

แผนธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน APPLICATION “YES I CARE”



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจบริการบริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วย ความช่วยเหลือจาก ดร.สุเทพ นิ่มสาย และ อาจารย์กิตติชัย ราชมหา ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา โครงการที่กรุณาให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วย ความละเอียดถี่ถ้วน และ ให้ความกรุณาเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างมาก จึง ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้มอบความรู้และ ประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณเพื่อนสาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรมรุ่น 19B ที่คอยให้ ความช่วยเหลือ สนับสนุน และ ให้กำลังใจที่ดีเสมอมา รวมไปถึง ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัย ที่คอยให้กำลังใจและอยู่เคียงข้างตลอดมาและ ผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวมา ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยหวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่บุคคลที่สนใจทำธุรกิจและหากมี ข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แก่เพียงผู้เดียว

ทัฬหวรรณ ชะณะดี

แผนธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน “เฮสไอแคร์”

BUSINESS PLAN OF ELDERLY CARE SERVICE APPLICATION “YES, I CARE”

ทศวรรษ ระยะเวลา 5950262

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : สุเทพ นุ่มสาย, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ภูมิพัฒน์ มิ่งมาลัยรักษ์, Ph.D.

### บทคัดย่อ

มิใช่เพียงสิ่งประดิษฐ์เท่านั้น ที่ถูกพัฒนาบนพื้นฐานของการใช้นวัตกรรม การบริการต่างๆ ก็ถูกพัฒนาขึ้น เช่นเดียวกับการบริการดูแลผู้สูงอายุที่แพร่หลายในปัจจุบัน Trend และแนวโน้มของผู้สูงอายุที่เพิ่มสูงขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจนในอนาคต เป็นโอกาสของบริการดูแลผู้สูงอายุ โดยใช้เทคโนโลยีทางมือถือ ที่ถือเป็น Screen of Choice ในยุคนี้ เป็นช่องทางในการให้บริการอย่าง Yes, I Care

Yes, I Care เป็นบริการดูแลผู้สูงอายุ ยุคใหม่ที่ประสานเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์ไอที มาเป็นช่องทางในการส่งมอบบริการ ดูแลผู้สูงอายุ ที่สะดวก รวดเร็ว เชื่อถือได้ และ เข้ากับการใช้ชีวิตของคนในยุคดิจิทัล ที่แตกต่างจากบริการที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบันอย่างสิ้นเชิง ด้วยนวัตกรรมการออกแบบแอปพลิเคชันให้เหมาะสมกับผู้ใช้งาน และยังให้ความสำคัญกับผู้มองหาโอกาสในการสร้างรายได้ผ่านการเป็นหนึ่งในผู้ดูแลผู้สูงอายุหรือพาร์ทเนอร์กับ Yes, I Care ในฐานะผู้ดูแลระดับมืออาชีพ

คำสำคัญ : Yes I care the elderly Application / ตำแหน่ง Project Manager

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 การวิเคราะห์แนวโน้ม (Mega Trend)	1
1.2 ความเป็นมาของโครงการพัฒนาแผนธุรกิจ	4
1.3 วิสัยทัศน์ (Visions)	5
1.4 ตัวแบบธุรกิจขั้นแนวคิด Business Model Canvas	7
1.5 การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)	10
1.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force หรือ PESTEL Analysis)	12
1.7 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	14
<b>บทที่ 2 ข้อมูลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง</b>	<b>16</b>
2.1 วิธีการศึกษาวิจัย	16
2.2 สรุปผลดำเนินการขอขออนุญาตวิจัยจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)	18
2.3 สรุปผลการศึกษาวิจัย	18
<b>บทที่ 3 แผนการตลาด</b>	<b>28</b>
3.1 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmentation, Target, Posittioning)	28
3.2 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง	30
3.3 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประกอบทางตลาด (Marketing Mix)	32
3.4 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร	33

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4</b>	
<b>แผนกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และการจัดการทรัพยากรสัมพันธภาพปัญหา</b>	<b>35</b>
4.1 บทวิเคราะห์การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือกระบวนการ	35
4.2 บทวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือกระบวนการ	37
4.3 แผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องและการหาประโยชน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา	37
4.4 แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพยากรสัมพันธภาพปัญหาตามกรอบเวลาและทรัพยากร	38
<b>บทที่ 5</b>	
<b>แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร</b>	<b>39</b>
5.1 ข้อมูลทางธุรกิจ	39
5.2 โครงสร้างองค์กร	39
5.3 แผนด้านบุคลากร	40
5.4 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจ	42
5.5 ประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	44
<b>บทที่ 6</b>	
<b>แผนบริหารจัดการผลิตหรือการบริการ</b>	<b>45</b>
6.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน	45
6.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	47
6.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน	49
6.4 ขั้นตอนการคัดเลือกพนักงานและฝึกอบรมงาน	50
6.5 ขั้นตอนการผลิตแอปพลิเคชัน เสรไอแคร์	51
6.6 ขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์	52
6.7 ภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท	53
<b>บทที่ 7</b>	
<b>แผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุน</b>	<b>59</b>
7.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการ	59

**สารบัญ (ต่อ)**

	<b>หน้า</b>
7.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	60
7.3 สมมติฐานทางการเงิน	62
7.4 การประมาณการรายได้	63
7.5 การประมาณการต้นทุน	64
7.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	65
7.7 แผนการเงิน ประเภทงบกำไรขาดทุน	66
7.8 แผนการเงิน ประเภทงบแสดงฐานะการเงิน	67
7.9 แผนการเงิน ประเภทงบกระแสเงินสด	68
7.10 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน	70
7.11 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนและผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลง ของโครงการแบบ Scenario	73
<b>บทที่ 8</b> แผนบริหารจัดการความเสี่ยง	<b>74</b>
8.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	74
8.2 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยง ที่เกี่ยวข้อง	76
8.3 ข้อจำกัดทางธุรกิจ	77
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>78</b>
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามคั่นคว่ำอิสระ	79
ภาคผนวก ข ภาระหนี้ การชำระเงินต้นและดอกเบี้ย	89
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>95</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	อัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรไทยแบ่งตามช่วงอายุ	1
1.2	การวิเคราะห์ธุรกิจจาก Business Model Canvas	7
1.3	สรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงผลักดันทั้ง 5 ประการ	13
2.1	ปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application	23
2.2	ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application	23
2.3	ปัจจัยด้านช่องทางการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application	24
2.4	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application	24
3.1	การเปรียบเทียบคู่แข่งทางตรง	30
3.2	การเปรียบเทียบคู่แข่งทางอ้อม	31
3.3	แผนกลยุทธ์การตลาดจำแนกรายเดือนในปีที่ 1	34
4.1	แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพยากรเส้นทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร	38
5.1	แสดงตำแหน่ง จำนวน หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรบริษัท เฮสไอแคร์ จำกัด	40
5.2	แสดงถึงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจในปีที่ 1 – ปีที่ 5	43
5.3	แสดงถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจในปีที่ 1	44
6.1	แสดงรายละเอียดและราคาของอุปกรณ์ในสำนักงาน	48
6.2	ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน บริษัท เฮสไอแคร์ จำกัด	49
6.3	ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในโรงงานการผลิตและสำนักงานของบริษัท เฮสไอแคร์ จำกัด	49
6.4	แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานในปีที่ 1 ของ บริษัท เฮสไอแคร์ จำกัด	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
6.5	แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานในปีที่ 2 ของ บริษัท เฮสไอแคร์ จำกัด	56
7.1	แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ	59
7.2	สัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุน	60
7.3	แหล่งที่มาของเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น	60
7.4	อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อของธนาคารพาณิชย์	61
7.5	แสดงรายได้จากการให้บริการตลอด 5 ปี	63
7.6	แสดงราคาต้นทุนจากปริมาณการให้บริการปีที่ 1 – ปีที่ 5	64
7.7	แสดงค่าเสื่อมราคา บริษัท เฮสไอแคร์ จำกัด	64
7.8	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรอบ 5 ปี	65
7.9	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาดในรอบระยะเวลา 5 ปี	65
7.10	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนปีที่ 1 – ปีที่ 5	66
7.11	แสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงินปีที่ 1 – ปีที่ 5	67
7.12	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดปีที่ 1 – ปีที่ 5	68
7.13	แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับ Application ดูแลผู้สูงอายุ Yes, I Care	70
7.14	การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ	73
7.15	ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย	73
8.1	บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	76



## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	แสดงอัตราส่วนการอยู่ลำพังของประชากรในประเทศไทย (หน่วย: ล้านคน)	2
1.2	แสดงอัตราการเติบโตของตลาดโทรศัพท์มือถือและปริมาณการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในปี 2014 - 2017	3
1.3	แสดงอัตราส่วนการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละช่วงเวลาประจำปี 2560	3
1.4	แนวคิด Value Chain	10
1.5	โครงสร้างการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันโดยใช้หลักการของ Five Forces Model	12
2.1	แสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง	17
2.2	แสดงผลดำเนินการการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)	18
2.3	แสดงถึงสัดส่วนคำร้อยละเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
2.4	แสดงถึงสัดส่วนคำร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
2.5	แสดงถึงสัดส่วนคำร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
2.6	แสดงถึงสัดส่วนคำร้อยละอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
2.7	แสดงถึงสัดส่วนคำร้อยละการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
2.8	แสดงถึงสัดส่วนคำร้อยละของรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
2.9	แสดงถึงสัดส่วนคำร้อยละพฤติกรรมในการใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ	21
2.10	แสดงถึงสัดส่วนคำร้อยละของช่องทางในการรับข่าวสาร	22
2.11	แสดงถึงสัดส่วนคำร้อยละของความถี่ในการใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ	22
2.12	แสดงผลการตอบแบบสอบถามในเรื่องความสนใจในการใช้บริการ	25
2.13	แบบสอบถามรายชั่วโมงบ่งบองถึงราคา	26
2.14	แสดงผลการตอบแบบสอบถามในเรื่องของช่องทางการโฆษณา	26
2.15	แสดงผลการตอบแบบสอบถามในเรื่องทางเลือกในการเลือกบริการดูแลผู้สูงอายุ	27
3.1	กำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Position Market)	29
3.2	แสดงการเข้าประชุมกับบริษัท แอดวานซ์อินโฟ	33

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า	
5.1	โครงสร้างองค์กร	39
6.1	แสดงขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท เฮสไอแคร่ จำกัด	45
6.2	แสดงพื้นที่สำนักงาน	47
6.3	ขั้นตอนการคัดเลือกพนักงานและฝึกอบรมงาน	50
6.4	ขั้นตอนการผลิต Application	51
6.5	แสดงภาพตัวอย่าง Application หน้าจอการใช้งานสำหรับพนักงาน	51
6.6	แสดงภาพตัวอย่าง Application หน้าจอการใช้งานสำหรับลูกค้า	52
6.7	ขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์	52

## บทที่ 1

### บทนำ

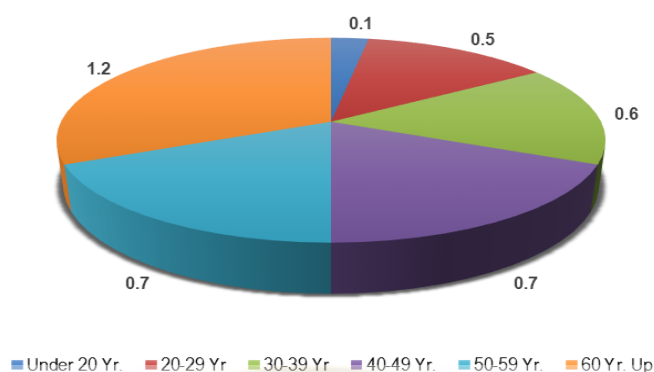
#### 1.1 การวิเคราะห์แนวโน้ม Mega Trend

จำนวนประชากรในปัจจุบัน กล่าวได้ว่าผู้สูงอายุมีส่วนของจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เมื่อเทียบกับอัตราการเกิดและมีแนวโน้มที่จะมีอายุยืนยาวขึ้น จากผลสำรวจของ A.C Nielson ระบุว่าจำนวนผู้สูงอายุทั่วโลกที่มีอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไปจะเพิ่มสูงขึ้น จาก 600 ล้านคน ในปี 2015 เป็น 1 พันล้านคนในปี 2030 หรือในอีก 15 ปีข้างหน้า ซึ่งทวีปเอเชียถือเป็นทวีปที่มีประชากรผู้สูงอายุสูงสุด เมื่อเปรียบเทียบกับทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ ลาตินอเมริกา และอื่นๆ และประเทศไทยเป็นประเทศในอันดับที่ 3 ของทวีปเอเชีย

ตารางที่ 1.1 อัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรไทยแบ่งตามช่วงอายุ  
ที่มา : A.C Nielson Thailand

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2025	2030
Child: 0-14 yrs.	18%	18%	18%	17%	17%	17%	16%	15%
Adult: 15-59 Yrs.	66%	66%	65%	65%	65%	64%	61%	59%
Early Elder: 60-64 Yrs.	5%	5%	6%	6%	6%	6%	7%	7%
Elder: 65 yrs. & Up	11%	11%	11%	12%	12%	13%	16%	19%

ประชากรผู้สูงอายุวัย 65 ปีขึ้นไปมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับอัตราการเกิดและจำนวนประชากรในวัยอื่นๆ ด้วยการแพทย์ที่ทันสมัยและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าส่งผลให้ประชากรมอัตราการใช้ชีวิตที่ยืนยาวขึ้น



ภาพที่ 1.1 แสดงอัตราส่วนการอยู่ลำพังของประชากรในประเทศไทย (หน่วย: ล้านคน)  
ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, (2558)

อ้างอิงข้อมูลจากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2550-2558 พบว่า จำนวนคนที่อยู่คนเดียวในครัวเรือนของไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น ประมาณ 2 ล้านคนในปี 2550 และเพิ่มขึ้นเป็น 3.8 ล้านคนในปี 2558 เมื่อแยกจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่คนเดียวออกตามช่วงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนสูงที่สุด กว่า 1.2 ล้านคน เนื่องด้วยประเทศไทยมีสัดส่วนของผู้เป็นโสดสูงถึง 1.5 ล้านคน

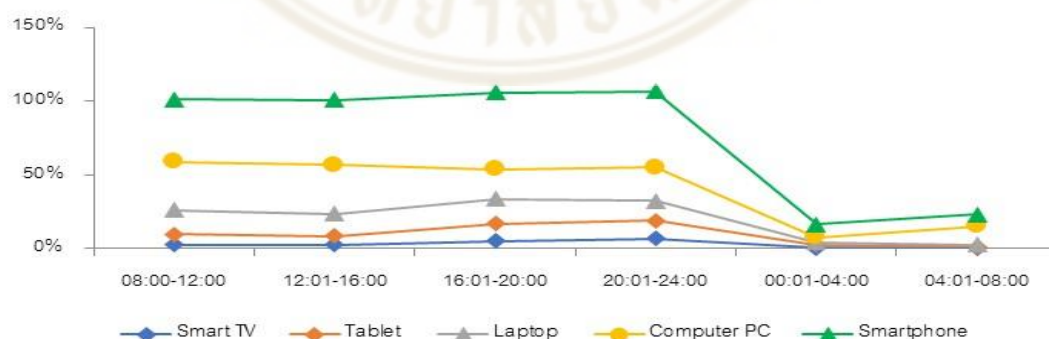
นอกจากนี้ การพัฒนาด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม เป็นหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดแนวคิดของธุรกิจดังกล่าว ด้วยแรงผลักดันด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะคณะรัฐบาลที่พยายามทำประเทศไทยให้เป็นยุคเศรษฐกิจที่ทันสมัย มุ่งเน้นด้านนวัตกรรม เป็นขับเคลื่อนสำคัญให้กับเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายรายหันมาให้ความสำคัญของนวัตกรรมในการพัฒนาทางธุรกิจมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัด เริ่มมีการใช้เครื่องมือสื่อสารมากขึ้น เสมือนเป็นหนึ่งในปัจจัยในการดำเนินชีวิต ทั้งเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เลือกซื้อสินค้า เข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ซึ่งนี่ถือเป็น ปัจจัยสำคัญที่จะผลักดันให้ธุรกิจที่พึ่งพา แอปพลิเคชันอย่าง Yes, I Care สามารถกำเนิดขึ้นมาได้ ข้อมูลอ้างอิงจากบริษัท แอดวานซ์ อินโฟ ประเทศไทยหรือ เอไอเอส ระบุว่าจำนวนของการใช้โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์ไอทีต่างๆ และการใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตแบบ แลนไลน์ และบรอดแบนด์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากยอดซื้อโทรศัพท์มือถือปี 2017 มีอัตราการการเติบโตร้อยละ 13 จากปี 2014 และยอดการใช้จ่ายการให้บริการใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตทั้งบรอดแบนด์ เดิโตร้อยละ 41 จากปี 2014 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของคนนั้นกำลังอยู่ในยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง



ภาพที่ 1.2 แสดงอัตราการเติบโตของตลาดโทรศัพท์มือถือและปริมาณการใช้บริการอินเทอร์เน็ต  
ปี 2014-2017

ที่มา : แอดวานซ์ อินโฟ ประเทศไทย (ปี 2560)

อีกทั้งประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce อย่างมาก ผลสำรวจการใช้ Mobile Banking หรือ ธนาคารผ่านมือถือ โดย บริษัท แอดวานซ์อินโฟ พบว่าอัตราการใช้ธุรกรรมการเงินผ่านมือถือในปี 2016 เพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 62 จากปีก่อน อีกทั้งเป็นประเทศที่ประชากรมีการจับจ่ายผ่านทาง Social E-commerce สูงถึง ร้อยละ 51 ผลสำรวจจากกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า สมาร์ทโฟน เป็นอุปกรณ์ที่ถูกใช้งานสูงที่สุดในทุกช่วงเวลา โดยการสำรวจแบ่งตามช่วงเวลาการใช้ชีวิตของบุคคลทั่วไปพบว่า เมื่อเทียบกับอุปกรณ์ สมาร์ททีวี แท็บเล็ต แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์



ภาพที่ 1.3 แสดงอัตราส่วนการใช้อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละช่วงเวลา ประจำปี 2560  
ที่มา : กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทาง  
อิเล็กทรอนิกส์ (ปี 2560)

Yes, I Care จึงจัดได้ว่าเป็นการบริการดูแลผู้สูงอายุ ยุคใหม่ที่ประสานเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ไอที มาเป็นช่องทางในการส่งมอบการบริการ ดูแลผู้สูงอายุ ที่สะดวก รวดเร็ว เชื่อถือได้ และ เข้ากับการใช้ชีวิตของคนในยุคดิจิทัล ที่แตกต่างจากบริการที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบันอย่างสิ้นเชิง ด้วยนวัตกรรมการออกแบบแอปพลิเคชันให้สามารถเข้าถึงผู้ให้บริการได้ง่าย ผ่านการ จับคู่ (Matching) ระหว่างผู้ที่ต้องการรับบริการและผู้ที่ต้องการให้บริการเข้าด้วยกัน ถือเป็นช่องทาง (Platform) ในการให้บริการดูแลผู้สูงอายุยุคใหม่ที่สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

## 1.2 ความเป็นมาของโครงการพัฒนาแผนธุรกิจ

ความเป็นมาของธุรกิจนี้เกิดจากการที่ผู้จัดทำนั้น มองเห็น โอกาสของการพัฒนา ตัวอย่างต่อเนื่องของระบบเทคโนโลยีในประเทศไทยอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์ก้าวตามเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันได้รับผลกระทบโดยตรง (Disrupt) จากการพัฒนาตัวดังกล่าว เห็นได้จากการคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ โดยใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และความเปลี่ยนแปลงของมนุษย์ และเพิ่มความ สะดวกสบายในการใช้ชีวิตมากขึ้น

มิใช่เพียงสิ่งประดิษฐ์เท่านั้น ที่ถูกพัฒนาบนพื้นฐานของการใช้นวัตกรรม การบริการ ต่างๆ ก็ถูกพัฒนาขึ้น เช่นเดียวกับการบริการดูแลผู้สูงอายุที่แพร่หลายในปัจจุบัน ด้วยสัดส่วนของ ผู้สูงอายุที่เพิ่มสูงขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจนในอนาคต อีกทั้งตัวเลขที่เพิ่มขึ้นของ อัตราครอบครัวเดี่ยว หรือ จำนวนผู้ที่อาศัยอยู่คนเดียว ที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้นเป็นช่องทางที่จะสามารถ นำเสนอบริการใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับโอกาสทางธุรกิจและเทคโนโลยีควบคู่กันไปด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยชี้ชัดถึงโอกาสของบริการดูแลผู้สูงอายุ แบบใช้ เทคโนโลยีทางมือถือ ที่ถือเป็น Screen of Choice หรืออวัยวะส่วนที่ 33 ของมนุษย์เป็นช่องทางในการหยิบยื่นบริการดังกล่าว รวมถึงการที่จะเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆของการใช้บริการดูแล ผู้สูงอายุให้เปลี่ยนไปจากเดิม โดยยึดถือความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการให้บริการ และ ความน่าเชื่อถือของผู้เชี่ยวชาญเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ

มีการวางแผนจะจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในรูปแบบของบริษัทจำกัด ภายใต้ชื่อบริษัท เอสไอแควร์ จำกัด โดยตั้งอยู่เลขที่ 14/3215 หมู่ที่ 1 ตำบลบางบัวทอง อำเภอบางบัวทอง จังหวัด นนทบุรี โดยทางบริษัทมีการประสานงานกับ โรงเรียนฝึกพยาบาลและโรงพยาบาลในการจัดส่ง ผู้ดูแลผู้สูงอายุ และ ใช้บริการ บริษัทรับจ้างเขียนโปรแกรม Application ในการออกแบบการใช้งาน

### 1.3 วิสัยทัศน์ (Visions)

มุ่งพัฒนาการให้บริการดูแลผู้สูงอายุให้มีคุณภาพและเป็นที่น่าไว้วางใจ ผ่าน Application ที่ทันสมัยและรวดเร็วเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและความอบอุ่นในครอบครัว เพื่อให้บริการดูแลผู้สูงอายุที่รวดเร็ว ไว้วางใจได้ ไร้ซึ่งข้อผูกมัดและพันธสัญญาระยะยาว ผ่าน Application ให้กับผู้ใช้บริการ

#### 1.3.1 พันธกิจ (Mission)

1.3.1.1 ให้บริการดูแลผู้สูงอายุที่ปลอดภัย และไว้วางใจได้ ได้มาตรฐาน และเป็นไปตามมาตรฐานของ ISO

