บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจร้านขายยาแห่งหนึ่งในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดและเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการทำธุรกิจร้านขายยาแห่งหนึ่งในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

4.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดในการทำธุรกิจร้านขายยาในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

การสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ทราบถึงลักษณะหรือกลุ่มลูกค้าที่จะมาใช้บริการ ดังนั้นข้อมูลจึงประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ช่วงอายุของสมาชิกในครอบครัว อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ระยะห่างระหว่างบ้านหรือที่ทำงานกับร้านขายยา ซึ่งรายละเอียดแต่ละหัวข้อเป็นดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	51	42.5
หญิง	69	57.6
รวม	**120**	**100**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	24	20
21 - 30 ปี	46	38.3
31- 50 ปี	30	25
มากกว่า 50 ปี	20	16.7
รวม	**120**	**100**
สถานภาพ		
โสด	64	53.3
สมรส	41	34.2
หม้าย หรือ หย่าร้าง	15	12.5
รวม	**120**	**100**
ช่วงอายุของสมาชิกในครอบครัว		
0 - 10 ปี	33	10.7
11 - 20 ปี	51	16.6
21 - 30 ปี	68	22.1
31 - 40 ปี	42	13.7
41 - 50 ปี	58	18.9
มากกว่า 50 ปี	55	18.0
รวม	**307**	**100**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
ธุรกิจส่วนตัว	24	20
พนักงานบริษัทเอกชน	31	25.8
รับราชการ	17	14.2
อาชีพอิสระ เช่นวิศวกร ทนายความ	3	2.5
ไม่ได้ทำงาน เช่น นักเรียน แม่บ้าน	45	37.5
รวม	**120**	**100**
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 5,000 บาท	30	25
5,001 - 10,000 บาท	43	35.8
10,001 - 15,000 บาท	29	24.2
15,001 - 20,000 บาท	7	5.8
20,001 - 25,000 บาท	5	4.2
มากกว่า 25,000 บาท	6	5
รวม	**120**	**100**
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	12	10
มัธยมศึกษา	37	30.8
ปริญญาตรี	70	58.3
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.8
รวม	**120**	**100**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะห่างจากบ้านหรือที่ทำงานกับร้านขายยา		
น้อยกว่า 100 เมตร	19	15.8
100 - 500 เมตร	30	25
501 - 1 กิโลเมตร	30	25
1 - 5 กิโลเมตร	28	23.3
5 - 10 กิโลเมตร	8	6.7
มากกว่า 10 กิโลเมตร	5	4.2
รวม	**120**	**100**

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการร้านขายยา ในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 120 ตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.5 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.5

จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.3 ลำดับรองลงมา อายุ 31-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 ลำดับถัดมามีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 และลำดับสุดท้ายมีอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.7

จำแนกตาม สถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 34.2 และ สถานภาพหม้าย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

จำแนกตามช่วงอายุของสมาชิกในครอบครัว พบว่า สมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.1 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41 -50 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.9 ช่วงอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 18 ช่วงอายุ 11 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.6 ช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.7 และช่วงอายุ 0 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่ได้ทำงาน เช่น นักเรียน นักศึกษา แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.8 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 20 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 14.2 และอาชีพอิสระ เช่น วิศวกร ทนายความ แพทย์ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25 รายได้ 10,001 -15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.2 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.8 รายได้มากกว่า 25,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 5 และรายได้ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.3 ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 30.8 ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 0.8

จำแนกตามระยะห่างระหว่างบ้านหรือที่ทำงานกับร้านขายยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ห่างจากร้านขายยา 101 – 500 เมตร และ 501 – 1 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 25 เท่ากัน รองลงมาอยู่ห่างจากร้านขายยา 1 – 5 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 23.3 อยู่ห่างจากร้านขายยาน้อยกว่า 100 เมตร คิดเป็นร้อยละ 15.8 อยู่ห่างจากร้านขายยา 5 – 10 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 6.7 และอยู่ห่างจากร้านขายยามากกว่า 10 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

4.1.2 พฤติกรรมในการใช้บริการร้านขายยาของกลุ่มตัวอย่าง

ศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการร้านขายยาของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ความถี่ในการซื้อยา ประเภทของร้านขายยาที่มักจะใช้บริการ เวลาที่ไปซื้อยา สินค้าที่มักซื้อจากร้านขายยา ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากร้านขายยา ค่าใช้จ่ายด้านยาในระยะเวลาหนึ่งเดือน การรับรู้ว่าคนขายยาเป็นเภสัชกร การมีร้านขายยาเจ้าประจำ ความพอใจผลการรักษาจากยาที่ซื้อจากร้านขายยา ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาการซื้อยาครั้งสุดท้าย		
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	34	28.3
น้อยกว่า 1 เดือน	46	38.3
3 เดือนที่ผ่านมา	19	15.8
6 เดือนที่ผ่านมา	7	5.8
มากกว่า 6 เดือน	14	11.7
รวม	**120**	**100**
ประเภทร้านขายยาที่เลือกใช้บริการ		
ร้านขายยาในห้างสรรพสินค้า	12	10
ร้านขายยาที่มีหลายสาขา	14	11.7
ร้านขายยาในชุมชนใกล้บ้าน	80	66.6
ร้านขายยาหน้าโรงพยาบาล	14	11.7
รวม	**120**	
ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ		
8.00 – 12.00 น.	19	15.8
12.00 – 13.00 น.	7	5.8
13.00 – 17.00 น.	14	11.7
17.00 – 19.00 น.	48	40
19.00 – 22.00 น.	32	26.7
รวม	**120**	**100**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา		
ยาแผนปัจจุบัน	113	43.8
อาหารเสริมสุขภาพและวิตามิน	66	25.6
อุปกรณ์การแพทย์	14	5.4
เวชสำอาง	28	10.9
ผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก	7	2.7
ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	19	7.4
ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น สบู่ ยาสีฟัน	11	4.2
รวม	**258**	**100**
จำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการ		
1	62	51.7
2	37	30.8
3	12	10
4	2	1.7
มากกว่า 4	7	5.8
รวม	**120**	**100**
ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากร้านยา		
1 - 100 บาท	43	35.8
101 - 200 บาท	53	44.2
201 - 300 บาท	18	15
มากกว่า 300 บาท	6	5
รวม	**120**	**100**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การรับรู้ว่าคนขายเป็นเภสัชกร		
เป็นเภสัชกร	96	80
ไม่ใช่เภสัชกร	4	3.3
ไม่แน่ใจ	20	16.7
รวม	**120**	**100**
การเลือกร้านขายยา		
ร้านเจ้าประจำ	69	57.5
ร้านไหนก็ได้แล้วแต่สะดวก	51	42.5
รวม	**120**	**100**
ความพอใจในผลการรักษาด้วยยาจากร้านขายยา		
ได้ผล 100%	11	9.2
ได้ผลมากกว่า 80%	67	55.8
ได้ผล 50 - 80%	36	30
ได้ผลน้อยกว่า 50%	4	3.3
ไม่ค่อยได้ผลในการรักษา	2	1.7
รวม	**120**	**100**

