

แผนธุรกิจ

“AIM Talk” แอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาการพูดสื่อสาร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ "AIM Talk" แอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาการพูดสื่อสาร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2561



ปรีชญ์สุดา เข็มหนัก
ผู้วิจัย

Wan A.S.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีดิสันต์,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

S
สุเทพ นิ่มสาย,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

Do ✓
ดวงพร อภาศิลป์,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

ปิ่นนีย์ ฤทธิประวัติน
รองศาสตราจารย์ปิ่นนีย์ ฤทธิประวัติน,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ เรื่อง แผนธุรกิจ “AIM Talk” แอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาการพูดสื่อสาร
สำเร็จลงได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลือของ ผศ. ดร. พัลลภา ปิติสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ให้คำปรึกษา
และคำแนะนำสำหรับการออกแบบแผนธุรกิจ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างยิ่งมา ณ
ที่นี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ รศ.ดร.ปัทมา ฤทธิประวัตติ อาจารย์ภาควิชา
วิศวกรรมชีวการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานของแอปพลิเคชันสำหรับผู้
มีปัญหาด้านการสื่อสาร และข้อมูลการทำตลาดที่ผ่านมาของแอปพลิเคชันเพื่อเป็นข้อมูล
เบื้องต้นในการศึกษา และต่อยอด ขอขอบคุณโรงพยาบาลวชิรพยาบาลที่สนับสนุนทางด้านข้อมูล
รวมถึงขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านและเพื่อนร่วมชั้นเรียนทุกท่านที่คอยช่วยสนับสนุน

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ ผศ. ดร. พัลลภา ปิติสันต์ และรศ.ดร.ปัทมา ฤทธิประวัตติ ที่
ให้โอกาสในการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ และกรุณาให้คำแนะนำแนวทางที่จะช่วยปรับแผนธุรกิจนี้ให้ดี
ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างยิ่งมา ณ ที่นี้

นางสาวปวิณส์สุดา เข็มนาค

บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบันเป็นยุคที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างก้าวหน้าและต่อเนื่อง ประกอบการวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมมาก เพราะมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเข้ากับชีวิตประจำวันเพื่อความสะดวกสบาย ซึ่งสมาร์ตโฟนเป็นอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่สำคัญมาก ที่เข้ามาเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในสังคมปัจจุบัน มีการพัฒนาแอปพลิเคชันต่างๆ ที่มีฟังก์ชันในการช่วยเหลือหลายด้าน และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันเป็นไปอย่างครอบคลุมแทบทุกพื้นที่

ในอดีตจนถึงปัจจุบันสถิติการป่วยด้วยโรคหลอดเลือดสมองจำนวน 530,033 คน (กระทรวงสาธารณสุข, 2561) และ 20 % ของผู้ป่วยหลอดเลือดสมองที่เป็น Stroke (สิริรัตน์ ติลาจรัส และจรรยา วิรุฬราช, 2550) เมื่อผู้ป่วยมีความผิดปกติดังกล่าว ทำให้มีกลุ่มผู้ป่วยบางคนที่มีความต้องการสื่อสาร การพูดหรือการทำความเข้าใจความหมายของภาษา และในปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้มีโอกาสทางธุรกิจสำหรับแอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาการพูดสื่อสาร ซึ่งแอปพลิเคชัน AIM Talk ถูกพัฒนาโดย รศ.ดร. ปัทมาธิ ฤทธิประวัตติ จากคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรูปแบบของแอปพลิเคชันจะใช้รูปภาพในการสื่อความหมาย ประกอบคำได้ภาพ และตัวแอปพลิเคชันสามารถออกเสียงใช้ในการพูดแทนได้ โดยที่จุดเด่นของตัวแอปพลิเคชันนั้น อยู่ที่การที่ผู้ป่วยสามารถเพิ่มรูปภาพจากการถ่ายรูปหรือการค้นรูปภาพในอินเทอร์เน็ตมากำหนดความหมายเองได้ และกลุ่มเป้าหมายมี 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ซื้อ Premium ที่เป็นผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร กลุ่มที่เป็นบริษัทที่ต้องการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) และกลุ่มที่เป็นบริษัทที่สนใจโฆษณาบนแอปพลิเคชัน

ด้านการบริหารและการลงทุน มีการบริหารโดยผู้ถือหุ้นทั้งหมด 3 คน โดยมีผู้ถือหุ้นสูงสุดคือ รศ.ดร. ปัทมาธิ ฤทธิประวัตติ และมีการลงทุนทั้งหมด 434,000 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) คือ 131.5% ต้นทุนเงินทุนถ่วงเฉลี่ย (WACC) คือ 11.37% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) คือ 8,315,529.45 บาท ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) คือ 2 ปี 22 วัน ซึ่งมีการโปรโมทแอปพลิเคชัน ทั้งทางเว็บไซต์ การจัดกิจกรรมของโรงพยาบาล แจกแผ่นพับ และการออกบูธแสดงสินค้าเพื่อให้ AIM Talk เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

สารบัญ

	หน้า
หน้ากิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 จุดประสงค์การวิจัย	2
1.3 ปัญหาที่พบ	2
1.4 คุณค่าที่จะได้รับ	3
1.5 การวิเคราะห์ทางการตลาด	3
บทที่ 2 แผนการตลาด	
2.1 กลุ่มเป้าหมาย	6
2.2 กลยุทธ์ทางการตลาด (4 Ps)	8
บทที่ 3 แผนการดำเนินงาน	
3.1 ขั้นตอนในการดำเนินงาน (Operation plan)	15
บทที่ 4 แผนบริหารองค์กรและโครงสร้างองค์กร	
4.1 ข้อมูลผู้ถือหุ้น	18
4.2 แผนการบริหารและจัดการองค์กร	18
บทที่ 5 แผนการเงิน	
5.1 ขนาดของการลงทุนและแหล่งเงินทุน	21
5.2 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 ประมาณการงบดุล (Balance Sheet)	26
5.4 ประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of Cash flow)	28
5.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis)	29
บทที่ 6 แผนบริหารจัดการความเสี่ยง	
6.1 การจัดการความเสี่ยงด้านการตลาด	31
6.2 การจัดการความเสี่ยงด้านการเงิน	32
6.3 การจัดการความเสี่ยงในการดำเนินการ	33
บรรณานุกรม	34
ภาคผนวก	36

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	7
2.2	แสดงแผนการดำเนินงานการตลาด (Activities plan) และงบประมาณปีที่ 1	11
2.3	แสดงแผนการดำเนินงานการตลาด (Activities plan) และงบประมาณปีที่ 2 – 4	12
2.4	แสดงแผนการดำเนินงานการตลาด (Activities plan) และงบประมาณปีที่ 5	13
2.5	ตารางประมาณการยอดขายปีที่ 1-5	14
4.1	แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้น	18
4.2	แสดงตำแหน่ง จำนวนและเงินเดือนของบุคลากร	19
5.1	แสดงจำนวนหุ้น สัดส่วนและเงินทุนของผู้ถือหุ้นของบริษัท	21
5.2	แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ	21
5.3	ประมาณการจำนวนบุคลากร และเงินเดือนในปีที่ 1-5	22
5.4	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	22
5.5	แสดงรายได้จากการขายแต่ละช่องทางตั้งแต่ปี 1-5	23
5.6	ประมาณการงบกำไร-ขาดทุน	24
5.7	ประมาณการงบดุล	26
5.8	ประมาณการงบกระแสเงินสด	28
5.9	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	29
5.10	แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR)	29
5.11	แสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value – NPV)	30
5.12	สมมติฐานการเงิน	30

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แรงกดดันทางธุรกิจ (Porter, 2008)	4
2.1 แสดงตัวอย่างฟังก์ชันของแอปพลิเคชัน AIM Talk	8
2.2 แสดงตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Position)	9
4.1 แสดงแผนผังองค์กรของ “AIM Talk”	19



บทที่ 1

โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย

โรคหลอดเลือดสมอง เป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญระดับโลก มีรายงานว่า โรคหลอดเลือดสมองเป็นสาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 2 ของโลก มีจำนวนผู้ป่วยด้วยโรคหลอดเลือดสมองทั่วโลก 17 ล้านคน และเสียชีวิตจากโรคหลอดเลือดสมอง จำนวน 6.5 ล้านคน สำหรับในประเทศไทย โรคหลอดเลือดสมองเป็นสาเหตุของโรคที่ก่อให้เกิดความสูญเสียอันเนื่องมาจากการตายก่อนวัยอันควร โดยพบว่าเพศหญิงมีอัตราการเกิดของโรครมากกว่าเพศชาย (World Stroke Organization, 2017)

สำหรับในอุบัติการณ์ของโรคหลอดเลือดสมองในประเทศไทยนั้น พบว่า จากรายงานของสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่าอัตราตายด้วยโรคหลอดเลือดสมองต่อประชากรแสนคน ในภาพรวม ปี พ.ศ. 2557 – 2559 เท่ากับ 38.63, 43.28 และ 43.54 ตามลำดับ (สำนักงานโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค, 2560) และจากข้อมูลเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2561 ปัจจุบันมีผู้ป่วยด้วยโรคหลอดเลือดสมองจำนวน 530,033 คน (กระทรวงสาธารณสุข, 2561) เนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ มาก (Chinwatanakul, 2012) ซึ่งจะเห็นได้ว่า มีประชากรที่ป่วยด้วยโรคหลอดเลือดสมองมีจำนวนและส่วนมากผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมองก็เป็นผู้สูงอายุ (Plengvidhya, 2006)