1.3.1.2 ทำการพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจให้กับผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด

1.3.1.3 พนักงานมีองค์ความรู้ ตระหนักถึงการทำงานที่ก่อให้เกิดความร่วมมือกัน

#### 1.3.2 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goal)

1.3.2.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

- ประสานงานกับโรงเรียนสอนพยาบาล และ โรงพยาบาล ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อคัดสรรนักเรียนพยาบาล หรือผู้ช่วยพยาบาลที่มีความสนใจหารายได้เสริม เพื่อเข้ามาเป็นทีมงานของ Yes, I Care Application

- รับสมัครทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านการเขียน Application เป็น 1 ในทีมงานเพื่อสร้าง แพลตฟอร์มให้เป็นที่ไปตามวัตถุประสงค์และรูปแบบที่วางโครงสร้างเอาไว้

- ทำการฝึกสอนผู้ที่เข้ามาเป็นทีมงานดูแลผู้สูงอายุในระยะแรก จำนวน 20 คนผ่าน

- ทำแผนการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นเจาะการตลาดแบบ Online ผ่านช่องทาง Social Media; Facebook Instagram Line เป็นต้น

### 1.3.2.2 เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 และปีที่ 3)

- ทำการเปิดให้บริการ Yes, I Care Application อย่างเป็นทางการ โดยครอบคลุมเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพ และปริมณฑล

- ทำการประสานกับ Partner ต่างๆที่มีฐานข้อมูลด้านลูกค้าเพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างมากขึ้นพร้อมนำเสนอโปรโมชันผ่าน Partner ที่เป็นระบบโทรคมนาคม เช่นบริษัทแอดวานซ์อินโฟ

- มียอดขายเติบโตขึ้น 20% ต่อปีอย่างต่ำ

### 1.3.2.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และปีที่ 5)

- ขยายพื้นที่การให้บริการครอบคลุมพื้นที่หัวเมืองใหญ่สำคัญต่างๆ ในประเทศไทย ได้แก่ภาคอีสาน และ ภาคเหนือ

- มีการเพิ่มสายการให้บริการครอบคลุมการดูแลเด็กเล็ก

- มีการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ และรายการทีวีเพื่อเพิ่มการรับรู้ให้กับผู้ใช้บริการในวงกว้าง

- มียอดขายเติบโตขึ้น 30% ต่อปีอย่างต่ำ



## 1.4 ตัวแบบธุรกิจขั้นแนวคิด Business Model Canvas

ตารางที่ 1.2 การวิเคราะห์ธุรกิจจาก Business Model Canvas

<p><b>8. Key Partners:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ออกแบบการใช้งาน Application</li> <li>- สถาบัน โรงเรียนฝึกสอนพยาบาลและผู้ช่วยพยาบาล</li> <li>- ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุเพื่อรับหน้าที่ในการให้ความรู้</li> <li>- แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุเพื่อให้คำปรึกษาแบบ Medical On Call กรณีผู้สูงอายุมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น</li> </ul>	<p><b>7. Key Activity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การบริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application</li> </ul>	<p><b>2. Value Proposition</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการดูแลผู้สูงอายุที่สะดวก รวดเร็ว ไร้ข้อผูกมัดด้านพันธะสัญญา ไร้ใจได้ด้วยผู้ให้บริการที่มีความรู้ด้านการดูแล โดยเฉพาะ และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ ตลอด 24 ชั่วโมง</li> </ul>	<p><b>4. Relationships</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คอลเซ็นเตอร์ตอบปัญหา และรับคำติชมการให้บริการ</li> <li>- แพทย์ให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ตลอด 24 ชั่วโมง</li> </ul>	<p><b>1.Customer Segment:</b></p> <p>แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่</p> <p><b>B2C</b></p> <p><b>Primary 80% อายุ 26-45 ปี</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นการมุ่งเน้น B2C สมาชิกในครอบครัวที่ประกอบอาชีพพนักงานประจำ</li> </ul> <p><b>Secondary 20% อายุ 60 ปีขึ้นไป</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มผู้สูงอายุ มุ่งเน้นผู้ที่อาศัยโดยลำพัง</li> </ul>
<p><b>9. Cost Structure</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fix Cost ได้แก่ ค่าเช่าสถานที่ Training Center สำหรับอบรมผู้ที่ต้องการเข้ามาเป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุ ค่าพัฒนา Application</li> <li>- Variable Cost ได้แก่ ค่าจ้างวิทยากร ค่าแรงงาน ค่าจ้าง Medical on Call.</li> </ul>	<p><b>6. Key Resource:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรผู้ดูแลผู้สูงอายุ</li> <li>- ศูนย์ฝึกอบรมให้กับผู้ดูแลผู้สูงอายุ</li> <li>- อุปกรณ์และสถานที่ในการใช้อบรมพนักงาน</li> </ul>		<p><b>5. Revenue Stream</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าบริหารงาน 70% จากยอดขายรับทั้งหมด</li> </ul>	

#### 1.4.1 Customer Segmentation

Primary Target คือ B2C 80% สมาชิกในครอบครัวที่ ประกอบอาชีพพนักงานประจำ และประกอบธุรกิจส่วนตัวโดยมีอายุช่วง 24-45 ปี ใช้เวลาส่วนใหญ่ในการทำงานทำให้ไม่มีเวลามากพอที่จะดูแลคนที่บ้าน

Secondary Target คือ B2C 20% กลุ่มผู้สูงอายุ มุ่งเน้นผู้ที่ อาศัยโดยลำพังมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป

#### 1.4.2 Value Proposition

บริการดูแลผู้สูงอายุที่ให้บริการ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุ และการพยาบาล ผ่าน ช่องทาง (Platform) ทางแอปพลิเคชันที่ทำให้ผู้ต้องการใช้บริการและผู้ให้บริการสามารถจับคู่ (Matching) เพื่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ให้และผู้รับบริการทั้งสองฝ่าย

#### 1.4.3 Channels

บริษัทจะทำการตลาดโดยมุ่งเน้นเครื่องมือทางด้าน Social Media เป็นสำคัญ เนื่องจาก มีค่าใช้จ่ายน้อย อีกทั้งพฤติกรรมของคนในปัจจุบันนั้นมีความเกี่ยวข้องกับ Social Media อาทิเช่น Facebook, Instagram และ Twitter นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการทำการตลาดในสถานที่ต่างๆ

#### 1.4.4 Relationship

ผู้ให้บริการสามารถเรียกใช้บริการ Call Center ตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อคอยตอบคำถาม และให้คำปรึกษาต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งบริการปรึกษาปัญหาด้านสุขภาพของผู้สูงอายุเบื้องต้นก่อน เรียกใช้บริการกับบริการ Medical On Call มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาตลอด 24 ชั่วโมง

#### 1.4.5 Revenue Stream

ค่าบริการงาน 30% จากยอดรายรับทั้งหมดโดยหักจากราคาขาย เช่น ราคาให้บริการอยู่ที่ ชั่วโมงละ 350 บาท คิดเป็นค่าบริการงาน 105 และเป็นรายได้ของผู้ให้บริการ 245 บาทต่อชั่วโมง

#### 1.4.6 Key Resource

บุคลากรผู้ดูแลผู้สูงอายุ ศูนย์ฝึกอบรมให้กับผู้ดูแลผู้สูงอายุ อุปกรณ์และสถานที่ในการ ใช้อบรมพนักงาน

#### 1.4.7 Key Activity

เป็นการสร้าง Platform หรือช่องทางให้บริการโดยเปิดโอกาสให้ ผู้ที่มีความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ได้มาเจอกับ ผู้ที่มีความต้องการผู้เชี่ยวชาญที่จะมาดูแลผู้สูงอายุ โดยทั้งสองฝ่ายสามารถ ทำการตกลงติดต่อสื่อสารผ่าน แพลตฟอร์มที่เราสร้างไว้ เพื่อความสะดวกรวดเร็วและยังสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ที่ใช้บริการได้ ผ่านการอบรมให้กับพนักงานกิจกรรมหลักของบริษัทคือการให้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application ที่สามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยบริษัทจะจัดหาผู้ดูแลที่ทำการลงทะเบียนเป็นผู้ให้บริการในระบบที่อยู่ใกล้เคียงกับพื้นที่ที่ลูกค้าเรียกใช้บริการที่สุด เพื่อให้สามารถเดินทางไปยังบ้านพักหรือสถานที่ที่ต้องการให้ไปดูแลผู้สูงอายุได้อย่างรวดเร็ว

#### 1.4.8 Key Partner

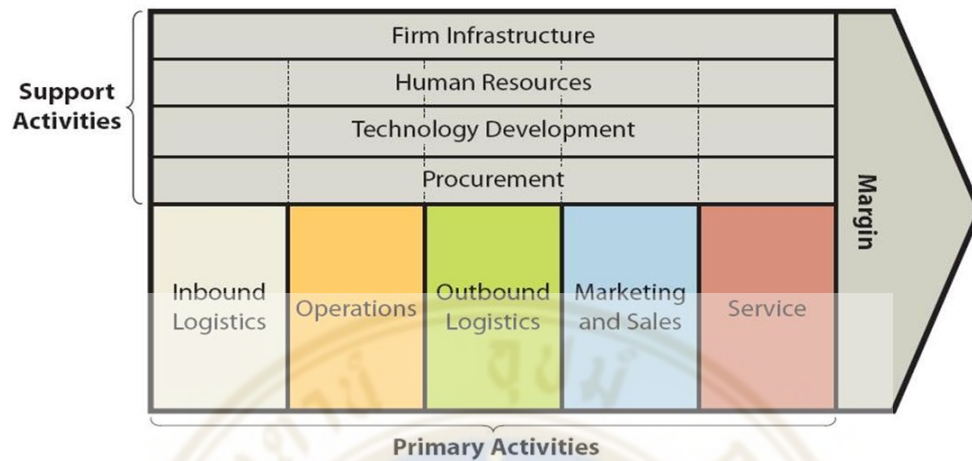
ผู้ออกแบบการใช้งาน Application สถาบัน โรงเรียนฝึกสอนพยาบาลและผู้ช่วยพยาบาล ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุเพื่อรับหน้าที่ในการให้ความรู้แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุเพื่อให้คำปรึกษาแบบ Medical On Call กรณีผู้สูงอายุมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น

#### 1.4.9 Cost Structure

Fix Cost ได้แก่ ค่าเช่าสถานที่ Training Center สำหรับอบรม ผู้ที่ต้องการเข้ามาเป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุ, ค่าพัฒนา Application

Variable Cost ได้แก่ ค่าจ้างวิทยากร ค่าแรงงาน ค่าจ้าง Medial on Call.

## 1.5 การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)



ภาพที่ 1.4 แนวคิด Value Chain

ที่มา : (Porter 1985, pp.11-15)

แนวคิด Value Chain จะแบ่งกิจกรรมขององค์กรเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และ กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ดังนี้

กิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมเกี่ยวกับการผลิตสินค้าหรือบริการ การตลาด และการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 กิจกรรม Inbound Logistics, Operations, Outbound Logistics, Marketing and Sale, Service ซึ่งทางบริษัท มีความเชี่ยวชาญ ทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ Inbound Logistics และ Operations

- Inbound Logistics กระบวนการนี้ บริษัทได้มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก เพื่อให้เกิด Differentiation ด้วยขั้นตอนการเลือก Supplier ที่ได้มาตรฐาน ในการคัดสรรด้วยกระบวนการที่ผ่านการตรวจสอบทุกขั้นตอน อันได้แก่ ชื่อเสียง ความนิยม คุณภาพสินค้า/บริการ/สถานที่ และระบบการทำงานรวมถึงการส่งมอบงาน เพื่อสร้างความประทับใจและตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงกลยุทธ์ Low-Cost Leadership ในขั้นตอนนี้ด้วยการเจรจาซื้อขายกับ Supplier ในรูปการณ์ซื้อในปริมาณสูง (ซื้อเหมา) เพื่อให้เกิด Economic of scale ทำให้ต้นทุนต่ำ ราคาค่าบริการของการจัดงานจึงสามารถต่ำกว่าที่อื่นและสามารถพัฒนาในการแข่งขันได้

- Operations มุ่งเน้นทั้ง Differentiation และ Low-Cost Leadership ด้วยระบบการจัดการที่มีมาตรฐาน ลูกค้าสามารถตรวจสอบขั้นตอนต่างๆได้ด้วยตนเองผ่าน Application เพื่อสร้างความประทับใจการใช้บริการที่แตกต่างจากที่อื่นๆ และป้องกันการผิดพลาดในการให้บริการอันเป็นการประหยัดต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นจากความผิดพลาดได้

- Marketing and Sale มุ่งเน้น Differentiation ในกิจกรรมเกี่ยวกับการตลาดและการขายสินค้า ประกอบด้วย ส่วน ประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix), การตั้งราคา (Pricing), การส่งเสริมการตลาด (Promotions) และช่องทางจัดจำหน่าย (Channel of Distributions) ทางบริษัทได้ทำ การตลาดและมีการ ส่งเสริมการขายตามแต่ละกรอบเวลาเป็นระยะสั้น(1ปี) ระยะกลาง(2-3 ปี) และระยะยาว(4 – 5 ปี) โดยในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ โดยใช้ช่องทาง Social Media เพื่อใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้า โดยลูกค้าสามารถเข้าถึงและใช้บริการได้โดยง่ายผ่านทาง Application, Facebook, Instagram และ Line@ เป็นต้น และมีการออกบูธประชาสัมพันธ์ ตามงานแสดงสินค้าต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการตลาดด้วยการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับ สิทธิพิเศษ รวมถึงบริการ Event Designer และ Call center เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

- Outbound Logistics มุ่งเน้น Differentiation ด้วยระบบการตรวจสอบและส่งมอบ ข้อเสนอให้กับลูกค้าภายใต้ระยะเวลาและข้อเสนอที่ลูกค้าต้องการ ชัดค้ำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า เป็นเป้าหมายที่สำคัญ

กิจกรรมสนับสนุน คือ กิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมหลัก และ สนับสนุนกิจกรรมสนับสนุนตัวอื่นๆ ให้สามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย 4 กิจกรรม Procurement, Technology Development, Human Resource Management, Firm Infrastructure ซึ่งทางบริษัท มีความเชี่ยวชาญ ทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ Technology Development และ Human Resource Management และ Firm Infrastructure

- Technology Development มุ่งเน้น Differentiation ในกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนา เทคโนโลยีซึ่งเป็นปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยการติดตามและปรับปรุง Application อย่างสม่ำเสมอ ตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี พร้อมกับการรับฟังข้อเสนอแนะจาก ลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงให้ตรงความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

- Human Resource Management และ Firm Infrastructure นั้นจะมุ่งเน้นที่ Low-Cost Leadership โดยการวางโครงสร้างบริษัทให้ทำงานสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบและใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าที่สุด และมีการวางแผนการพัฒนาบุคลากรภายในเพื่อให้มีศักยภาพในการสร้างสรรค์งานที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ผ่านกระบวนการฝึกอบรม และ On-the job training

- Procurement ใช้หลักการ Low-Cost Leadership ในการเจรจาและทำสัญญากับบริษัท Supplier เพื่อให้ได้ข้อเสนอที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า รวมถึงสอดคล้องกับต้นทุนการจัดการธุรกิจด้วย

## 1.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force หรือ PESTEL Analysis)

เพื่อให้ทราบถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของธุรกิจ Yes, I Care สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม การดูแลผู้สูงอายุในภาพรวมสามารถวิเคราะห์โดยอาศัย แรงผลักดันทั้ง 5 แรง (Five Forces Analysis) ในการวิเคราะห์ดังนี้

Threat of new entrance (Low)	Threat of substitutes (High)	Industry rivalry (Low)	Bargaining power of customers (Low)	Bargaining power of suppliers (High)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medium investment fund</li> <li>• No High technology required</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nursing home</li> <li>• Hospital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Small number of standardized company</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Number of care taker is less than customer demand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customer demand is higher than care taker supply</li> </ul>

ภาพที่ 1.5 โครงสร้างการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน โดยใช้หลักการของ Five Forces Model ที่มา : Porter, (1980)

แรงผลักดันที่ 1 ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ (Threat of New Entrance) : ต่ำ

เนื่องจาก ธุรกิจเป็นการใช้ Application เป็นช่องทางในการส่งการบริการให้กับลูกค้า ด้วยต้นทุนการสร้างแอปพลิเคชันที่ไม่สูงมาก และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ล้วนเป็นเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันจึงกล่าวได้ว่าภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่อยู่ในระดับต่ำ

แรงผลักดันที่ 2 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes) : สูง

เนื่องจากปัจจุบันมีบริการดูแลผู้สูงอายุที่ให้บริการอยู่แล้วในตลาดโดยโรงพยาบาล และบ้านพักคนชรา อยู่แล้ว ซึ่งเป็นตัวเลือกที่ผู้ใช้บริการมีความคุ้นเคยมาช้านาน

แรงผลักดันที่ 3 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers) : ต่ำ

ปัจจุบันอำนาจการต่อรองของลูกค้าไม่ถือว่าสูงมากนักเนื่องจาก จำนวนความต้องการ การบริการนั้นมีมากกว่า การให้บริการที่อยู่และการให้บริการที่มีความยืดหยุ่นสูง ตอบสนองความต้องการที่เร่งด่วนของผู้ที่ต้องการบริการนั้น ยังไม่ถึงกําเนิดขึ้นในตลาดปัจจุบัน ทำให้ผู้ใช้บริการไม่มีอำนาจในการต่อรองมากพอ

แรงผลักดันที่ 4 อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers) : สูง

อำนาจต่อรองของ Supplier อยู่ในระดับสูงเนื่องจากปัจจุบันความต้องการของลูกค้ามีปริมาณที่สูงมากกว่าจำนวนของผู้ดูแลที่จะสามารถให้บริการได้

แรงผลักดันที่ 5 การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ( Industry Rivalry) : ต่ำ

กล่าวได้ว่าอยู่ในระดับที่ต่ำเนื่องจากปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดสามารถทำธุรกิจที่มีมาตรฐานสูงลักษณะเดียวกันนี้ออกมาให้บริการกับผู้บริโภค

สรุปการวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือแรงกดดัน 5 ประการ

ตารางที่ 1.3 สรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงผลักดันทั้ง 5 ประการดังนี้

แรงกดดันทั้ง 5 ประการ	ระดับผลกระทบ	ปัจจัยโดยรวมต่อธุรกิจ
ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ (Threat of New Entrance)	ต่ำ	(+)
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)	สูง	(-)
อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)	ต่ำ	(+)
อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)	สูง	(-)
การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)	ต่ำ	(+)

โดยภาพรวมของการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจจากแรงผลักดันทั้ง 5 แรง (Five Forces Analysis) พบว่าอุตสาหกรรมการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application ยังสามารถที่จะทำกำไรเนื่องจากภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ อำนาจการต่อรองของลูกค้า และการแข่งขันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมนั้นอยู่ในระดับต่ำ ถึงแม้ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน จำพวก โรงพยาบาล และสถานดูแลผู้สูงอายุจะอยู่ในระดับที่สูง แต่หากว่าผู้ประกอบการสามารถสร้างความแตกต่างและจุดเด่นของการให้บริการ ได้อย่างชัดเจนอันก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและมองเห็นถึงคุณภาพและศักยภาพของการให้บริการ ก็จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่น และสร้างโอกาสที่ดีให้กับธุรกิจได้

## 1.7 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

การประเมินสถานการณ์ของบริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน ทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็ง รวมถึงโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการตัดสินใจ ในการบริหารจัดการ ดังนี้

### 1.7.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน-จุดแข็ง

#### 1.7.1.1 ด้านการบริหาร

- ให้บริการได้อย่างรวดเร็วและทันทีเมื่อมีผู้ต้องการใช้บริการเพื่อมุ่งเน้นการแก้ปัญหากรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินที่มีความจำเป็นที่ต้องปล่อยผู้สูงอายุไว้ตามลำพัง
- สะดวกสบายไร้ข้อจำกัดด้านเวลา สถานที่
- ไร้พันธะสัญญาระยะยาวและข้อผูกมัดต่างๆ
- สร้างรายได้เสริมให้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นสมาชิกในการให้บริการ

### 1.7.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน-จุดอ่อน

#### 1.7.2.1 ด้านการบริหาร

- บริษัทจัดตั้งขึ้นมาใหม่ไม่มีประสบการณ์ด้านการดูแลผู้สูงอายุโดยตรง และไม่มีผู้ดำเนินธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์ อาจทำให้ไม่ได้รับความเชื่อมั่นในช่วงแรก



- ไม่มีแหล่งของผู้ให้บริการ หรือ Partner เป็นของตัวเองต้องอาศัยการติดต่อกับหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีบุคลากรที่มีประสบการณ์เพื่อสนับสนุนด้านบุคลากรที่เป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุ

#### 1.7.2.2 ด้านการตลาด

- รูปแบบการให้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่านโดยเรียกใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน ยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนักอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ที่ต้องการใช้บริการ

- ข้อจำกัดของประเภทอุปกรณ์สื่อสาร กรณีที่อุปกรณ์สื่อสารล้ำสมัยหรือผู้ให้บริการไม่มีการอัปเดตรุ่นโทรศัพท์เคลื่อนที่อาจทำให้ไม่สามารถเข้าถึงช่องทางการให้บริการ หรือ Application ได้

### 1.7.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก-โอกาส

#### 1.7.3.1 จำนวนผู้สูงอายุ

อัตราของผู้สูงอายุทั่วโลกนั้นมีอัตราเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศไทย มีการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุเป็นอันดับที่ 3 ในทวีปเอเชีย ส่งผลให้ในอนาคตอันใกล้จะมีประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น 6%-7% ภายในปี ค.ศ. 2030

#### 1.7.3.2 พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์สื่อสาร

ปัจจุบันการพัฒนาด้านเทคโนโลยีนั้นเพิ่มสูงขึ้นและส่งผลต่อพฤติกรรมของคนในประเทศไทยอย่างมาก ซึ่งอ้างอิงตัวเลขการใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์อินโฟ แสดงให้เห็นว่าคนทั่วไปมีการใช้โทรศัพท์มือถือมากกว่าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

#### 1.7.3.3 นโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการของรัฐบาล

นโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการในยุค 4.0 นี้มีการสนับสนุนด้านเงินทุนผ่านสถาบันการเงินรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานเอกชนต่างๆเพื่อสนับสนุนเงินทุนให้กับผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศชาติ

### 1.7.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก-อุปสรรค

#### 1.7.4.1 ด้านสินค้าทดแทน

สินค้าทดแทนการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชันนั้นถือว่ามียู่มากอีกทั้งยังได้รับความไว้วางใจจากผู้ให้บริการ อาทิเช่น โรงพยาบาล บ้านพักคนชรา เป็นต้น

## บทที่ 2

### ข้อมูลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

#### 2.1 วิธีการศึกษาวิจัย

##### 2.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาโอกาสทางการตลาดแนวทางการพัฒนาแผนธุรกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application

##### 2.1.2 กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายคือประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีผู้สูงอายุอาศัยอยู่ด้วย โดยกลุ่มเป้าหมายมีอายุระหว่าง 25-45 ปี จำนวน 100 คนจากประชากรในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 5,696,409 (สถิติจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร, 2558) โดยอ้างอิงจากการเทียบเคียงกับตาราง Taro Yamane เป็นตารางที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่นที่ 90% โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยวิธีสะดวก (Convenience Sampling)

ขนาดประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	*	385	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1250	769	500	345	96
3,000	*	1364	811	517	353	97
3,500	*	1458	843	530	359	97
4,000	*	1538	870	541	364	98
4,500	*	1607	891	549	367	98
5,000	*	1667	909	556	370	98
6,000	*	1765	938	566	375	98
7,000	*	1842	959	574	378	99
8,000	*	1905	976	580	381	99
9,000	*	1957	989	584	383	99
10,000	5000	2000	1000	588	385	99
15,000	6000	2143	1034	600	390	99
20,000	6667	2222	1053	606	392	100
25,000	7143	2273	1064	610	394	100
50,000	8333	2381	1087	617	397	100
100,000	9091	2439	1099	621	398	100
∞	10000	2500	1111	625	400	100

\* หมายถึง ขนาดตัวอย่างไม่เหมาะสมที่จะ assume ให้เป็นการกระจายแบบปกติ จึงไม่สามารถใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้

ภาพที่ 2.1 แสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
ที่มา : Yamane, (1967)

### 2.1.3 ประเภทการวิจัย

ในการศึกษาโอกาสทางธุรกิจและส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และการพัฒนาแผนธุรกิจใหม่บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application จะเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคและปัจจัยที่ผู้ใช้บริโภค คำนึงถึง และความต้องการในการเลือกใช้บริการโดยกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีผู้สูงอายุเป็นสมาชิกในครอบครัว

### 2.1.4 วิธีการเก็บข้อมูลวิจัย

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลทางออนไลน์ ผ่านการใช้งาน Google Survey ในการสร้าง Survey Link และ Post ใน Social Media อันได้แก่ Facebook และ Instant Message Program อันได้แก่ Line และ WhatsApp


### 2.1.5 วิธีการประมวลผลการวิจัย

นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เชิงสถิติทำเป็นกราฟ (Descriptive Statistic) เปรียบเทียบ และวิเคราะห์เชิงพรรณนา

### 2.1.6 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ระยะเวลา 6 เดือน ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2560 ถึงเดือน มีนาคม 2561

## 2.2 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)

  
IPSIR-Institutional Review Board (IPSR-IRB)  
Established 1985

COA. No. 2017/12-294

**Certificate of Ethical Approval**

**Title of Project:** *A Study of Consumer Behavior, Consumer Needs and Market That Effect to Decision on Using Elderly Care Service Via Application in Bangkok and Metropolis*

**Duration of Project:** *6 months (December 2017 - May 2018)*

**Principal Investigator (PI):** *Ms. Thasawan Khanadee*

**PI's Institutional Affiliation:** *College of Management, Mahidol University*

**Approval includes:**

- 1) *Submission form*
- 2) *Research proposal*
- 3) *Questionnaire*
- 4) *Participant information sheet*
- 5) *Informed consent document*

IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB) met on 28<sup>th</sup> December 2017 and decided to issue the COA to the above project.

Signature   
(Professor Emeritus Pramote Prasartikul)  
Chairman, IPSR-IRB  
Valid from January 30, 2018 to January 29, 2019

**Remarks**

- 1) Upon the completion of this project, the PI should inform the IPSR-IRB of such progress.
- 2) The PI is obliged to notify any modification of the research project to the IPSR-IRB.

IORG Number: IORG0002101; FWA Number: FWA00002882; IRB Number: IRB0001007

Office of the IPSR-IRB, Institute for Population and Social Research, Mahidol University, Phuttamonthon 4 Rd.,  
Salaya, Phuttamonthon district, Nakhon Pathom 73170, Tel (662) 441-0201-4 ext. 223

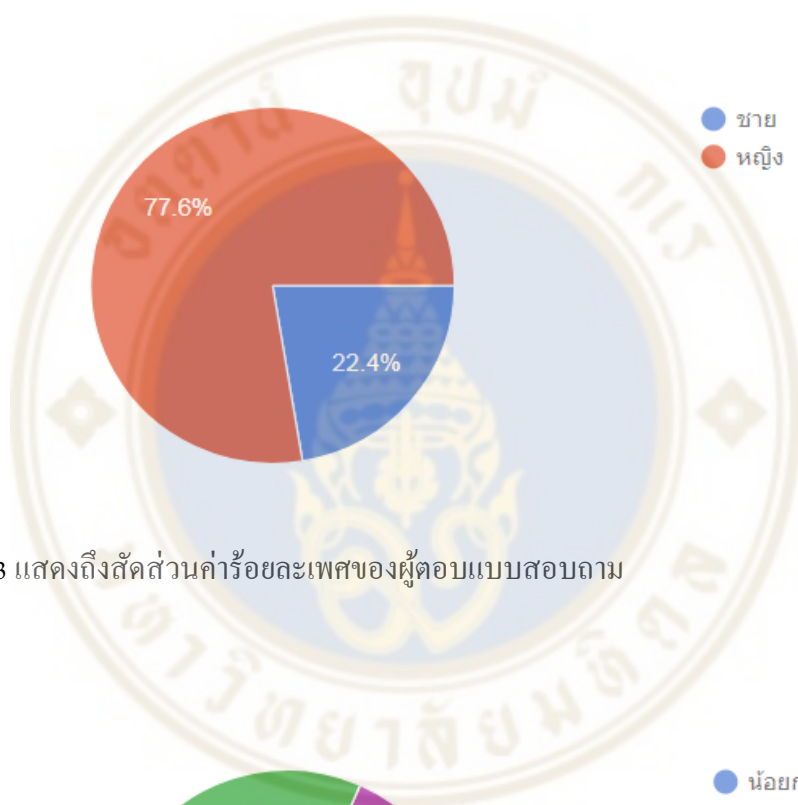
ภาพที่ 2.2 แสดงผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)

## 2.3 สรุปผลการศึกษาวิจัย

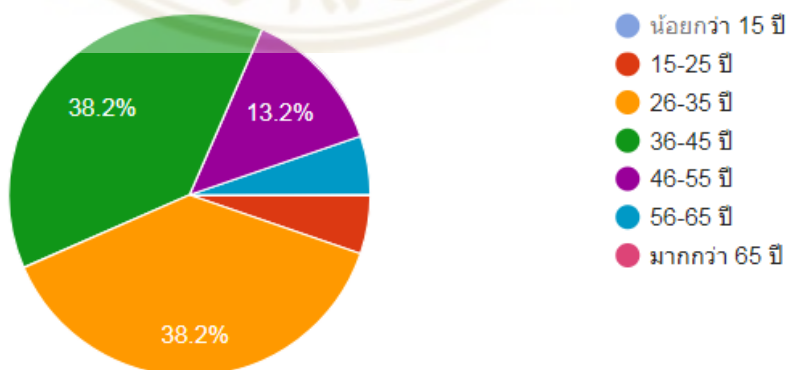
ในการสำรวจและการวิจัยทางการตลาด ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application ซึ่งทำการเก็บข้อมูลผ่านทางการทำแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยการศึกษาพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่จัดเก็บร่องเท้าในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาใช้ในการวางแผนการตลาดจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คนด้วยแบบสอบถาม สามารถสรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

### 2.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

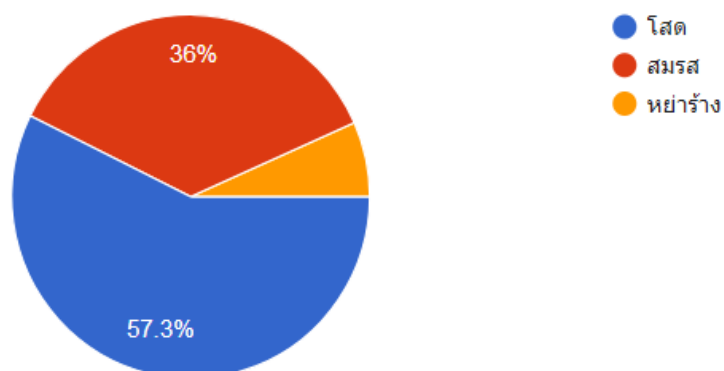
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพในปัจจุบัน ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 ถึง 45 ปีซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก และรองลงมาคือกลุ่มลูกค้ารองอายุ 60 ปีขึ้นไป สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี ดังภาพที่ 2.3 และ 2.4



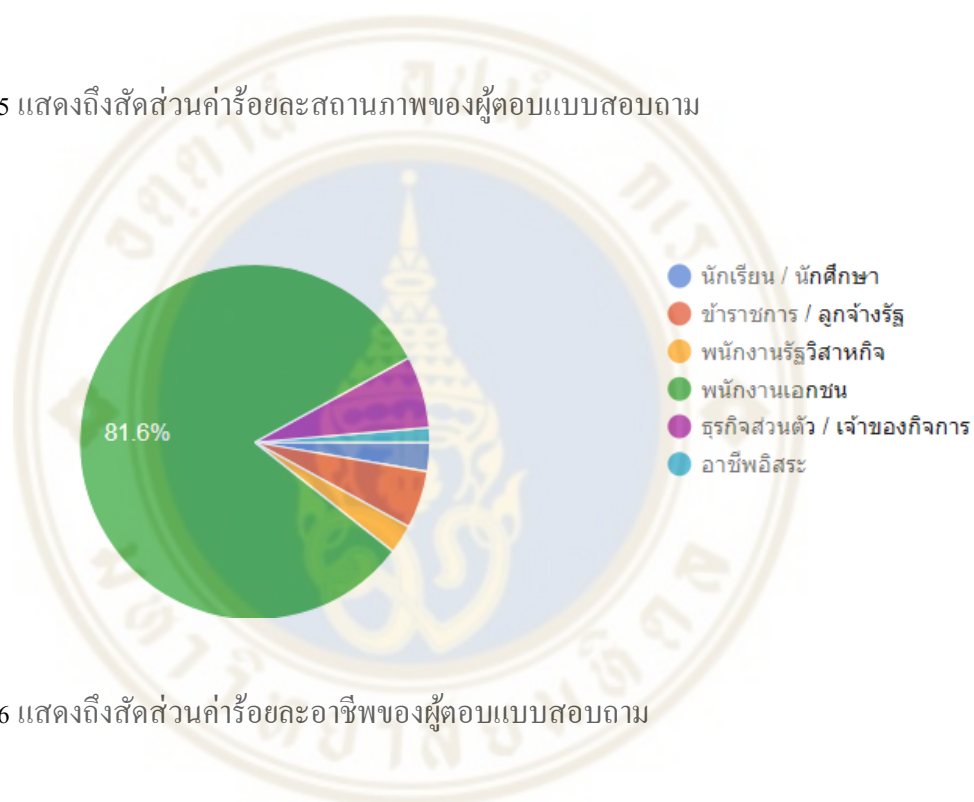
ภาพที่ 2.3 แสดงถึงสัดส่วนค่าร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม



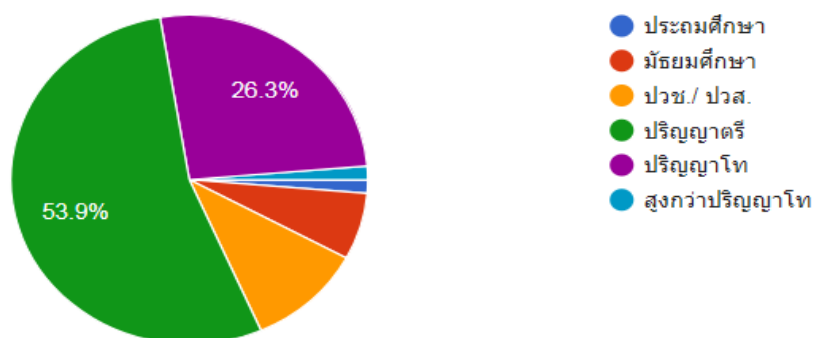
ภาพที่ 2.4 แสดงถึงสัดส่วนค่าร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม



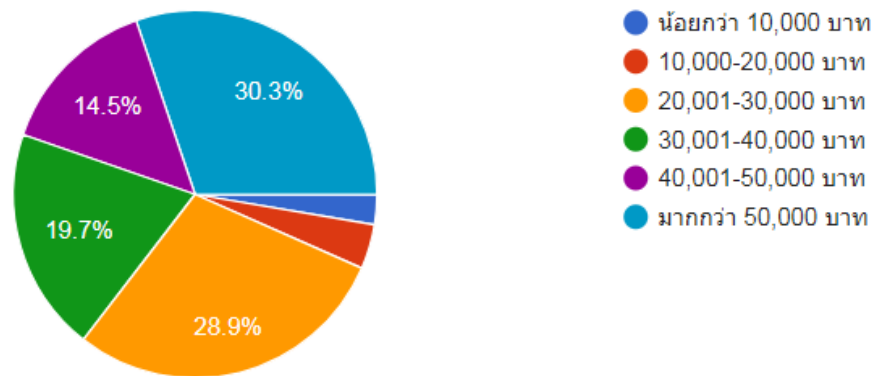
ภาพที่ 2.5 แสดงถึงสัดส่วนค่าร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 2.6 แสดงถึงสัดส่วนค่าร้อยละอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 2.7 แสดงถึงสัดส่วนค่าร้อยละการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

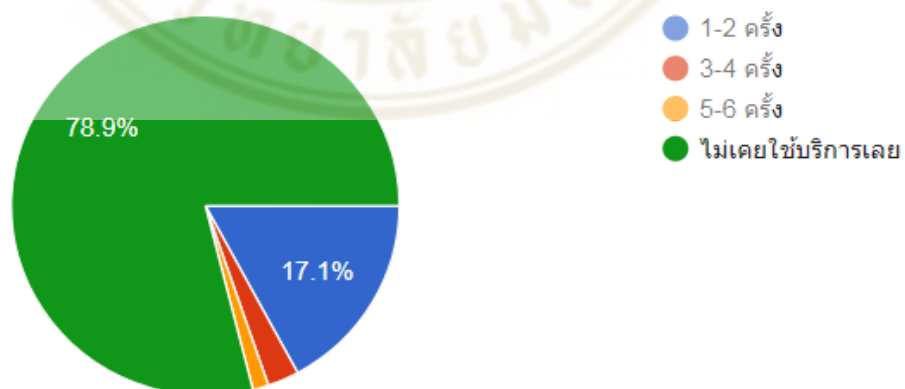


ภาพที่ 2.8 แสดงถึงสัดส่วนค่าร้อยละของรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

### 2.3.2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน

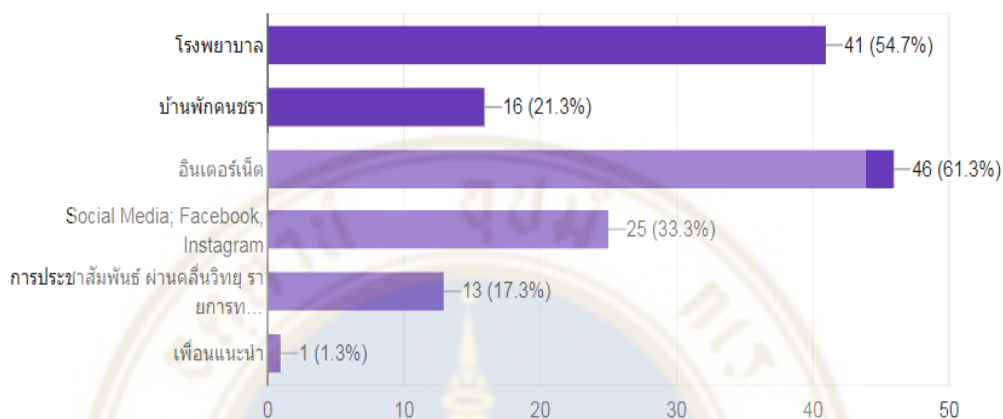
#### Application

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่สอบถามไม่เคยใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application เลยในช่วง 5-12 เดือนที่ผ่านมา แต่มีความสนใจที่จะใช้บริการโดยปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการที่คำนึงถึงมากที่สุดคือความปลอดภัยกว่าร้อยละเก้าสิบ



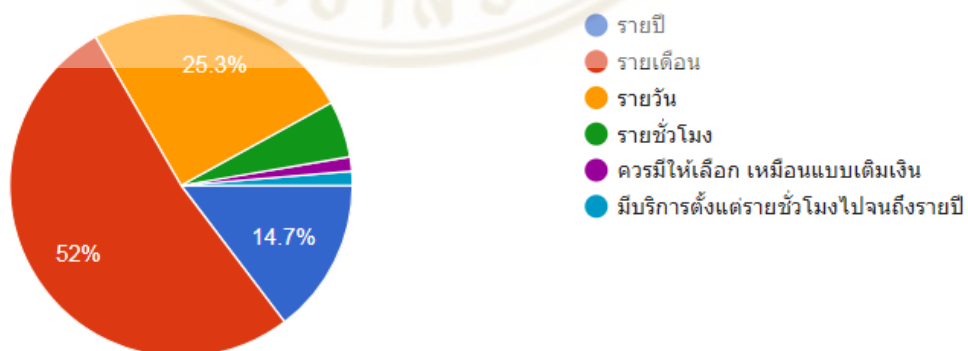
ภาพที่ 2.9 แสดงถึงสัดส่วนค่าร้อยละพฤติกรรมในการใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ

จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเรื่องการบริการดูแลผู้สูงอายุ จากช่องทางต่างๆ อาทิ โรงพยาบาล บ้านพักคนชรา อินเทอร์เน็ต Social Media Facebook Instagram, การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ และ เพื่อนแนะนำ โดยช่องทางที่มีผู้ได้รับข่าวสารด้านการให้บริการดูแลผู้สูงอายุมากที่สุดคือทางอินเทอร์เน็ตกว่า ร้อยละ 60 และอื่นๆตามลำดับ



ภาพที่ 2.10 แสดงถึงสัดส่วนค่าร้อยละของช่องทางในการรับข่าวสาร

ระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการมีความประสงค์จะใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน ร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีความประสงค์จะใช้บริการดูแลผู้สูงอายุแบบรายเดือน และแบบรายวัน ตามลำดับ



ภาพที่ 2.11 แสดงถึงสัดส่วนค่าร้อยละของความต้องการใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ



### 2.3.3 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการจัดงานอีเวนต์ขนาดเล็ก

ปัจจัยในการเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน แอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้

#### 2.3.3.1 ปัจจัยด้านบริการ

ตารางที่ 2.1 ปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน

ปัจจัยด้านบริการ	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
- ความรู้ความเชี่ยวชาญของพนักงานผู้ให้บริการ	4.51	มากที่สุด
- ระบบการให้บริการและการติดตามการให้บริการ	4.47	มากที่สุด
- รูปแบบการให้บริการ	4.20	มาก

จากตารางข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุได้แก่ ความรู้ความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการและระบบการให้บริการและการติดตามการให้บริการ ส่วนรูปแบบการให้บริการนั้นมีความสำคัญลดลงมาจากสองประเด็นข้างต้น

#### 2.3.3.2 ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 2.2 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
- ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับเจ้าอื่นๆ	3.79	มาก
- ราคาเหมาะสมกับการให้บริการ	4.54	มากที่สุด
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผู้ให้บริการ	4.31	มากที่สุด

จากตารางข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุดได้แก่ ราคาเหมาะสมกับลักษณะการให้บริการ ในที่นี้หมายถึงสะดวกสบายและมีผู้ให้บริการสามารถไปให้บริการได้ถึงที่พักอาศัย และรองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผู้ให้บริการ และลำดับสุดท้ายที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญได้แก่ ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับเจ้าอื่นๆ

### 2.3.3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการบริการ

ตารางที่ 2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน

ปัจจัยด้านช่องทางการบริการ	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
- ให้บริการผ่านเว็บไซต์	3.96	มาก
- สามารถให้บริการผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ	4.56	มากที่สุด
- สามารถให้บริการผ่าน Social Media เช่น Facebook, Instagram	4.27	มากที่สุด

จากตารางข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าช่องทางการให้บริการที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันบนมือถือ รองลงมาได้แก่การให้บริการผ่าน Social Media ต่างๆ และ น้อยที่สุดคือการให้บริการผ่านทาง Website

### 2.3.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ตารางที่ 2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
- ส่วนลดพิเศษกับสถานพยาบาลต่างๆ	4.57	มากที่สุด
- ส่วนลดพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งถัดไป	3.74	มาก
- ส่วนลดพิเศษกับประกันสุขภาพ	4.32	มากที่สุด

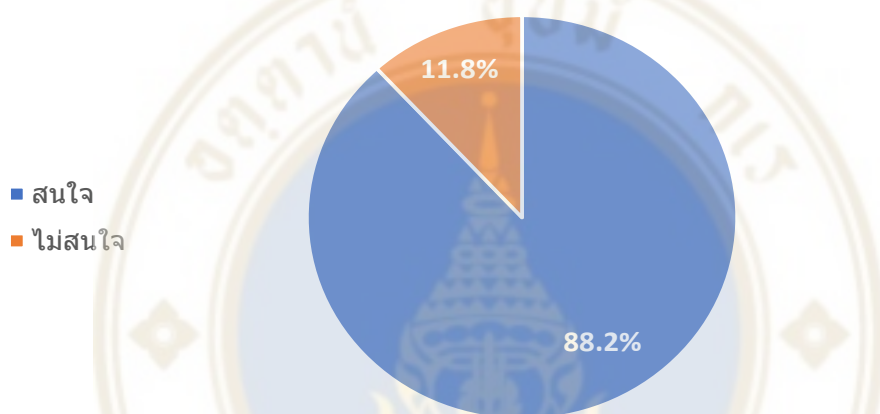
จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่า ส่วนลดพิเศษกับสถานพยาบาลมีความสำคัญต่อการใช้บริการมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ส่วนลดพิเศษกับประกันสุขภาพและลำดับสุดท้ายได้แก่ ส่วนลดพิเศษเมื่อใช้บริการครั้งถัดไป