ที่มา : จากการคำนวณ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านขายยาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านขายยาครั้งสุดท้ายในเวลาน้อยกว่า 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 28.3 ในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 15.8 ในระยะเวลามากกว่า 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจากประเภทของร้านขายยาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการจากร้านขายยาในชุมชนใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือร้านขาย

ยาที่มีหลายสาขาและร้านขายยาหน้าโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 11.7 เท่ากัน และร้านขายยาในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้านขายยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 17.00 – 19.00 น.คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือช่วงเวลา 19.00 – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 26.7 ช่วงเวลา 8.00 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 15.8 ช่วงเวลา 13.00 – 17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 11.7 และช่วงเวลา 12.00 – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาประเภทของสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อยาแผนปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคืออาหารเสริมสุขภาพและวิตามิน คิดเป็นร้อยละ 25.6 เวชสำอาง คิดเป็นร้อยละ 10.9 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 7.4 อุปกรณ์การแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 5.4 ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น สบู่ แชมพู คิดเป็นร้อยละ 4.2 และผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาความถี่ในการใช้บริการร้านขายยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการร้านขายยา 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ใช้บริการ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 10 ใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และใช้บริการ 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณามูลค่าโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าจากร้านขายยาแต่ละครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านขายยามูลค่า 101 – 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมาคือมูลค่า 1- 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 43 มูลค่า 201 – 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 18 และ มูลค่ามากกว่า 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาความรับรู้ว่าซื้อยาจากคนขายที่เป็นเภสัชกรหรือไม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าคนที่ขายยาให้เป็นเภสัชกร คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาไม่แน่ใจว่าคนขายเป็นเภสัชกร คิดเป็นร้อยละ 16.7 และทราบว่าคนขายไม่ใช่เภสัชกร คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาความพอใจจากผลการรักษาจากยาที่ซื้อจากร้านขายยาที่สามารถบำบัดโรคได้ตรงตามความต้องการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่ายาสามารถรักษาได้ผลมากกว่า 80% คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคิดว่ารักษาได้ผล 50 – 80 % คิดเป็นร้อยละ 30 คิดว่ารักษาได้ผล 100% คิดเป็นร้อยละ 9.2 คิดว่าได้ผลน้อยกว่า 50% คิดเป็นร้อยละ 3.3 และคิดว่าไม่ค่อยได้ผลในการรักษา คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.1.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา โดยให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนตามลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากรและด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาเป็นดังนี้

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ว่ามีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาคือมีความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.67 มีความสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.16 และมีความสำคัญน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.42 และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 3.65 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ว่ามีความสำคัญมาก

พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับหนึ่งคือ มียาคุณภาพดี ลำดับที่สองคือ มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก ลำดับที่สามคือ มียาหลายยี่ห้อให้เลือก ลำดับที่สี่คือ สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง ลำดับที่ห้าคือ มีอาหารเสริมสุขภาพจำหน่าย ลำดับที่หกคือ มียาที่มีการโฆษณาจำหน่าย ลำดับที่เจ็ดคือ สามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ ลำดับที่แปดคือ มีเครื่องมือแพทย์ที่ใช้เองได้ที่บ้าน เช่น ปรอทวัดไข้ เครื่องวัดความดัน ลำดับที่เก้าคือ มีสินค้าอุปโภค เช่น แปรงสีฟัน จำหน่าย และลำดับสุดท้ายคือ มีผลิตภัณฑ์นมจำหน่ายด้วย ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					คะแนน	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	เฉลี่ย	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์							
1. มียาคุณภาพดี	66 (55.00)	45 (37.50)	9 (7.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.47	สำคัญมาก
2. มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก	36 (30.00)	55 (45.83)	28 (23.33)	1 (0.84)	0 (0.00)	4.05	สำคัญมาก
3. มียาหลายยี่ห้อให้เลือก	32 (26.70)	62 (51.70)	24 (20.00)	2 (1.60)	0 (0.00)	4.03	สำคัญมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
4. มียาที่มีการโฆษณาจำหน่าย	14 (11.70)	54 (45.00)	47 (39.20)	4 (3.30)	1 (0.80)	3.63	สำคัญมาก
5. สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง	30 (25.00)	49 (40.83)	31 (25.83)	10 (8.34)	0 (0.00)	3.83	สำคัญมาก
6. มีเครื่องมือแพทย์ที่ใช้เองที่บ้าน เช่น ปรอทวัดไข้ เครื่องวัดความดัน	15 (12.50)	38 (31.70)	44 (36.70)	16 (13.30)	7 (5.80)	3.32	สำคัญปานกลาง
7. มีสินค้าอุปโภค เช่น แปรงสีฟัน จำหน่าย	10 (8.30)	28 (23.30)	44 (36.70)	26 (21.70)	12 (10.00)	2.98	สำคัญปานกลาง
8. มีผลิตภัณฑ์นมจำหน่ายด้วย	8 (6.70)	32 (26.70)	34 (28.30)	32 (26.70)	14 (11.60)	2.90	สำคัญปานกลาง
9. สามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้	19 (15.82)	42 (35.00)	37 (30.84)	16 (13.34)	6 (5.00)	3.43	สำคัญปานกลาง
10. มีอาหารเสริมสุขภาพจำหน่าย	18 (15.00)	66 (55.00)	32 (26.70)	3 (2.50)	1 (0.80)	3.81	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยร้อยละ	20.67	39.25	27.50	9.16	3.42	3.65	สำคัญมาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

2) ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ว่ามีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 32.32 รองลงมาคือมีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.40 มีความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.78 มีความสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 10.42 และมีความสำคัญน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.08 และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา เท่ากับ 3.58 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาว่ามีความสำคัญมาก

พิจารณาปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับหนึ่งคือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ลำดับที่สองคือ ราคาใกล้เคียงดับร้านอื่น ๆ ลำดับที่สามคือ มียาให้เลือกหลายราคา ลำดับที่สี่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

คือ มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อมูลค่ามาก ลำดับที่ห้าคือ ราคาต่อรองได้ และลำดับสุดท้ายคือ รับชำระด้วยบัตรเครดิต ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ปัจจัยด้านราคา							
1. ราคาใกล้เคียงร้านอื่นๆ	56 (46.67)	50 (41.63)	12 (10.00)	2 (1.70)	0 (0.00)	4.33	สำคัญมาก
2. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	62 (51.63)	42 (35.00)	14 (11.67)	2 (1.70)	0 (0.00)	4.37	สำคัญมาก
3. ราคาต่อรองได้	19 (15.80)	33 (27.50)	39 (32.50)	18 (15.00)	11 (9.20)	3.26	สำคัญปานกลาง
4. รับชำระด้วยบัตรเครดิต	8 (6.70)	19 (15.80)	31 (25.80)	28 (23.30)	34 (28.40)	2.49	สำคัญน้อย
5. มียาให้เลือกหลายราคา	22 (18.30)	50 (41.70)	30 (25.00)	13 (10.80)	5 (4.20)	3.59	สำคัญมาก
6. มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก	23 (19.20)	38 (31.70)	38 (31.70)	12 (10.00)	9 (7.40)	3.45	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยร้อยละ	26.40	32.32	22.78	10.42	8.08	3.58	สำคัญมาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3) ปัจจัยด้านสถานที่

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ ว่ามีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 42.51 รองลงมาคือมีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.14 มีความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.93 มีความสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.87 และมีความสำคัญน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.55 และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่ เท่ากับ 3.99 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ว่ามีความสำคัญมาก

พิจารณาปัจจัยด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับหนึ่งคือ อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ลำดับที่สองคือ ร้านจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ ลำดับที่สามคือ ร้านตกแต่งสะอาด น่าเข้า ลำดับที่สี่คือ มีระบบปรับอากาศ ร้านดูสว่าง ลำดับที่ห้าคือ เป็นทางผ่าน ลำดับที่หกคือ มีที่จอดรถ และลำดับสุดท้ายคือ ร้านมีขนาดใหญ่ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ปัจจัยด้านสถานที่							
1. อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	81 (67.50)	35 (29.20)	4 (3.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.64	สำคัญมากที่สุด
2. เป็นทางผ่าน	36 (30.00)	47 (39.20)	28 (23.30)	8 (6.70)	1 (0.80)	3.91	สำคัญมาก
3. ร้านมีขนาดใหญ่	19 (15.80)	34 (28.30)	50 (41.70)	13 (10.80)	4 (3.40)	3.42	สำคัญปานกลาง
4. ร้านตกแต่งสะอาด น่าเข้า	33 (27.50)	68 (56.70)	17 (14.20)	1 (0.80)	1 (0.80)	4.09	สำคัญมาก
5. มีระบบปรับอากาศ ร้านดูสว่าง	29 (24.17)	65 (54.17)	23 (19.16)	2 (1.67)	1 (0.83)	3.97	สำคัญมาก
6. ร้านจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่เป็นระเบียบ	40 (33.33)	64 (53.33)	13 (10.83)	2 (1.68)	1 (0.83)	4.17	สำคัญมาก
7. มีที่จอดรถ	32 (26.70)	44 (36.70)	26 (21.70)	13 (10.80)	5 (4.10)	3.71	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยร้อยละ	32.14	42.51	18.93	4.87	1.55	3.99	สำคัญมาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4) ปัจจัยด้านบุคลากร

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลากร ว่ามีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือมีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 45.00 มีความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 8.34 และมีความสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.16 และเมื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พิจารณาค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคคลากร เท่ากับ 4.38 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลากรว่ามีความสำคัญมาก