เมื่อผู้ป่วยมีความผิดปกติทางสมองดังกล่าว ทำให้มีกลุ่มผู้ป่วยบางคนที่มีปัญหาด้านการสื่อสาร การพูดหรือการทำความเข้าใจความหมายของภาษา และมีปัญหาเมื่อผู้ป่วยมีความต้องการสื่อสารกับญาติหรือบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งมีผลต่อการรักษาพยาบาลในด้านของการสอบถามอาการและภาวะของร่างกาย นี่จึงถือเป็นโอกาสของธุรกิจเกี่ยวกับการสื่อสารสำหรับผู้ป่วยเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าว ธุรกิจด้านเทคโนโลยีการสื่อสารสำหรับผู้มีปัญหาการพูดสื่อสาร แม้ในปัจจุบันจะมีผู้ประกอบการธุรกิจด้านนี้แล้ว แต่ก็ยังไม่แพร่หลายและยังมีคู่แข่งน้อยราย และในปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน (application) ที่มาช่วยแก้ไขปัญหาด้านการสื่อสารของผู้ป่วยกลุ่มนี้ ซึ่ง รศ.ดร.ปัทมาธิ ฤทธิประวัตติ อาจารย์ภาควิชาวิศวกรรมชีวการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล และคณะ ได้มีการคิดค้น แอปพลิเคชัน AIM talk ที่มีลักษณะการใช้ภาพแทนการสื่อสาร เช่น กิจวัตรประจำวัน ภาพแสดงอารมณ์ เป็นต้น เพื่อเป็นการสื่อให้ญาติหรือ

บุคลากรทางการแพทย์ให้ทราบความต้องการของผู้ป่วยได้ในระดับเบื้องต้นได้ แต่ถึงแม้จะมีแอปพลิเคชันช่วยในการสื่อสารแล้ว แต่ก็ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก จึงจำเป็นที่จะต้องมีการทำการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ผู้วิจัยมองเห็นประโยชน์ของแอปพลิเคชันนี้และมุ่งหวังที่จะศึกษาโอกาสทางธุรกิจเพื่อให้แอปพลิเคชันนี้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงผู้ที่มีความจำเป็นต้องใช้งานมากยิ่งขึ้น

1.2 จุดประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการด้านการสื่อสารสำหรับผู้ป่วยทางสมองที่มีปัญหาการพูด สื่อสารระหว่างบุคลากรทางการแพทย์ ญาติผู้ป่วย กับตัวผู้ป่วย
2. เพื่อนำข้อมูลไปใช้สำหรับวางแผนธุรกิจเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน AIM talk
3. เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาแอปพลิเคชันสื่อสาร AIM talk

1.3 ปัญหาที่พบ

ผู้ป่วย

- ผู้ป่วยที่มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารเกิดความเครียดเมื่อไม่สามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้ และคนรอบข้างก็ไม่สามารถทราบความต้องการของผู้ป่วยได้ (Nidhinandana, 2010)
- ผู้ป่วยมีโอกาสป่วยด้วยโรคซึมเศร้าหลังจากไม่สามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้

ญาติผู้ป่วย

- ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยได้เนื่องจากปัญหาการสื่อสาร

บุคลากรทางการแพทย์

- มีผู้ป่วยบางรายที่ไม่สามารถพูดได้ในขณะการรักษา เจ้าหน้าที่ต้องใช้การเขียนคำเพื่อบอกกับผู้ป่วย ซึ่งล่าช้าและต้องมีอุปกรณ์ช่วยอื่นๆ

1.4 คุณค่าที่จะได้รับ

ผู้ป่วย

- ผู้ป่วยสามารถสื่อสารความต้องการกับบุคลากรทางการแพทย์ ญาติของผู้ป่วยได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ
- ลดความเครียดหรือปัญหาเรื่องการสื่อสารที่อาจจะนำไปสู่โรคซึมเศร้า

ญาติผู้ป่วย

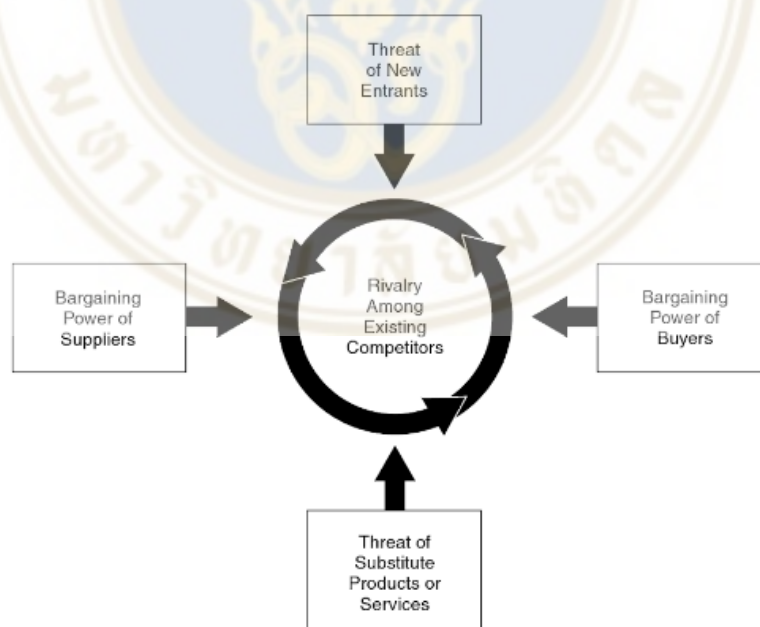
- ญาติของผู้ป่วยสามารถดูแลผู้ป่วยได้อย่างตรงจุด หรือช่วยเหลือได้ตรงความต้องการของผู้ป่วย

บุคลากรทางการแพทย์

- สามารถช่วยเหลือผู้ป่วยได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และลดปัญหาด้านอารมณ์และผลกระทบทางใจของผู้ป่วย

1.5 การวิเคราะห์ทางการตลาด

การวิเคราะห์การแข่งขันทางธุรกิจ Porter's five forces



ภาพที่ 1.1 แรงกดดันทางธุรกิจ (Porter, 2008)

- **กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มรายใหม่ (Barriers to entry) :**

ในปัจจุบันเป็นยุคที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างก้าวหน้าและต่อเนื่อง จึงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงมาก เนื่องจากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้เกิดผู้เล่นหน้าใหม่ขึ้นในอุตสาหกรรมแอปพลิเคชันได้ง่าย (-) และมีการแข่งขันที่ดุเดือดอย่างมาก (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2559)

- **อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining power of suppliers) :**

ในด้านธุรกิจอุตสาหกรรมแอปพลิเคชันโมบายมีความต้องการข้อมูลสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันและข้อมูลการวิจัยเพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาด แต่เนื่องจากในปัจจุบันสามารถหาข้อมูลได้จากสื่อออนไลน์ ดังนั้นอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบด้านข้อมูลจึงต่ำ (+)

- **อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of buyers)**

- **ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Threat of substitute products)**

- **ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry rivalry) :**

ตลาดพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันไทยยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก จากแนวโน้มการเติบโตของการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตที่อยู่ในระดับสูง การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ผู้บริโภคไทย รวมถึงการที่มีกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจ SMEs หันมาสนใจพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

การวิเคราะห์โอกาสและความเป็นไปได้ทางการตลาด (SWOT)

เนื่องจากในปัจจุบันมีแอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาการพูดสื่อสารไม่มากนัก

จุดแข็ง (Strength)

- รูปแบบของแอปพลิเคชันเรียบง่าย ดูสบายตาใช้งานไม่ซับซ้อน
- เป็น free application เพื่อการแพทย์ สามารถดาวน์โหลดได้ไม่เสียค่าใช้จ่าย
- ฟังก์ชันการใช้งานของแอปพลิเคชันสามารถเพิ่มคำศัพท์ได้โดยการถ่ายรูปแล้วพิมพ์ความหมายเพิ่มเติมได้ ดังนั้นในกลุ่มญาติก็สามารถใช้ภาพแทนคำที่มักพูดกันเฉพาะกลุ่มได้

จุดอ่อน (Weaknesses)

- มีข้อจำกัดของแอปพลิเคชันที่สามารถดาวน์โหลดได้จากระบบโทรศัพท์แบบ Android ยังไม่สามารถดาวน์โหลดจากระบบอื่นๆ ได้
- เมื่อมีการเพิ่มคำศัพท์เฉพาะกลุ่มลงไป ส่งผลให้ภาษาที่สื่อออกมาไม่เป็นมาตรฐานสากล อาจมีคนบางกลุ่มไม่เข้าใจความหมาย

โอกาส (Opportunity)

- ด้านนโยบายของภาครัฐ
- ด้านค่านิยมของสังคมในปัจจุบัน
- ด้านเศรษฐกิจ

ตลาดพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันไทยยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก จากแนวโน้มการเติบโตของการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตที่อยู่ในระดับสูง การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ผู้บริโภคไทย รวมถึงการที่มีกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจ SMEs หันมาสนใจพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

- ด้านเทคโนโลยี

อุปสรรค (Threats)

- การเข้าถึงผู้ป่วย
- ด้านค่านิยมของสังคมในเรื่องของการยอมรับเทคโนโลยี
- ด้านกฎหมาย

Vision

เป็นแอปพลิเคชันสื่อกลางในการสื่อสารสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารที่เป็นที่รู้จักและยอมรับอย่างแพร่หลาย

Mission

ศึกษา สร้างและพัฒนาแอปพลิเคชันในการสื่อสารสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร

Goal

ระยะสั้น : เป็นแอปพลิเคชันที่ผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารรู้จักและมีผู้ใช้งานมากขึ้น

ระยะกลาง : ภายในระยะเวลา 5 ปี ผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารในประเทศไทยรู้จักแอปพลิเคชันอย่างทั่วถึง

ระยะยาว : เป็นมาตรฐานสากลในรูปแบบแอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการสื่อสาร

บทที่ 2

แผนการตลาด

การจัดทำแผนการตลาดนั้นผู้ทำแผนได้มีการเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 5 ท่าน โดยวิธีการสัมภาษณ์ (Interview) ในระหว่างวันที่ 25 พฤษภาคม 2561 ถึง 4 มิถุนายน 2561 โดยผลจากการเก็บข้อมูลพบประเด็นหลักๆ ดังนี้

1. การตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร
2. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร AIM Talk และการทำการตลาด

2.1 กลุ่มเป้าหมาย

จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ผู้ที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งหมายถึงช่องทางของการทำรายได้ สามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 3 กลุ่มได้แก่

2.1.1 กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้แอปพลิเคชัน (B2C)

เป้าหมายในกลุ่มนี้สามารถสร้างรายได้จากการที่ทางแอปพลิเคชันทำระบบ premium คือหากต้องการใช้ฟังก์ชันที่เพิ่มมากขึ้นจากที่ให้ใช้ฟรี ต้องเสียค่าใช้จ่ายเงินเพิ่ม 649 บาทต่อปี¹ ซึ่งในกลุ่มนี้สามารถแบ่งตามระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการพูดสื่อสาร และความสามารถในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชัน คือ

¹ จากการสัมภาษณ์ราคาที่ถูกค่าเป้าหมายยอมรับได้มีการศึกษาและเปรียบเทียบราคา Premium จากแอปพลิเคชันการแพทย์ที่เป็นการวัดชีพจร และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการคาดการณ์ประจำเดือนผู้หญิง

ตารางที่ 2.1 การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ระดับความรุนแรงของปัญหาด้านการพูดสื่อสาร	ความสามารถในการเลือกใช้ออปพลิเคชัน
Severe : ไม่สามารถพูดสื่อสารได้เลย	ไม่สามารถพิจารณาเลือกแอปพลิเคชัน รวมทั้งไม่สามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้
Modulate : สามารถพูดได้ แต่สื่อความหมายผิดพลาด หรืออาจจะรู้ความหมาย แต่ไม่รู้ว่าสิ่งของที่ต้องการคือคำว่าอะไร ใช้เวลาในการคิดคำพูดค่อนข้างนาน	การตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันส่วนใหญ่ อำนวยความสะดวกในการตัดสินใจอยู่ที่ญาติ หรือผู้ดูแล เพราะผู้ป่วยยังไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ทั้งหมด
Improve : สามารถพูดได้เกือบปกติ เข้าใจความหมาย และสื่อออกมาให้ผู้อื่นเข้าใจได้ แต่มีบางคำหรือบางประโยคที่พูดไม่ชัด	ผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร สามารถตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันได้ด้วยตัวเอง

ดังนั้นจึงเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่ม Modulate และ Improve เนื่องจากมีความสามารถในการใช้ออปพลิเคชันได้ แม้ modulate จะไม่สามารถตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันเองได้ แต่ก็สามารถทำการตลาดผ่านญาติ หรือผู้ดูแลได้ โดยที่แบ่งย่อยในกลุ่มนี้เป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

(1) กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ สามารถพูดได้ แต่สื่อความหมายผิดพลาด หรืออาจจะรู้ความหมาย แต่ไม่รู้ว่าสิ่งของที่ต้องการ คือคำว่าอะไร (Modulate)

(2) กลุ่มเป้าหมายรอง คือ สามารถพูดได้เกือบปกติ แต่มีบางคำหรือบางประโยคที่พูดไม่ชัด (Improve)

2.1.2 กลุ่มเป้าหมายที่เป็นบริษัทที่ต้องการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (B2B)

2.1.3 กลุ่มเป้าหมายที่เป็นบริษัทที่ต้องการซื้อโฆษณา (Advertising)

2.2 กลยุทธ์ทางการตลาด (4 Ps)

การวางแผนการตลาดของธุรกิจ เริ่มจากการศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ศึกษาความต้องการของลูกค้า โดยมีการวางแผนเพื่อตอบสนองความต้องการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และการวางตำแหน่งสินค้าและบริการ เพื่อบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ ซึ่งมีการใช้กลยุทธ์แบบ 4 Ps ดังนี้

2.2.1 Product concept

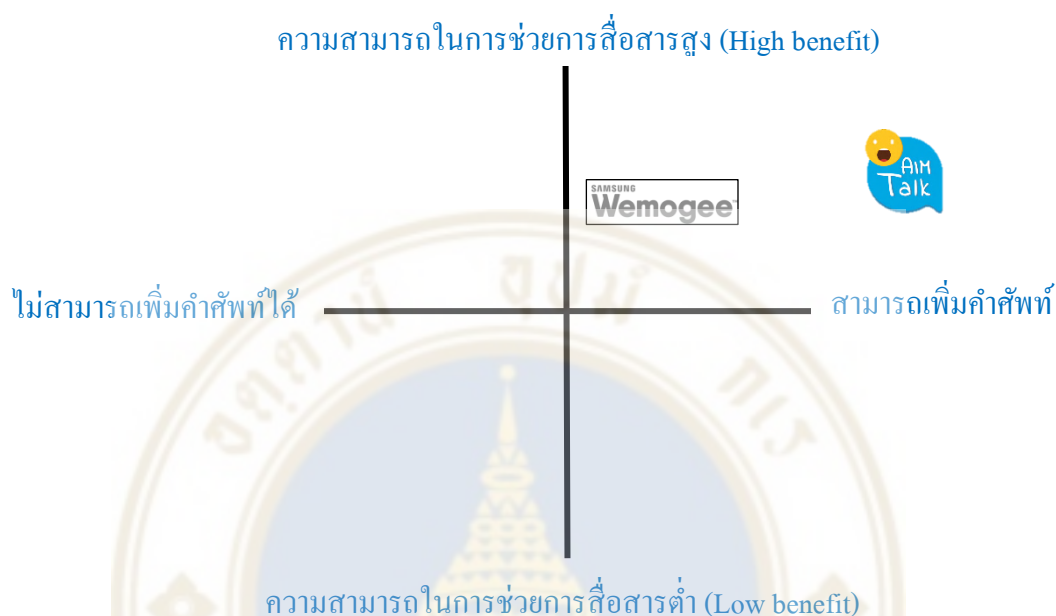
Application แสดงรูปภาพสื่อความหมายแทนคำพูด โดยมีอักษรคำและเสียงสัมพันธ์กันกับคำที่ต้องการสื่อสาร ซึ่งมีการแยกหมวดหมู่ เช่น กิจกรรมประจำวัน สื่อสาร สัตว์ อาหาร เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 แสดงตัวอย่างฟังก์ชันของแอปพลิเคชัน AIM Talk

ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Position)

“AIM Talk” ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร โดยสามารถระบุตำแหน่งทางการตลาดของแอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร ดังภาพนี้



ภาพที่ 2.2 แสดงตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Position)

ในการเปรียบเทียบตำแหน่งทางการตลาดของ AIM Talk ใช้คู่แข่งที่เป็นชื่อว่า Wemogee ซึ่งผลิตโดย SAMSUNG เพราะมีเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถดาวน์โหลดผ่านระบบ Android เหมือนกัน ซึ่งในด้านของคุณประโยชน์จากแอปพลิเคชันที่ลูกค้าจะได้รับมีเท่ากันคือในเรื่องของผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารที่จะสามารถสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้ผ่านตัวแอปพลิเคชัน แต่ในอีกด้านที่เป็นเรื่องของความสามารถของตัวแอปพลิเคชันที่สามารถเพิ่มคำศัพท์ได้ จะพบว่า AIM Talk มีการใช้งานที่สามารถเพิ่มรูปภาพและกำหนดคำศัพท์ที่ผู้ปัญหาการพูดสื่อสารต้องการได้ ซึ่ง Wemogee ไม่สามารถทำได้เนื่องจากมีการกำหนดภาพที่มีความหมายตายตัว เพื่อที่จะให้เป็นภาษาสากลใช้สื่อสารในทางเดียวกันจึงไม่สามารถเพิ่มคำศัพท์เองได้

แบรนด์ (Brand)



ตัวโลโก้ของแบรนด์มีลักษณะที่เป็นรูป emoticon คนกำลังอ้าปาก และมีวงกลมที่มีด้านปลายแหลมชี้ไปด้านข้างที่เป็นสัญลักษณ์ของการคำพูด และตรงกลางคือชื่อของแอปพลิเคชัน AIM Talk

2.2.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นแอปพลิเคชันช่วยเหลือด้านการแพทย์ ซึ่งเป็นฟรีแอปพลิเคชัน ดังนั้นบริษัทจึงต้องหาช่องทางอื่นในการสร้างรายได้ ดังนี้

2.2.2.1 สร้างความร่วมมือกับบริษัทที่ต้องการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ในการดำเนินงานออกบูธให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพที่อาจส่งผลทำให้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร หรือขอสปอนเซอร์จากบริษัทหรือหน่วยงานมาใช้ในงานประชุมวิชาการที่โรงพยาบาลจัดขึ้นเพื่อให้ความรู้กับประชาชน โดยที่บริษัทหรือหน่วยงานสามารถเลือกแพ็คเกจสำหรับการเป็นสปอนเซอร์ได้ 3 รูปแบบ

แพ็คเกจที่ 1 ราคา 50,000 บาท² สิ่งที่จะได้รับจากการเป็นสปอนเซอร์คือ มีแบรนด์โลโก้ในกลุ่มผู้สนับสนุนในเว็บไซต์หลักของแอปพลิเคชัน

แพ็คเกจที่ 2 ราคา 100,000 บาท ขึ้นไป สิ่งที่จะได้รับจากการเป็นสปอนเซอร์คือมีแบรนด์โลโก้ในกลุ่มผู้สนับสนุนในเว็บไซต์หลักของแอปพลิเคชัน และสามารถโฆษณาในเว็บไซต์ฟรีตลอดทั้งปีนั้นๆ รวมถึงสามารถโฆษณาในตัวแอปพลิเคชันฟรีตลอดทั้งปี

โดยมีการติดต่อบริษัทที่ต้องการทำ CSR คือ บริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) และบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เนื่องจากข้อมูลการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) มีการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี อย่างการสนับสนุนการใช้ Social media และยังมีการสนับสนุนเกี่ยวกับการแพทย์ในด้านระบบเทคโนโลยีให้กับโครงการสุขภาพพระราชทาน³ ส่วนบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ก็มีการให้การสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาสังคม ทั้งการช่วยเหลือกิจกรรมสาธารณกุศลต่างๆ