### 2.3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของบริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของบริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชันของวัยทำงานและผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยรายละเอียด ดังนี้

บริการตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ต้องการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application ด้วยบริการ Concept ดังนี้

- เป็นบริการที่แปลกใหม่ในการดูแลผู้สูงอายุปัจจุบัน
- เป็นบริการที่ไว้ใจได้โดยระบบคัดกรองผู้ดูแล
- บริการมีคุณภาพและสามารถตรวจสอบได้
- บริการช่วยแก้ปัญหาเรื่องการหาผู้ดูแลอย่างรวดเร็ว
- มีความยืดหยุ่นด้านระยะเวลาการให้บริการ
- สามารถเลือกใช้บริการได้ตามต้องการ



ภาพที่ 2.12 แสดงผลการตอบแบบสอบถามการในเรื่องความสนใจในการใช้บริการ

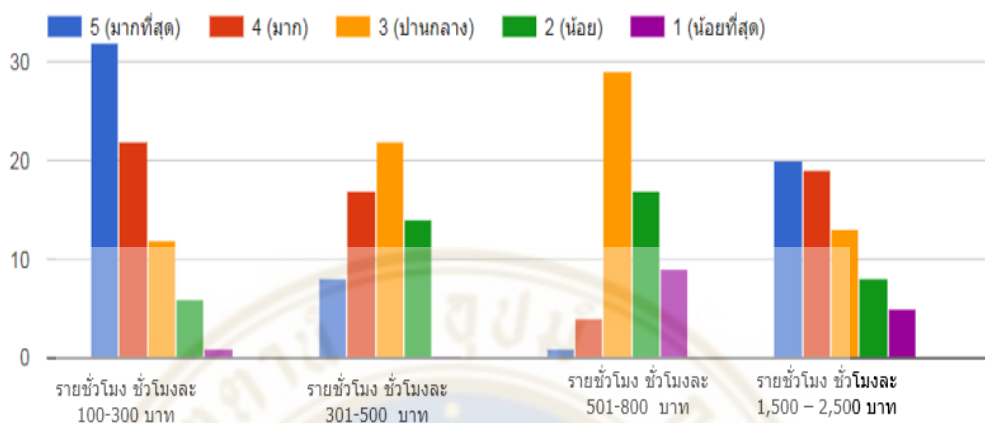
จากแบบสอบถามพบว่าสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในการใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application กว่าร้อยละ 88.2% และ ร้อยละ 11.8% ยังไม่มีความสนใจในการใช้บริการ โดยให้เหตุผลดังนี้

- ยังไม่ได้คำนึงถึงความสำคัญของการใช้บริการ
- ไม่มั่นใจเรื่องความปลอดภัย
- มีผู้ดูแลอยู่แล้ว
- ต้องการดูแลด้วยตัวเอง

โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามว่าสนใจ ให้เหตุผลส่วนใหญ่ว่าใช้บริการเพราะ

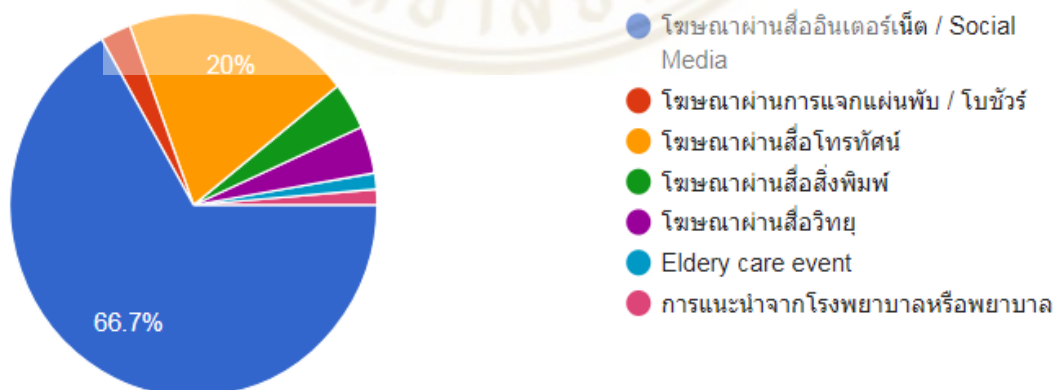
- อันดับที่ 1 มีความยืดหยุ่นด้านการใช้บริการไร้ข้อผูกมัด
- อันดับที่ 2 บริการช่วยแก้ปัญหาเรื่องการหาผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว
- อันดับที่ 3 สามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการ

ในส่วนของราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกตอบว่ารายชั่วโมงชั่วโมงละ 100-300 บาท เป็นจำนวนมากที่สุด



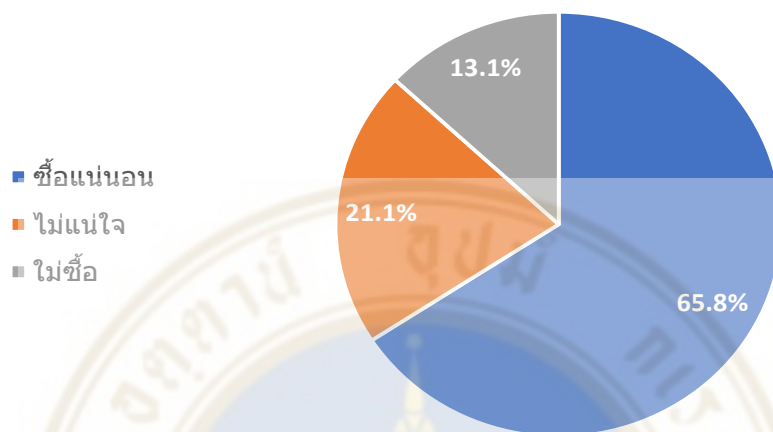
ภาพที่ 2.13 แบบสอบถามรายชั่วโมงบ่งบอกถึงราคา

สำหรับข้อมูลด้านช่องทางการโฆษณาของแอปพลิเคชันดูแลผู้สูงอายุ นั้น ส่วนใหญ่ให้ข้อมูลดังนี้ 66.7% มีความคิดเห็นให้ใช้การโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย และกว่า 20% มีความคิดเห็นให้ทำการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ และอื่นๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ โฆษณาผ่านวิทยุ เป็นต้น



ภาพที่ 2.14 แสดงผลการตอบแบบสอบถามในเรื่องของช่องทางการโฆษณา

ส่วนสุดท้าย เป็นส่วนของการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ในธุรกิจผ่านคำถามว่า “ถ้า Yes, I Care เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการ ท่านต้องการที่จะใช้บริการหรือไม่” โดยกว่า 65.8% ตัดสินใจใช้บริการอย่างแน่นอน และ 21.1% ยังไม่แน่ใจ และ 13.1% ยังไม่ตัดสินใจใช้บริการ



ภาพที่ 2.15 แสดงผลการตอบแบบสอบถามในเรื่องทางเลือกในการเลือกบริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน

## บทที่ 3

### แผนการตลาด

#### 3.1 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmentation, Target, Positioning )

##### 3.1.1 การแบ่งส่วนการตลาด (Segmentation)

การแบ่งส่วนทางการตลาดของ Yes, I Care นั้น จะทำการตลาดโดยเน้นกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ กลุ่มที่เป็นผู้สูงอายุ กลุ่มที่เป็นลูกหลานหรือสมาชิกในครอบครัว และกลุ่มที่จะเข้ามาเป็นกลไกสำคัญในการให้บริการ ได้แก่ กลุ่ม Partner โดยใช้เกณฑ์การแบ่งด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรม

##### 3.1.1.1 ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)

- ผู้สูงอายุมุ่งเน้นกลุ่มที่อายุตั้งแต่ 40 – 60 ปี และ ช่วงอายุตั้งแต่ 60-80 ปี  
ครอบคลุมทั้งผู้ที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ และ ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ หรือ ผู้ป่วยติดเตียง

- กลุ่มลูกหลาน มุ่งเน้นกลุ่มที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และ ทำงานบริษัท  
ที่มักมีความเสี่ยงกับการต้องไปทำงานต่างที่ ในระยะเวลากระชั้นกัน สามารถมีผู้ดูแลคุณพ่อหรือคุณแม่หรือ ผู้สูงอายุที่บ้านได้

##### 3.1.1.2 ด้านภูมิภาคเน้นในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

- ด้านจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) โดยให้ความสำคัญกับ  
กลุ่มที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่มีผู้สูงอายุ อาศัยอยู่ในครอบครัว

- ด้านพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) กลุ่มเป้าหมายที่มีการ  
ทำงานหนักมีเวลาดูแล พ่อแม่เพียงพอแต่ติดภาระกิจกระชั้นกันที่ไม่สามารถดูแล คุณพ่อคุณแม่หรือ  
คนชราที่บ้านได้

##### 3.1.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)

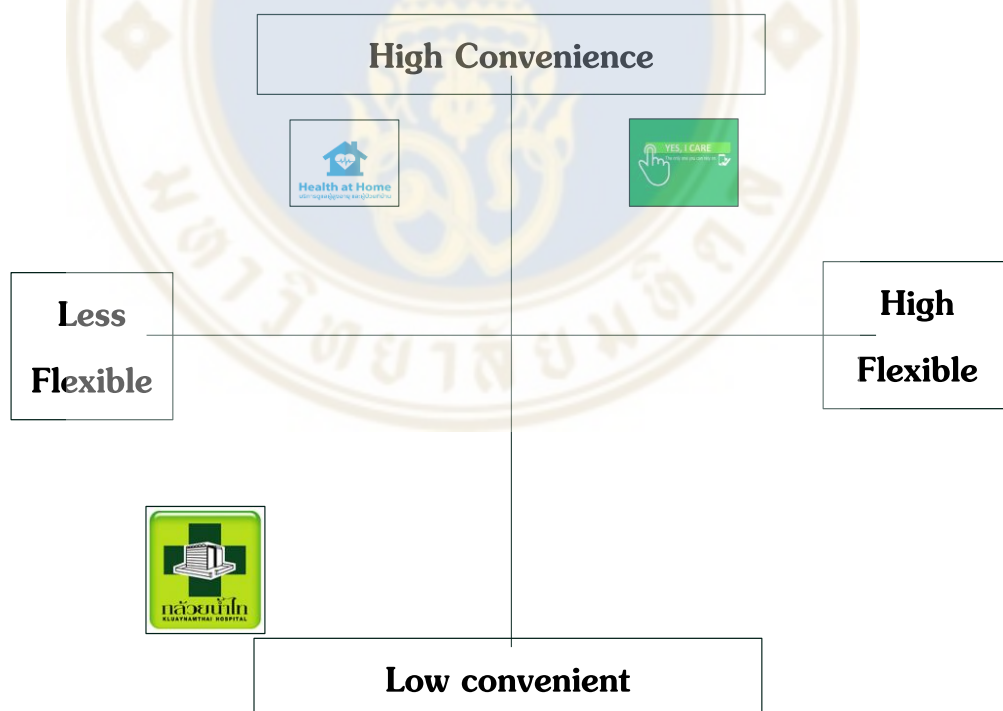
บริษัท เอส ไอ แคร่ แอปพลิเคชัน ดำเนินธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ เป็นแบบ B-C 100% โดยสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

3.1.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) นั้นเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุอาศัยอยู่ในครอบครัว เป็นพนักงานประจำ เพศหญิง และเพศชาย อายุตั้งแต่ 25 – 45 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท

3.1.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) นั้นเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุอาศัยอยู่ในครอบครัว เป็นผู้ประกอบกิจการส่วนตัว เพศหญิง และเพศชาย อายุตั้งแต่ 45-65 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,000 บาท ขึ้นไป

### 3.1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

จากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายเบื้องต้นถึงปัจจัยในการใช้บริการ ดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application ซึ่งผู้ให้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความเร็วของการให้บริการ ความสะดวกสบายและ เงื่อนไขที่ไม่ผูกมัดไม่มีสัญญารายเดือน ทั้งนี้บริษัทจึงได้แบ่งการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึง 2 ปัจจัยหลักได้แก่ ความสะดวกสบายในการติดต่อกับผู้ให้บริการ และ ความยืดหยุ่นของการให้บริการจากเจ้าหน้าที่



ภาพที่ 3.1 กำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Position Market)

### 3.2 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง

#### 3.2.1 คู่แข่งขันทางตรง

ตารางที่ 3.1 การเปรียบเทียบคู่แข่งชั้นทางตรง

ชื่อบริษัท	ยีส ไอแคร์	เฮลท์ แอท โฮม
สัญลักษณ์		
รูปแบบการให้บริการ	เรียกใช้งานผ่าน Application	เรียกใช้งานผ่านเว็บไซต์
จุดเด่น	การันตีด้วยผู้ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยคัดเลือกรายจากผู้ให้บริการที่อยู่ใกล้	มีผู้ก่อตั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอายุรแพทย์ ให้บริการทั้งผู้สูงอายุทั่วไปและผู้ป่วยติดเตียง
ความไว้วางใจในการจัดสรรเจ้าหน้าที่ไปให้บริการ และไม่มีพันธสัญญาจ้างระยะยาวผูกมัด	✓	X
กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ช่องทาง Social Media เช่น Facebook, Line, Instagram และแอปพลิเคชัน	Official Website, Facebook



### 3.2.2 คู่แข่งขันทางอ้อม

ตารางที่ 3.2 การเปรียบเทียบคู่แข่งชั้นทอ้อม

ชื่อบริษัท	เยส ไอแคร์	เอบี เนอร์สซิง	โรงพยาบาลผู้สูงอายุกล้วยน้ำไท 2
สัญลักษณ์			
รูปแบบการให้บริการ	เรียกใช้งานผ่าน Application	เรียกใช้งานผ่าน Application และ Website	เรียกใช้งานผ่าน Website
จุดเด่น	การันตีด้วยผู้ให้บริการตลอด 24 ชม. คัดเลือกจากผู้ให้บริการที่อยู่ใกล้	มีการให้บริการที่หลากหลาย	ได้รับการรับรองจากหลายสถาบัน เช่น รางวัลโฮมแคร์ สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ
ความว่องไวในการจัดสรรเจ้าหน้าที่ไปให้บริการและไม่มีพันธสัญญาจ้างระยะยาว	√	X	X
กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย	ช่องทาง Social Media เช่น Facebook, Line, Instagram และแอปพลิเคชัน	Official website, Line	Official website, โรงพยาบาล

### 3.3 บทวิเคราะห์ระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

#### 3.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

Yes, I Care เป็น Application ดูแลผู้สูงอายุที่ตอบสนองต่อความจำเป็นในสังคมไทยที่ได้ก้าวเข้าสู่ยุค Aging society และยังช่วยแก้ไขปัญหาสำหรับผู้ที่ต้องการผู้ดูแลผู้สูงอายุในขณะเร่งรีบ แบบไม่มีข้อผูกมัด

#### 3.3.2 ด้านราคา (Price)

คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าน่าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการ ให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

#### 3.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ในระยะเริ่มต้นเน้นการ โฆษณาให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่านทาง ออนไลน์ด้วยความสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ หรือสมาร์ตโฟนตลอดเวลา โดยบริษัทจะเน้นการทำโฆษณาในช่วงเวลา 20.00 เป็นส่วนใหญ่เนื่องจากเป็นช่วงเวลามีจำนวนผู้ใช้บริการทางออนไลน์มากที่สุด

#### 3.3.4 ด้านการส่งเสริม (Promotions)

เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสารแก่ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของ การตลาดสายสัมพันธ์ ซึ่งบริษัทจะเน้นการส่งเสริมการขาย ดังนี้

3.3.4.1 การส่งเสริมการขายโดยการร่วมมือกับพันธมิตรผู้ที่มี อิทธิพลในเครือข่ายโทรคมนาคมอย่างบริษัท แอดวานซ์อินโฟ ถึงโอกาสการร่วมมือด้าน Customer Data เพื่อเสนอ โปรโมชันและ Privilege ต่างๆที่จะมอบให้กับลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ



ภาพที่ 3.2 แสดงการเข้าประชุมกับบริษัท แอดวานซ์อินโฟ

โดยอ้างอิงจากผลสัมภาน์นั้น บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน แอปพลิเคชัน เฮสไอแอร์มี ความโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดย 3 เหตุผลหลักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจได้แก่ ความยืดหยุ่นด้านผู้ให้บริการที่สามารถให้บริการได้ทันที ภายใน 1-2 ชั่วโมงเมื่อเรียกใช้บริการ ไม่มีสัญญาไว้ข้อผูกมัด ด้านพันธะสัญญารายเดือน หรือรายวัน สามารถนัดหมายเวลาให้บริการได้ตาม ความประสงค์

### 3.4 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร

ทางบริษัท เฮสไอแอร์ จำกัด มีแผนการดำเนินการกิจการและแผนการตลาด ใน ระยะเวลา 1-5 ปี โดยกลยุทธ์ทางการตลาดในปีที่ 1 จัดทำต่อเนื่อง ทุกๆปีดังตารางที่ 3.3 และในปีที่ 2-5 จะมีกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มเติมดังนี้

- ในปีที่ 2-3 เริ่มให้บริการภายในกรุงเทพและปริมณฑล
- ในปีที่ 3-5 มีการออกงาน Expo เทศกาลเกี่ยวกับ สุขภาพและผู้สูงอายุ ปีละ 2 ครั้ง ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ 80,000 บาท
- ในปีที่ 3-5 ประสานงานกับหน่วยงานสื่อต่างๆ ทั้งทีวีและ อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างความ รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มลูกค้าค่าใช้จ่ายในการออกรายการทีวี อยู่ที่ 100,000 บาทต่อครั้ง
- ในปีที่ 4-5 เริ่มขยายการให้บริการไปในภูมิภาคอื่นๆ นอกเหนือจากกรุงเทพและ ปริมณฑล ครอบคลุมจังหวัดใหญ่ๆในประเทศไทย อาทิ เชียงใหม่ และภูเก็ต

ตารางที่ 3.3 แผนกลยุทธ์การตลาดจําแนกรายเดือนในปีที่ 1

กิจกรรม	ปีที่ 1												Cost (บาท)	ปีที่ 2												Cost (บาท)		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Product																												
จัดหาพนักงาน เพื่อเป็นผู้ให้บริการ																												
อบรมพนักงานเพื่อให้บริการ																												
พัฒนา Application																												
Price																												
จําหน่ายราคา 150 บาท/ชั่วโมง																												
และ ราคา 300 บาท/ชั่วโมง																												
Place																												
วางแผนและติดต่อช่องทางจัดจําหน่าย																												
จําหน่ายผ่านช่องทาง Social Media																												
ออกบูธ งานบ้านและสวนแฟร์																												
IMC																												
ประชาสัมพันธ์ผ่าน SocialMedia,																												
จัดทำและประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Web Official																												
โฆษณาผ่าน SocialMedia																												
รวม													260,000															

## บทที่ 4

### แผนกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และการจัดการทรัพยากรด้านปัญญา

#### 4.1 บทวิเคราะห์การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือกระบวนการ

##### 4.1.1 ประเภทของเทคโนโลยี

Mobile Application

##### 4.1.2 คุณลักษณะสำคัญของเทคโนโลยี

Mobile Application ประกอบขึ้นด้วยคำสองคำ คือ Mobile กับ Application มีความหมายดังนี้ Mobile คืออุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพา ซึ่งนอกจากจะใช้งานได้ตามพื้นฐานของโทรศัพท์แล้ว ยังทำงานได้เหมือนกับเครื่องคอมพิวเตอร์ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่พกพาได้จึงมีคุณสมบัติเด่น คือ ขนาดเล็กน้ำหนักเบาใช้พลังงานค่อนข้างน้อย ปัจจุบันมักใช้ทำหน้าที่ได้หลายอย่างในการติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกับคอมพิวเตอร์ สำหรับ Application หมายถึงซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยการทำงานของผู้ใช้ (User) โดย Application จะต้องมีสิ่งที่เรียกว่า ส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเป็นตัวกลางการใช้งานต่างๆ

Mobile Application เป็นการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือแท็บเล็ต โดยโปรแกรมจะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังสนับสนุน ให้ผู้ใช้โทรศัพท์ได้ใช้ง่ายยิ่งขึ้น ในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือ หรือ สมาร์ทโฟน มีหลายระบบปฏิบัติการที่พัฒนาออกมาให้ผู้บริโภคใช้ ส่วนที่มีคนใช้และเป็นที่ยอมรับมากก็คือ iOS และ Android จึงทำให้เกิดการเขียนหรือพัฒนา Application ลงบนสมาร์ตโฟนเป็นอย่างมาก อย่างเช่น แผนที่, เกมส์, โปรแกรมคุยต่างๆ และหลายธุรกิจก็เข้าไปเน้นในการพัฒนา Mobile Application เพื่อเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้ามากขึ้น ตัวอย่าง Application ที่ติดมากับโทรศัพท์ อย่าง แอปพลิเคชันเกมส์ชื่อดังที่ชื่อว่า Angry Birds หรือ Facebook ที่สามารถแชร์เรื่องราวต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็น ความรู้สึก สถานที่ รูปภาพ ผ่านทางแอปพลิเคชัน ได้โดยตรงไม่ต้องเข้าเว็บเบราว์เซอร์

Mobile Application เหมาะสำหรับธุรกิจและองค์กรต่างๆ ในการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ รวมถึงขยายการให้บริการผ่านมือถือ สะดวกง่าย ทุกที่ ทุกเวลา

#### 4.1.3 ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีในการนำมาปรับใช้จริง (ระบุนหน่วยงานทดสอบ หรือรับรองความเป็นไปได้ของเทคโนโลยี)

Mobile Application ในปัจจุบันเป็นที่นิยมและได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น รับชมข่าวสาร สื่อวิดีโอ Website (เว็บไซต์) เซ็ค Email( อีเมล) คู่มือที่ คูหนังสือ ฟังเพลง ล้วนแล้วแต่ สร้างมาเพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ง่ายๆ เพียงแค่ปลายนิ้วสัมผัส และที่สำคัญคือ ทุกคน ทุกเพศ ทุกวัยสามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้ได้ไม่จำกัด ทุกสถานที่ ทุกเวลาอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ แอปพลิเคชันจึงมีความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ประการแรกคือ แอปพลิเคชันเป็นสื่อหรือช่องทางในประชาสัมพันธ์บริษัทหรือ องค์กร แบนด์ ยี่ห้อ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุผลที่สังคมสมัยใหม่เป็นสังคมก้มหน้าต่างๆ คนต่าง จ้องมองอยู่กับมือถือ ของตนเองเฉพาะฉะนั้นถ้า ธุรกิจควรที่จะปรับเปลี่ยนการโปรโมทในรูปแบบ ของแอปพลิเคชัน

