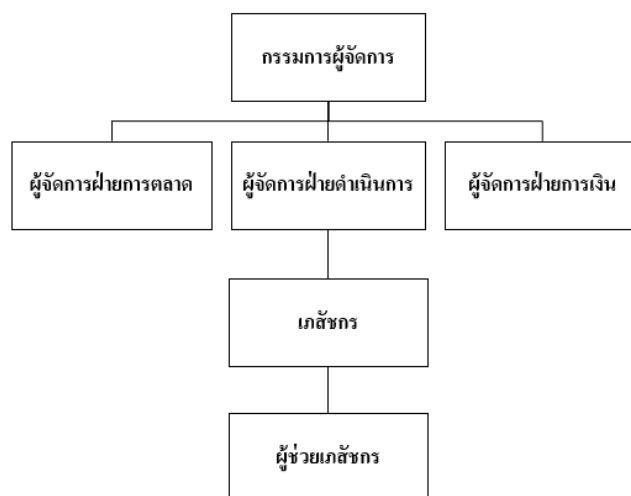
มีการให้บริการจัดจำหน่าย 4 ช่องทาง คือ เคาน์เตอร์ร้านยา ช่องทางโทรศัพท์ โทรทัศน์ และแอปพลิเคชัน (สำหรับสินค้าที่ไม่ใช่ยา)

### กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการขายและโฆษณาประชาสัมพันธ์

จัดให้มีระบบสมาชิกโดยสมาชิกโดยมีการเก็บสะสมแต้มเพื่อแลกของขวัญ และเป็นประโยชน์ในการเก็บประวัติประวัติแพ้ยาและประวัติการซื้อสินค้า จัดให้มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลต่าง ๆ และจัดให้มีบริการให้ความรู้ทางสุขภาพช่องทาง แอปพลิเคชัน เว็บไซต์และเฟสบุค

### โครงสร้างองค์กร

บริษัทเป็นบริษัทขนาดเล็ก มีการแบ่งโครงสร้างองค์กรดังภาพ



### แผนทางด้านบุคลากร

บริษัทมีพนักงานประจำ (フルタイム) จำนวน 3 คน คือ เกสัชกร 1 คน และผู้ช่วย เกสัชกร 2 คน และมีเกสัชกร พาร์ทไทม์ 1 คน และในปีที่ 3 บริษัทมีแผนการที่จะจ้าง เกสัชกรประจำเพิ่มอีก 1 ตำแหน่ง

## การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของธุรกิจ

**จุดแข็ง:** สามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว สะดวก มีระบบเก็บฐานข้อมูล ประวัติการแพ้ยา ประวัติการซื้อสินค้า มีการให้ความรู้ทางด้านสุขภาพผ่านทางแอปพลิเคชัน มีเภสัชกรประจำตลอดเวลาทำการ มีผู้บริหารที่มีประสบการณ์ และเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง

**จุดอ่อน:** เป็นร้านยาเปิดใหม่ชนิดและจำนวนของสินค้าอาจไม่ครบถ้วนตามความต้องการของผู้บริโภค อาจใช้เวลาในการสำหรับผู้บริโภคในการยอมรับและมาใช้บริการ

**โอกาส:** ท่าเลที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ใกล้ตลาดและหมู่บ้าน เพิ่มโอกาสจำนวนผู้มาใช้บริการ มีที่จอดรถของห้างสรรพสินค้ารวมทั้งมีที่สำหรับรถขับเข้าออกซึ่งเพิ่มความสะดวกต่อผู้ให้บริการ

**อุปสรรค:** ผู้บริโภคใช้บริการสวัสดิรัฐ ทำให้รายได้จากการจำหน่ายยาอาจไม่สูงมากนัก ข้อกำหนดของกฎหมายในการห้ามโฆษณาและห้ามขายยานอกสถานที่จึงต้องระวังเป็นพิเศษในให้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพและขายสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน

## แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 3,000,000 บาท เป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมดคือ 3,000,000 บาท นำมาใช้ในการลงทุนในสินทรัพย์ ได้แก่ ร้านยา ชั้นวางยา อุปกรณ์อื่นๆ ที่จำเป็นในร้านยา ใช้สำหรับสต็อกสินค้า และเป็นเงินทุนหมุนเวียน บริษัทมีนโยบายจ่ายปันผลเมื่อบริษัทมีกำไร โดยจ่ายปันผลร้อยละ 10 ของกำไรสุทธิ จากการประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ธุรกิจสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาเท่ากับ 1 ปี 6 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 2,994,389 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับ 49%

## บรรณานุกรม

ธนาคารแห่งประเทศไทย. ข่าว ธปท. ฉบับที่ 70/2560. แถลงข่าวเศรษฐกิจและการเงิน  
เดือน พฤศจิกายน ปี 2560. สืบค้นวันที่ 10 มกราคม 2561, จาก

[https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/PressRelease/PressRelease2557/PressThai\\_November2560\\_CX259.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/PressRelease/PressRelease2557/PressThai_November2560_CX259.pdf)

มติพิพิธ เยี่ยมชาญชัย. (2556). แผนธุรกิจร้านยา คลังยาเชิงการค้า. การค้นคว้าอิสระ  
ปริญญา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส. ผส.). (2559). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย.  
สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2561, จาก <http://thaitgri.org/?p=38427>

วิจัยกรุงศรี. (2560). อุตสาหกรรมยา. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2561, จาก

[https://www.krungsri.com/bank/getmedia/2ee02996-1185-4c5a-a6c8-0384ce5ee41b/IO\\_Pharmaceutical\\_2017\\_TH.aspx](https://www.krungsri.com/bank/getmedia/2ee02996-1185-4c5a-a6c8-0384ce5ee41b/IO_Pharmaceutical_2017_TH.aspx)

สภาเภสัชกรรม. (2559). จี พี พี (GPP) กับงานบริการในร้านยา. สืบค้นเมื่อวันที่ 16  
มกราคม 2561, จาก [http://papc.pharmacycouncil.org/share/file/file\\_1780](http://papc.pharmacycouncil.org/share/file/file_1780).

ระบบคุณภาพกับงานบริการในร้านยา(16พค59)นครปฐม2.0.pdf

สภาเภสัชกรรม. มาตรฐานร้านยา. ค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2561, จาก

<http://www.pharmacycouncil.org/index.php?option=content&menuid=39>

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. (2558). คู่มือสำหรับ

ประชาชน : การขออนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มกราคม  
2561, จาก <https://www.info.go.th/Guide/GenerateCitizenGuideFront/2747>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. (2560). สถิติผู้รับอนุญาต

ด้านยาทั่วประเทศ. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2561, จาก

<http://www.fda.moph.go.th/sites/drug/SitePages/ข้อมูลเชิงสถิติ.aspx>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). แนวโน้มคนไทยใช้สมาร์ตโฟนมากขึ้น. ค้นเมื่อวันที่ 26

มกราคม 2561, จาก [http://www.nso.go.th/sites/2014/Lists/Activity/Attachments/](http://www.nso.go.th/sites/2014/Lists/Activity/Attachments/120/A24-05-60.pdf)

[120/A24-05-60.pdf](http://www.nso.go.th/sites/2014/Lists/Activity/Attachments/120/A24-05-60.pdf)

อุทัย อะเคเดมี่. (2559). มูลค่าตลาดยาและเวชภัณฑ์ในเมืองไทยเป็นเท่าไร?. สืบค้นเมื่อ

วันที่ 6 มกราคม 2561, จาก <https://utaiacademy.wordpress.com/2016/08/31/>

[มูลค่าตลาดยาและเวชภัณฑ์/](https://utaiacademy.wordpress.com/2016/08/31/)