² จากการสอบถามงบประมาณในการทำ CSR ของแต่ละแผนกในโรงพยาบาล

³ ข้อมูลจาก <https://www.tot.co.th/กิจกรรมเพื่อสังคม/แผนแม่บท-csr>

และพัฒนาความเป็นอยู่ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการส่งเสริมการดูแลสุขภาพ⁴ ดังนั้นจึงเลือกทั้งสองบริษัทนี้ในการติดต่อขอการสนับสนุน

2.2.2.2 รับโฆษณาเมื่อมีจำนวนผู้ชมมากขึ้น เช่น โฆษณาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ หรือผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง โดยเมื่อเข้าใช้แอปพลิเคชันการสื่อสาร ตัวแอปพลิเคชันจะโชว์โฆษณาขึ้นและแบ่งเป็นช่วงเวลาสำหรับแต่ละโฆษณา ซึ่งคิดราคาเป็น Cost per 1000 impressions (CPM) ละ 400 บาท⁵


2.2.2.3 เสนอแอปพลิเคชันในรูปแบบที่เพิ่มฟังก์ชันการใช้งาน โดยต้องจ่ายเพิ่มขึ้น (premium) เช่น ฟังก์ชันที่สามารถประเมินระดับความรุนแรงของผู้มีปัญหาการพูดสื่อสารและสามารถประเมินพัฒนาการในการรักษา รวมถึงแนะนำการใช้งานในระดับภาษาที่เหมาะสมได้ ต้องเสียค่าใช้จ่ายเงินเพิ่ม 649 บาท/ปี⁶

2.2.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการเข้าถึงสินค้า (Place)

ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่านทางสมาร์ตโฟนระบบ Android และในอนาคตขยายการบริการในระบบ ios

2.2.4 กลยุทธ์ด้านโปรโมชั่น (Promotion)

ตารางที่ 2.2 แสดงแผนการดำเนินงานการตลาด (Activities plan) และงบประมาณปีที่ 1


กิจกรรม	งบประมาณ	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
เปิดเว็บไซต์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแอปพลิเคชัน	50,000												

⁴ ข้อมูลการทำกิจกรรมเพื่อสังคมจาก <https://www.muangthai.co.th/csr>

⁵ มีข้อมูลราคากลางจาก <https://www.posttoday.com/mediainfo/mobile-display>

⁶ อ้างอิงจากแอปพลิเคชันตรวจสอบสุขภาพในสมาร์ตโฟนระบบ ios

ตารางที่ 2.4 แสดงแผนการดำเนินงานการตลาด (Activities plan) และงบประมาณปีที่ 5 (ต่อ)

แจกแผ่นพับนี้ตาม โรงพยาบาล														
ออกบูธนำเสนอ แอปพลิเคชันในงานที่ เกี่ยวกับสุขภาพ	50,000													
รวม	110,000													

รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาด 5 ปี เป็น 308,000 บาท และในปีแรก มีการขอการสนับสนุนจากเว็บไซต์อื่น เช่น เว็บไซต์ www.ThaiGiving.org ช่วยในการโฆษณา แอปพลิเคชันให้เป็นที่รู้จัก เนื่องจากมีการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม

ตารางที่ 2.5 ตารางประมาณการยอดขายปีที่ 1-5

ช่องทางรายได้	ราคา (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แพ็คเกจ Sponser						
แพ็คเกจ 1	50,000	1	1	1	1	1
แพ็คเกจ 2	100,000			1	1	1
รายได้จากแพ็คเกจ		50,000	50,000	150,000	150,000	150,000
โฆษณา						
ราคาต่อ CPM	400	400	400	400	400	400
จำนวน			1908	3816	7632	15264
รายได้รวมจากค่า โฆษณา			763,200	1,526,400	3,052,800	6,105,600
Premium						
ราคา	649 บ/ปี	649	649	649	649	649
จำนวน		530	1060	2120	4240	8280
รายได้รวมจากการ ขาย Premium			343,970	687,940	1,375,880	5,373,720
รวมรายได้ทั้งหมด		50,000	1,157,170	2,364,340	4,578,680	11,629,320

บทที่ 3

แผนการดำเนินงาน

3.1 ขั้นตอนในการดำเนินงาน (Operation plan)

ในด้านของการดำเนินงานของบริษัท เนื่องจากแอปพลิเคชัน AIM Talk สำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร มีการสร้างและพัฒนาโดย รศ.ดร.ป๋นรสี ฤทธิประวัติ อาจารย์ภาควิชาวิศวกรรมชีวการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล จึงมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1.1 ติดต่อซื้อ Executive license แอปพลิเคชัน AIM Talk จาก มหาวิทยาลัยมหิดล ที่เป็นเจ้าของผลงาน ซึ่งมีการสร้างการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารในเบื้องต้นแล้ว

3.1.2 ติดต่อเช่าสำนักงาน เลขที่ 99/278 ถนนพระราม 2 ตำบลพันท้ายสรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โดยเจ้าของคือ รศ.ดร.ป๋นรสี ฤทธิประวัติ พิจารณาตกลงราคาที 10,000 บาทต่อเดือน

3.1.3 เปิดรับสมัครบุคลากร ดังนี้

- เจ้าหน้าที่พัฒนาแอปพลิเคชัน จำนวน 4 อัตรา เงินเดือน 40,000⁷

- นักการตลาด จำนวน 1 อัตรา เงินเดือน 22,000⁸

โดยมีวิธีการคัดเลือกจากการสอบและการสัมภาษณ์

3.1.4 สร้างเว็บไซต์สำหรับอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับตัวแอปพลิเคชัน AIM Talk และคำอธิบายการใช้งาน รวมถึงประโยชน์ของตัวแอปพลิเคชันไว้ในเว็บไซต์

3.1.5 พัฒนาตัวแอปพลิเคชันต่อจากเจ้าของแอปพลิเคชัน โดยแบ่งเป็นระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ในปีแรกมีการพัฒนาและดูแลตัวแอปพลิเคชันให้มีฟังก์ชันการใช้งานแบบ Premium คือ มีฟังก์ชันที่สามารถประเมินระดับความสามารถในการสื่อสารของผู้ป่วยได้ เช่น บางคนที่มีปัญหาเพียงเล็กน้อย สื่อสารได้เกือบปกติแต่นึกบางคำไม่ได้ ก็จะใช้ฟังก์ชันที่

⁷ อ้างอิงเงินเดือนจาก <https://www.beartai.com/news/itnews/60249>

⁸ เงินเดือนพนักงานบัญชี และนักการตลาด อ้างอิงจาก <https://campus.campus-star.com/jobs/.67096html>

สื่อสารด้วยคำสั้นๆ เท่านั้น แต่บางคนที่ไม่สามารถสื่อสารประโยคยาวได้ ก็จะได้ใช้ฟังก์ชันที่มีรูปมากกว่า และความหมายมากกว่า 2 คำขึ้นไป

ระยะที่ 2 เมื่อมีจำนวนผู้ใช้ในปีแรก จะมีการเพิ่ม Advertising จากสปอนเซอร์หรือสินค้าอื่นที่ต้องการโฆษณาในแอปพลิเคชัน ทำให้ต้องมีการจัดการตัวแอปพลิเคชันที่ดี มีความน่าเชื่อถือ

ระยะที่ 3 มีพัฒนาแอปพลิเคชันในรูปแบบของห้องสนทนา (Chat) ที่สามารถส่งรูปภาพตามความหมายที่เรากำหนดแล้วแอปพลิเคชันสามารถแสดงผลออกมาในรูปแบบประโยคคำพูดให้คู่สนทนาเข้าใจได้

3.1.6 วางแผนการตลาด และมีการเริ่มหาสปอนเซอร์โดยเริ่มจากบริษัทที่ต้องการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เช่น บริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) และบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เป็นต้น รวมถึงหาต้นทุนจากการรับบริจาคจากหน่วยงาน ซึ่งมีการดำเนินการดังนี้

ปีที่ 1

- เปิดเว็บไซต์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแอปพลิเคชัน
- พัฒนาเว็บไซต์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแอปพลิเคชัน ทำฟังก์ชันการใช้งานเพิ่มเติมที่ต้องซื้อหากอยากได้เพิ่ม (premium)
- ทำวิดีโอโปรโมทในเว็บไซต์และ Youtube และเพจ facebook
- ติดต่อประสานงานกับ โรงพยาบาลเมื่อมีการจัดงานให้ความรู้ประชาชน เพื่อโปรโมทแอปพลิเคชันช่วยเหลือนี้ เช่น โรงพยาบาลวชิรพยาบาล⁹ ซึ่งในวันสำคัญทางการแพทย์จะมีการทำซุ้มให้ความรู้เรื่องโรคต่างๆ แก่ประชาชนทั่วไปในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันผู้สูงอายุสากล วันอนามัยโลก

ปีที่ 2-4

- ดูแลเว็บไซต์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแอปพลิเคชัน
- ทำวิดีโอโปรโมทในเว็บไซต์และ Youtube และเพจ facebook
- ทำแผนพับเกี่ยวกับโรคหลอดเลือดสมองที่เสี่ยงต่อการมีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร และลงท้ายให้ข้อมูลแอปพลิเคชัน แจกแผนพับนี้ตาม โรงพยาบาลในเขตกรุงเทพฯ ในเบื้องต้น เช่นในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล โรงพยาบาลศิริราช เป็นต้น
- ติดต่อประสานงานกับ โรงพยาบาลเมื่อมีการจัดงานให้ความรู้ประชาชน เพื่อโปรโมทแอปพลิเคชันช่วยเหลือผู้มีปัญหาการพูดสื่อสาร
- ออกบรณนาเสนอแอปพลิเคชันในงานที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและผู้สูงอายุ