ในส่วนต่อมา ช่วยเพิ่มเวลาหรือช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ยกตัวอย่างเช่น เรามีเว็บไซต์ E-Commerce (อีคอมเมิร์ซ) ขายของ Online ลูกค้าสามารถติดต่อสั่งซื้อได้ผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่ง การโทรศัพท์อาจจะไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการธุรกิจก็สามารถเพิ่มช่องทางการติดต่อโดยผ่านแอปพลิเคชัน line (ไลน์)ลูกค้าสามารถจะติดต่อเข้ามานอกจากจะเป็นคำพูดแล้ว ตัวแอปก็สามารถถ่ายภาพ มาให้ผู้ขายได้ ผู้ขายเองก็สามารถ ส่งภาพหรือวิดีโอตัวอย่างสินค้าใหม่ๆ ให้กับลูกค้าได้อีกด้วย การใช้งานลักษณะนี้ก็จะเหมาะสมอย่างยิ่งกับธุรกิจที่ต้องการระบบ ทำให้เกิดโอกาสที่จะได้ลูกค้าประจำมากยิ่งขึ้นลดคู่แข่งทางธุรกิจได้ ซึ่งจุดนี้เองจะทำให้เกิดข้อ ได้เปรียบกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน

นอกจากนี้ในปัจจุบันแอปพลิเคชันไม่เพียงแต่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงพนักงาน หรือผู้บริหารที่สามารถจะใช้งานแอปพลิเคชัน ในการบริหาร ดูแล และ ประเมินทั้งในด้านความต้องการของลูกค้า หรือ ประเมินผลความสำเร็จของธุรกิจได้เพียงแค่นิ้วสัมผัสเท่านั้น

## 4.2 บทวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือกระบวนการ

### 4.2.1 ระดับความใหม่ของนวัตกรรม

ในเชิงของรูปแบบการบริการอยู่ในระดับใหม่ เนื่องจากวงการ ดูแลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ยังไม่มีบริการการดูแลผ่าน application ที่แพร่หลาย

สำหรับเทคโนโลยีที่นำมาประยุกต์ใช้ เป็นเทคโนโลยีที่มีมานานและได้รับการพัฒนา มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของการใช้ชีวิตในสังคม

### 4.2.2 ประเภทของนวัตกรรม

“Service innovation” เป็นบริการรูปแบบใหม่ในการบริการดูแลผู้สูงอายุที่ตอบสนอง การจัดการงานขนาดเล็กตามความต้องการและงบประมาณของลูกค้า เนื่องจากในปัจจุบันมีแต่ สำหรับงานขนาดใหญ่เท่านั้น

### 4.2.3 แนวทางการต่อยอดการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์หรือสังคม

วางแผนในการรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำมา ปรับเปลี่ยนและพัฒนาได้ตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและไลฟ์สไตล์ของคนในสังคม อันเป็นการสนับสนุนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้มีความสุขสบายและมีความสุขมากยิ่งขึ้น

## 4.3 แผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องและการหาประโยชน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา

เนื่องจาก Application มีลิขสิทธิ์ในตัวเองอยู่แล้ว โดยไม่ต้องทำการจดทะเบียนใดๆ หากแต่ต้องป้องกันการลอกเลียนแบบรูปแบบการจัดการของ Application ให้มีความพิเศษเฉพาะตัว หากที่จะลอกเลียนแบบ และเซ็นสัญญาอย่างชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรกับผู้พัฒนา Application ให้เจ้าของนั้นเป็นแต่เราเพียงผู้เดียว

#### 4.4 แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร

ตารางที่ 4.1 แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร

	ช่วงเวลาจดทะเบียน	อายุ	ราคา
<b>1. Trademarks</b>			
1.1 ชื่อบริษัท	ก่อนจัดตั้งบริษัท	10 ปี	3,600 บาท
1.2 Logo			
<b>2. Copyright</b>			
2.1 Application	ก่อนจัดตั้งบริษัท	อายุผู้จดทะเบียน + 50 ปี	ไม่มีค่าใช้จ่าย



## บทที่ 5

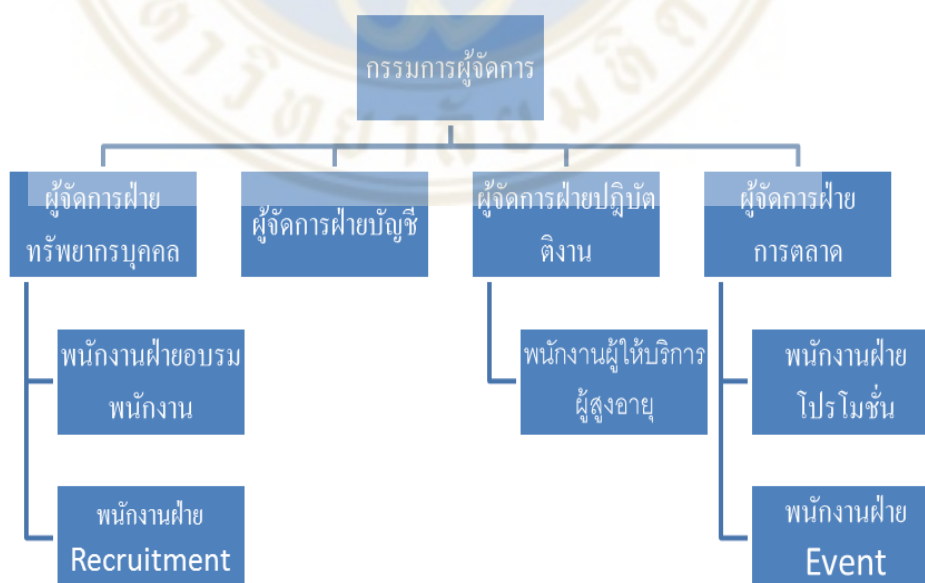
### แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร

#### 5.1 ข้อมูลทางธุรกิจ

บริษัท เฮสแคร์ จำกัด มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ให้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน โดยมีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท

#### 5.2 โครงสร้างองค์กร

บริษัท เฮสไอแคร์ จำกัด เป็นบริษัทที่ก่อตั้งในแบบธุรกิจขนาดเล็ก โดยมีโครงสร้างการบริหารองค์กรเป็นแบบ Flat Organization Chart เพื่อให้การจัดการต่างๆสามารถดำเนินการได้อย่างทันทั่วถึง โดยผู้บริหารเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ตลอดจนกลยุทธ์ในการบริหารต่างๆ โดยพนักงานของบริษัทมีส่วนร่วมในการแสดงความ คิดเห็นเพื่อให้ดำเนินการในบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 5.1 โครงสร้างองค์กร

### 5.3 แผนด้านบุคลากร

ตารางที่ 5.1 แสดงตำแหน่ง จำนวน หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรบริษัทเอสไอแคร์ จำกัด

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	หน้าที่และความรับผิดชอบ
1. กรรมการผู้จัดการ	1	<ol style="list-style-type: none"> <li>กำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของทั้งองค์กรทั้งในระยะสั้นระยะยาว</li> <li>บริหารองค์กรให้เป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้</li> <li>บริหารจัดการดูแลองค์กรและพนักงานทุกคนในองค์กร</li> <li>กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนของบุคลากรในองค์กร</li> </ol>
2. ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	1	<ol style="list-style-type: none"> <li>กำหนดกลยุทธ์ และวางแผนกำลังคนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร</li> <li>ติดตามและควบคุมมาตรฐานการฝึกอบรมพนักงานให้เป็นไปตามระเบียบที่บริษัทกำหนด</li> <li>จัดหากำลังคนให้เพียงพอต่อแผนการเติบโตของบริษัท</li> </ol>
3. พนักงานฝ่ายฝึกอบรม	1	<ol style="list-style-type: none"> <li>เรียนรู้เนื้อหาการอบรมจากวิทยากร (แพทย์) ผู้รับจ้างมาให้ความรู้กับพนักงานในบริษัท</li> <li>จัดสรรหลักสูตรที่เหมาะสมต่อการให้บริการที่หลากหลาย</li> <li>ทำการติดตามมาตรฐานการให้บริการร่วมกับฝ่ายปฏิบัติการเพื่อคงมาตรฐานการให้บริการอยู่เสมอ</li> </ol>

ตารางที่ 5.1 แสดงตำแหน่ง จำนวน หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากร  
บริษัท เฮสไอแคร์ จำกัด (ต่อ)

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	หน้าที่และความรับผิดชอบ
4.พนักงานฝ่าย Recruitment	1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.จัดหาพนักงานจากแหล่งต่างๆ อาทิ โรงเรียนสอนพยาบาล หรือตามสถานศึกษาต่างๆ</li> <li>2.ตั้งเป้าหมายในการควบคุมจำนวนพนักงานที่ลาออก</li> <li>3.ดูแลผลประโยชน์และสวัสดิการของพนักงานตามกฎหมายกำหนด</li> </ol>
5.ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ดูแลรายรับและรายจ่ายของบริษัทอย่างถูกต้อง</li> <li>2.ตรวจสอบการทำจ่ายค่าตอบแทน ค่าจ้างและส่วนแบ่งรายได้ระหว่างพนักงานและบริษัทอย่างถูกต้อง</li> <li>3.ติดตามบัญชีลูกหนี้(ถ้ามี) ให้ตรงตามเวลาและครบถ้วน</li> </ol>
6.ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติงาน	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.กำหนดกลยุทธ์เพื่อบรรลุเป้าหมายการให้บริการในแต่ละ เดือน ไตรมาส และปี</li> <li>2.ติดตามระดับการให้บริการของพนักงานในแต่ละพื้นที่ที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ดูแล</li> <li>3.ติดตามการให้บริการ โดยการ Visit พื้นที่บริการจริงแบบ สุ่มเช็ค</li> </ol>
7.พนักงานผู้ให้บริการผู้สูงอายุ	40	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ให้บริการผู้สูงอายุให้ทันเวลาตามที่กำหนดในแอปพลิเคชัน</li> <li>2.มีความรู้ความสามารถในการให้บริการดูแลผู้สูงอายุให้ได้ตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด</li> </ol>

ตารางที่ 5.1 แสดงตำแหน่ง จำนวน หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากร  
บริษัท เอสไอแควร์ จำกัด (ต่อ)

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	หน้าที่และความรับผิดชอบ
8. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1	1. กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้บริษัทเป็นผู้นำของตลาดการดูแลผู้สูงอายุผ่าน แอปพลิเคชัน ได้ 2. หาช่องทางและโอกาสการสร้างฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น
9. พนักงานฝ่ายโปรโมชัน	1	1. กำหนดกลยุทธ์ทางด้านโปรโมชันเพื่อเพิ่มโอกาสทางการรับรู้และโอกาสการค้าขายให้กับลูกค้าได้
10. พนักงานฝ่ายEvent และประชาสัมพันธ์	1	1. ประชาสัมพันธ์การให้บริการไปยังหน่วยงานต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ ให้เกิดขึ้น

#### 5.4 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจ

โดยเงินเดือนมีอัตราการเพิ่มที่ 3% ต่อปี โดยขึ้นเงินเดือนตั้งแต่ปีที่ 3 ของการให้บริการ เป็นต้นไป จ่ายโบนัส 1 เดือน โดยในปีที่ 1 บริษัทฯ ยังไม่มีนโยบายจ่ายโบนัสให้แก่พนักงาน

ตารางที่ 5.2 แสดงถึงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของรัฐกิจในปีที่ 1- ปีที่ 5

ตำแหน่ง	ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5	
	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)
1. กรรมการผู้จัดการ	1	40,000	1	40,000	1	41,200	1	42,436	1	43,709
2. ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	1	20,000	1	20,000	1	20,600	1	21,218	1	21,855
3. พนักงานฝ่ายฝึกอบรม	1	15,000	1	15,000	1	15,450	1	15,914	1	16,391
4. พนักงานฝ่าย Recruitment	1	12,000	1	12,000	1	12,360	1	12,731	1	13,113
5. ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	1	25,000	1	25,000	1	25,750	1	26,523	1	27,318
6. ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติงาน	1		1	30,000	1	30,900	1	31,827	1	32,782
					1	30,000	1	30,900	1	30,000
									1	30,000
7. พนักงานผู้ให้บริการผู้สูงอายุ	0		20	252,000	20	252,000	40	756,000	40	756,000
8. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1	20,000	1	30,000	1	30,900	1	31,827	1	32,782
9. พนักงานฝ่ายโปรโมชัน			1	12,000	1	12,360	1	12,731	1	13,113
10. พนักงานฝ่าย Event และ ประชาสัมพันธ์			1	12,000	1	12,360	1	12,731	1	13,113
									1	12,000
รวมเงินเดือน(ต่อเดือน)	7	132,000	29	448,000	30	483,880	50	994,836	52	1,042,174
รวมเงินเดือน(ต่อปี)	7	1,584,000	29	5,376,000	30	5,806,560	50	11,938,037	52	12,506,094
ประกันสังคม(ต่อปี)	7	4,350	29	20,550	30	22,104	50	37,159	52	38,566
โบนัส ประจำปี (Fix 1 เดือน)	7	0	29	448,000	30	483,880	50	994,836	52	1,042,174
<b>รวมค่าใช้จ่ายต่อปี</b>		<b>1,588,350</b>		<b>5,844,550</b>		<b>6,312,544</b>		<b>12,970,032</b>		<b>13,586,834</b>

## 5.5 ประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตารางที่ 5.3 แสดงถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจในปีที่ 1

รายการ	เดือนที่											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
เงินเดือนบุคลากร	132,000	132,000	132,000	132,000	132,000	132,000	132,000	132,000	132,000	132,000	132,000	132,000
เงินสมทบประกันสังคม	4,350	4,350	4,350	4,350	4,350	4,350	4,350	4,350	4,350	4,350	4,350	4,350
โบนัสพนักงาน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าตรวจสอบบัญชี	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
<b>รวม</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>	<b>139,350</b>

## บทที่ 6

### แผนบริหารจัดการผลิตหรือการบริการ

#### 6.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

บริษัทเอสไอแคร์ จำกัด มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ให้บริการผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ โดยจะใช้การเช่าสถานที่ อาคารเพื่อจัดการอบรมพนักงานเพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการที่สูงสุด โดยการเชิญวิทยากร ระดับนายแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุในการดูแล

##### 6.1.1 ระยะเวลาที่ 1 ดำเนินการจัดตั้งบริษัท

การดำเนินการจัดตั้งบริษัท เอสไอแคร์ จำกัด ในระยะเริ่มแรกมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

##### 6.1.1.1 ขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท



ภาพที่ 6.1 แสดงขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท เอสไอแคร์ จำกัด

### 6.1.1.2 รายละเอียดขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท

- ดำเนินการขอจดทะเบียนบริษัทกับทางสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์เพื่อทำการยื่นแบบของจองซื้อบริษัทเพื่อตรวจสอบไม่ให้ซ้ำกับห้างหุ้นส่วนบริษัทอื่นๆ

- จัดทำหนังสือบริคณห์สนธิ โดยกรอกรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อบริษัท จังหวัดที่ตั้งสำนักงานแห่งใหญ่ กิจกรรมที่จะทำทุนจดทะเบียน จำนวนหุ้น มูลค่าหุ้น ชื่อ ที่อยู่ อายุ อาชีพ จำนวนหุ้นที่จะลงทุน และลายมือชื่อ ของผู้เริ่มก่อตั้งบริษัททุกคนในแบบพิมพ์ คำขอจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ

- จัดหาสถานที่เช่าสำหรับก่อตั้งสำนักงานในรูปแบบอาคารพาณิชย์ 2 ชั้น มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี

- ขอใบอนุญาตประกอบการ ณ กอง การประกอบโรคศิลปะ สำนักงาน ปลัดกระทรวงกระทรวงสาธารณสุข

- ทำการจัดซื้ออุปกรณ์สำนักงาน ทั้ง ฮาร์ดแวร์ และ ซอฟต์แวร์ อาทิเช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องปริ้นเตอร์ และอุปกรณ์เพื่อการสื่อสารต่างๆ

- จัดหาพนักงานบุคลากรในตำแหน่ง ต่างๆ อาทิ ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล, พนักงานฝ่ายฝึกอบรม, พนักงานฝ่าย Recruitment, ผู้จัดการฝ่ายบัญชี, ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติงาน, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด, พนักงานฝ่าย Event

### 6.1.2 ระยะเวลาที่ 2 ดำเนินการขอรับรองการให้บริการ ISO 9001

เพื่อให้ได้รับการรับประกันการสอดคล้องกับข้อกำหนดด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และการรักษาความปลอดภัย หรือ มาตรฐานทางสังคมด้านสิ่งแวดล้อมและจริยธรรม โดยการแสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการเห็นว่าบริษัทได้มีการดำเนินการปฏิบัติที่ดีและบรรลุตามเกณฑ์การปฏิบัติงาน อินเทอร์เน็ตให้บริการงานรับรองผลิตภัณฑ์ กระบวนการ

### 6.1.3 ระยะเวลาที่ 3 การจัดระบบและดำเนินงานด้านการตลาด

การดำเนินการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อให้บริการ เฮสไอแคร์ เป็นที่รู้จักโดยในระยะเริ่มแรก มีการโฆษณาผ่านทาง Online, Facebook และ Instagram ผ่านการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ถึงความสำคัญและเกิดเป็น ชุมชนเกี่ยวกับผู้สูงอายุออนไลน์ รวมไปถึงการร่วมมือกับ บริษัท แอดวานซ์อินโฟ ในการเชื่อมข้อมูลกับลูกค้ากลุ่ม เซเรเนด ในการให้ส่วนลดและสิทธิพิเศษสำหรับผู้สนใจใช้บริการเป็นกลุ่มแรก



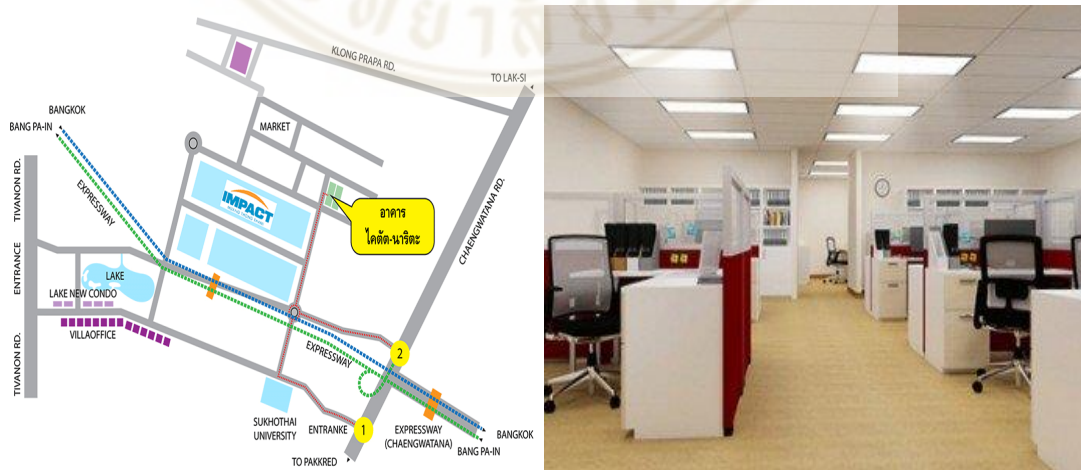
#### 6.1.4 ระยะที่ 4 การจัดระบบและดำเนินงานด้านการบริการ

ดำเนินการจัดระบบโดยดำเนินการตั้งแต่การหาบุคลากร เพื่อเป็นผู้ให้บริการ จัดการอบรมพนักงาน โดยใช้เวลา 3-6 เดือน พร้อมพัฒนา Platform การให้บริการ เพื่อเป็นช่องทางในการเรียกใช้บริการ, การดำเนินการจัดส่งพนักงานที่ผ่านการอบรมไปให้บริการยังสถานที่ต่างๆ พร้อมประเมินมาตรฐานการบริการหลังจากการให้บริการ ตลอดจนถึงติดตามความคิดเห็น ข้อร้องเรียน และคำชมเชยจากลูกค้า

## 6.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

### 6.2.1 ค่าเช่าพื้นที่

ค่าเช่าพื้นที่สำหรับก่อตั้งสำนักงาน ตั้งอยู่เลขที่ 47/341 อาคารคอนโดมิเนียม อุตสาหกรรม อาคารโคตค ชั้นที่ 8 ถนนป๊อปปูล่า ต.บ้านใหม่ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 ซึ่งเป็นพื้นที่ตกแต่งเสร็จพร้อมให้เช่า (ยกเว้นอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์บางชนิดที่ต้องจัดซื้อเพิ่มเติม) โดยพื้นที่เช่าทั้งหมด 70 ตารางเมตร ค่าเช่าอยู่ที่ตารางเมตรละ 250 บาท ต่อเดือน ค่าเช่ารวมค่าบริการ ไม่รวมค่าไถ่เงิน ทั้งหมด อยู่ที่เดือนละ 17,500 บาท หรือปีละ 210,000 บาท เงื่อนไขสัญญาเป็นแบบ 3+3+3 ปี ค่าเช่าและค่าบริการคงที่ตลอดระยะเวลา 3 ปีแรก และเพิ่มขึ้นเป็น 1 เท่าของอัตราเงินเฟ้อทั่วไปในระยะยาว ที่ 4.06%



ภาพที่ 6.2 แสดงพื้นที่สำนักงาน

### 6.2.2 ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้ออุปกรณ์สำนักงาน

ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เพื่อการใช้งานเพิ่มเติมนอกเหนือจากอุปกรณ์ที่ได้รับจากการเช่าสถานที่ทำงาน

ตารางที่ 6.1 แสดงรายละเอียดและราคาของอุปกรณ์ในสำนักงาน

ชื่ออุปกรณ์	รูปตัวอย่างอุปกรณ์	ราคา
โน้ตบุค		15,000 – 20,000 บาท ขึ้นอยู่กับสัคยภาพของซอฟต์แวร์ที่จะนำมาใช้งาน
โปรเจคเตอร์		15,000 บาท
เครื่องใช้สำนักงาน		3,000 – 5,000บาท ขึ้นอยู่กับปริมาณที่สั่งซื้อ

### 6.2.3 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน

แสดงค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน ดังตารางที่ 10 ดังนี้