พิจารณา ปัจจัยด้านบุคคลากร กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับหนึ่งคือ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิดร้าน ลำดับที่สองคือ พนักงานขายให้คำแนะนำในการใช้ยา และซักถามอาการก่อนให้ยา ลำดับที่สามคือ พนักงานขายมีกิริยามารยาทดี ลำดับที่สี่คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ และลำดับสุดท้ายคือ พนักงานขายแต่งตัวสุภาพ ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ปัจจัยด้านบุคลากร							
1. มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิดร้าน	77 (64.17)	35 (29.17)	8 (6.66)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.58	สำคัญมากที่สุด
2. พนักงานขายมีกิริยามารยาทดี	55 (45.80)	59 (49.20)	6 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.41	สำคัญมาก
3. พนักงานขายให้คำแนะนำการใช้และซักถามอาการก่อนให้ยา	69 (57.50)	48 (40.00)	3 (2.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.55	สำคัญมากที่สุด
4. ความรวดเร็วในการให้บริการ	46 (38.30)	57 (47.50)	17 (14.20)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.24	สำคัญมาก
5. พนักงานขายแต่งกายสุภาพ	32 (26.70)	71 (59.20)	16 (13,30)	1 (0.80)	0 (0.00)	4.12	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยร้อยละ	46.50	45.00	8.34	0.16	0	4.38	สำคัญมาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ว่ามีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 32.19 รองลงมาคือมีความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.53 มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.94 มีความสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.01 และมี

ความสำคัญน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.33 และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 3.34 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความสำคัญปานกลาง

พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับหนึ่งคือ มีการแต่งกายเป็นระเบียบ รู้ว่าคนไหนคนไหนเป็นพนักงานของร้าน ลำดับที่สองคือ มีแผ่นพับให้ความรู้แจก ลำดับที่สามคือ มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน ลำดับที่สี่คือ มีบริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ ลำดับที่ห้าคือ มีบัตรสมาชิกให้ส่วนลด ลำดับที่หกคือ มีการสะสมแต้มค่าใช้จ่ายเพื่อแลกรางวัล ลำดับที่เจ็ดคือ มีการจัดซุ้มส่งเสริมการขาย และลำดับสุดท้าย คือ มีบัตรเติมเงินจำหน่าย ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด							
1. มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดันโลหิต	32 (26.70)	34 (28.30)	37 (30.80)	14 (11.70)	3 (2.50)	3.91	สำคัญมาก
2. มีการแต่งกายเป็นระเบียบ รู้ว่าคนไหนเป็นพนักงานของร้าน	28 (23.33)	62 (51.67)	22 (18.33)	7 (5.83)	1 (0.84)	3.65	สำคัญมาก
3. มีแผ่นพับให้ความรู้แจก	22 (18.33)	54 (45.00)	33 (27.50)	10 (8.33)	1 (0.84)	3.72	สำคัญมาก
4. มีบัตรสมาชิกให้ส่วนลด	17 (14.17)	35 (29.17)	44 (36.66)	17 (14.17)	7 (5.83)	3.32	สำคัญปานกลาง
5. มีการจัดซุ้มส่งเสริมการขาย	8 (6.67)	37 (30.83)	48 (40.00)	18 (15.00)	9 (7.50)	3.14	สำคัญปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
6. มีการสะสมแต้มค่าใช้จ่ายเพื่อแลกรางวัล	16 (13.30)	33 (27.50)	41 (34.20)	18 (15.00)	12 (10.00)	3.19	สำคัญปานกลาง
7. มีบริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์	24 (20.00)	41 (34.20)	32 (26.70)	19 (15.80)	4 (3.30)	3.52	สำคัญมาก
8. มีบัตรเติมเงินจำหน่าย	6 (5.00)	13 (10,83)	36 (30.00)	22 (18.33)	43 (35.84)	2.31	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ยร้อยละ	15.94	32.19	30.53	13.01	8.33	3.34	สำคัญปานกลาง

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 5 ด้านแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านต่าง ๆ เรียงตามคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้ อันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านบุคลากร อันดับสองคือ ปัจจัยด้านสถานที่ อันดับสามคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสี่คือ ปัจจัยด้านราคา และอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา เรียงตามคะแนนเฉลี่ย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ปัจจัยด้านบุคลากร	(46.50)	(45.00)	(8.34)	(0.16)	(0.00)	4.38	สำคัญมาก
2. ปัจจัยด้านสถานที่	(32.14)	(42.51)	(18.93)	(4.87)	(1.55)	3.99	สำคัญมาก
3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	(20.67)	(39.25)	(27.50)	(9.16)	(3.42)	3.65	สำคัญมาก
4. ปัจจัยด้านราคา	(26.40)	(32.32)	(22.78)	(10.42)	(8.08)	3.58	สำคัญมาก
5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	(15.94)	(32.19)	(30.53)	(13.01)	(8.33)	3.34	สำคัญปานกลาง

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจร้านขายยาแห่งหนึ่งในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านขายยาแห่งหนึ่ง เป็นการวิเคราะห์ทางการเงิน ประกอบด้วย การประมาณการต้นทุน ผลตอบแทน และกระแสการไหลเวียนของเงินสด มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value : NPV) อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio : B/C Ratio) ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Payback Period)

4.2.1 การวิเคราะห์ต้นทุนของร้านขายยา

1) ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost)

เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของจำนวนลูกค้าไม่ว่าจะมีลูกค้าเข้าร้านหรือไม่ หรือจะมีลูกค้าเข้าร้านมาซื้อยามากน้อยเพียงไร ก็ยังต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ สามารถแบ่งต้นทุนคงที่สำหรับธุรกิจร้านขายยาได้เป็น 2 ประเภทดังต่อไปนี้