⁹ ข้อมูลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลวชิรพยาบาล

ปีที่ 5

- ทำวิดีโอติดตามผลการใช้งานสำหรับผู้มีปัญหาการพูดสื่อสารในเว็บไซด์และ Youtube และเพจ facebook โดยต้องได้รับอนุญาตจากผู้ป่วย¹⁰
- ทำแผ่นพับเกี่ยวกับโรคหลอดเลือดสมองที่เสี่ยงต่อการมีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร และลงท้ายให้ข้อมูลแอปพลิเคชัน แจกแผ่นพับนี้ตามโรงพยาบาล
- ออกบูธนำเสนอแอปพลิเคชันในงานที่เกี่ยวกับสุขภาพ เช่น งาน Healthy Living Fair ที่เซ็นทรัลบางนา งาน Maga Com Trend Up ที่ Fashion island โดยออกงานแสดงสินค้า



¹⁰ Wemogee ของ SUMSUNG มีการทำวิดีโอโฆษณาแต่ลักษณะไม่เห็นใบหน้าผู้ป่วย

บทที่ 4

แผนบริหารองค์กรและโครงสร้างองค์กร

บริษัท AIM Talk จำกัด มีผู้ถือหุ้นสูงสุดคือ รศ.ดร.ปิ่นรสี ฤทธิประวัติ และผู้ร่วมถือหุ้นอีก 2 คน

4.1 ข้อมูลผู้ถือหุ้น

ตารางที่ 4.1 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้น

ลำดับที่	ผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วน (%)
1	รศ.ดร.ปิ่นรสี ฤทธิประวัติ	42000	70
2	Zaw Htet Aung	12000	20
3	นางสาวอรวรรณ ทำดี	6000	10
รวม		60000	100

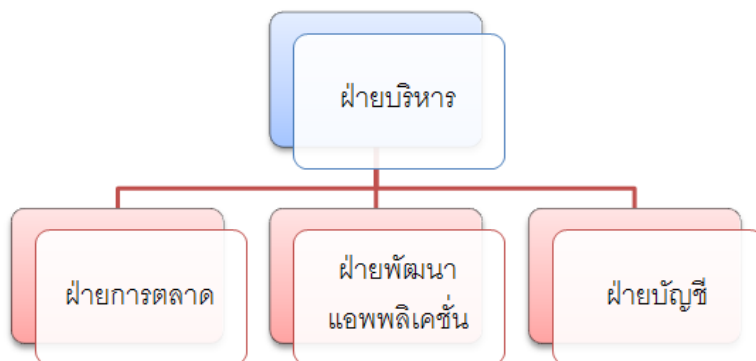
1. รศ.ดร.ปิ่นรสี ฤทธิประวัติ อาจารย์ภาควิชาวิศวกรรมชีวการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล และเป็นเจ้าของแอปพลิเคชัน AIM Talk สำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร

2. Zaw Htet Aung มีความเชี่ยวชาญด้านโปรแกรม และเทคโนโลยี

3. นางสาวอรวรรณ ทำดี มีความเชี่ยวชาญด้านโปรแกรม และเทคโนโลยี

4.2 แผนการบริหารและจัดการองค์กร

เนื่องจากบุคลากรในบริษัทมีจำนวนน้อย จึงมีวัฒนธรรมองค์กรเป็นแบบครอบครัว มีการช่วยเหลือและต้องประสานงานกัน ทำความเข้าใจตรงกัน รับฟังความคิดเห็นความคิดเห็นของคนภายในองค์กร



ภาพที่ 4.1 แสดงแผนผังองค์กรของ “AIM Talk”

ตารางที่ 4.2 แสดงตำแหน่ง จำนวนและเงินเดือนของบุคลากร

ประเภทบุคลากร	จำนวน	เงินเดือน
เจ้าหน้าที่พัฒนาแอปพลิเคชัน	4	40,000
นักการตลาด	1	30,000

ลักษณะงาน

4.2.1 เจ้าหน้าที่พัฒนาแอปพลิเคชัน¹¹

คุณสมบัติ

- ชาย/หญิง ไม่จำกัดอายุ
- จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ถ้าจบในสาขา Computer Science, Computer Engineering, IT จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ
- มีประสบการณ์ในการพัฒนา Mobile Application อย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป
- ขอมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมทีมสามารถทำงานเป็นทีม สื่อสารและเข้ากับคนอื่นได้ดี ชอบที่จะแบ่งปันความรู้ประสบการณ์กับคนอื่น ๆ
- มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และสามารถเรียนรู้ได้เร็ว

¹¹ ศึกษาข้อมูลการรับสมัครโปรแกรมเมอร์ของบริษัท จาก พาโลมาร์ ซิสเต็มส์ จำกัด

https://www.jobtopgun.com/StartSearch?gclid=CjwKCAjwkrbBRB9EiwAhIN8_L2sAb5HIbMJs_o6ftaX4SY503RTufRh45JYYZM5oWpOPFhmwV4aFRoCAn8QAvD_BwE

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ทำงานร่วมกับคนในทีมได้เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพตรงตาม Requirement
- พัฒนาและออกแบบ Mobile Application, Website รวมถึงการทดสอบระบบให้เป็นไปตาม Specifications ที่กำหนดไว้
- ดูแล, ควบคุมและปรับปรุง Code ให้มีคุณภาพที่ดี ง่ายต่อการพัฒนาต่อไป

4.2.2 นักการตลาด¹²

คุณสมบัติ

- เพศชาย / หญิง
- อายุ 25 - 35 ปี
- วุฒิปริญญาตรีสาขาการตลาด บริหารธุรกิจ หรือสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- มีประสบการณ์ด้านการตลาด ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ตั้งแต่ 1 - 3 ปี ขึ้นไป
- สามารถคิดวางแผนและวิเคราะห์การตลาดได้
- สามารถทำงานนอกสถานที่ และออกต่างจังหวัดได้เป็นครั้งคราว
- สามารถทำงานล่วงเวลาและปฏิบัติในวันหยุดได้เป็นครั้งคราว
- สามารถขับรถยนต์ได้ และมีใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคล
- มีความสามารถด้านภาษาอังกฤษ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

จัดทำและวางวัตถุประสงค์เป้าหมายแผนการตลาด/งบประมาณการตลาด/แผนปฏิบัติการ/แผนส่งเสริมการขาย ดำเนินการสร้างยอดลูกค้า Visit ที่มีคุณภาพให้ได้ตามเป้าหมายกำหนด ดำเนินการสนับสนุนฝ่ายขายให้สามารถสร้างยอดขายได้ตามเป้าหมาย วิเคราะห์ (SWOT) คู่แข่งในพื้นที่และคู่แข่งทางอ้อม เพื่อสนับสนุนข้อมูลฝ่ายขาย

¹² ศึกษาข้อมูลการรับสมัครนักการตลาดของบริษัท ลลิต พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) จาก

<https://www.jobtopgun.com/หางาน/งานบัญชี/jobfield/4>

บทที่ 5

แผนการเงิน

5.1 ขนาดของการลงทุนและแหล่งเงินทุน

บริษัทมีใช้เงินลงทุนของตนเอง และผู้ร่วมลงทุน ทั้งหมด 434,000 บาท โดยหาแหล่งเงินทุนด้วยการหานักลงทุน (Investor) เช่น Venture capital (VC) หรือ Angle โดยมีสัดส่วนผู้ถือหุ้นดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงจำนวนหุ้น สัดส่วนและเงินทุนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

ลำดับที่	ผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วน (%)
1	รศ.ดร.ปิ่นรสี ฤทธิประวัติ	42000	70
2	Zaw Htet Aung	12000	20
3	นางสาวอรรวรรณ ทำดี	6000	10
รวม		60000	100

ตารางที่ 5.2 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ

รายการ	มูลค่า
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
1.1 ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	
คอมพิวเตอร์	30,000
ชุดโต๊ะทำงาน	50,000
อุปกรณ์สำนักงาน	20000
อุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	5000
1.2 ค่าเช่าสำนักงานต่อปี	120,000
รวมเงินลงทุนในทรัพย์สินถาวร	225,000

ตารางที่ 5.2 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ (ต่อ)

2.เงินลงทุนสำรองเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
2.1 ซื่ออนุสิทธิบัตรแอปพลิเคชัน	200,000
2.2 ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท	5000
2.3 การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	1000
2.4 ลงทะเบียนนักพัฒนาแอปพลิเคชันกับผู้ให้บริการระบบปฏิบัติการบนสมาร์ทโฟน	3000
รวมเงินลงทุนสำรองเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	209,000
รวมเงินลงทุน	434,000

ตารางที่ 5.3 ประมาณการจำนวนบุคลากร และเงินเดือนในปีที่ 1-5

ประเภทบุคลากร	จำนวน	เงินเดือน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เจ้าหน้าที่พัฒนาแอปพลิเคชัน	4	40,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000
นักการตลาด	1	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวม	5	60000	180000	180000	180000	180000	180000

ตารางที่ 5.4 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	180000	180000	180000	180000	180000
ค่าเช่าสำนักงาน	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	800	800	800	800	800

ตารางที่ 5.4 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายจ้างทำบัญชีปี งปปลายปี	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	62,000	62,000	62,000	62,000	60,000
ค่าใช้จ่ายในการออก งานแสดงสินค้า		50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	5,000	10,000	10,000	10,000	10,000
รวมค่าใช้จ่ายในการ บริหารและการขาย (1)	385,800	440,800	440,800	440,800	438,800
ค่าเสื่อมราคาส่วนการ บริหารและการขาย					
ค่าเสื่อมราคาสถาบันงาน	-	-	-	-	-
รวมค่าเสื่อมราคา (2)	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายการบริหาร และการขาย (1) + (2)	385,800	440,800	440,800	440,800	438,800