ตารางที่ 6.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงานบริษัท เฮสไอแควร์ จำกัด

รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคา:หน่วย	รวมเป็นเงิน
1. จดทะเบียนบริษัท	1	ครั้ง	30,000	30,000
2. ค่าเช่าสำนักงาน (เดือน ไซสัญญาเช่าแบบปีต่อปี)	-	ครั้ง	17,500	210,000
3. อุปกรณ์ IT ใช้ในสำนักงาน				
3.1 โน้ตบุค	7	ชุด	15,000	105,000
3.2 เครื่องขยาย โปรเจคเตอร์	1	เครื่อง	15,000	15,000
3.3 เครื่องเขียนใช้ในสำนักงาน	1	ชุด	5,000	5,000
			รวม	<b>365,000</b>

### 6.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน

แสดงค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงานดังตารางที่ 6.4 ดังนี้

ตารางที่ 6.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในโรงงานการผลิตและสำนักงานของบริษัท เฮสไอแควร์ จำกัด

รายการ	ราคา (เดือน)	ราคา (ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสำนักงาน (เพิ่มขึ้นเป็น 1 เท่าของอัตราเงินเฟ้อ ทั่วไป ในปีที่ 4 ตามเงื่อนไขสัญญา)	17,500	210,000	210,000	210,000	218,526	218,526
ค่าไฟ	7,000	90,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าน้ำ	1,500	18,000	18,000	18,000	18,731	19,491
ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต	2,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าอุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด	3,500	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000
รวม	<b>31,500</b>	<b>384,000</b>	<b>414,000</b>	<b>414,000</b>	<b>423,257</b>	<b>424,017</b>

## 6.4 ขั้นตอนการคัดเลือกพนักงานและฝึกอบรมงาน



### ภาพที่ 6.3 ขั้นตอนการคัดเลือกพนักงานและฝึกอบรมงาน

#### 6.4.1 ขั้นตอนการคัดเลือกพนักงานและฝึกอบรมงาน

6.4.1.1 รับสมัครผู้ดูแลผู้สูงอายุ ณ โรงเรียนสอนพยาบาล และสถานที่ฝึกอบรมเพื่อประกอบอาชีพในกรุงเทพมหานคร

6.4.1.2 ประสานงานวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการดูแลผู้สูงอายุ เพื่อทำการให้ความรู้แก่พนักงานในการดูแลผู้สูงอายุ ทั้งเบื้องต้นและเชิงลึก

6.4.1.3 ประสานงานฝ่ายอาคารที่เปิดให้เช่าสถานที่เพื่อทำการ

6.4.1.4 ดำเนินการฝึกอบรมพนักงานดังกล่าวตามแผนการฝึกอบรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัทที่จะสามารถดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพและปริมณฑลได้ในระยะแรก

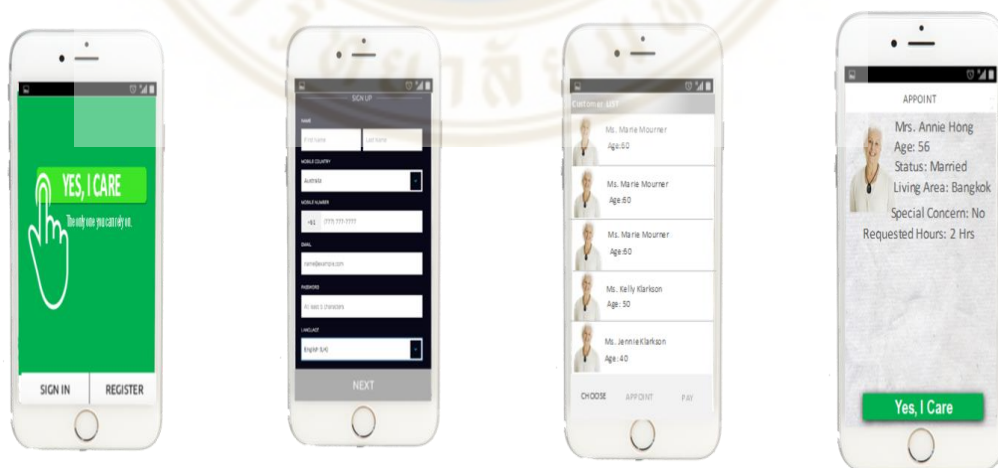
6.4.1.5 เมื่อดำเนินการฝึกอบรมพนักงานจบครบหลักสูตรแล้ว ดำเนินการให้พนักงานเตรียมความพร้อมในการให้บริการ ลูกค้านี้ได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ในระยะแรก

## 6.5 ขั้นตอนการผลิตแอปพลิเคชัน เยสไอแคร์

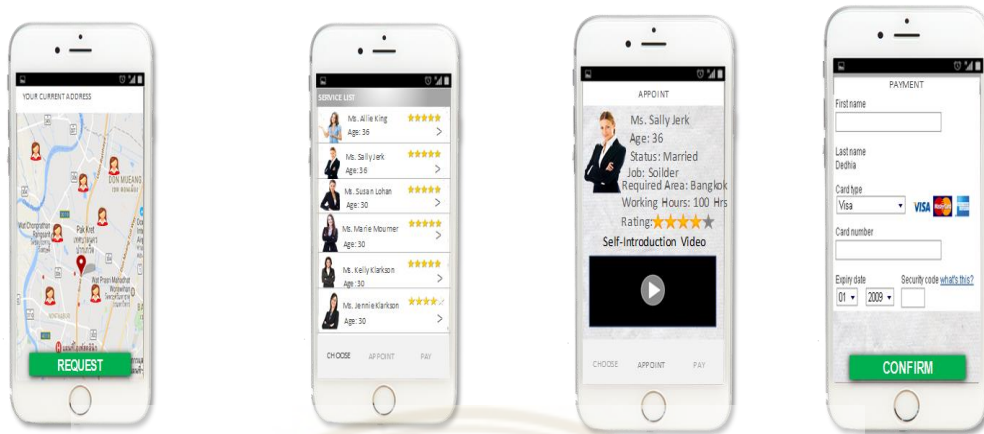
### 6.5.1 ขั้นตอนการระบุนรายละเอียดของแอปพลิเคชัน



### ภาพที่ 6.4 ขั้นตอนการผลิตแอปพลิเคชัน



### ภาพที่ 6.5 แสดงภาพตัวอย่างแอปพลิเคชันหน้าจอการใช้งานสำหรับพนักงาน



ภาพที่ 6.6 แสดงภาพตัวอย่างแอปพลิเคชันหน้าจอการใช้งานสำหรับลูกค้า

## 6.6 ขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์

บริษัทเอสไอแคว์ส่งมอบการบริการ สองช่องทางได้แก่ ทาง โมบายแอปพลิเคชัน



ภาพที่ 6.7 ขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์

## 6.7 ภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท

ตารางที่ 6.4 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานในปีที่ 1 ของบริษัท เฮสไอแควร์ จำกัด

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายในปีที่ 1 (12เดือน)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ดำเนินการจัดตั้ง บริษัท	1. ยื่นคำขอจดทะเบียนบริษัท	■												
	2. จัดทำ หนังสือบริคณห์สนธิ หรือ บอจ.2	■	■											
	3. จัดหาพื้นที่เช่าเพื่อจัดตั้งสำนักงาน		■											
	4. ดำเนินการปรับแต่งสำนักงานให้ เหมาะสมกับการใช้งาน			■										
	5. จัดซื้ออุปกรณ์สำนักงาน			■										
	6. จัดหาและคัดเลือกบุคลากร					■	■	■	■	■				
การขอรับรอง มาตรฐาน	1. การขอรับรองมาตรฐาน มอก. 9001 ISO 9001				■	■	■							

ตารางที่ 6.4 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานในปีที่ 1 ของบริษัท เฮสไอแควร์ จำกัด (ต่อ)

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายในปีที่ 1 (12เดือน)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
การดำเนินการด้านการผลิตแอปพลิเคชัน	1.ติดต่อบริษัทรับทำ แอปพลิเคชัน													
	2. สื่อสาร คอนเซปของธุรกิจ เพื่อให้ผู้ทำแอปพลิเคชันสามารถเข้าใจองค์ประกอบภาพรวมได้													
	3.ระบุจุดเด่นของแอปพลิเคชัน ฟีเจอร์ที่ใช้กราฟฟิก เสียง และฟังก์ชันต่างๆ													
	4.ทำการทดลองใช้ แอปพลิเคชันในตัวเดโมเพื่อหาข้อบกพร่องและสิ่งที่ต้องการปรับปรุง													
	5.แก้ไขรายละเอียดใน แอปพลิเคชัน ให้เป็นไปตามที่ต้องการ													
	6.เริ่มวาง แอปพลิเคชันดังกล่าวในช่องทางต่างๆ เช่น แอปสโตร์ หรือ เพลย์สโตร์													



ตารางที่ 6.4 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานในปีที่ 1 ของบริษัท เฮสไอแควร์ จำกัด (ต่อ)

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายในปีที่ 1 (12เดือน)											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
การดำเนินการด้านการอบรมพนักงาน	1. วางแผนการฝึกอบรม												
	2. เตรียมความพร้อมด้านสถานที่การฝึกอบรม												
	3. ฝึกอบรมพนักงาน												
	4. เตรียมความพร้อมพนักงานเพื่อให้บริการ												
การดำเนินการด้านการตลาด	1. วางแผนการตลาด												
	2. จัดทำช่องทางการส่งเสริมการตลาดออนไลน์												
	3. ออกบูธงานเพื่อสุขภาพและผู้สูงอายุ ในกรุงเทพและปริมณฑล												

ตารางที่ 6.5 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานในปีที่ 2 ของบริษัท เฮสไอแควร์ จำกัด

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายในปีที่ 2 (12เดือน)											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ดำเนินการจัดตั้ง บริษัท	1. ยื่นคำขอจดทะเบียนบริษัท												
	2. จัดทำ หนังสือบริคณห์สนธิ หรือ บอจ.2												
	3. จัดหาพื้นที่เช่าเพื่อจัดตั้งสำนักงาน												
	4. ดำเนินการปรับแต่งสำนักงานให้ เหมาะสมกับการใช้งาน												
	5. จัดซื้ออุปกรณ์สำนักงาน												
	6. จัดหาและคัดเลือกบุคลากร												
การขอรับรอง มาตรฐาน	1. การขอรับรองมาตรฐาน มอก. 9001 ISO 9001												

ตารางที่ 6.5 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานในปีที่ 2 ของบริษัท เฮสไอแคร์ จำกัด (ต่อ)

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายในปีที่ 1 (12เดือน)											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
การดำเนินการด้านการผลิตแอปพลิเคชัน	1.ติดต่อบริษัทรับทำ แอปพลิเคชัน												
	2. สื่อสาร คอนเซปของธุรกิจ เพื่อให้ผู้ทำแอปพลิเคชันสามารถเข้าใจองค์ประกอบภาพรวมได้												
	3.ระบุจุดเด่นของแอปพลิเคชัน ฟีเจอร์ที่ใช้กราฟฟิค เสียง และฟังก์ชันต่างๆ												
	4.ทำการทดลองใช้แอปพลิเคชันในตัวเคโม้เพื่อหาข้อบกพร่องและสิ่งที่ต้องการปรับปรุง												
	5.แก้ไขรายละเอียดใน แอปพลิเคชัน ให้เป็นไปตามที่ต้องการ												
	6.เริ่มวาง แอปพลิเคชันดังกล่าวในช่องทางต่างๆ เช่น แอปสโตร์ หรือ เพลย์สโตร์												

ตารางที่ 6.5 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานในปีที่ 2 ของบริษัท เสไอแควร์ จำกัด (ต่อ)

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายในปีที่ 1 (12เดือน)											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
การดำเนินการด้านการอบรมพนักงาน	1. วางแผนการฝึกอบรม												
	2. เตรียมความพร้อมด้านสถานที่การฝึกอบรม												
	3. ฝึกอบรมพนักงาน												
	4. เตรียมความพร้อมพนักงานเพื่อให้บริการ												
การดำเนินการด้านการตลาด	1. วางแผนการตลาด												
	2. จัดทำช่องทางการส่งเสริมการตลาดออนไลน์												
	3. ออกบูธงานเพื่อสุขภาพและผู้สูงอายุ ในกรุงเทพและปริมณฑล												

## บทที่ 7

### แผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุน

#### 7.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุนโครงการ

การศึกษาดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน “Yes, I Care” ประกอบด้วยการศึกษาบริหารแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุนแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุนโครงการ, แผนการเงินกรอบเวลา 5 ปี, ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนและผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุนและผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการแบบ Scenario

เงินลงทุนสำหรับบริษัท เฮสไอแคร์ จำกัด ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจเป็นผู้ให้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชัน “Yes, I Care” ประกอบด้วยเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานและเงินทุนหมุนเวียน โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 7.1 ดังนี้

ตารางที่ 7.1 แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ

รายการ	มูลค่า
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
1.1 อุปกรณ์สำนักงาน	210,000
1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสำนักงาน	4,000
1.3 ค่าใช้จ่ายในการทำแอปพลิเคชัน	250,000
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
2.1 การจดทะเบียนบริษัท	30,000
2.2 การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	1,600
2.3 การจดทะเบียนอนุสิทธิบัตร	2,000
2.4 การขอมาตรฐาน ISO	3,000
2.5 ใบอนุญาตกิจการโรงงาน	1,000
3. เงินทุนหมุนเวียน	1,700,000
<b>รวม</b>	<b>3,000,000</b>

## 7.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจของบริษัท เฮสไอแควร์ จำกัด จะใช้เงินลงทุนในส่วนของเจ้าของกิจการ 70 % และ โดยการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 30%

ตารางที่ 7.2 สัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มา	สัดส่วน	จำนวนเงิน
หุ้นสามัญ	70%	210,000
กู้ธนาคาร	30%	900,000
<b>รวม</b>	<b>100%</b>	<b>3,000,000</b>

บริษัทฯ จะออกหุ้นสามัญจำนวน 30,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท ซึ่งบริษัทมีผู้ร่วมลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 5 คน ทั้งนี้จะมีจำนวนเงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นเงินทั้งสิ้น 3,000,000 บาท มีรายละเอียดการถือหุ้น จำนวนหุ้นและมูลค่าการลงทุน ดังแสดงในตารางที่ 7.3

ตารางที่ 7.3 แหล่งที่มาของเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	นางสาวทศวรรณ ชะณะดี	9,000	30%	900,000
2	นายประกิต ระโหฐาน	9,000	30%	900,000
3	นางสาวชนิษฐา ระโหฐาน	6,000	20%	600,000
4	นางพจมาน มงคล	6,000	20%	600,000
	<b>รวม</b>	<b>30,000</b>	<b>100%</b>	<b>3,000,000</b>

บริษัทฯ จะขอสินเชื่อระยะยาว จากธนาคารพาณิชย์ จำนวน 900,000 บาท โดยมีต้นทุนในการกู้ยืมเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับลูกค้ารายย่อยชั้นดี MRR = 8.0168% (ประกาศล่าสุดเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2561) บวก 2 % เท่ากับ 10.0168 % เนื่องจากเป็นธุรกิจตั้งใหม่จึงมีความเสี่ยงสูงกว่า ทั้งนี้บริษัทฯ จะชำระคืนเงินกู้พร้อมดอกเบี้ยทุกเดือน เดือนละประมาณ 19,129.78 บาท เป็นเวลา 5 ปี (การคำนวณภาระหนี้ การชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยดังแสดงในภาคผนวก)

#### ตารางที่ 7.4 อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561

อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 4 พฤษภาคม 2561						
ธนาคาร	MOR	MLR	MRR	สูงสุด*	ขั้นต่ำ*	บัตรเครดิต
<b>ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ</b>						
กรุงเทพ	7.1250	6.2500	7.1250	18.0000	22.1250	18.0000
กรุงไทย	7.1200	6.2750	7.1200	19.1200	20.0000	-
กสิกรไทย	7.1200	6.2500	7.1200	23.1000	25.1000	18.0000
ไทยพาณิชย์	6.8700	6.0250	7.3700	19.3700	22.3700	18.0000
กรุงศรีอยุธยา	7.2000	6.6000	7.2000	21.0000	28.0000	-
ทหารไทย	7.6750	6.7750	7.2750	28.0000	28.0000	18.0000
ยูโอบี	7.7000	7.1500	7.7500	28.0000	28.0000	18.0000
ซีไอเอ็มบี ไทย	7.5000	7.0000	7.7500	28.0000	28.0000	18.0000
สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย)	8.1000	7.8500	-	15.0000	15.0000	-
ธนชาต	7.4250	6.6500	7.7500	15.7500	18.0000	9.9000-18.0000
ทีลโก้	8.1000	7.8500	12.7500	36.0000	36.0000	-
เมกะ สากลพาณิชย์	8.0000	7.2500	8.0000	12.0000	15.0000	-
เกียรตินาคิน	7.7000	7.1500	7.9000	28.0000	28.0000	-
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	7.6500	7.0250	7.7500	18.0000	18.0000	-
ไอซีบีซี (ไทย)	7.6750	7.1500	8.1250	21.0000	21.0000	18.0000
ไทยเครดิตเพื่อรายย่อย	8.6500	8.4700	9.0500	35.0000	35.0000	-
แห่งประเทศไทยเงิน(ไทย)	8.5000	6.5000	7.7500	12.7500	22.2500	18.0000
ธนาคารเอเอ็นแซด (ไทย) จำกัด (มหาชน)	8.2500	8.2500	-	25.0000	25.0000	-
ซูมิโตโม มิตซูบิชิ ทรัสต์ (ไทย)	9.8750	6.5000	8.5000	15.0000	15.0000	-
เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ	7.8018	6.9984	8.0168	22.0047	23.6761	18.0000

### 7.3 สมมติฐานทางการเงิน

7.3.1 ค่าเสื่อมราคาคิดโดยวิธีแบบเส้นตรงตามอายุของสินทรัพย์ถาวรโดยประมาณ 10 ปี โดยไม่มีการคิดค่าซาก

7.3.2 ให้เครดิตการชำระเงินให้แก่ลูกหนี้การค้าเป็นระยะเวลา 30 วัน

7.3.3 ได้รับเครดิตการชำระเงินจากเจ้าหนี้การค้าเป็นระยะเวลา 30 วัน

7.3.4 สินค้าคงคลังสำเร็จรูปเท่ากับร้อยละ 20

7.3.5 วัตถุดิบคงคลังเท่ากับร้อยละ 10

7.3.6 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวสำหรับลูกค้านำรายย่อยชั้นดี (MRR) ร้อยละ 10.0168

7.3.7 บริษัทมีการคำนวณอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) โดยใช้วิธี CAPM โดย risk free rate หาได้จากการนำอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี มาเฉลี่ย market return หาได้จาก market cap ในตลาดหุ้น ย้อนหลัง 3 ปี ค่า beta มีค่าเท่ากับ 1

โดยใช้สูตร CAPM ดังนี้

$$\begin{aligned} k_e &= R_f + (R_m - R_f) b_L \\ &= 2.19\% + (10.03\% - 2.19\%)(1) \\ &= 2.19\% + (7.84\%) \end{aligned}$$

$$k_e = 10.03\%$$

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) จึงมีค่าเท่ากับ 10.03%

7.3.8 บริษัทมีการคำนวณหาต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก WACC (Weight Average Cost of Capital) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\begin{aligned} WACC &= w_d k_d (1-T) + w_e k_e \\ &= 0.3 (10.0168\%)(1-20\%) + (0.7)(10.03\%) \\ &= 9.43\% \end{aligned}$$

ดังนั้น ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก WACC จึงมีค่าเท่ากับ 9.43%

7.3.9 กำหนดให้อัตราเงินเพื่อเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 ต่อปี

7.3.10 อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนกำหนดให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

7.3.11 บริษัทมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่อัตราร้อยละ 10 ในปีที 4 เป็นต้นไป

7.3.12 อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 20 ต่อปี เนื่องจากมีการจดทะเบียนบริษัท (กรมสรรพากร, 2561)

7.3.13 เงินทุนหมุนเวียนไม่มีการเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี



#### 7.4 การประมาณการรายได้

บริษัท Yes I Care จำกัด มีรายได้จากการจัดหาผู้ดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application ระยะเวลา 5 ปี

ตารางที่ 7.5 แสดงรายได้จากการให้บริการตลอด 5 ปี

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ทางตรงกับลูกค้า B-C</b>					
ราคาให้บริการดูแลผู้สูงอายุ (บาท/ชั่วโมง)	-	150	180	180	200
จำนวนที่ผู้ประสงค์ใช้บริการ (ชั่วโมง)	-	36,000	38,440	72,075	86,490
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>	<b>-</b>	<b>5,400,000</b>	<b>6,919,200</b>	<b>12,973,500</b>	<b>17,298,000</b>

## 7.5 การประมาณการต้นทุน

การแสดงต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการดูแลผู้สูงอายุ

ตารางที่ 7.6 แสดงราคาต้นทุนจากปริมาณการให้บริการปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการให้บริการดูแลผู้สูงอายุ					
ค่าเฉลี่ยการให้บริการชั่วโมงละ 150 บาทในปีที่ 2					
ต้นทุนการให้บริการต่อชั่วโมง	-	45	54	54	60
จำนวนชั่วโมงที่ใช้งาน	-	36,000	38,440	72,075	86,490
รวมต้นทุน	-	1,620,000	2,075,760	3,892,050	5,189,400

ตารางที่ 7.7 แสดงเสื่อมราคาบริษัท Yes, I Care

รายการ	รวมเป็นเงิน	จำนวนปีที่หัก	ค่าเสื่อม/ปี
อุปกรณ์สำนักงาน			
- โน้ตบุค	105,000	5	3,000
- เครื่องฉายโปรเจกเตอร์	15,000	5	33,000
รวม	120,000	10	36,000

## 7.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 7.8 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรอบ 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน	132,000	448,000	483,880	994,836	1,042,174
เงินค่าประกันสังคม	4,350	20,550	22,104	37,159	38,566
เงินโบนัส	-	448,000	483,880	994,836	1,042,174
ค่าตรวจสอบบัญชี	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	40,350	504,550	541,984	1,067,995	1,116,740
ค่าเช่าสำนักงาน	210,000	210,000	210,000	210,000	210,000
ค่าใช้จ่ายในการสร้าง Application	250,000	-	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>672,700</b>	<b>1,667,100</b>	<b>1,777,848</b>	<b>3,340,826</b>	<b>3,485,654</b>