- **ต้นทุนคงที่ในการลงทุน (Fixed Investment Cost)** เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการลงทุนครั้งแรก ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการจัดซื้อทรัพย์สินถาวร สำหรับต้นทุนคงที่ของร้านขายยา มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ประมาณการต้นทุนคงที่ในการลงทุน

ที่	รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)
1	ค่าเช้งอาคารพาณิชย์	35,000
2	ค่าทำประตูกระจกหน้าและหลังร้าน	23,000
3	ค่าตู้ โต๊ะ ชั้นวางยา	60,000
4	ค่าป้ายไฟหน้าร้าน ตู้ไฟล้อเลื่อน ป้ายไฟถนน	23,000
5	ค่าติดตั้งระบบไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ	3,000
6	ค่าเครื่องปรับอากาศขนาด 18000 บีทียู	24,000
7	ค่าเก้าอี้สำนักงาน เก้าอี้ลูกค้า ตู้เก็บเอกสาร	7,000
8	ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ก่อนเริ่มกิจการ	20,000
9	ค่าชั้นวาง และตะแกรงแขวนยา	3,000

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ที่	รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)
10	ค่าสติ๊กเกอร์หน้าร้าน ตู้จดหมาย	1,000
11	ค่าตรายางชื่อร้าน	1,000
12	ตู้เย็นแช่ยา	6,000
13	เครื่องวัดความดันโลหิต	3,000
	รวมทั้งสิ้น	**209,000**

ที่มา : จากการคำนวณ

นอกจากนี้ในปีที่ 6 ทางโครงการต้องลงทุนเพิ่มเติมเนื่องจากวัสดุอุปกรณ์บางอย่างมีอายุการใช้งาน 5 ปี เช่น ป้ายไปโฆษณา สติ๊กเกอร์หน้าร้าน ตู้จดหมาย ตรายางชื่อร้าน เครื่องวัดความดันโลหิต ทำให้ต้องลงทุนเพิ่ม ประมาณ 28,000 บาท

- **ต้นทุนคงที่ในการดำเนินงาน (Fixed Operation Cost)** เป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนคงที่ระหว่างการดำเนินงานได้แก่ ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ ค่าภาษีป้าย ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน เงินเดือนเภสัชกร และพนักงานของร้านขายยา โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ประมาณการต้นทุนคงที่ระหว่างการดำเนินการต่อปีในปีที่ 1

ที่	รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)
1	ค่าเช่าอาคารพาณิชย์	120,000
2	ค่าภาษีป้าย ภาษีโรงเรือน	3,200
3	ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน	2,000
4	ค่าจ้างเภสัชกร	18,0000
5	ค่าจ้างพนักงาน	72,000
	รวม	**377,200**

ที่มา : จากการคำนวณ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ ร้านขายยาจะเช่าอาคารพาณิชย์ในระยะยาว 10 ปี ด้วยอัตราค่าเช่าคงที่เดือนละ 10,000 บาท

ค่าภาษีป้ายและภาษีโรงเรือน เป็นค่าใช้จ่ายในด้านภาษีที่ต้องจ่ายให้แก่เทศบาลตำบลช้างเผือกในอัตราตามที่กฎหมายกำหนดภายในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ค่าภาษีป้าย ไฟขนาด 0.8x1.2 เมตร (ภาษาไทย) รวมป้ายหน้าร้าน จะเสียภาษีรวม 1,200 บาทต่อปี ภาษีโรงเรือนอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น จะเสียภาษีโรงเรือน 2,000 บาท รวมต้องเสียภาษีทั้งหมด 3,200 บาท

ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน เป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายให้กับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเป็นค่าธรรมเนียมรายปี ปีละ 2,000 บาท โดยกำหนดชำระภายในเดือนธันวาคมของทุกปี

ค่าจ้างบุคลากร ได้แก่ ค่าจ้างเภสัชกร เดือนละ 15,000 บาท และค่าจ้างพนักงานในร้าน 1 คน เดือนละ 6,000 บาท ทำให้มีค่าใช้จ่ายส่วนนี้รวม 252,000 บาทต่อปีในปีที่ 1 และกำหนดว่าอัตราค่าจ้างจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ต่อปี

2) ต้นทุนแปรผัน (Variable Cost)

ต้นทุนแปรผัน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการผลิต การบริหาร การขายและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่แปรเปลี่ยนตามการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย นั่นคือ ยิ่งมีลูกค้าจำนวนมาก ค่าใช้จ่ายประเภทนี้จะยิ่งสูงตาม ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จัดเป็นต้นทุนแปรผันของธุรกิจร้านขายยา คิดเป็นร้อยละ 65 ของยอดขายอ้างอิงจากการสอบถามผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ประมาณการต้นทุนแปรผัน

รายการ	ต้นทุนแปรผันต่อยอดขาย(ร้อยละ)
ต้นทุนค่ายาเวชภัณฑ์	60.00
ค่าคอมมิชชั่นบุคลากร	2.00
ค่าส่งเสริมการขาย	1.00
ค่าสาธารณูปโภค	1.50
ค่าอุปกรณ์สำนักงานสิ้นเปลือง	0.50
รวม	**65.00**