ตารางที่ 5.5 แสดงรายได้จากการขายแต่ละช่องทางตั้งแต่ปี 1-5

ช่องทางรายได้	ราคา (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แพ็คเกจ Sponser						
แพ็คเกจ 1	50,000	1	1	1	1	1
แพ็คเกจ 2	100,000			1	1	1
รายได้จาก แพ็คเกจ		50,000	50,000	150,000	150,000	150,000
โฆษณา						
ราคาต่อ CPM	400	400	400	400	400	400
จำนวน			1908	3816	7632	15264

ตารางที่ 5.5 แสดงรายได้จากการขายแต่ละช่องทางตั้งแต่ปี 1-5 (ต่อ)

รายได้รวมจากค่าโฆษณา			763,200	1,526,400	3,052,800	6,105,600
premium						
ราคา	649 บาท/ปี	649	649	649	649	649
จำนวน		530	1060	2120	4240	8280
รายได้รวมจากการขาย Premium			343,970	687,940	1,375,880	5,373,720
รวมรายได้ทั้งหมด		50,000	1,157,170	2,364,340	4,578,680	11,629,320

*CPM ย่อมาจาก "cost per 1000 impressions"

5.2 ประมวลการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)

ตารางที่ 5.6 ประมวลการงบกำไร-ขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	-	1,107,170	2,214,340	4,428,680	11,479,320
รายได้อื่น (sponser)	50,000	50,000	150,000	150,000	150,000
รวมรายได้	50,000	1,157,170	2,364,340	4,578,680	11,629,320
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	-	-	-	-	-
กำไรขั้นต้น	50,000	1,157,170	2,364,340	4,578,680	11,629,320

ตารางที่ 5.6 ประมาณการงบกำไร-ขาดทุน (ต่อ)

หัก - ค่าใช้จ่าย ในการบริหาร และการขาย	385,800	440,800	440,800	440,800	438,800
กำไรจากการ ดำเนินการ	(335,800)	716,370	1,923,540	4,137,880	11,190,520
หัก-ค่าเสื่อม ราคา	21,000	21,000	21,000	21,000	21,000
กำไรก่อนหัก ดอกเบี้ยและภาษี เงินได้นิติบุคคล	(356,800)	695,370	1,902,540	4,116,880	11,169,520
หัก - ดอกเบี้ย จ่าย	-	-	-	-	-
หัก - ภาษีเงิน ได้นิติบุคคล		139,074	380,508	823,376	2,233,904
กำไรสุทธิ	(356,800)	556,296	1,522,032	3,293,504	8,935,616
หัก - เงินปัน ผลจ่าย	-	-	-	-	(1,787,123)
กำไรหลังหัก จ่ายเงินปันผล	(356,800)	556,296	1,522,032	3,293,504	7,148,493
กำไรสะสม	(356,800)	199,496	1,721,528	5,015,032	12,163,525

จากการประมาณการงบกำไรขาดทุนของบริษัท AIM Talk พบว่าบริษัทมีกำไรตั้งแต่ในปีที่ 2 ของการดำเนินกิจการ เป็นจำนวนเงิน 5,513,850.00 บาท และมีกำไรสุทธิเท่ากับ 3,887,280.00 บาท

ตารางที่ 5.7 ประมาณการงบดุล (ต่อ)

รวมสินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน	434,000	413,000	392,000	371,000	350,000	329,000
รวมสินทรัพย์	434,000	77,200	633,496	2,155,528	5,449,032	12,597,525
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สิน หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่ หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
เงินลงทุน	434,000	434,000	434,000	434,000	434,000	434,000
กำไร (ขาดทุน) สะสม		(356,800)	199,496	1,721,528	5,015,032	12,163,525
รวมส่วนของผู้ ถือหุ้น		77,200	633,496	2,155,528	5,449,032	12,597,525
รวมหนี้สินและ ส่วนของผู้ถือหุ้น	434,000	77,200	633,496	2,155,528	5,449,032	12,597,525

5.4 ประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of Cash flow)

ตารางที่ 5.8 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการขาย	-	1,107,170	2,214,340	4,428,680	11,479,320
เงินสดรับจากรายได้อื่น	50,000	50,000	150,000	150,000	150,000
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการ บริหารและการขาย	(385,800)	(440,800)	(440,800)	(440,800)	(438,800)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ					
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติ บุคคล	-	(139,074)	(380,508)	(823,376)	(2,233,904)
บวกค่าเสื่อมราคา		21,000	21,000	21,000	21,000
หักปันผล (จ่าย)					(1,787,123)
กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม	(335,800)	577,296	1,543,032	3,314,504	8,956,616
กระแสเงินสดจากการลงทุน					
เงินสดจ่ายค่าอุปกรณ์ สำนักงาน	(105,000)	-	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าเช่า สำนักงาน	(120,000)	(120,000)	(120,000)	(120,000)	(120,000)
เงินสดลงทุนสำรองเพื่อ ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	(209,000)				
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	(434,000)	(120,000)	(120,000)	(120,000)	(120,000)
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากการออก หุ้นทุน	434,000	-	-	-	-

ตารางที่ 5.8 ประมาณการงบกระแสเงินสด (ต่อ)

กระแสเงินสดจากการ จัดหาเงินรวม	434,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	(335,800)	457,296	1,423,032	3,194,504	8,836,616

5.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis)

ตารางที่ 5.9 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Return On Asset (%)	(131.38)	201.60	137.94	108.83	124.02
Return On Equity (%)	(924.35)	156.55	109.14	86.62	99.03
Total Asset Turnover Rate (เท่า)	0.20	3.26	1.70	1.20	1.29

5.6 การคำนวณมูลค่าสุทธิและผลตอบแทนของการลงทุน

การคำนวณมูลค่าของบริษัทได้จากการประมาณการ ดังนี้

- อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) คือ 131.5%
- ต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ย (WACC) คือ 11.37%
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) คือ 8,315,529.45 บาท
- ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) คือ 2 ปี 22 วัน

ตารางที่ 5.10 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดสุทธิ	(335,800)	453,096	1,418,832	3,190,304	8,832,416
IRR	131.5%				

ตารางที่ 5.11 แสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value – NPV)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดสุทธิ	0	(335,800)	573,097	1,538,832	3,310,104	8,952,416
Present Value of NCF	(335,800)	(301,517)	462,053	1,114,003	2,151,636	5,225,155
NPV		8,315,529.45				

ตารางที่ 5.12 สมมุติฐานการเงิน

รายการ	สมมุติฐานการเงิน
หักค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	5 ปี
อัตราการเติบโตของยอดขาย	ร้อยละ 2 ต่อปี
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	ร้อยละ 20 ต่อปี
อัตราการจ่ายเงินปันผล	20% ของกำไรสุทธิ เมื่อกำไรสุทธิมากกว่า 5,000,000 ต่อปี
คิด CAPM ตามสูตร Hamada	beta = 1
จำนวนคนซื้อ Premium	10% ของผู้ใช้ในปีนั้นๆ
ราคาหุ้น	15
จำนวนผู้ซื้อ Premium application	10% ของผู้ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันในปีนั้น
ผู้มีปัญหาการพูดสื่อสาร	20 % ของผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง ¹³

¹³ สิริรัตน์ ทีลาจรัส และจริยา วิรุพราช).2550).โรคหลอดเลือดสมองการให้พยาบาลและ : คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี.(วารสารพยาบาลสาธารณสุข) กำหนดนำแก่ผู้ป่วย

บทที่ 6

แผนบริหารจัดการความเสี่ยง

การทำธุรกิจต้องมีแผนการบริหารจัดการในหลายส่วน จึงมีความเสี่ยงจากหลายด้านที่อาจไม่เป็นไปตามแผน ทั้งทางด้านด้านการจัดการคน การเงิน หรืออื่นๆ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีความรับมือ ดังนั้นการทำธุรกิจของบริษัท AIM Talk จำกัด จึงต้องมีการบริหารจัดการความเสี่ยงดังนี้

6.1 การจัดการความเสี่ยงด้านการตลาด

6.1.1 ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

- 6.1.1.1 มีการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้
- 6.1.1.2 การให้ข้อมูลหรือโปรโมทแอปพลิเคชัน AIM Talk ตามบูธหรือตามโรงพยาบาลไม่ทั่วถึง ทำให้มีคนที่รู้จักแอปพลิเคชันน้อย
- 6.1.1.3 ไม่มีบริษัทที่ติดต่อโฆษณาเกี่ยวกับทางแอปพลิเคชันหรืออาจมีจำนวนน้อย

6.1.2 การวางแผนรับมือกับความเสี่ยงด้านการตลาด

มีการวางแผนรับมือกับการดาวน์โหลดที่น้อยคือ จะต้องเพิ่มการโฆษณาแอปพลิเคชันให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยเพิ่มการทำการตลาดในพื้นที่ภาคกลาง เช่น เพิ่มโรงพยาบาลที่ต้องมีการแจกแผ่นพับ และเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีหรือประโยชน์ของแอปพลิเคชัน เพื่อจะทำให้มีการใช้แอปพลิเคชันมากขึ้น รวมถึงเพิ่มรายละเอียดข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท มีการแชร์ข้อมูลผ่านทางเว็บเพจเกี่ยวกับสุขภาพ หรือ โซเชียลมีเดียมากยิ่งขึ้น เช่น มีการทำวิดีโอแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน และประโยชน์สำหรับผู้มีปัญหาการปวดศีรษะ

วางแผนติดต่อบริษัทโดยตรง เพื่อนำเสนอการโฆษณาผ่านแอปพลิเคชันนี้ ให้กับบริษัทที่น่าจะสนใจอย่างประเภทสินค้าสุขภาพ เช่น บริษัท ยูนิซีดี มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ที่มี

ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมหลายชนิด และหนึ่งในนั้นเป็นอาหารเสริมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นโรคความดัน เบาหวาน และไขมันในหลอดเลือดสูง เป็นต้น