ตารางที่ 7.9 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาดในรอบระยะเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการออกงาน แสดงสินค้า		110,000	110,000	110,000	110,000
ค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ใบปลิว		10,600	10,600	10,600	10,600
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่าน สื่อออนไลน์	12,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าใช้จ่ายในการจัดทำ เว็บไซต์	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
<b>รวม</b>	<b>14,000</b>	<b>146,600</b>	<b>146,600</b>	<b>146,600</b>	<b>146,600</b>

## 7.7 แผนการเงิน ประเภทงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 7.10 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>รายได้</b>					
รายได้จากการขายสินค้า	0	5,400,000	6,919,200	13,348,779	17,737,371
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	-346,350	-2,746,550	-3,275,624	-6,137,408	-7,530,841
หัก - ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	0	0	0	0	0
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>-346,350</b>	<b>2,653,450</b>	<b>3,643,576</b>	<b>7,211,371</b>	<b>10,206,530</b>
หัก - ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	-672,700	-1,667,100	-1,777,848	-3,340,826	-3,485,654
หัก - ค่าใช้จ่ายในการขาย	-14,000	-146,600	-146,600	-146,600	-146,600
หัก - ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหาร และการขาย	-36,000	-36,000	-36,000	-36,000	-36,000
<b>กำไรจากการดำเนินงาน</b>	<b>-1,069,050</b>	<b>803,750</b>	<b>1,683,128</b>	<b>3,687,945</b>	<b>6,538,276</b>
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	-83,570	-68,256	-51,336	-32,641	-11,985
<b>กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล</b>	<b>-1,152,620</b>	<b>735,494</b>	<b>1,631,792</b>	<b>3,655,305</b>	<b>6,526,291</b>
หัก - ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-147,099	-326,358	-731,061	-1,305,258
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>-1,152,620</b>	<b>588,395</b>	<b>1,305,434</b>	<b>2,924,244</b>	<b>5,221,033</b>
หัก - เงินปันผลจ่าย	-	-	-	-292,424	-522,103
<b>กำไรหลังจ่ายเงินปันผล</b>	<b>-1,152,620</b>	<b>588,395</b>	<b>1,305,434</b>	<b>2,631,819</b>	<b>4,698,929</b>
<b>กำไรสะสม</b>	<b>-1,152,620</b>	<b>-564,224</b>	<b>741,210</b>	<b>3,373,029</b>	<b>8,071,958</b>

## 7.8 แผนการเงิน ประเภทงบแสดงฐานะการเงิน

ตารางที่ 7.11 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงินปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>						
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>						
เงินสดและเงินสดในธนาคาร	2,000,000	1,810,248	1,556,096	2,518,120	4,169,587	8,072,218
ลูกหนี้การค้า	-	0	443,836	568,701	1,097,160	1,457,866
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	-	0	324,000	415,152	778,410	1,037,880
วัตถุดิบคงคลัง	-	0	162,000	207,576	389,205	518,940
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>2,000,000</b>	<b>1,810,248</b>	<b>2,485,932</b>	<b>3,709,550</b>	<b>6,434,362</b>	<b>11,086,904</b>
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>						
สินทรัพย์ถาวร	964,000	964,000	964,000	964,000	964,000	964,000
ค่าเสื่อมราคาสะสมเครื่องจักร	-	-290,200	-580,400	-870,600	-1,160,800	-1,451,000
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	37,600	37,600	37,600	37,600	37,600	37,600
ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	-81,341	-162,682	-244,023	-325,364	-406,705
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>1,001,600</b>	<b>630,059</b>	<b>258,518</b>	<b>-113,023</b>	<b>-484,564</b>	<b>-856,105</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>3,001,600</b>	<b>2,440,307</b>	<b>2,744,450</b>	<b>3,596,527</b>	<b>5,949,798</b>	<b>10,230,799</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>						
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	28,467	225,744	269,229	504,444	618,973
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>-</b>	<b>28,467</b>	<b>225,744</b>	<b>269,229</b>	<b>504,444</b>	<b>618,973</b>
<b>หนี้สินไม่หมุนเวียน</b>						
เงินกู้ระยะยาว	900,000	900,000	754,012	592,711	414,489	217,573
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>	<b>900,000</b>	<b>900,000</b>	<b>754,012</b>	<b>592,711</b>	<b>414,489</b>	<b>217,573</b>
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>900,000</b>	<b>928,467</b>	<b>979,756</b>	<b>861,940</b>	<b>918,934</b>	<b>836,546</b>
ทุนหุ้นสามัญ	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
กำไรสะสม	-	(1,152,620)	(564,224)	741,210	3,373,029	8,071,958
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>3,000,000</b>	<b>1,847,380</b>	<b>2,435,776</b>	<b>3,741,210</b>	<b>6,373,029</b>	<b>11,071,958</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>3,900,000</b>	<b>2,775,848</b>	<b>3,415,532</b>	<b>4,603,150</b>	<b>7,291,962</b>	<b>11,908,504</b>

## 7.9 แผนการเงิน ประเภทงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 7.12 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดจากการดำเนินการ</b>						
กำไรจากการดำเนินงาน	-	-1,069,050	803,750	1,683,128	3,687,945	6,538,276
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	-	0	0	0	0	0
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	-	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
เจ้าหน้าที่การค้า	-	28,467	197,277	43,486	235,215	114,529
ลูกหนี้การค้า	-	0	-443,836	-124,866	-528,459	-360,706
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	-	-	-	-	-	-
วัตถุดิบคงคลัง	-	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-83,570	-68,256	-51,336	-32,641	-11,985
ภาษีนิติบุคคล	-	-	-147,099	-326,358	-731,061	-1,305,258
<b>กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม</b>	<b>-</b>	<b>-1,088,152</b>	<b>377,836</b>	<b>1,260,054</b>	<b>2,667,000</b>	<b>5,010,855</b>

ตารางที่ 7.12 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดปีที่ 1 - ปีที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>						
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	-964,000	-	-	-	-	-
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	-37,600	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม</b>	<b>-1,001,600</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน</b>						
เงินสดจากการกู้ยืมธนาคาร	900,000	900,000	(145,987.82)	(161,301.53)	(178,221.60)	(196,916.53)
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	3,000,000	3,000,000	-	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-	-	-292,424	-522,103
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม</b>	<b>3,900,000</b>	<b>3,900,000</b>	<b>(145,987.82)</b>	<b>(161,301.53)</b>	<b>-470,646</b>	<b>-719,020</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>2,898,400</b>	<b>2,811,848</b>	<b>231,849</b>	<b>1,098,752</b>	<b>2,196,354</b>	<b>4,291,835</b>
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	2,811,848	3,043,696	4,142,448	6,338,802
<b>กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด</b>	<b>2,898,400</b>	<b>2,811,848</b>	<b>3,043,696</b>	<b>4,142,448</b>	<b>6,338,802</b>	<b>10,630,638</b>

## 7.10 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

ผลการตอบแทนผลการลงทุน ของบริษัท Yes, I Care จำกัด จะพิจารณาโดยการเปรียบเทียบเงินลงทุนทั้งหมดที่ต้องเสียไปกับผลตอบแทน ที่จะได้รับจากการลงทุนในด้านต่างๆ ดังตารางที่ 7.13

ตารางที่ 7.13 แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับ Application ดูแลผู้สูงอายุ Yes, I care

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่างๆของบริษัท	9.43%
มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value : NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการ	4,335,369
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการ และจำนวนสินเชื่อ	50.02%
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมดโดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน	3.6 ปี

### 7.10.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value : NPV)

สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินนั้น บริษัทฯจะพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสำหรับกิจการ (NPV of Free Cash Flow of The Firm) ซึ่งมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 4,335,369 บาท โดยใช้อัตราคิดลด (Discount Rate) จากต้นทุนทางการเงินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของกิจการ WACC (Weighted Average Cost of Capital) โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{WACC} &= w_d k_d (1-T) + w_e k_e \\
 &= 0.3 (10.0168\%)(1-20\%) + (0.7)(10.03\%) \\
 &= 9.43\%
 \end{aligned}$$



โดยที่ :

- $w_d$  = สัดส่วนของหนี้สิน  
 $k_d$  = อัตราผลตอบแทนที่เจ้าหนี้ต้องการ หรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้  
 $T$  = อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล 20 %  
 $w_e$  = สัดส่วนของผู้ถือหุ้น  
 $k_e$  = อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity)

ดังนั้นต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยของกิจการ WACC จึงมีค่าเท่ากับ 9.43%

ทั้งนี้ได้มีการคำนวณอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) ด้วยวิธี CAPM โดย risk free rate หาได้จากการนำอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี มาเฉลี่ย market return หาได้จาก market cap ในตลาดหุ้น ย้อนหลัง 3 ปี กำหนดให้ค่า beta มีค่าเท่ากับ 1

โดยใช้สูตรการคำนวณ CAPM ดังนี้

$$\begin{aligned}
 k_e &= R_f + (R_m - R_f) bL \\
 &= 2.19\% + (10.03\% - 2.19\%)(1) \\
 &= 2.19\% + (7.84\%) \\
 k_e &= 10.03\%
 \end{aligned}$$

โดยที่ :

- $R_f$  = อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ปราศจากความเสี่ยง  
 $R_m$  = อัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์  
 $bL$  = อัตราความเสี่ยงของผลตอบแทนของบริษัทฯ (Beta)

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) จึงมีค่าเท่ากับ 10.03%

### 7.10.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

ในการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) บริษัทฯ จะนำข้อมูล Free Cash Flow ที่ประมาณการได้มาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนของโครงการ โดยใช้สมมติฐานเดียวกันกับการวิเคราะห์โดยใช้วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) ซึ่งพบว่าบริษัทมี IRR เท่ากับ 50.02%

### 7.10.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

สำหรับการพิจารณาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) จากกระแสเงินสดสุทธิสะสม สำหรับกิจการ เปรียบเทียบกับการลงทุนนั้น จะแสดงให้เห็นผู้ลงทุนทราบถึงระยะเวลาที่ใช้ในการ เปลี่ยนสินทรัพย์ที่ลงทุนไป กลับมาเป็นเงินสดอีกครั้ง พบว่า บริษัทฯสามารถดำเนินกิจการและคืน ทุนได้ในระยะเวลา 2.31 ปี

### 7.10.4 ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period)

สำหรับการพิจารณาระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period) เพื่อลด จุดอ่อนของการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนที่ไม่ได้คำนึงถึงค่าของเงินตามเวลา หรือกระแสเงินสดที่ เกิดขึ้นต่างเวลากัน โดยใช้อัตราคิดลด (Discount Rate) ตาม WACC ในแต่ละปีพบว่า กิจการจะ สามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 3.17 ปี

### 7.10.5 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความคุ้มค่าการลงทุน

จากการพิจารณาพบว่าบริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application เฮลโคโน จำกัด มีมูลค่า ปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 9,074,070 บาท นอกจากนี้ยังมีอัตราผลตอบแทน ภายใน (IRR) เท่ากับ 73.85 เปอร์เซ็นต์ สูงกว่าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของบริษัท (WACC เท่ากับ 9.43 เปอร์เซ็นต์) รวมไปถึงมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 3 ปี 1 เดือนและมีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 3 ปี 6 เดือน

เมื่อพิจารณาผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในด้านมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) และระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period) จะแสดงว่าบริการ ดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application บริษัท นาโนบ็อกซ์ จำกัดมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

## 7.11 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนและผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการแบบ Scenario

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ เป็นการศึกษาว่าเมื่อสถานการณ์ในการดำเนินโครงการไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้จะมีผลต่อผลตอบแทนการลงทุนในโครงการอย่างไรบ้างและโครงการนี้ยังนำลงทุนอยู่หรือไม่ทางบริษัทฯ ได้ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่คาดว่าจะเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อผลกำไรอย่างไรบ้าง

กรณีที่ 1 ยอดขายปกติ

กรณีที่ 2 ยอดขายลดลง 20%

กรณีที่ 3 ยอดขายเพิ่มขึ้น 20%

ตารางที่ 7.14 การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ

การเปลี่ยนแปลงของโครงการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ยอดขายปกติ		5,400,000	6,919,200	12,973,500	17,298,000
ยอดขายลดลง 20%		4,320,000	5,535,360	10,378,800	13,838,400
ยอดขายเพิ่มขึ้น 20%		6,480,000	8,303,040	15,568,200	20,757,600

ตารางที่ 7.15 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย

รายการ	ยอดขายปกติ	ยอดขายเพิ่มขึ้น 20%	ยอดขายลดลง 20%
มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value : NPV)	4,335,369	31,842,439	19,896,284
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	50.02%	113%	86%
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	3.6	2.59	2.74

## บทที่ 8

### แผนบริหารจัดการความเสี่ยง

#### 8.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

บริษัท เอสไอแควร์ จำกัด ให้ความสำคัญกับการพิจารณาความเสี่ยงทั้งหมด โดยครอบคลุมความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงเกี่ยวกับกลยุทธ์ การดำเนินงาน การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และการเงิน ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้ล้วนอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กร อีกทั้งความไม่แน่นอน และ โอกาส รวมถึงการมีผลกระทบต่อวัตถุประสงค์และความต้องการของผู้มีผลประโยชน์ร่วม โดยสามารถทำการจำแนกความเสี่ยงออกเป็นหัวข้อหลักๆ ดังนี้

8.1.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

8.1.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

8.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

8.1.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)

##### 8.1.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

###### 8.1.1.1 การจัดการด้านบุคลากร

กรณีพบพนักงานให้บริการดูแลผู้สูงอายุไม่สามารถปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานหรือไม่สามารถให้บริการตามระยะเวลา ภายในที่ผู้ให้บริการกำหนด ก่อให้เกิดความเสียหาย และความเชื่อมั่นต่อองค์กรได้

###### แนวทางการรับมือความเสี่ยงในด้านการจัดการบุคลากร

จัดหาทรัพยากรมนุษย์ที่ได้ศักยภาพและสร้างแรงผลักดันอันดีให้เกิดขึ้น เช่น การทำ Re-training พนักงาน ให้เบี่ยงพิเศษกับพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่อย่างดีเยี่ยม

###### 8.1.1.2 การจัดการระบบ

กรณีพบระบบไม่สามารถให้บริการได้เป็นปกติ ก่อให้เกิดความผิดพลาดของการให้บริการทำให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร

### แนวทางการรับมือความเสี่ยงในด้านการจัดการระบบ

มีระบบ Server สำรอง เพื่อรองรับปัญหาการดำเนินการไม่เป็นเสถียรภาพ ก่อให้เกิดการล่าช้าและความไม่แม่นยำของการให้บริการ

#### **8.1.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)**

8.1.2.1 การไม่ประสบความสำเร็จทางแผนการตลาดก่อให้เกิดความสูญเสียด้านงบประมาณโดยเปล่าประโยชน์และส่งผลถึงผลกำไรของบริษัทในระยะยาว

#### แนวทางการรับมือความเสี่ยงในด้าน

ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สนับสนุนงบประมาณด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการใช้ทรัพยากรที่จำกัด

#### **8.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)**

8.1.3.1 ภาวะความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยอาจก่อให้เกิดความสูญเสียด้านการเงินได้ วิธีแก้ไข คือการ ทุ่มเฉพาะส่วนที่จำเป็นเท่านั้น

#### **8.1.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)**

8.1.4.1 ด้วยปัจจุบัน ผลบังคับใช้กฎหมายด้านกฎหมายแรงงาน อาจมีการเปลี่ยนแปลง หรือปรับปรุง อันอาจเกิดผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจที่เน้น คนเป็นปัจจัยหลักได้ ดังนั้นบริษัทต้องทำการศึกษารายละเอียดอย่างถี่ถ้วนเพื่อลด อัตราเสี่ยงด้านกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นได้

## 8.2 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 8.1 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วนที่ต้องแก้ไข			แนวทางแก้ไข
	สูง	ต่ำ	มาก	ปานกลาง	น้อย	
ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)						
1.1 การจัดการด้านบุคลากร	✓		✓			จัดหาทรัพยากรมนุษย์ที่ได้ศักยภาพและสร้างแรงผลักดันอันดีให้เกิดขึ้น เช่น การทำ Re-training พนักงาน ให้เบี่ยงเบนพิเศษกับพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่อย่างดีเยี่ยม
1.2 การจัดการระบบ	✓		✓			มีระบบ Server สำรองเพื่อรองรับปัญหาการดำเนินการไม่เป็นเสถียรภาพ ก่อให้เกิดการล่าช้าและความไม่แม่นยำของการให้บริการ
ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)		✓		✓		ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สนับสนุนงบประมาณด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการใช้ทรัพยากรที่จำกัด

ตารางที่ 8.1 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

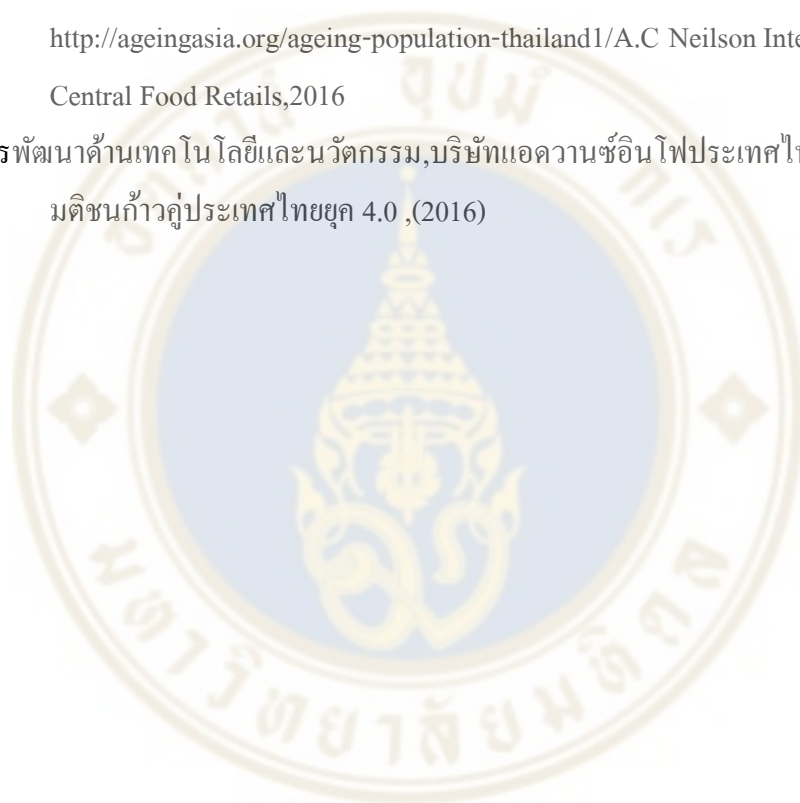
ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วนที่ต้องแก้ไข			แนวทางแก้ไข
	สูง	ต่ำ	มาก	ปานกลาง	น้อย	
ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	✓		✓			ภาวะความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยอาจก่อให้เกิดความสูญเสียด้านการเงินได้ วิธีแก้ไขคือการ กู้เฉพาะส่วนที่จำเป็นเท่านั้น
ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)	✓		✓			ทำการศึกษารายละเอียดอย่างถี่ถ้วนเพื่อลด อัตราเสี่ยงด้านกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นได้

### 8.3 ข้อจำกัดทางธุรกิจ

ด้วยโครงสร้างของธุรกิจได้ถูกคิดขึ้นตามแนวโน้มของจำนวน ผู้สูงอายุที่มากขึ้นซึ่งแนวโน้มอาจคงอยู่หรือเปลี่ยนไป นั้นขึ้นอยู่กับสภาพนั้นๆ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอาจส่งผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงของรูปแบบธุรกิจในปัจจุบัน

## บรรณานุกรม

- จิราวรรณ บุญเพิ่ม,สุรางคณา วายุภาพ, อัจฉราพร หมุ่กระเด็น,Thailand Internet User Profile 2015 ฉบับปรับปรุง. รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 2015; 1:31-33
- Aging Population in Thailand [Homepage on the Internet]. The Association. Available from: <http://ageingasia.org/ageing-population-thailand1/A.C> Neilson Internal Data for Central Food Retails,2016
- ข้อมูลการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม,บริษัทแอดวานซ์อินโฟประเทศไทยในงาน 40 ปี มติชนก้าวสู่ประเทศไทยยุค 4.0 ,(2016)





ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามคั่นคว่ำอิสระ



## แบบสอบถามค้นคว้าอิสระ เรื่องบริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application Yes, I Care

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำ ขึ้นเพื่อศึกษา พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ ผู้บริโภคคำนึงถึงในการเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application ในกรุงเทพและปริมณฑล ข้อมูลที่ ได้รับจะถูกนำไปใช้สนับสนุนการทำแผนธุรกิจของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการ จัดการ มหาวิทยาลัย วิชาเอกสภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้วิจัยใคร่ขอ ความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม โปรดตอบ แบบสอบถามตามข้อเท็จจริง ผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาใช้เวลา อันมีค่า เพื่อให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ต่อการศึกษาครั้งนี้

แบบสอบถามประกอบไปด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อบริการดูแลผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application

ส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ Yes, I Care Application

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

### ส่วนที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อบริการดูแลผู้สูงอายุ

บริการดูแลผู้สูงอายุ (Elderly Care Service) หมายถึง การบริการช่วยอำนวยความสะดวกและดูแลความเป็นอยู่และการชีวิตของผู้สูงอายุให้สะดวกสบาย อยู่ในการดูแลของผู้เชี่ยวชาญอย่างใกล้ชิด มีรูปแบบการให้บริการที่ผู้สูงอายุหรือบุตรหลาน สามารถเลือกสถานที่พำนักของผู้สูงอายุได้ ว่าต้องการบริการโดยการจัดส่งเจ้าหน้าที่มาดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน หรือสามารถให้ผู้สูงอายุพำนัก ณ สถานดูแล

1.1 ท่านมีผู้สูงอายุอาศัยอยู่ในครอบครัวหรือไม่

..... มี

..... ไม่มี

1.2 ท่านรู้จักบริการดูแลผู้สูงอายุประเภทใดบ้าง

..... โรงพยาบาล

..... บ้านพักคนชรา

..... ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ

..... อื่นๆ.....

1.3 ท่านเคยใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ ที่ครั้ง ภายใน 5-12 เดือนที่ผ่านมา

- ..... 1-2 ครั้ง
- ..... 3-4 ครั้ง
- ..... 5-6 ครั้ง
- ..... ไม่เคยใช้บริการเลย
- ..... อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.4 ในการตัดสินใจใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ ท่านคิดว่าปัจจัยใดมีความสำคัญ โดยให้ระดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้

(1 = สำคัญน้อยที่สุด, 2 = สำคัญน้อย, 3 = สำคัญปานกลาง, 4 = สำคัญมาก, 5 = สำคัญมากที่สุด)

เกณฑ์การตัดสินใจใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การบริการมีความปลอดภัยสูง					
สถานที่ในการให้บริการมีความสะอาด					
ผู้ให้บริการได้รับการฝึกอบรมด้านการดูแลผู้สูงอายุ โดยเฉพาะ					
สถานที่ให้บริการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก					
ติดต่อขอข้อมูลกับสถานบริการได้สะดวกรวดเร็ว					
สัญญาการบริการระยะยาว ( 1 เดือนขึ้นไป)					

1.5 ท่านได้ข้อมูลด้านบริการดูแลผู้สูงอายุ จากแหล่งใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ..... โรงพยาบาล
- ..... บ้านพักคนชรา
- ..... อินเทอร์เน็ต
- ..... Social Media; Facebook, Instagram
- ..... การประชาสัมพันธ์ ผ่านคลื่นวิทยุ รายการทีวี
- ..... อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.6 ท่านคิดว่าค่าบริการดูแลผู้สูงอายุควรมีเงื่อนไขเรื่องเวลาการให้บริการอย่างไรท่านจึงจะสนใจมากที่สุด

- ..... รายปี
- ..... รายเดือน
- ..... รายวัน
- ..... รายชั่วโมง
- ..... อื่นๆ โปรดระบุ

1.7 ท่านมีความสนใจใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ สำหรับผู้สูงอายุในครอบครัวท่านหรือไม่

- ..... สนใจ
- ..... ไม่สนใจ (ข้ามไปข้อ .....

1.8 ถ้าท่านสนใจและมีโอกาส ท่านจะมีพฤติกรรมการใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ ให้สอดคล้องกับความสนใจนี้อย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ..... เลือกดูข้อมูลการให้บริการจากผู้ให้บริการที่ได้รับการรับรองเท่านั้น
- ..... เลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการที่มีแพทย์ เป็นผู้ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด
- ..... เลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการที่ไม่มีสัญญาผูกมัดระยะยาว (ใช้บริการเป็นรายชั่วโมง)
- ..... เลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการที่ให้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องใช้เวลาในการรอคอยเพื่อสอบถามข้อมูล
- ..... บริการที่มีอยู่ในท้องตลาดปัจจุบันก็เป็นที่พึงพอใจแล้ว
- ..... อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.9 การเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ ท่านใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยให้ระดับความสำคัญดังต่อไปนี้

(1= สำคัญน้อยที่สุด, 2= สำคัญน้อย, 3= สำคัญปานกลาง, 4= สำคัญมาก, 5= สำคัญมากที่สุด)

เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อให้ได้รับบริการที่น่าเชื่อถือ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ตราสินค้าของผู้ให้บริการ					
ชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ					
รูปแบบการบริการ					
ความรู้ความเชี่ยวชาญของพนักงานที่ให้บริการ					
ไว้ใจระบบการให้บริการและการติดตามบริการ					

1.10 ท่านมีความมั่นใจเพียงใดว่าบริการดูแลผู้สูงอายุที่มีอยู่ปัจจุบันนั้นปลอดภัย  
 ..... ไม่มั่นใจที่สุด ..... ไม่มั่นใจ ..... เฉยๆ ..... มั่นใจ ..... มั่นใจที่สุด

1.11 ปัจจัยใดเป็นสาเหตุหลักในการเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ..... ราคา  
 ..... ความปลอดภัย  
 ..... ชื่อเสียงของสถานบันที่ดูแล  
 ..... ความยืดหยุ่นของเงื่อนไขการให้บริการ  
 ..... อื่นๆ โปรดระบุ .....

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อที่ตรงตามระดับความสำคัญของท่านมากที่สุด

(1 = สำคัญน้อยที่สุด, 2 = สำคัญน้อย, 3 = สำคัญปานกลาง, 4 = สำคัญมาก, 5 = สำคัญมากที่สุด)

เกณฑ์การตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
-รูปแบบของ Application อ่านง่ายไม่ซับซ้อน					
-สามารถเรียกใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว					
-เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ได้รับการตรวจสอบประวัติ					
-เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเดินทางถึงจุดให้บริการอย่างรวดเร็ว					
-ความแปลกใหม่ของการบริการ					
-ชื่อเสียงของบริษัทที่ให้บริการ					
<b>2.2 ปัจจัยด้านราคา</b>					
-ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ให้บริการ					
-ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับการบริการจากที่อื่นๆ					
-ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผู้ให้บริการ					

เกณฑ์การตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
-ผ่าน เว็บไซต์					
-แอปพลิเคชันบนมือถือ					
-Social Media; Line, Facebook, Instagram					
2.4 ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขาย					
-ส่วนลดพิเศษเมื่อใช้บริการในครั้งถัดไป					
-ส่วนลดพิเศษกับสถานพยาบาล ต่างๆ					
-ส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อประกันสุขภาพ					

### ส่วนที่ 3 ทักษะคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ Yes, I Care Application

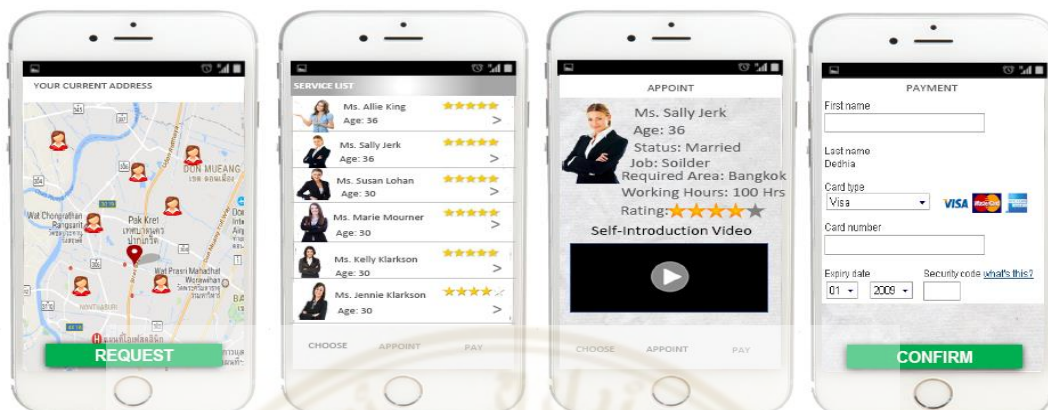
คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อที่ตรงตามระดับความสำคัญของท่านมากที่สุด

(1 = สำคัญน้อยที่สุด, 2 = สำคัญน้อย, 3 = สำคัญปานกลาง, 4 = สำคัญมาก, 5 = สำคัญมากที่สุด)

Yes, I Care เป็นบริการดูแลผู้สูงอายุ โดยผู้ให้บริการสามารถเลือกใช้บริการโดยการติดต่อผู้ให้บริการผ่านทาง Application ซึ่งผู้ให้บริการสามารถเลือกผู้ให้บริการจากสถานที่ที่ใกล้ที่สุด หรือ จากความชำนาญของเจ้าหน้าที่ที่ดูแล โดยระบบจะแสดงข้อมูลผ่านจำนวนดาวของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการสามารถเลือกชมประวัติของผู้ให้บริการได้ผ่านทาง วิดีโอ แนะนำตัว เพื่อประกอบการตัดสินใจใช้บริการ

Yes, I Care มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ที่ต้องการบริการดูแลผู้สูงอายุเพียงในระยะเวลาสั้นๆ สำหรับผู้ที่ติดภาระกิจกระทันหัน ไม่สามารถจัดสรรคนดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวท่านได้ เรามีบริการจัดส่งผู้ดูแลถึงจุดหมายภายใน 1 ชั่วโมง พร้อมค่าบริการตามระยะเวลาใช้งานจริง เริ่มต้นตั้งแต่รายชั่วโมง จนกระทั่งรายเดือน ไร้สัญญาผูกมัดใดๆ ทั้งการชำระเงินที่สะดวกสบายผ่านบัตรเครดิต ที่ท่านระบุรายละเอียดเอาไว้ใน แอปพลิเคชัน หลังการบริการสิ้นสุดลง

รูปแบบ Application



3.1 จากข้อความด้านบนท่านคิดว่า Yes, I Care น่าสนใจที่จะใช้บริการหรือไม่  
 ..... น่าสนใจ ..... ไม่สนใจ โปรดระบุเหตุผล .....

3.2 ภายหลังจากที่ท่านได้ทราบข้อมูลของ Yes, I Care แล้วตามแสดงข้างต้นแล้ว ขอให้ท่านประเมินระดับของทัศนคติของท่านที่มีต่อ Yes, I Care บริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อที่ตรงตามระดับความสำคัญของท่านมากที่สุด

(1 = สำคัญน้อยที่สุด, 2 = สำคัญน้อย, 3 = สำคัญปานกลาง, 4 = สำคัญมาก, 5 = สำคัญมากที่สุด)

แนวคิดด้านบริการดูแลผู้สูงอายุผ่าน Application	ระดับความเห็นด้วยต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
- เป็นบริการที่มีความแปลกใหม่ในบริการดูแลผู้สูงอายุปัจจุบัน					
- เป็นบริการที่ไว้ใจได้ จากรูปแบบการคัดกรองผู้ให้บริการ					
- บริการมีคุณภาพและสามารถตรวจสอบได้					
- บริการช่วยแก้ปัญหาด้านการหาผู้ดูแลที่รวดเร็ว					
- มีความยืดหยุ่นด้านระยะเวลาการใช้บริการ ไร้ข้อผูกมัด					
- สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการได้รวดเร็ว					
- สามารถเลือกเวลาใช้บริการได้ตามต้องการ					

3.3 ท่านคิดว่าบริการ Yes, I Care ควรให้บริการในระยะเวลาเท่าใด

..... รายวัน                      .....รายชั่วโมง                      ..... อื่นๆ โปรดระบุ

3.4 ท่านคิดว่าระดับราคาใดเหมาะสมสำหรับการใช้บริการ Yes I Care

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อที่ตรงตามระดับความสำคัญของท่านมากที่สุด

(1 = สำคัญน้อยที่สุด, 2 = สำคัญน้อย, 3 = สำคัญปานกลาง, 4 = สำคัญมาก, 5 = สำคัญมากที่สุด)

แนวคิดด้านราคาสำหรับผู้สูงอายุผ่าน Application	ระดับความเห็นด้วยต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
- รายชั่วโมง ชั่วโมงละ 100-300 บาท					
- รายชั่วโมง ชั่วโมงละ 301-500 บาท					
- รายชั่วโมง ชั่วโมงละ 501-800 บาท					
- รายวัน เหมาะจ่ายวันละ 1,500-2,500 บาท					
- รายวัน เหมาะจ่ายวันละ 2,501- 3,500 บาท					

3.5 ท่านคิดว่า Yes, I Care ควรมีโฆษณาผ่านสื่อใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

..... โฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต / Social Media

..... โฆษณาผ่านการแจกแผ่นพับ / โบชัวร์

..... โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์

..... โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

..... โฆษณาผ่านสื่อวิทยุ

..... อื่นๆ โปรดระบุ.....

3.6 ถ้า Yes, I Care เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการ ท่านต้องการที่จะใช้บริการหรือไม่

..... ซื่อแน่นอน (ไปที่ข้อ 3.7)                      ..... ไม่ซื่อ (ไปที่ข้อ 3.8)                      ..... ไม่แน่ใจ (ไปที่ข้อ 3.9)

3.7 ถ้าซื่อเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

..... บริการสามารถจัดส่งเจ้าหน้าที่ได้อย่างรวดเร็ว                      ..... มีผู้ให้บริการที่ไว้ใจได้

..... มีความยืดหยุ่นด้านการให้บริการ



## 3.8 ถ้าไม่ซื้อเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ..... ราคาแพงเกินไป ..... มีบริการที่ทดแทนได้ในตลาดให้เลือกมากมาย  
 ..... คิดว่าไม่มีความจำเป็นในการใช้บริการ

## 3.9 ไม่แน่ใจเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ..... ไม่มั่นใจในการบริหารมาตรฐานบริการ  
 ..... บริการยังมีความใหม่เกินไปในตลาด  
 ..... คิดว่าผู้สูงอายุ อยากให้ลูกหลานดูแลมากกว่า

## ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเลือกคำตอบที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมและตรงความคิดของท่านมากที่สุด

## 4.1 เพศ

- ..... ชาย  
 ..... หญิง

## 4.2 อายุ

- ..... น้อยกว่า 15 ปี  
 ..... 15-25 ปี  
 ..... 26-35 ปี  
 ..... 36-45 ปี  
 ..... 46-55 ปี  
 ..... 56-65 ปี  
 ..... มากกว่า 65 ปี

## 4.3 สถานภาพ

- ..... โสด  
 ..... สมรส  
 ..... หย่าร้าง

## 4.4 การมีบุตร (เฉพาะผู้ตอบสถานภาพสมรส หรือ หย่าร้าง)

- ..... ไม่มีบุตร ..... มีบุตรจำนวน \_\_\_\_\_ คน

## 4.5 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ..... น้อยกว่า 10,000 บาท
- ..... 10,000-20,000 บาท
- ..... 20,001-30,000 บาท
- ..... 30,001-40,000 บาท
- ..... 40,001-50,000 บาท
- ..... มากกว่า 50,000 บาท

## 4.6 อาชีพ

- ..... นักเรียน / นักศึกษา
- ..... ข้าราชการ / ลูกจ้างรัฐ
- ..... พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ..... พนักงานเอกชน
- ..... ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ
- ..... อื่นๆ โปรดระบุ.....

## 4.7 ระดับการศึกษาสูงสุด

- ..... ประถมศึกษา
- ..... มัธยมศึกษา
- ..... ปวช. / ปวส.
- ..... ปริญญาตรี
- ..... ปริญญาโท
- ..... สูงกว่าปริญญาโท

ภาคผนวก ข  
ภาระหนี้ การชำระเงินทุนและดอกเบี้ย



ตารางแสดงภาระหนี้สินและการชำระหนี้ของบริษัท Yes I Care จำกัด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หนี้ทั้งหมด	900,000.00					
อัตราดอกเบี้ย	10.02%					
จำนวนงวดผ่อนชำระต่อปี	12					
จำนวนปี	5					
จำนวนงวดผ่อนชำระทั้งหมด	60					
จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด	19,129.78					
จำนวนเงินผ่อนชำระต่อปี	229,557.37					
ภาระหนี้คงค้างต้นงวด	900,000.00	900,000.00	754,012.18	592,710.65	414,489.05	217,572.52
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-83,569.55	-68,255.84	-51,335.77	-32,640.84	-11,984.85
ชำระคืนเงินต้น	-	-145,987.82	-161,301.53	-178,221.60	-196,916.53	-217,572.52
รวมเงินต้นและดอกเบี้ย	-	-229,557.37	-229,557.37	-229,557.37	-229,557.37	-229,557.37
ภาระหนี้คงค้างปลายงวด	900,000.00	754,012.18	592,710.65	414,489.05	217,572.52	-0.00

ตารางการคำนวณรายได้ทุกเดือนแบบลดต้นลดดอก

วงเงินกู้		900,000.00		
อัตราดอกเบี้ยต่อปี		10.02%	ต่อปี ลดต้นลดดอก	
ระยะเวลา/เดือน		60	ยอดการชำระ/เดือน	<b>19,129.78</b>
ระยะเวลา/ เดือน	ยอดการชำระต่อ เดือน	เงินต้น	อัตราดอกเบี้ย	ยอดเงินคงเหลือ
1	19,129.78	11,617.18	7,512.60	888,382.82
2	19,129.78	11,714.15	7,415.63	876,668.67
3	19,129.78	11,811.94	7,317.85	864,856.73
4	19,129.78	11,910.53	7,219.25	852,946.20
5	19,129.78	12,009.95	7,119.83	840,936.24
6	19,129.78	12,110.21	7,019.58	828,826.04
7	19,129.78	12,211.29	6,918.49	816,614.74
8	19,129.78	12,313.23	6,816.56	804,301.52
9	19,129.78	12,416.01	6,713.77	791,885.51
10	19,129.78	12,519.65	6,610.13	779,365.86
11	19,129.78	12,624.15	6,505.63	766,741.71
12	19,129.78	12,729.53	6,400.25	754,012.18
13	19,129.78	12,835.79	6,293.99	741,176.39
14	19,129.78	12,942.93	6,186.85	728,233.45
15	19,129.78	13,050.97	6,078.81	715,182.48
16	19,129.78	13,159.91	5,969.87	702,022.56
17	19,129.78	13,269.76	5,860.02	688,752.80
18	19,129.78	13,380.53	5,749.25	675,372.27
19	19,129.78	13,492.22	5,637.56	661,880.05
20	19,129.78	13,604.85	5,524.93	648,275.20
21	19,129.78	13,718.41	5,411.37	634,556.79
22	19,129.78	13,832.92	5,296.86	620,723.86
23	19,129.78	13,948.39	5,181.39	606,775.47

ตารางการคำนวณรายได้ทุกเดือนแบบลดต้นลดดอก (ต่อ)

ระยะเวลา/ เดือน	ยอดการชำระต่อ เดือน	เงินต้น	อัตราดอกเบี้ย	ยอดเงินคงเหลือ
24	19,129.78	14,064.82	5,064.96	592,710.65
25	19,129.78	14,182.23	4,947.55	578,528.42
26	19,129.78	14,300.61	4,829.17	564,227.81
27	19,129.78	14,419.98	4,709.80	549,807.83
28	19,129.78	14,540.35	4,589.43	535,267.47
29	19,129.78	14,661.72	4,468.06	520,605.75
30	19,129.78	14,784.11	4,345.67	505,821.64
31	19,129.78	14,907.52	4,222.26	490,914.12
32	19,129.78	15,031.96	4,097.82	475,882.16
33	19,129.78	15,157.43	3,972.35	460,724.73
34	19,129.78	15,283.96	3,845.82	445,440.77
35	19,129.78	15,411.54	3,718.24	430,029.23
36	19,129.78	15,540.18	3,589.60	414,489.05
37	19,129.78	15,669.90	3,459.88	398,819.15
38	19,129.78	15,800.70	3,329.08	383,018.44
39	19,129.78	15,932.60	3,197.18	367,085.84
40	19,129.78	16,065.59	3,064.19	351,020.25
41	19,129.78	16,199.70	2,930.08	334,820.55
42	19,129.78	16,334.92	2,794.86	318,485.63
43	19,129.78	16,471.28	2,658.51	302,014.36
44	19,129.78	16,608.77	2,521.01	285,405.59
45	19,129.78	16,747.41	2,382.38	268,658.18
46	19,129.78	16,887.20	2,242.58	251,770.98
47	19,129.78	17,028.16	2,101.62	234,742.82
48	19,129.78	17,170.30	1,959.48	217,572.52
49	19,129.78	17,313.63	1,816.15	200,258.88
50	19,129.78	17,458.15	1,671.63	182,800.73

ตารางการคำนวณรายได้ทุกเดือนแบบลดต้นลดดอก (ต่อ)

ระยะเวลา/ เดือน	ยอดการชำระต่อ เดือน	เงินต้น	อัตราดอกเบี้ย	ยอดเงินคงเหลือ
51	19,129.78	17,603.88	1,525.90	165,196.85
52	19,129.78	17,750.83	1,378.95	147,446.02
53	19,129.78	17,899.00	1,230.78	129,547.02
54	19,129.78	18,048.41	1,081.37	111,498.61
55	19,129.78	18,199.06	930.72	93,299.55
56	19,129.78	18,350.98	778.80	74,948.57
57	19,129.78	18,504.16	625.62	56,444.41
58	19,129.78	18,658.62	471.16	37,785.79
59	19,129.78	18,814.37	315.41	18,971.42
60	19,129.78	18,971.42	158.36	(0.00)
61	19,129.78	19,129.78	(0.00)	(19,129.78)
62	19,129.78	19,289.46	(159.68)	(38,419.24)
63	19,129.78	19,450.48	(320.70)	(57,869.72)
64	19,129.78	19,612.84	(483.06)	(77,482.56)
65	19,129.78	19,776.55	(646.77)	(97,259.12)
66	19,129.78	19,941.64	(811.85)	(117,200.75)
67	19,129.78	20,108.09	(978.31)	(137,308.84)
68	19,129.78	20,275.94	(1,146.16)	(157,584.79)
69	19,129.78	20,445.19	(1,315.41)	(178,029.98)
70	19,129.78	20,615.86	(1,486.08)	(198,645.84)
71	19,129.78	20,787.94	(1,658.16)	(219,433.78)
72	19,129.78	20,961.47	(1,831.69)	(240,395.25)
73	19,129.78	21,136.44	(2,006.66)	(261,531.69)
74	19,129.78	21,312.87	(2,183.09)	(282,844.56)
75	19,129.78	21,490.78	(2,361.00)	(304,335.34)
76	19,129.78	21,670.17	(2,540.39)	(326,005.51)

ตารางการคำนวณรายได้ทุกเดือนแบบลดต้นลดดอก (ต่อ)

ระยะเวลา/ เดือน	ยอดการชำระต่อ เดือน	เงินต้น	อัตราดอกเบี้ย	ยอดเงินคงเหลือ
77	19,129.78	21,851.06	(2,721.28)	(347,856.57)
78	19,129.78	22,033.46	(2,903.67)	(369,890.02)
79	19,129.78	22,217.38	(3,087.60)	(392,107.40)
80	19,129.78	22,402.83	(3,273.05)	(414,510.23)
81	19,129.78	22,589.84	(3,460.06)	(437,100.07)
82	19,129.78	22,778.40	(3,648.62)	(459,878.47)
83	19,129.78	22,968.54	(3,838.76)	(482,847.01)
84	19,129.78	23,160.27	(4,030.48)	(506,007.27)
85	19,129.78	23,353.59	(4,223.81)	(529,360.87)
86	19,129.78	23,548.53	(4,418.75)	(552,909.40)
87	19,129.78	23,745.10	(4,615.32)	(576,654.50)
88	19,129.78	23,943.31	(4,813.53)	(600,597.81)
89	19,129.78	24,143.17	(5,013.39)	(624,740.98)
90	19,129.78	24,344.70	(5,214.92)	(649,085.68)
91	19,129.78	24,547.92	(5,418.13)	(673,633.59)
92	19,129.78	24,752.82	(5,623.04)	(698,386.42)
93	19,129.78	24,959.44	(5,829.66)	(723,345.86)
94	19,129.78	25,167.79	(6,038.01)	(748,513.65)
95	19,129.78	25,377.87	(6,248.09)	(773,891.53)
96	19,129.78	25,589.71	(6,459.93)	(799,481.24)