ที่มา : จากการสอบถามผู้ประกอบการและการคำนวณ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ต้นทุนค่าเวชภัณฑ์ ค่าคอมมิชชั่นบุคลากรและค่าส่งเสริมการขาย ได้มาจากการประมาณการและนโยบายของร้านขายยาที่จะกำหนดราคาขายสินค้าให้มีกำไรร้อยละ 35 จากยอดขาย และมีการกำหนดค่าคอมมิชชั่นให้กับพนักงานทุกคนเพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานและอยู่กับร้านตลอดอายุโครงการ ทั้งนี้มีการกำหนดค่าคอมมิชชั่นให้กับเภสัชกรในอัตราร้อยละ 1.50 พนักงานในร้านร้อยละ 0.50 รวมเป็นร้อยละ 2.00 ของยอดขาย(เหตุผลที่ต้องให้อัตราค่าคอมมิชชั่นกับเภสัชกรสูงกว่าเนื่องจากร้านขายยาของโครงการต้องการให้มีระบบการบริบาลเภสัชกรรมที่สมบูรณ์ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของการให้บริการที่มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อยาของผู้บริโภค งานที่เภสัชกรต้องทำในการให้บริการด้านยาจึงมีมากกว่างานของพนักงานของร้าน) นอกจากนี้ทางร้านยังได้กำหนดค่าส่งเสริมการขายเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายและคืนกำไรให้ผู้บริโภคโดยกำหนดค่าใช้จ่ายส่วนนี้ไว้ที่ร้อยละ 1.00 ของยอดขาย

ค่าสาธารณูปโภค ประกอบไปด้วย ค่าโทรศัพท์ ค่าไฟฟ้า และค่าประปา ได้มาจากการสอบถามจากผู้ประกอบการที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านขายยาที่คล้ายกับโครงการจำนวน 3 ราย และนำข้อมูลมาคำนวณเพื่อหาค่าเฉลี่ย คิดเป็นค่าใช้จ่ายร้อยละ 1.50 ของยอดขาย

ค่าวัสดุสำนักงานสิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายส่วนนี้เป็นวัสดุสิ้นเปลืองที่ต้องใช้ไปในการดำเนินกิจการ เช่น ซองใส่ยา สมุดเช็คธนาคาร ปากกา ดินสอ ยางลบ ลวดเย็บกระดาษ อุปกรณ์เพื่อทำความสะอาดร้าน เป็นต้น จากการสอบถามจากผู้ประกอบการที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านขายยาที่คล้ายกับโครงการจำนวน 3 ราย และนำข้อมูลมาคำนวณเพื่อหาค่าเฉลี่ย คิดเป็นค่าใช้จ่ายร้อยละ 0.50 ของยอดขาย

ตารางที่ 4.12 ค่าใช้จ่ายในการลงทุนปีที่ 0 ของธุรกิจร้านขายยา

รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)
ต้นทุนคงที่ในการลงทุน	
- ค่าแช้งอาคารพาณิชย์	35,000
- ค่าทำประตูกระจกหน้าและหลังร้าน	23,000
- ค่าตู้ โต๊ะ ชั้นวางยา	60,000
- ค่าป้ายไฟหน้าร้าน ตู้ไฟล้อเลื่อน ป้ายไฟถนน	23,000
- ค่าติดตั้งระบบไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ	3,000
- ค่าเครื่องปรับอากาศขนาด 18000 บีทียู	24,000

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)
- ค่าเก้าอี้สำนักงาน เก้าอี้ลูกค้า ตู้เก็บเอกสาร	7,000
- ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ก่อนเริ่มกิจการ	20,000
- ค่าชั้นวาง และตะแกรงแขวนยา	3,000
- ค่าสติ๊กเกอร์หน้าร้าน ตู้จดหมาย	1,000
- ค่าตรายางชื่อร้าน	1,000
- ตู้เย็นแช่ยา	6,000
- เครื่องวัดความดันโลหิต	3,000
รวมต้นทุนคงที่ในการลงทุนในปีที่ 0 ทั้งหมด	**209,000**

ที่มา : จากการคำนวณ

ดังนั้น สามารถคำนวณค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมดในปีแรกของธุรกิจร้านขายยาได้ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในปีที่ 1 ของธุรกิจร้านขายยา

รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)	หมายเหตุ
1) ต้นทุนคงที่ในการดำเนินการต่อปี		
- ค่าเช่าอาคารพาณิชย์	120,000	อัตราคงที่ตลอดอายุโครงการ
- เงินเดือนบุคลากร	252,000	ค่าจ้างเพิ่มร้อยละ 4 ต่อปี
- ค่าภาษีป้าย ภาษีโรงเรือน	3,200	อัตราคงที่ตลอดอายุโครงการ
- ค่าธรรมเนียมการขออนุญาตร้านขายยา	2,000	อัตราคงที่ตลอดอายุโครงการ
รวม	377,200	
2) ต้นทุนแปรผัน		
- ค่ายาและเวชภัณฑ์	649,153.75	ร้อยละ 60 ของยอดขาย
- ค่าคอมมิชชั่นบุคลากร	21,638.46	ร้อยละ 2 ของยอดขาย
- ค่าส่งเสริมการขาย	10,819.23	ร้อยละ 1 ของยอดขาย
- ค่าสาธารณูปโภค	16,228.84	ร้อยละ 1.5 ของยอดขาย
- ค่าอุปกรณ์สำนักงานสิ้นเปลือง	5,409.61	ร้อยละ 0.5 ของยอดขาย
รวม	703,249.90	
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในปีที่ 1 ทั้งหมด	1,080,449.90	

ที่มา : จากการคำนวณ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.2 การวิเคราะห์ผลตอบแทนของร้านขายยา

รายได้ต่อปีของร้านขายยา $= P \times Q$

โดย P คือ ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาต่อคนต่อปี (จากแบบสอบถาม)

Q คือ จำนวนคนที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้านขายยา คำนวณโดย

$$Q = [\frac{R \times Np}{Ns}]$$

R คือ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการร้านขายยาใกล้บ้าน

Np คือ จำนวนประชากรทั้งหมดในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก

Ns คือ จำนวนร้านขายยาทั้งหมดในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือก

จากแบบสอบถาม พบว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อยาต่อคนต่อเดือน เท่ากับ 273.12 บาท ดังนั้น จะได้ว่า P = 273.12 x 12 = 3,277.44 บาทต่อปี