6.2 การจัดการความเสี่ยงด้านการเงิน

6.2.1 ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

6.2.1.1 งบประมาณที่ได้รับจากสปอนเซอร์ไม่เพียงพอ หรือไม่ได้ตามที่
คาดการณ์

6.2.1.2 รายได้ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้

6.2.1.3 รายจ่ายในด้านการดูแลระบบแอปพลิเคชันสูงเกินไป

6.2.2 การวางแผนรับมือกับความเสี่ยงด้านการเงิน

วางแผนสำรองการขอการสนับสนุน (Sponsor) เพิ่มเติมจากหน่วยงานกระทรวง
สาธารณสุข

มีการวางแผนรับมือกับรายได้ที่ไม่เป็นไปตามคาดคือ จะต้องเพิ่มการโฆษณา
แอปพลิเคชันให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยขยายการทำการตลาดสู่โรงพยาบาลต่างจังหวัด เพื่อจะทำ
ให้มีการใช้แอปพลิเคชันมากขึ้น และมีการติดต่อบริษัทที่ต้องการโฆษณาสินค้ามากขึ้น

รายจ่ายในด้านการดูแลระบบแอปพลิเคชันสูงเกินไป แก้ไขด้วยการเปิดรับสมัครบุคลากรพัฒนา
แอปพลิเคชันจำนวนไม่มากในระยะแรกเริ่ม ประมาณ 2 คน แล้วหลังจากนั้นค่อยเพิ่มจำนวนบุคลากร
เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น และต้องมีการลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น อาจงดแผนกิจกรรมโปรโมทที่ใช้ต้นทุนสูง
เช่น การออกบูธนำเสนอแอปพลิเคชันตามงานแสดงสินค้า ควรงดหรือลดงบประมาณส่วนนี้ลง โดย
อาจไปร่วมงานที่เรียกเก็บค่าออกบูธราคาถูกกว่า เป็นต้น

6.3 การจัดการความเสี่ยงในการดำเนินการ

6.3.1 ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

6.3.1.1 อุปสรรคในการติดต่อเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ เช่น
เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลเพื่อเข้ามาจัดกิจกรรมที่เป็นการประชาสัมพันธ์ตัวแอปพลิเคชัน หรือการต่อขอ
สปอนเซอร์จากบริษัทเอกชนอาจมาความล่าช้า

6.3.1.2 ระยะเวลาในการทำธุรกิจอาจใช้เวลานานกว่าที่วางแผนไว้
เนื่องจากบางกิจกรรมอาจใช้เวลามากกว่าปกติ

6.3.2 การวางแผนรับมือกับความเสี่ยงด้านการดำเนินการ

เมื่อต้องมีการติดต่อเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานรัฐหรือเอกชนจะต้องเผื่อระยะเวลาคือ ต้องดำเนินการเร็วกว่าที่กำหนดเพื่อป้องกันความผิดพลาด หรือเพื่อแก้ไขข้อมูลในการสื่อสารให้ตรงกัน และมีการติดตามผลการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ ดูความคืบหน้าของเอกสารที่ยื่นไป

ส่วนความเสี่ยงเรื่องระยะเวลาที่อาจยาวกว่าปกติ จำเป็นต้องมีการติดตามผลทุกกิจกรรมเพื่อกระชับเวลาให้เป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ แต่หากมีการใช้เวลานานกว่ากำหนด ควรพิจารณาบางกิจกรรมที่สามารถลดหรือตัดขั้นตอนออกไปได้ หรือมีการเริ่มบางกิจกรรมไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้แผนยังดำเนินได้ตามระยะเวลาเดิม เช่น การจัดกิจกรรมโปรโมทตามโรงพยาบาล กับการจัดทำแผ่นพับโปรโมทสามารถทำไปด้วยกันได้เลย



บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ครินชัย. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน (Application) ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือไอโฟน (iPhone). (วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต, วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2559). โมบาย แอปพลิเคชัน"... ความจริงอันโหดร้าย. สืบค้นวันที่ 10 เมษายน 2561. ค้นจาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1458199413
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2557). โมบายแอปพลิเคชัน โอกาสที่ไม่ควรมองข้ามของธุรกิจ SMEs.สืบค้นวันที่ 10 เมษายน 2561. ค้นจาก [http://www.smeleader.com/โมบายแอปพลิเคชัน-smes/สถิติโรคหลอดเลือดสมอง.\(2561\).](http://www.smeleader.com/โมบายแอปพลิเคชัน-smes/สถิติโรคหลอดเลือดสมอง.(2561).) สืบค้นวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2561. ค้นจาก https://hdcservice.moph.go.th/hdc/reports/report.php?source=formatted/format_1.php&cat_id=6a1fdf282fd28180eed7d1cfe0155e11&id=b717285d1ebab38e6cf30ca2846317cd.
- สำนักงานโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค.(2560). สืบค้นวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2561. ค้นจาก http://www.thaincd.com/document/file/info/non-communicable-disease/ประเด็นสารรณรงค์วันอัมพาตโลกปี_2560_pdf
- สิริสุดา รอดทอง.(2556). ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ตโฟน (Doctoral dissertation, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.คณะบริหารธุรกิจ.วิชาเอกการตลาด).
- Chinwatanakul, S., Boonyapisit, K., Pornsriniyom, D., Proyoonwiwat, N., Senanarong, V., Chaisevikul, R., ... & Pongvarin, N. (2012). Siriraj acute stroke unit: 10 years experience. *J Med Assoc Thai*, 95(Suppl 2), S235-44.
- Nidhinandana, S., Sithinamsuwan, P., Chinvarun, Y., Wongmek, W., Supakasem, S., & Suwantamee, J. (2010). Prevalence of poststroke depression in Thai stroke survivors studied in Phramongkutklao Hospital. *J Med Assoc Thai*, 93(Suppl 6), S60-4.
- Plengvidhya, N., Leelawatana, R., Pratipanawatr, T., Deerochanawong, C., Krittiyawong, S.,

Bunnag, P., ... & Ngarmukos, C. (2006). Thailand diabetes registry project: prevalence and risk factors of stroke in thai diabetic patients. J Med Assoc Thai, 89(Suppl 1), S49-53.

Porter, M. E. (2008). On competition. Harvard Business Press.

World Stroke Organization: (WSO). Campaign Advocacy Brochures 2017. Retrieved from http://www.worldstrokecampaign.org/images/wsd2017/brochures2017/WSD_brochure_FINAL_sponsor_.pdf



ภาคผนวก

1. พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร

การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาการพูดสื่อสาร ดังนี้

สำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร คือ ประโยชน์และความสามารถของตัวอปพลิเคชัน เช่น จำนวนคำศัพท์ที่ใช้สื่อความหมายในอปพลิเคชันเหมาะสมและเพียงพอสำหรับการใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน รองลงมาคือรูปแบบของอปพลิเคชันที่ง่ายต่อการใช้ ไม่ซับซ้อนและดูสบายตา และจากการสอบถามค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดอปพลิเคชันส่วนใหญ่ เห็นว่าควรจะเป็นฟรีอปพลิเคชัน แต่มีหนึ่งรายที่ยอมรับค่าใช้จ่ายในช่วง 500-1000 บาท เนื่องจากมองว่าตัวอปพลิเคชันจะต้องมีการพัฒนาและอัปเดตเรื่อยๆ ดังนั้นน่าจะคุ้มค่ากับการใช้งาน

สำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร คือ รูปแบบตัวอักษรที่อ่านง่ายและขนาดใหญ่ เพราะเวลาสื่อสารกับผู้ป่วยบางรายที่สายตาไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเหมือนคนปกติ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายรองเห็นว่าจะควรจะเป็นฟรีอปพลิเคชัน

2. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร AIM Talk และการทำการตลาด

จากการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายไม่รู้จักและไม่เคยทราบว่า มีอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร ซึ่งหลังจากที่ได้ให้ข้อมูลและอธิบายเกี่ยวกับอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร รวมถึงให้ลองใช้ออปพลิเคชันแล้ว พบว่า ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าเป็นอปพลิเคชันที่มีประโยชน์เหมาะสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร การใช้งานที่เรียบง่าย รูปแบบของการทำการตลาดที่สรุปได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย มี 3 รูปแบบหลัก คือ

- (1) การทำการตลาดผ่านเทคโนโลยี (Digital marketing) เช่น การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ Social Network การทำ QR code ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอปพลิเคชันและช่องทางการดาวน์โหลด โดยการนำเสนอผ่านกิจกรรมจิตอาสา หรือการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เช่น มีป้ายติดใน

บริเวณที่การจราจรติดขัด ผู้ใช้รถใช้ถนนที่รู้จักผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารสามารถแสกน QR code เข้าไปดูและแนะนำผู้มีปัญหาด้านการสื่อสารได้ เป็นการช่วยเหลือและทำเพื่อสังคมด้วย

(2) การตลาดในรูปแบบดั้งเดิมในแบบการพิมพ์แผ่นพับที่ให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสาเหตุของโรคหลอดเลือดสมอง ผลกระทบที่อาจสามารถทำให้ผู้ป่วยมีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร แล้วในช่วงท้ายของแผ่นพับค่อยเสนอข้อมูลของแอปพลิเคชันที่ช่วยเหลือผู้มีปัญหาด้านการสื่อสารนั้น เนื่องจากคนส่วนใหญ่ใช้เวลาในการนั่งรอคิวตรวจนาน ทำให้มักจะหยิบแผ่นพับที่แจกฟรีในโรงพยาบาลมานั่งอ่านคร่าวเวลา

(3) การตลาดผ่านในรูปแบบที่ผ่านการแนะนำโดยบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งจากประสบการณ์คนกลุ่มนี้มีความยินดีที่จะแนะนำแอปพลิเคชันให้คนไข้ หากแสดงให้เห็นว่าตัวแอปพลิเคชันมีประโยชน์กับคนไข้จริง และได้ให้ข้อเสนอแนะทางการตลาดว่าควรจัดทำเป็นวิดีโอสั้นๆ เกี่ยวกับการใช้งานและประโยชน์ที่ผู้ป่วยจะได้รับ โดยที่ควรมีการอ้างอิงถึงปัญหาการใช้ชีวิตของผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร

สิ่งที่แนะนำเพิ่มเติมจากผู้ให้สัมภาษณ์

พัฒนาแอปพลิเคชันในรูปแบบที่สามารถส่งรูปภาพโต้ตอบกันในแชทได้ แล้วแอปพลิเคชันสามารถทำการแปลรูปนั้นออกมาเป็นความหมายที่เป็นอักษรได้จากการกำหนดความหมายของผู้ใช้เอง

3. ผู้มีปัญหาด้านการสื่อสาร

3.1 โรคหลอดเลือดสมอง เป็นโรคที่เกิดในระบบ ประสาทส่วนกลาง ซึ่งเป็นศูนย์กลางในการควบคุมการพูด ความเข้าใจภาษา ความคิด จินตนาการและความสามารถสำคัญอื่นๆ อาจก่อให้เกิดความผิดปกติทางด้านภาษาและการพูด บางรายอาจมีความรุนแรงจนพูดไม่ได้หรือฟังคำพูดไม่เข้าใจหรือทั้งสองลักษณะรวมกัน รายที่มีความผิดปกติเพียงเล็กน้อยอาจมีเพียงการพูดไม่ชัดหรือการนึกคำพูดลำบากแม้จะเป็นคำพูดที่ใช้บ่อย ดังนั้น ปัญหา ด้านภาษาและการพูดที่พบในผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมองจึงเป็นปัญหาที่พบ ได้บ่อย อาจพบได้ราวร้อยละ ๔ -๒๐ ของผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมองที่ รอดชีวิตจากภาวะเฉียบพลัน ความผิดปกติของระบบประสาท ทั้งระบบประสาทส่วนกลางและระบบประสาทส่วนปลาย หรือทั้งสองระบบจะมีผล ทำให้เกิดความผิดปกติของการสื่อสาร และความรุนแรงแตกต่างกันได้ หลายชนิดขึ้นกับตำแหน่งของสมองที่ถูก

ทำลายไป และสาเหตุของความผิดปกตินี้ ซึ่งทางหอผู้ป่วยอายุกรรมรวมและหลอดเลือดสมอง stroke unit จึงร่วมกันคิดประดิษฐ์นวัตกรรมขึ้นนี้ขึ้นเพื่อประยุกต์ใช้ในผู้ป่วยที่มีปัญหาในการสื่อสาร เช่น การพูด พูดไม่ชัด พูดไม่ได้ พูดลำบาก

คนที่ เป็นโรคหลอดเลือดสมองหรือที่เรียกกันว่าอัมพฤกษ์หรืออัมพาตนั้น นอกจากจะมีปัญหาการอ่อนแรงของขาและแขนแล้ว อาจจะมี ความผิดปกติของการพูด การออกเสียงพูด หรือความเข้าใจภาษา (Aphasia) โดยมีลักษณะอาการ เช่น พูดไม่ได้ หรือพูดได้แต่ไม่สามารถเข้าใจ ภาษา ซึ่งมี ๔ ประเภทหลัก ๆ คือ

๑. มีปัญหาเรื่องการรับรู้เข้าใจในภาษา (Wernicke's Aphasia)
๒. มีปัญหาเรื่องการแสดงออกทางภาษา แต่มีความเข้าใจในภาษา ที่ปกติ (Broca's Aphasia)
๓. มีปัญหาเรื่องการนึกคำพูด (Nominal Aphasia)
๔. มีปัญหาทั้งเรื่องการแสดงออกทางภาษาและความเข้าใจ ในภาษา (Global Aphasia)

(อ้างอิง : ประคองแก้ว นวลสาลี พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ และคณะ. อายุกรรมรวมและหลอดเลือดสมอง stroke unit โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสระแก้ว และคณะ)

1.2.1 โรคหลอดเลือดสมองแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่มีการตีบ หรือเกิดการอุดตันของหลอดเลือดที่ไปเลี้ยงสมองโดยเกิดขึ้นนานกว่า 24 ชั่วโมง ซึ่งเรียกว่า Ischemic stroke มีประมาณ 80% ของโรคหลอดเลือดสมอง (Frizzell, 2005; NINDS, 2007b) ในกรณีที่เกิดการอุดตันของหลอดเลือดที่ไปเลี้ยงที่สมองภายใน 24 ชั่วโมง และอาการของผู้ป่วยดีขึ้นหลังจากนั้น การอุดตันของหลอดเลือดที่เกิดขึ้นเป็นเพียงชั่วคราว หรือทางการแพทย์เรียกว่า Transient ischemic attack อีกประเภทหนึ่งมีการแตกของหลอดเลือดในสมองและทำให้มีการรั่วของเลือดรอบๆ เซลล์สมอง ซึ่งเรียกว่า Hemorrhagic stroke มีประมาณ 20% ของโรคหลอดเลือดสมอง

(อ้างอิง : สิริรัตน์ ลีลาจรัส และจริยา วิรุพราช.(2550). โรคหลอดเลือดสมอง: การให้การพยาบาล และคำแนะนำแก่ผู้ป่วย (วารสารพยาบาลสาธารณสุข). คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามารับดี ปีที่

21 ฉบับที่ 3 จาก https://www.researchgate.net/publication/207299133_rokhhlxdleuxdsmxng_karhikarphyaballaeakhanaeanakaephupwy)

แบบสอบถาม

พฤติกรรมการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาการพูดสื่อสาร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ช่วงอายุของคุณคือ
 < 20 20-30 31-40 41-50 51-60 > 60
- คุณมีความเกี่ยวข้องกับผู้มีปัญหาด้านการสื่อสารอย่างไร
 เป็นผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร (กรุณาตอบคำถามข้อ 3-5)
 เป็นญาติผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร (กรุณาตอบคำถามข้อ 6-7)
 เป็นบุคลากรทางการแพทย์ (กรุณาตอบคำถามข้อ 6-7)
- ปัญหาสุขภาพของคุณในขณะนี้คืออะไร

.....
(เพื่อนำไปใช้ในการอ้างอิงปัญหา)

- มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารหรือไม่ อย่างไรบ้าง
 พูดไม่ชัดคำ พูดสื่อสารไม่ได้เลย ปากเบี้ยวพูดลำบาก

(เพื่อนำไปใช้ในการอ้างอิงปัญหา)

- ปัญหาเรื่องการพูดสื่อสารส่งผลอย่างไรกับคุณ

.....
(เพื่อนำไปใช้ในการอ้างอิงปัญหาและการนำเสนอแนวทางแก้ไข)

- ปัญหาด้านการพูดสื่อสารเป็นอุปสรรคแก่การดูแลผู้ป่วยหรือไม่ อย่างไร

.....
(เพื่อนำไปใช้ในการอ้างอิงปัญหาและการนำเสนอแนวทางแก้ไข)

- ญาติของท่านมีปัญหาด้านการพูดสื่อสารหรือไม่ อย่างไรบ้าง

.....
(เพื่อนำไปใช้ในการอ้างอิงปัญหาและการนำเสนอแนวทางแก้ไข)

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสาร

1. ท่านรู้จักแอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารหรือไม่ ะไรบ้าง

.....

(เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์คู่แข่ง ว่ามีใครบ้าง)

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารมากที่สุด

- รูปแบบใช้ง่าย ราคาถูก การทำโฆษณา ญาติหรือคนรอบข้างใช้
- กระแสนิยม อื่นๆ (ระบุ).....

(เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการตลาดว่าควรเน้นที่ด้านไหน หรือควรเน้นการสื่อสารการตลาดไปที่ใคร)

3. ราคาที่มากที่สุดที่สามารถยอมรับได้สำหรับการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน

- 32 บาท 33-40 บาท 41-50 บาท 51-60 บาท > 60 บาท

(เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการเงิน หรือการตั้งราคาของบริการ ในกรณีที่คิดค่าบริการ)

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน AIM Talk

1. ท่านรู้จักแอปพลิเคชัน AIM Talk หรือไม่

- ไม่รู้จัก (กรุณาข้ามไปตอบคำถามข้อ 5-6) รู้จัก

2. ถ้ารู้จักแอปพลิเคชัน AIM Talk ทราบจากแหล่งใด

- เพื่อนแนะนำ บุคลากรทางการแพทย์ สื่อ Social ญาติ

(เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการตลาดว่าควรเน้นการสื่อสารการตลาดไปที่ใครหรือใช้ช่องทางใดเป็นสื่อ)

3. คุณคิดว่าแอปพลิเคชัน AIM Talk เหมาะสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารหรือไม่ อย่างไร

.....

(เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการปรับปรุงบริการ ว่าข้อดียบริการคืออะไร หากไม่เหมาะสมควรพัฒนาอย่างไรบ้าง เก็บไว้เป็นคำแนะนำบริการ)

4. ข้อมูลประกอบการใช้แอปพลิเคชัน AIM Talk ชัดเจน เพียงพอหรือไม่

.....

(เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการสื่อสารวิธีการใช้บริการ)

5. หลังจากทดลองใช้แอปพลิเคชัน AIM Talk คุณคิดว่าเหมาะสำหรับผู้มีปัญหาด้านการพูดสื่อสารหรือไม่ อย่างไร

.....

(เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการปรับปรุงบริการ ว่าข้อดียบริการคืออะไร หากไม่เหมาะสมควรพัฒนาอย่างไรบ้าง เก็บไว้เป็นคำแนะนำบริการ)

6. ข้อมูลประกอบการใช้แอปพลิเคชัน AIM Talk ชัดเจน เพียงพอหรือไม่

.....

(เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการสื่อสารวิธีการใช้บริการ)

7. คุณชอบแอปพลิเคชัน AIM Talk หรือไม่

.....

8. คุณคิดว่าควรจะทำการตลาดในรูปแบบใดจึงได้ผลดีที่สุด

.....

9. อะไรที่จะทำให้พยาบาลอยากแนะนำให้ผู้ป่วยใช้แอปพลิเคชันนี้

.....