R = 0.667

Np = 9,137 คน

Ns = 12 ร้าน (ร้านขายยาในพื้นที่ 11 ร้าน + ร้านขายยาของโครงการ 1 ร้าน)

รายได้ต่อปีของร้านขายยา = P x Q แทนค่า

$= 3,277.44 \times [\frac{0.667 \times 9,137}{12}]$ = 1,664,496.80 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และจากการสอบถามเจ้าของธุรกิจร้านขายยาที่มีขนาดเท่ากัน 3 ราย ได้ข้อมูลว่า ในช่วงปีแรกของการเปิดร้าน ยังไม่มีคนรู้จักร้านมากนัก ยอดผู้ซื้อโดยประมาณ จะเท่ากับ ร้อยละ 65 ของจำนวนที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และจะเพิ่มจำนวนเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ในปีที่สอง

ดังนั้น จะได้ว่า

รายได้ต่อปีของร้านขายยาในปีแรก = $3,277.44 \times (0.65 \times [\frac{0.667 \times 9,137}{12}])$ = 1,081,922.92 บาท

สำหรับการคำนวณค่าใช้จ่ายในการซื้อยาตั้งแต่ปีที่ 2 เป็นต้นไป สมมติให้ระดับราคาเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 3.4 โดยอ้างอิงจากอัตราเงินเฟ้อทั่วไป ณ เดือน กรกฎาคม 2553 และจำนวนประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีอัตราการเพิ่มคิดเป็นร้อยละ 0.01 จึงมีผลต่อการคำนวณจำนวนผู้มาใช้บริการร้านขายยาด้วย ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 รายได้จากการขายยาต่อปีตลอดอายุโครงการ

ปีที่	ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาต่อคนต่อปี (P)	จำนวนคนที่มาใช้บริการร้านขายยา (Q)	รายได้จากการขายยาต่อปี(บาท) P x Q	หมายเหตุ
0	0.00	0.00	0.00	
1	3,277.44	330.11	1,081,922.92	
2	3,388.87	523.25	1,773,226.23	อัตราการเพิ่มประชากร จ.เชียงใหม่ 0.01%
3	3,504.10	528.48	1,851,846.77	อัตราเงินเฟ้อ 3.4%
4	3,623.23	533.77	1,933,971.48	จำนวนร้านขายยาในเขตเทศบาลต.ช้างเผือกคงที่
5	3,746.42	539.11	2,019,732.49	รูปแบบการบริโภคของประชาชนไม่เปลี่ยนแปลง
6	3,873.80	544.50	2,109,284.10	
7	4,005.51	549.94	2,202,790.17	
8	4,141.70	555.44	2,300,465.85	
9	4,282.52	561.00	2,402,493.72	
10	4,428.12	566.60	2,508972.79	
รวม			**20,184,706.52**	

ที่มา : จากการคำนวณ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.3 การประมาณการต้นทุนและผลตอบแทนตลอดอายุโครงการ (10 ปี)

เมื่อคำนวณประมาณการต้นทุนและผลตอบแทน ตั้งแต่ปีที่ 0 ถึงปีที่สิ้นสุดโครงการ ภายใต้เงื่อนไขต่อไปนี้ ระดับราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 9 ต่อปี อัตราการเพิ่มประชากรเท่ากับร้อยละ 0.01 ค่าจ้างบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ต่อปี จำนวนร้านขายยาในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือกคงที่ และรูปแบบการบริโภคของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือกไม่เปลี่ยนแปลง จะได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงต้นทุนและผลตอบแทนตลอด 10 ปี

ปีที่	ค่าใช้จ่ายรวมต่อปี (บาท)	รายได้จากการขายยาต่อปี (บาท)	หมายเหตุ
0	209,000.00	0.00	
1	1,080,449.90	1,081,922.92	
2	1,539,877.05	1,773,226.23	ประชากรเพิ่มร้อยละ 0.01
3	1,601,463.60	1,851,846.77	อัตราเงินเฟ้อ 3.4%
4	1,665,747.19	1,933,971.48	ค่าจ้างบุคลากรเพิ่มขึ้นปีละ 4%
5	1,732,830.48	2,019,732.49	จำนวนร้านขายยาในเขตเทศบาล
6	1,830,831.20	2,109,284.10	ต.ช้างเผือกคงที่
7	1,875,874.00	2,202,790.17	รูปแบบการบริโภคของประชาชน
8	1,952,117.61	2,300,465.85	ในเขตเทศบาลต.ช้างเผือกไม่เปลี่ยน
9	2,031,700.32	2,402,493.72	แปลง
10	2,114,706.89	2,508972.79	
รวม	**17,634.589.23**	**20,184,706.52**	

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3 การวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อหาค่าต่าง ๆ ที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน

จากการประมาณการต้นทุนและผลตอบแทนของร้านขายยา เมื่อนำมาทำการวิเคราะห์เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุน ได้ผลดังนี้

1) มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV)

$$NPV = \sum_{t=1}^{10} \frac{B_t}{(1+0.08)^t} - \sum_{t=1}^{10} \left[\frac{C_t}{(1+0.08)^t} + C_0\right]$$

= 13,009,583.26 – 11,503,447.13

= 1,506,136.14 บาท

ซึ่ง NPV มีค่ามากกว่าศูนย์ ดังนั้นธุรกิจร้านขายยาจึงคุ้มค่าในการลงทุน

(วิธีคำนวณแสดงในภาคผนวก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)

จากการศึกษาพบว่า ไม่ว่าจะคำนวณโดยวิธีลองผิดลองถูก หรือให้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ประมวลผล ก็จะได้ค่า IRR เท่ากับ ร้อยละ71.25 เท่ากัน โดยวิธีลองผิดลองถูกนั้นจะเป็นการคำนวณหาอัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเป็น ศูนย์ ดังแสดงในสูตร

นั่นคือ $$\sum_{t=1}^{10} \frac{Bt}{(1+IRR)^t} - \sum_{t=1}^{10} \left[\frac{C_t}{(1+IRR)^t} + C_0\right] = 0$$

แทนค่า IRR = ร้อยละ 72

จะได้ NPV = 2,137,748.82 – 2,140,907.13 = -3,158.32

แทนค่า IRR = ร้อยละ 70

จะได้ NPV = 2,207,481.21 – 2,202,007.35 = 5,473.86

ดังนั้น IRR ที่จะทำให้ NPV = 0 จะต้องอยู่ในช่วงร้อยละ 70 – 72

เมื่อให้ IRR = 71.25344

จะได้ NPV = 2,163,304.36 – 2,163,304.35 = 0.01

ดังนั้น IRR ของธุรกิจร้านขายยา เท่ากับ ร้อยละ 71.25

IRR = 71.25% ซึ่งมากกว่าร้อยละ 8 (อ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (MRR) ของธนาคารแห่งประเทศไทย) ดังนั้นธุรกิจร้านขายยาจึงคุ้มค่าในการลงทุน

3) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio : B/C Ratio)

$$\text{B/C Ratio} = \frac{\sum_{t=0}^{10} \frac{B_t}{(1+0.08)^t}}{\sum_{t=0}^{10} \frac{C_t}{(1+0.08)^t}}$$

= 13,009,538.26/11,503,447.13

= 1.1309

B/C Ratio มีค่ามากกว่า 1 ดังนั้นธุรกิจร้านขายยาให้ผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4) ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Payback Period)

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุน}}{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี}}$$

ค่าใช้จ่ายในการลงทุน เท่ากับ 237,000 บาท

ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 2,550,108.29/10 = 255,010.83 บาท

แทนค่า

ระยะเวลาคืนทุน = 237,000/255,010.83

= 0.93 ปี หรือ 11 เดือน5 วัน (1 ปี คือ365 วัน)

ดังนั้น ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 11 เดือน 5 วัน ซึ่งน้อยกว่าอายุโครงการธุรกิจร้านขายยาจึงคุ้มค่าน่าลงทุน

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจร้านขายยา ณ อัตราคิดลด 8%

การวิเคราะห์ทางการเงิน	ผลการคำนวณ
มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ(NPV)	1,506,136.14 บาท
อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ(IRR)	71.25 %
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน(B/C Ratio)	1.1309
ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ(Payback Period)	11 เดือน 5 วัน

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4 วิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ (Sensitivity Analysis)

ในที่นี้เราจะวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการโดยใช้อัตราคิดลดคงที่ คือ 8% ซึ่งจะทำการวิเคราะห์ใน 2 กรณี ดังนี้

<u>กรณีที่ 1</u> ทำการวิเคราะห์หาต้นทุนที่เพิ่มขึ้นในอัตราสูงสุดที่ธุรกิจยังสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ เมื่อสมมติให้ผลตอบแทนของร้านขายยาคงที่ ณ อัตราคิดลด 8%

<u>กรณีที่ 2</u> ทำการวิเคราะห์หาผลตอบแทนที่ลดลงในอัตราสูงสุดที่ธุรกิจร้านขายยายังสามรถดำเนินกิจการต่อไปได้ เมื่อสมมติให้ต้นทุนของร้านขายยาคงที่ ณ อัตราคิดลด 8%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ ณ อัตราคิดลด 8%

ปัจจัยที่เปลี่ยนแปลง	NPV	B/C Ratio
ต้นทุนเพิ่มขึ้นสูงสุด ร้อยละ 13.092914	0.03	1.00
ผลตอบแทนลดลงสูงสุด ร้อยละ 11.577130	0.07	1.00

ที่มา : จากการคำนวณ (รายละเอียดดูในภาคผนวก)

จากตารางที่ 4.17 เมื่อให้ผลตอบแทนของโครงการคงที่ ณ อัตราคิดลด 8 % และให้ต้นทุนของโครงการ (ในส่วนของต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร) เพิ่มขึ้น พบว่า ต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดประมาณร้อยละ 13.092914 ต่อปี โดยที่เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนยังคงยอมรับได้ จากการที่ต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.092914 ต่อปี พบว่า โครงการมีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 0.03 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.00 และเมื่อให้ต้นทุนของโครงการคงที่ ณ อัตราคิดลด 8 % ขณะเดียวกันให้ผลตอบแทนของโครงการลดลง พบว่า ผลตอบแทนของโครงการสามารถลดลงได้สูงสุดประมาณร้อยละ 11.577130 ต่อปี โดยที่เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนยังคงยอมรับได้ จากการที่ผลตอบแทนของโครงการลดลงร้อยละ 11.577130 ต่อปี พบว่า โครงการมีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 0.07 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.00 ตามลำดับ

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ ณ อัตราคิดลด 8% พบว่า แม้ว่าต้นทุนของโครงการจะเพิ่มขึ้นสูงสุดถึงร้อยละ 13.092914 ต่อปีโดยให้ผลตอบแทนคงที่และผลตอบแทนของโครงการลดลงต่ำสุดถึงร้อยละ 11.577130 ต่อปีโดยที่ต้นทุนคงที่ ธุรกิจร้านขายยาในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือกยังคุ้มค่ากับการลงทุน เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิทั้งสองกรณี มีค่ามากกว่าศูนย์ และ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ 1 วิธีการคำนวณแสดงในภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved