

แผนธุรกิจ
Blood D บริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่



พัชณัฐिता ขจรอริยสิทธิ

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

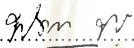
เรื่อง

แผนธุรกิจ Blood D บริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2561



ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

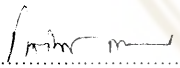
Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



พัชญ์สิตา ขจรอริยสิทธิ์

ผู้วิจัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไชตริส พลับพลึง,

Ph.D.

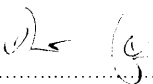
กรรมการสอบสารนิพนธ์



เลิศยศ ตีร์รัตน์ ไพบูลย์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์



ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล



สุเทพ นิมสาย,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจ Blood D สำเร็จลงได้ด้วยดีด้วยความความช่วยเหลือของ ผศ. ดร.พัลลภา ปิติสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้ชี้แนะแนวทางการดำเนินการวิจัย ช่วยปรับแก้การวิเคราะห์ข้อมูลหลายครั้ง ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์และออกแบบแผนธุรกิจออกมาได้ดีที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.กิตติชัย ราชมหา ซึ่งได้ให้การดูแล และคำแนะนำในการจัดทำแผนการเงิน ตลอดระยะเวลาในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ เพื่อให้มีความถูกต้องตามหลักการบัญชี และการเงิน

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณ นางสาววันทนีย์ จิระพันธ์พงศ์ ผู้ให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนในการเก็บข้อมูลการทำแผนธุรกิจฉบับนี้เป็นอย่างดี

รวมไปถึงต้องขอขอบคุณผู้ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้ช่วยอนุเคราะห์ให้ข้อมูลเพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ในด้านของข้อมูล

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้จัดทำสารนิพนธ์ใคร่ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

พัชณัฐิตา ขจรอริยสิทธิ์

บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบันรูปแบบการรับบริการเจาะเก็บโลหิต ทำให้ผู้เข้ารับบริการต้องใช้เวลาในการโรงพยาบาล 3-4 ชั่วโมง หรือในโรงพยาบาลที่มีรูปแบบการบริการให้ผู้เข้ารับบริการเดินทางเข้ามารับบริการเจาะเก็บโลหิตก่อนวันนัดตรวจวินิจฉัย ส่งผลกระทบในด้านค่าใช้จ่าย โอกาสในการสร้างรายได้ และความเสี่ยงจากการเดินทางที่ส่งผลกระทบต่อสภาพร่างกาย

จากปัญหาดังกล่าว ทำให้เกิดแนวคิดของการบริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้ารับบริการ ในการลดระยะเวลาและจำนวนครั้งที่ต้องใช้ในโรงพยาบาล และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเดินทางและการดูแลที่ไม่ทั่วถึงจากความหนาแน่นของโรงพยาบาล รวมถึงการเสียโอกาสของผู้ดูแล ทำให้สามารถบริหารเวลาได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพิ่มโอกาสในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และได้รับการดูแลที่ทั่วถึง

ทาง Blood D ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและรองโดยจำแนกตาม สิทธิในการรับบริการและปัญหาทางด้านการเคลื่อนไหวก่อนได้แก่ กลุ่มผู้เข้ารับบริการที่มีปัญหาทางด้านการเคลื่อนไหวก่อนเข้ารับการรักษาด้วยสิทธิบัตรทองและสิทธิชำระเงินเอง และกลุ่มผู้เข้ารับบริการที่ไม่มีปัญหาทางด้านการเคลื่อนไหวก่อนเข้ารับบริการด้วยสิทธิบัตรทอง สิทธิชำระเงินเอง และสิทธิข้าราชการ เนื่องจากผู้รับบริการที่มีปัญหาทางด้านการเคลื่อนไหวก่อนมีความจำเป็นในการใช้บริการที่สูงกว่าผู้เข้ารับบริการกลุ่มอื่น ๆ และสิทธิการรักษาส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเป็นผลจากการเบิกจ่ายค่าใช้จ่าย

บริษัทจะใช้เงินลงทุนในปีที่ 1 ทั้งสิ้น 1,500,000 บาท โดยเป็นทุนจากเจ้าของครอบครัวเจ้าของ และเพื่อนของเจ้าของ เนื่องจากการบริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่มีต้นทุนอยู่ที่แรงงานในการบริการสูง ทำให้มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ที่ 4 ปี 2 เดือน 16 วัน มีอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) เท่ากับ 16.6 % และมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 212,141.76 บาท

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ	1
1.1 สถานการณ์ในปัจจุบัน	1
1.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ-Five Forces)	3
1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมาย (Vision, Mission and Goals)	5
1.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	6
บทที่ 2 แผนการตลาด	9
2.1 การศึกษาภาพรวมของตลาดการเจาะเลือดคนนอกสถานที่	9
2.2 การแบ่งส่วนลูกค้า / ผู้บริโภค และการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	12
2.2.1 การแบ่งส่วนลูกค้า / ผู้บริโภค (Segmentation)	12
2.2.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	12
2.3 ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเจาะเลือดคนนอกสถานที่	14
2.3.1 ผู้ดูแลขณะเข้ารับบริการในโรงพยาบาล	14
2.3.2 การเดินทางมาโรงพยาบาล	14
2.3.3 ความถี่ในการเจาะเก็บโลหิต	14
2.3.4 สิทธิในการเข้ารับการรักษา	14
2.4 เป้าหมายทางการตลาด	15
2.5 การวิเคราะห์คู่แข่งในตลาด	17
2.6 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Positioning)	18
2.7 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4P)	18
2.7.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า/บริการ (Product)	18
2.7.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.7.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	22
2.7.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion)	22
2.8 แผนการดำเนินการส่งเสริมการตลาดและงบประมาณ	24
2.9 การประเมินยอดขาย และส่วนแบ่งทางการตลาด	32
บทที่ 3 แผนการดำเนินงาน	35
3.1 สถานที่ตั้ง	35
3.2 แผนการตกแต่ง	36
3.3 การดำเนินการและค่าใช้จ่ายในการตกแต่ง	37
3.4 แผนการดำเนินธุรกิจ	39
3.4.1 การจัดซื้อวัตถุดิบ	39
3.4.2 กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบ	39
3.4.3 Service Blueprint	40
บทที่ 4 การบริหารจัดการในองค์กร	46
4.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	46
4.2 ลักษณะการบริหารงาน	46
4.2.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร	47
4.3 แผนการบริหารงาน	47
4.4 วันและเวลาทำงาน	49
4.5 การวางแผนกำลังคน และโครงสร้างค่าตอบแทน	50
4.6 การสรรหา และการคัดเลือกพนักงาน	51
4.7 แผนพัฒนาบุคลากร	52
บทที่ 5 แผนการเงิน	54
5.1 ขนาดของเงินทุนและแหล่ง	54
5.2 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)	63
5.3 ประมาณการงบดุล (Balance Sheet)	64
5.4 ประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of Cash flow)	65

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis)	65
5.6 การคำนวณมูลค่าสุทธิและผลตอบแทนของการลงทุน	66
5.7 สมมุติฐานทางการเงิน	67
บทที่ 6 การจัดการความเสี่ยง และแนวทางรองรับความเสี่ยง	68
6.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market risk)	68
6.2 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)	69
6.3 ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk)	69
6.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)	70
6.5 ความเสี่ยงด้านสัญญา	71
บรรณานุกรม	72
ภาคผนวก	75
ภาคผนวก ก	76
ภาคผนวก ข	80
ประวัติผู้วิจัย	82

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
2.1	แสดงการแบ่งส่วนลูกค้า และลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยประมาณปี 2560	12
2.2	แสดงการเปรียบเทียบคุณสมบัติ และราคากับคู่แข่งในตลาดการเจาะเลือดคนนอกสถานที่	17
2.3	แสดงการแบ่งเขต และอัตราค่าบริการ	21
2.4	แสดงแผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 1	24
2.5	แสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 1	25
2.6	แสดงแผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 2	25
2.7	แสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 2	26
2.8	แสดงแผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 3	26
2.9	แสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 3	27
2.10	แสดงแผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 4	28
2.11	แสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 4	29
2.12	แสดงแผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 5	30
2.13	แสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 5	31
2.14	แสดงการประเมินยอดขาย	32
3.1	แสดงค่าใช้จ่ายในการลงทุนของร้าน Blood D	38
3.2	แสดงค่าใช้จ่ายด้านวัตถุดิบในการให้บริการของบริการ Blood D รายครั้ง	39
4.1	แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น	46
4.2	แสดงช่วงเวลาการทำงานของพนักงาน	50
4.3	แสดงการว่าจ้างพนักงานในแต่ละปี	51
4.4	แสดงอัตราเงินเดือนของพนักงานในปีที่ 1	51
5.1	แสดงจำนวนหุ้น สัดส่วนและเงินของผู้ถือหุ้นของบริษัท	54
5.2	แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ	55
5.3	แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในทรัพย์สินถาวร	56
5.4	แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในทุนสำรองเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	57
5.5	แสดงประมาณการรายได้ปีที่ 1 (รายเดือน)	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
5.6	แสดงประมาณการรายได้ปีที่ 1-5 (รายปี)	58
5.7	แสดงประมาณการต้นทุนการบริการ	59
5.8	แสดงรายละเอียดต้นทุนการบริการ	59
5.9	แสดงประมาณการจำนวนพนักงาน	60
5.10	แสดงประมาณการเงินเดือนพนักงาน (ฝ่ายบริการ)	60
5.11	แสดงประมาณการเงินเดือนพนักงาน (ฝ่ายขายและบริหาร)	60
5.12	แสดงประมาณการค่าเสื่อมราคาในการให้บริการ	61
5.13	แสดงประมาณการค่าเสื่อมราคาในการขายและบริการ	61
5.14	แสดงประมาณการค่าเสียหายในการบริการ	61
5.15	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	62
5.16	แสดงประมาณการค่าส่งเสริมการขาย	62
5.17	แสดงประมาณการงบกำไร-ขาดทุน	63
5.18	แสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน	64
5.19	แสดงประมาณการกระแสเงินสด	65
5.20	แสดงอัตราส่วนทางการเงิน	65
5.21	แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR)	66
5.22	แสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value – NPV)	66
5.23	แสดงสมมติฐานทางการเงิน	67

สารบัญรูปภาพ

ภาพ	หน้า	
2.1	แสดงแผนที่ผังโรงพยาบาลตำรวจ	10
2.2	แสดงการแบ่งส่วนผู้เข้ารับบริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่	13
2.3	แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาดการบริการเจาะเก็บโลหิต โรงพยาบาลตำรวจ	18
2.4	แสดงโลโก้แบรนด์	19
2.5	แสดงแผนที่การแบ่งเขตของกรุงเทพ ฯ	20
3.1	แสดงแผนที่ร้าน Blood D	35
3.2	แสดงตัวอย่างการตกแต่งบูธ ภายใน โรงพยาบาล Hospital Sirio-Libanès	36
3.3	แสดงแผนผังภายในร้าน	37
3.4	แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้าทางเคาน์เตอร์ของบูธภายในโรงพยาบาล และทางโทรศัพท์	43
3.5	แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้าทางเว็บไซต์	44
3.6	แสดงพิมพ์เขียวการบริการ (Service Blueprint)	45
4.1	แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กรของบริการ Blood D	47

บทที่ 1

โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

1.1 สถานการณ์ในปัจจุบัน

จากสภาวะสังคมในปัจจุบันของประเทศไทยที่เริ่มเข้าสู่สภาพสังคมของผู้สูงอายุมากขึ้น (กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2559) ตามประเทศอื่น ๆ ในยุโรป และ ญี่ปุ่น ประกอบกับความรุนแรงของกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่สูงมากขึ้นจากการใช้ชีวิตแบบสังคมเมือง ทำให้จำนวนผู้เข้ารับบริการ โรงพยาบาลเพิ่มมากขึ้น (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน, 2561) ซึ่งส่งผลไปถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้เข้ารับบริการ การตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการเวชศาสตร์ชั้นสูง และส่งผลถึงจำนวนผู้เข้ารับบริการเจาะเก็บโลหิตเพื่อนำไปตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการเวชศาสตร์ชั้นสูง (โรงพยาบาลตำรวจ, 2560) ตามลำดับ

โดยปกติเมื่อผู้เข้ารับบริการ โรงพยาบาล ต้องเข้ารับการเจาะเก็บโลหิต ผู้เข้ารับบริการ จะต้องมาจ้องคิวที่ห้องเจาะเลือดและรอคิวบริเวณห้องเจาะเลือด ซึ่งระยะเวลาที่ใช้ในการรอคิว มีความสัมพันธ์แปรผันกับจำนวนผู้เข้ารับบริการ ความยากง่ายของผู้เข้ารับบริการ และจำนวนช่องที่เปิดให้บริการ หลังจากเข้ารับบริการเจาะเก็บโลหิต ผู้เข้ารับบริการจะต้องรอผลการตรวจวิเคราะห์จากห้องปฏิบัติการเวชศาสตร์ชั้นสูง และยังคงไปรอคิวที่หน้าห้องตรวจวินิจฉัยอีกด้วย (โรงพยาบาลตำรวจ, 2561) กระบวนการเหล่านี้ก่อให้เกิดปัญหาให้กับทางโรงพยาบาล และผู้เข้ารับบริการ เช่น พื้นที่สำหรับการรอคิวในโรงพยาบาลไม่เพียงพอ เกิดความแออัดบริเวณห้องเจาะเลือด และบริเวณใกล้เคียง ทั้งนี้เป็นเพราะลักษณะคอขวดของการให้บริการ จำนวนผู้เข้ารับบริการที่มา ก่อนเวลาเปิดให้บริการที่ทำให้มีการกระจุกตัวของจำนวนผู้เข้ารับบริการในช่วงเปิดบริการ การที่ผู้เข้ารับบริการส่วนหนึ่งจำเป็นต้องมีผู้ดูแลมาด้วยเองก็มีส่วนเพิ่มความแออัดให้กับพื้นที่บริเวณห้องเจาะเลือดเช่นกัน ความเสี่ยงที่ผู้เข้ารับบริการบางรายจะมีอาการแทรกซ้อนจากการงดรับประทานอาหารเป็นระยะเวลานาน ผู้เข้ารับบริการใช้เวลาในจุดต่าง ๆ ในโรงพยาบาลเป็นระยะเวลานาน จนทำให้เกิดความเสี่ยงในการเข้ารับการตรวจวินิจฉัยไม่ทันตามนัดหมาย ทำให้ผู้เข้ารับบริการต้องเดินทางมาก่อนเวลานัดหมาย

ทำให้โรงพยาบาลหลายแห่ง ออกแนวทางสำหรับแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้เข้ารับบริการ สำหรับผู้เข้ารับบริการที่มีนัดหมายล่วงหน้า โดยเป็นการนัดหมายสำหรับการเข้ารับบริการเจาะเก็บโลหิตก่อนนัดหมายเข้ารับบริการตรวจวินิจฉัย 1 – 2 วัน เพื่อลดความแออัดในพื้นที่โรงพยาบาล และ ลดระยะเวลาที่ผู้เข้ารับบริการใช้ในการรอคอย แต่แนวทางนี้ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายจากการเดินทางซ้ำซ้อน เนื่องจากทำให้มีจำนวนวันในการเดินทางมาโรงพยาบาลเพิ่มมากขึ้น เกิดค่าเสียโอกาสในการหารายได้ของผู้เข้ารับบริการ หรือ ญาติผู้พาผู้เข้ารับบริการที่เพิ่มขึ้นจากการต้องมาที่ผู้รับบริการหลายครั้ง

โดยในส่วนของโรงพยาบาลตำรวจ แนวทางนี้ก็ถูกใช้ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวเช่นกัน (โรงพยาบาลตำรวจ, 2561) ซึ่งผู้เข้ารับบริการที่มีนัดหมายสามารถแสดงเจตจำนงที่จะเข้ารับบริการเจาะเก็บโลหิตในวันที่มีการนัดหมายสำหรับการตรวจวินิจฉัย หรือก่อนวันนัดหมายสำหรับการตรวจวินิจฉัย ซึ่งผู้เข้ารับบริการมักใช้การเจาะเก็บโลหิตก่อนวันนัดหมายสำหรับการตรวจวินิจฉัย เนื่องด้วยหากเดินทางมาเพื่อเข้ารับบริการตรวจรักษาและการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการภายในวันเดียวกัน ผู้เข้ารับบริการจะมีความเสี่ยงที่จะเข้ารับบริการตรวจวินิจฉัยไม่ทันตามนัดหมาย ซึ่งอาจทำให้ต้องเสียเวลา หรือ ค่าใช้จ่ายมากกว่าเดิม ทั้งนี้เนื่องจากหากใช้เวลาในการเจาะเก็บโลหิตที่มากเกินไป จนส่งผลให้ผลการตรวจวิเคราะห์ที่ได้ล่าช้า เลยเวลานัดหมายไปแล้ว ผู้เข้ารับบริการจะต้องรอคิวใหม่ ไม่มีการแทรกคิวให้ และหากได้ผลการตรวจวิเคราะห์หลังจากเวลาที่แพทย์ที่ผู้เข้ารับบริการนัดหมายปฏิบัติงาน อาจจะทำให้ผู้เข้ารับบริการต้องมาอีกครั้ง

เนื่องจากปัญหาความแออัดในโรงพยาบาลทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น และผู้เข้ารับบริการมีแนวโน้มความเสี่ยงจากการสูญเสียเวลาในระบบการเข้ารับการรักษาเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว Blood D จึงตั้งใจเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของโรงพยาบาล และผู้เข้ารับบริการ โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่ เพื่อทดแทนการเดินทางมายังโรงพยาบาลให้กับกลุ่มผู้ต้องการการบริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่ เพื่อช่วยให้ผู้เข้ารับบริการประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย ใช้จำนวนครั้งที่มาโรงพยาบาลน้อยลง รวมไปถึงอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ ให้สามารถเลือกเวลาและสถานที่ที่เข้ารับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพได้การแนะนำด้านการตรวจวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีการเดินทางมายังโรงพยาบาลเพื่อทำการตรวจวิเคราะห์และเข้ารับการรักษาเป็นประจำ เช่น กลุ่มผู้ป่วยโรคไต โรคเมเร็ง โรคเบาหวาน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่มีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2559) และกลุ่มผู้ป่วยที่มีอุปสรรคด้านการเคลื่อนไหว

1.2 การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ-Five Forces)

เนื่องจากธุรกิจการให้บริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่ในแผนธุรกิจนี้ ถือเป็นผู้เล่นหน้าใหม่ของธุรกิจ การวิเคราะห์จะยึดมุมมองของการเป็นผู้เล่นหน้าใหม่เป็นหลักและดูว่าแรงกดดันต่าง ๆ ส่งผลดีหรือส่งผลร้ายต่อผู้เล่นหน้าใหม่

โดยในปัจจุบันผู้ป่วยจะต้องเดินทางเข้ามาใช้บริการเจาะเก็บโลหิตที่โรงพยาบาล ซึ่งมีการเจาะเก็บโลหิตภายในวันเดียวกับการตรวจวินิจฉัย และการเจาะเก็บโลหิตในวันก่อนการตรวจวินิจฉัย¹ แต่ยังมีผู้เข้ารับบริการบางส่วนที่มีความต้องการการเจาะเก็บโลหิตนอกโรงพยาบาล ทำให้มีผู้ประกอบการวิชาชีพบางส่วนให้บริการ นอกสถานพยาบาล แต่ไม่ได้มีลักษณะเป็นบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่ ผู้เข้ารับบริการจากผู้ประกอบวิชาชีพลักษณะนี้ จะเป็นกลุ่มที่เคยได้รับการจากบุคลากรทางการแพทย์กลุ่มนี้ในโรงพยาบาลมาก่อน และรับบริการในโรงพยาบาลอย่างเป็นทางการเป็นประจำสม่ำเสมอ²

ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขันว่าการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้มีโอกาสและความน่าสนใจต่อการลงทุนหรือไม่ ทางผู้วิจัยได้พิจารณาแรงกดดันด้านต่าง ๆ 5 ประการ (Five Forces) เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

แรงกดดันที่ 1: กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มรายใหม่

1. ด้านกฎหมาย

การให้บริการด้านการเจาะเก็บโลหิต จำเป็นจะต้องให้ผู้มีใบประกอบวิชาชีพเป็นผู้ดำเนินการให้บริการจึงจะสามารถกระทำได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย³

2. ด้านบุคลากร

ธุรกิจการให้บริการเจาะเก็บโลหิต เป็นธุรกิจที่ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการรับรองของสภาเทคนิคการแพทย์จึงเป็นการให้บริการที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งมีจำนวนเพียง 17,086 คนในประเทศไทย (สภาเทคนิคการแพทย์, 2561) (+)

แรงกดดันที่ 2: ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

จากการสำรวจธุรกิจการให้บริการเจาะเก็บโลหิต พบว่าในส่วนของการให้บริการจากโรงพยาบาลมีจำนวนน้อย และไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้รับบริการโรงพยาบาล เนื่องจากส่วนใหญ่

¹ จากการสำรวจการสำรวจโรงพยาบาลตำรวจ เดือนกุมภาพันธ์ 2561

² จากการสัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงานในห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจ เดือน กุมภาพันธ์ 2561

³ จากการสัมภาษณ์ เลขานุการ สภาเทคนิคการแพทย์ เดือน มีนาคม 2561

ให้บริการเฉพาะผู้รับบริการที่แพทย์พิจารณาว่ามีความจำเป็น (โรงพยาบาลรามาริบัติ ศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตน์, 2561; เวอร์ชวลฮอซพิทอลแอนด์เอชพีพี โรงพยาบาลกล้วยน้ำไท, 2561) (+) เช่น โรงพยาบาลรามาริบัติ ศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตน์ ในขณะที่การให้บริการเจาะเก็บโลหิต โดยพยาบาลวิชาชีพ มีจำนวนมาก แต่ไม่มีการจัดตั้งในรูปแบบบริษัท⁴ (-)

การให้บริการเจาะเก็บโลหิตเพื่อการตรวจสุขภาพประจำปีจากห้องปฏิบัติการที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นสถานพยาบาลขนาด 1 เดียงขึ้นไปเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมาย (พรบ.สถานพยาบาล, 2541) และโดยปกติจะต้องมีจำนวนขั้นต่ำในการออกนอกสถานที่⁵ (+)

ปัจจุบันเริ่มมีผู้เล่นเข้ามาในตลาดเพิ่มมากขึ้นในหลากหลายรูปแบบ เนื่องจากเล็งเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ (-) แต่จะมีการจำกัดบริเวณในการให้บริการเนื่องจากปัจจัยทางภูมิศาสตร์ และการเดินทาง (+) (Ocare, 2561; โรงพยาบาลเอกชล, 2561; BD LAB Group, 2561)

แรงกดดันที่ 3: ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

สินค้าทดแทนในธุรกิจการบริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่ ได้แก่ การเจาะเลือดภายในวันเดียวกันกับการตรวจวินิจฉัย และการเจาะเลือดในวันก่อนการตรวจวินิจฉัย

จากการสำรวจการเจาะเลือดภายในวันเดียวกันกับการตรวจวินิจฉัย พบว่าผู้รับบริการบางส่วนมีปัญหาในการใช้บริการการเจาะเลือดภายในวันเดียวกันกับการตรวจวินิจฉัย เช่น ผู้รับบริการได้รับผลการตรวจวิเคราะห์ช้ากว่าเวลานัดหมายในการตรวจวินิจฉัย⁶ (+)

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมีเฉพาะค่าบริการทางการเจาะเก็บโลหิต และการตรวจวิเคราะห์ซึ่งชำระค่าบริการก่อนการเจาะเก็บโลหิต โดยการเจาะเลือดภายในวันเดียวกันกับการตรวจวินิจฉัย และการเจาะเลือดในวันก่อนการตรวจวินิจฉัย มีราคาเท่ากัน (โรงพยาบาลตำรวจ, 2561) (-)

แรงกดดันที่ 4: อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

อำนาจการต่อรองของผู้รับบริการในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ซื้อมีอำนาจในการเลือกรูปแบบของการรับบริการ และมีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงการรับบริการต่ำแต่ในขั้นตอนการรับบริการการตรวจวินิจฉัยซึ่งเป็นขั้นตอนต่อไป หากผู้ซื้อเลือกใช้บริการการเจาะเลือด

⁴ จากการสัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงาน โรงพยาบาลตำรวจ เดือน กุมภาพันธ์ 2561 และ ผู้ปฏิบัติงาน โรงพยาบาล โรงพยาบาลศิริราช เดือนมิถุนายน 2560

⁵ จากการสัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงาน ในห้องปฏิบัติการเวชศาสตร์ชั้นสูง โรงพยาบาลศิริราช เดือนมิถุนายน 2560

⁶ จากการสัมภาษณ์ ผู้รับบริการ โรงพยาบาลตำรวจ เดือนกุมภาพันธ์ 2561

ภายในวันเดียวกันกับการตรวจวินิจฉัย และผลการตรวจวินิจฉัยล่าช้า ผู้เข้ารับบริการอาจจะประสบปัญหาในการรับบริการการตรวจวินิจฉัยในภายหลัง⁷

แรงกดดันที่ 5: อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ

อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากสินค้าที่ใช้ในการเจาะเก็บโลหิตมีราคาสูง มีผู้ขายจำนวนมาก อีกทั้งบางส่วนสามารถผลิตเองได้⁸ (+)

1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมาย (Vision, Mission and Goals)

วิสัยทัศน์ (Vision)

บริการที่อำนวยความสะดวกในการรับบริการเจาะเก็บโลหิตเพื่อการตรวจวิเคราะห์ที่ได้รับความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจจากลูกค้าเป็นอันดับแรก

พันธกิจ (Mission)

ให้บริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่ ที่สามารถระบุวันและเวลาได้ตามความต้องการของลูกค้า เพื่อความสะดวก และความพึงพอใจของลูกค้าโดยคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลักสำคัญในการให้บริการ

เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)

เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

1. เป็นที่รู้จักของลูกค้าจากฐานลูกค้าโรงพยาบาลตำรวจ
2. มีผู้ใช้บริการขั้นต่ำ 450 รายต่อเดือน⁹

⁷ จากการสัมภาษณ์ ผู้เข้ารับบริการ โรงพยาบาลตำรวจ เดือนกุมภาพันธ์ 2561

⁸ จากการสัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงานในห้องปฏิบัติการเวชศาสตร์ชันสูตร โรงพยาบาลตำรวจ และ โรงพยาบาลศิริราช เดือนกุมภาพันธ์ 2561

⁹ 90% ของการประมาณการรายได้ปีที่ 1 โดยการคำนวณจากจำนวนผู้ใช้บริการโดยเฉลี่ยปี 2560 และ 2561 ของห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจ จำนวนผู้สนใจจากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจจำนวน 30 รายคิดเป็น 44.8% และจำนวนผู้รับบริการจริงจากจำนวนผู้สนใจ 10% ซึ่งได้จากการสอบถามผู้รู้ในอุตสาหกรรม

3. มีผู้เข้าชมเว็บไซต์มากกว่า 1,000 ครั้งต่อเดือน และมีผู้เข้าใช้บริการผ่านระบบเว็บไซต์ มากกว่า 200 รายต่อเดือน¹⁰

4. ผลการประเมินความพึงพอใจมากกว่าร้อยละ 80

เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 และปีที่ 3)

1. คืนทุน 100% ของเงินลงทุนในปีที่ 1

2. มีผู้ให้บริการขั้นต่ำ 750 รายต่อเดือน¹¹

3. ผลการประเมินความพึงพอใจมากกว่าร้อยละ 85

4. มีโรงพยาบาลพันธมิตรมากกว่า 1 โรงพยาบาล

เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และปีที่ 5)

1. ขยายฐานลูกค้าไปสู่โรงพยาบาลพันธมิตรอื่น ๆ มากกว่า 2 โรงพยาบาลภายใน 3 ปี

2. มีผู้ให้บริการขั้นต่ำ 1,000 รายต่อเดือน¹²

3. ผลการประเมินความพึงพอใจมากกว่าร้อยละ 90

4. คืนทุน 100% ของเงินลงทุนในปีที่ 1 และ ปีที่ 2

1.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

โดยคู่แข่งของธุรกิจการบริการเจาะเก็บโลหิต ได้แก่ ธุรกิจให้บริการเจาะเก็บโลหิตโดยบุคลากรทางการแพทย์แบบส่วนบุคคลที่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย (พรณิดา ในริกุล, 2561; ปัญชติกา คงทน, 2561; ลินดา กองมาลาสี, 2561) และธุรกิจการให้บริการตรวจวิเคราะห์จากโลหิตที่มีการออกเก็บโลหิตนอกสถานที่ (Ocare, 2561; โรงพยาบาลเอกชล, 2561; BD LAB Group, 2561)

¹⁰ 10 เท่าของการประมาณการจำนวนผู้ให้บริการผ่านระบบเว็บไซต์ ในปีที่ 1 ซึ่งเป็นจำนวน 20% ของประมาณการผู้ให้บริการทั้งหมด

¹¹ 88% ของการประมาณการรายได้ปีที่ 2 โดยการคำนวณจาก 2 เท่าของจำนวนผู้ให้บริการโดยเฉลี่ยปี 2560 และ 2561 ของห้องเจาะเลือดโรงพยาบาลตำรวจ เนื่องจากมีการเพิ่มโรงพยาบาลพันธมิตรซึ่งมีจำนวนผู้เข้ารับบริการเฉลี่ยใกล้เคียงกับโรงพยาบาลตำรวจ จำนวนผู้สนใจจากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือดโรงพยาบาลตำรวจจำนวน 30 รายคิดเป็น 44.8% และจำนวนผู้รับบริการจริงจากจำนวนผู้สนใจ 10% ซึ่งได้จากการสอบถามผู้รู้ในอุตสาหกรรม

¹² 78% ของการประมาณการรายได้ปีที่ 2 โดยการคำนวณจาก 3 เท่าของจำนวนผู้ให้บริการโดยเฉลี่ยปี 2560 และ 2561 ของห้องเจาะเลือดโรงพยาบาลตำรวจ เนื่องจากมีการเพิ่มโรงพยาบาลพันธมิตรซึ่งมีจำนวนผู้เข้ารับบริการเฉลี่ยใกล้เคียงกับโรงพยาบาลตำรวจ จำนวนผู้สนใจจากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือดโรงพยาบาลตำรวจจำนวน 30 รายคิดเป็น 44.8% และจำนวนผู้รับบริการจริงจากจำนวนผู้สนใจ 10% ซึ่งได้จากการสอบถามผู้รู้ในอุตสาหกรรม

Strength (จุดแข็ง)

1. ด้านการบริการ

เจ้าของกิจการมีประสบการณ์ในการให้บริการเจาะเก็บโลหิต มีใบประกอบวิชาชีพ สามารถให้บริการได้เช่นเดียวกับพนักงาน ทำให้มีความเข้าใจในการปฏิบัติงานหรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในการให้บริการ

2. ด้านการตลาด

โรงพยาบาลตำรวจเป็นพาร์ทเนอร์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี มีฐานลูกค้าขนาดใหญ่เป็นของตนเอง ทำให้สามารถใช้ฐานลูกค้าของโรงพยาบาลตำรวจเพื่อสร้างฐานลูกค้าของตนเองได้ (โรงพยาบาลตำรวจ, 2561)

3. ด้านการบริหาร

เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจการโดยเจ้าของคนเดียวทำให้มีความสามารถในการตัดสินใจ นโยบายหรือแผนต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

Weakness (จุดอ่อน)

1. ด้านการบริหารจัดการ

เจ้าของกิจการไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการให้บริการเจาะเก็บโลหิต และการบริหารอื่น ๆ และการบริหารธุรกิจด้วยการตัดสินใจเพียงคนเดียวอาจทำให้มีข้อผิดพลาด หรือขาดตกบกพร่อง

2. ด้านการตลาด

ลูกค้าส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลตำรวจ กว่าครึ่งเป็นข้าราชการตำรวจ ทำให้มีวิธีการปฏิบัติที่แตกต่างจากปกติ ซึ่งทำให้การวางแผนการดำเนินงานมีความซับซ้อน¹³

ห้องปฏิบัติการเวชศาสตร์ชั้นสูงของโรงพยาบาลตำรวจซึ่งเป็นพาร์ทเนอร์ในธุรกิจมีการดำเนินงานที่แยกออกจากกันอย่างชัดเจนซึ่งทำให้การประสานเป็นไปได้ยาก การสื่อสารมีความซับซ้อน¹⁴

Opportunity (โอกาส)

1. ภาวะเศรษฐกิจ/ สภาพตลาด/ เครื่องอำนวยความสะดวก

¹³ จากการสัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงาน โรงพยาบาลตำรวจ เดือน กุมภาพันธ์ 2561

¹⁴ จากการสัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงาน โรงพยาบาลตำรวจ เดือน กุมภาพันธ์ 2561

ธุรกิจการให้บริการเจาะเก็บโลหิตที่มีรูปแบบเป็นรูปของบริษัท ที่มีความน่าเชื่อถือ มีจำนวนน้อย และมักมีการบริการรูปแบบอื่นนอกเหนือจากการเจาะเก็บโลหิตเพิ่มขึ้นมา เช่น การดูแลที่บ้าน โปรแกรมการตรวจวิเคราะห์ ซึ่งมีศักยภาพในการเข้าถึงลูกค้าจำนวนมากได้ แต่ผู้ใช้บริการไม่สามารถเลือกใช้บริการเจาะเก็บโลหิตเพียงอย่างเดียวเพื่อส่งไปยังห้องปฏิบัติการเวชศาสตร์ชั้นสูง ในโรงพยาบาลที่เข้ารับบริการเป็นประจำได้ (Ocare, 2561; Ideal Revolution, 2561; pro iv care, 2561) ในขณะที่การดำเนินธุรกิจแบบส่วนตัว (พรรณีดา ในริกุล, 2561; ปัญชลิกา คงทน, 2561; ลินดา กองมาลาสิ, 2561) ที่ไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าที่มีจำนวนมากได้¹⁵

2. สังคม/ วัฒนธรรม/ ค่านิยม

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางอายุของสัดส่วนโครงสร้างประชากรที่ทำให้ประเทศไทยจะมีสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น (กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2559) และความรุนแรงของกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่สูงมากขึ้น ทำให้มีความต้องการในการรับบริการเจาะเก็บโลหิตเพิ่มมากขึ้น (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน, 2561)

3. ด้านกฎหมาย

งานเจาะเก็บโลหิต นอกสถานที่ พร้อมกับการให้บริการการตรวจวิเคราะห์ถูกควบคุมโดยกฎหมายสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ทำให้การดำเนินงานของห้องปฏิบัติการเวชศาสตร์ชั้นสูงที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นสถานพยาบาลอาจเป็นอุปสรรคให้กับ ห้องปฏิบัติการเวชศาสตร์ชั้นสูงอื่น ๆ (พรบ.สถานพยาบาล, 2561) แต่การรับเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่ เพื่อนำส่งไปยังโรงพยาบาลยังไม่มียกกฎหมายรองรับ ทำให้สามารถกระทำได้¹⁶

Threat (อุปสรรค)

1. ด้านกฎหมาย

เนื่องจากการเจาะเก็บโลหิตเป็นงานซึ่งเป็นหน้าที่ของนักเทคนิคการแพทย์ตาม พรบ.เทคนิคการแพทย์ ปี พ.ศ. 2547 ทำให้การจ้างบุคลากรจะต้องเป็นนักเทคนิคการแพทย์ที่ผ่านการสอบใบประกอบวิชาชีพ และใบประกอบวิชาชีพยังไม่หมดอายุ ซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก (สภาเทคนิคการแพทย์, 2561) ทำให้อาจเป็นอุปสรรคในการจัดหาบุคลากรสำหรับดำเนินธุรกิจ

¹⁵ จากการสัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงาน โรงพยาบาลตำรวจ เดือน กุมภาพันธ์ 2561 และ ผู้ปฏิบัติงาน โรงพยาบาล โรงพยาบาลศิริราช เดือนมิถุนายน 2560

¹⁶ จากการสัมภาษณ์ นายสภาเทคนิคการแพทย์ เดือนมีนาคม 2561

บทที่ 2

แผนการตลาด

ในส่วนของการจัดทำแผนการตลาดนั้นผู้จัดทำแผนได้มีการเก็บข้อมูลกลุ่มผู้ใช้บริการภายในโรงพยาบาลตำรวจจำนวน 30 ราย โดยวิธีการสังเกตการณ์ และสัมภาษณ์ ในระหว่างวันที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2561 โดยผลจากการเก็บข้อมูลพบประเด็นดังนี้


2.1 การศึกษาภาพรวมของตลาดการเจาะเลือดคนนอกสถานที่

วันที่ทำการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์: 4 เมษายน พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2561

สถานที่ทำการสังเกตการณ์: ห้องเจาะเลือด ชั้น 4 อาคารภูมิพลราชาศูนย์ 88 พรรษา
โรงพยาบาลตำรวจ



ภาพที่ 2.1 แสดงแผนที่ผังโรงพยาบาลตำรวจ

ซึ่งได้ทำการสำรวจบริเวณห้องเจาะเลือด ชั้น 4 อาคารภูมิพลราชนุสรณ์ 88 พรรษา ภายในโรงพยาบาลตำรวจ โดยได้ทำสัญลักษณ์แทนสถานที่ด้วย 

จากการสำรวจตลาดโดยการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการ และเจ้าหน้าที่ห้องเจาะเลือด ชั้น 4 อาคารภูมิพลราชนุสรณ์ 88 พรรษา โดยผลการสังเกตการณ์ และสัมภาษณ์ดังกล่าว การให้บริการและ สถานที่

- เปิดให้บริการเวลา 6.00 – 15.30 น. ให้บริการวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ หยุดบริการวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ
- ตั้งอยู่ชั้น 4 อาคารภูมิพลราชนุสรณ์ 88 พรรษา ด้านหน้าห้องติดกับบันไดเลื่อน และฝั่งตรงข้ามเป็น โถงลิฟต์
- มีการจัดช่องทางสำหรับติดต่อ 3 ช่องทาง แบ่งเป็น ผู้ป่วยทั่วไป ผู้ป่วยที่มีปัญหาด้านการเคลื่อนไหว ผู้ป่วย Fast-track (เจ้าหน้าที่ ญาติเจ้าหน้าที่ ผู้ป่วยตั้งครรถ์ ผู้เข้ารับบริการคลินิกนอกเวลา และผู้พิการส่วนอื่นนอกเหนือจากการเคลื่อนไหว)
- มีการจัดตู้บัตรคิวไว้ด้านหน้า พร้อมพนักงานอำนวยความสะดวก
- มีเคาน์เตอร์ให้บริการเจาะเลือด 9 เคาน์เตอร์
- มีผู้ให้บริการเจาะเลือด 8 คน

- มีการแยกผู้มีปัญหาด้านการเคลื่อนไหวนอกมาเจาะเก็บโลหิตนอกเคาน์เตอร์
- มีเก้าอี้สำหรับรับรองผู้เข้ารับบริการประมาณ 100 ที่นั่ง
- ด้านในติดเครื่องปรับอากาศแบบ Central air

ผลการสัมภาษณ์

- ย้ายมาชั้น 4 อาคารภูมิพลราชาอนุสรณ์ 88 พรรษา เป็นเวลา 5 เดือน
- ผู้เข้ารับบริการมักมีปริมาณหนาแน่นในวัน จันทร์ อังคาร และ พุธ
- ผู้เข้ารับบริการส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาก่อนเวลาเปิดให้บริการเพื่อกดบัตรคิว
- ช่วงเวลาที่ผู้เข้ารับบริการหนาแน่นมากที่สุดคือช่วง 6.00 – 8.00 น.
- ช่วงเวลาที่ผู้เข้ารับบริการหนาแน่นน้อยที่สุดคือช่วง 13.30-15.30 น.
- ระยะเวลาในการรอเข้ารับบริการในช่วง 6.00 – 8.00 น. อยู่ระหว่าง 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง
- ระยะเวลาในการรอเข้ารับบริการในช่วง 13.30 – 15.30 น. อยู่ระหว่าง 1 ถึง 5 นาที
- ในช่วง 6.00 – 8.00 น. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการช่องเจาะเลือดปกติ 5 คน ช่องเจาะเลือดผู้มีปัญหาด้านการเคลื่อนไหว 2 คน
- ระยะเวลาในการให้บริการโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 5 – 10 นาที ต่อ คน
- ไม่เคยมีการจัดโปรโมชัน

2.2 การแบ่งส่วนลูกค้า / ผู้บริโภค และการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2.1 การแบ่งส่วนลูกค้า / ผู้บริโภค (Segmentation)

ตารางที่ 2.1 แสดงการแบ่งส่วนลูกค้า และลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยประมาณปี 2560

การเคลื่อนไหว / สิทธิการ รักษา	สิทธิบัตร ทอง	สิทธิกรม บัญชีกลาง	สิทธิชำระ เงินเอง	สิทธิ ประกัน สังคม	ร้อยละของผู้เข้ารับ บริการทั้งหมด โดยประมาณ ¹⁷
มีปัญหาด้านการ เคลื่อนไหว	8,065	9,409	8,065	1,344	20
ไม่มีปัญหาด้าน การเคลื่อนไหว	32,259	37,635	32,259	5,376	80
ร้อยละของผู้เข้า รับบริการทั้งหมด โดยประมาณ ¹⁸	30	35	30	5	100

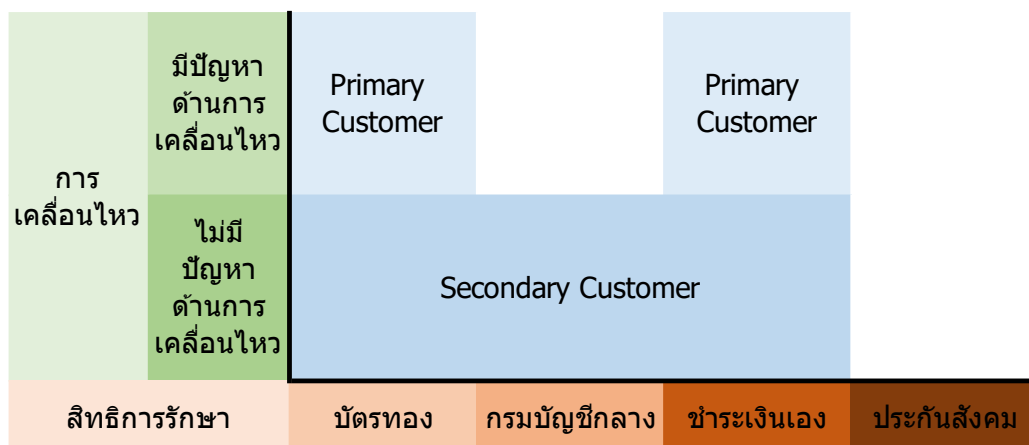
โดยเลือกใช้เกณฑ์ในด้านปัญหาด้านการเคลื่อนไหวของผู้เข้ารับบริการ และสิทธิการ
รักษา ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการพบว่าสามารถกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในหัวข้อ 2.2.2

2.2.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าและ
ขนาดของตลาดที่มีความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่ได้ดังภาพที่ 2.2

¹⁷ จากการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลตำรวจ วันที่ 11 มิถุนายน พ.ศ. 2561

¹⁸ จากสถิติผู้มารับบริการห้องเจาะเก็บโลหิต โรงพยาบาลตำรวจ ประจำเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2558 ถึง มกราคม พ.ศ. 2561



ภาพที่ 2.2 แสดงการแบ่งส่วนผู้เข้ารับบริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่

1) กลุ่มเป้าหมายหลัก

ผู้เข้ารับบริการและผู้ดูแลที่มีญาติที่มีปัญหาด้านการเคลื่อนไหวหรือเคลื่อนย้ายได้ลำบาก ไม่จำกัดเพศ เข้ารับการรักษาด้วยสิทธิบัตรทอง และสิทธิการชำระเงินเอง เนื่องจากในการสัมภาษณ์พบว่าผู้เข้ารับบริการที่เข้ารับการรักษาด้วยสิทธิกรมบัญชีกลางและสิทธิประกันสังคมให้ความสนใจต่อบริการต่ำ ในขณะที่ผู้เข้ารับบริการที่มีปัญหาด้านการเคลื่อนไหวมีความสนใจต่อบริการเนื่องด้วยสภาพร่างกายที่ไม่เอื้ออำนวย และการเดินทางเพื่อไปรับบริการเจาะเก็บโลหิตเพียงอย่างเดียวทำให้มีการเสียค่าใช้จ่ายที่ซ้ำซ้อน และเสียเวลา

2) กลุ่มเป้าหมายรอง

ผู้เข้ารับบริการและผู้ดูแลที่มีญาติที่ไม่มีปัญหาด้านการเคลื่อนไหว ไม่จำกัดเพศ เนื่องจากในการสัมภาษณ์พบว่าผู้เข้ารับบริการที่เข้ารับการรักษาด้วยสิทธิประกันสังคมให้ความสนใจต่อบริการต่ำ ในขณะที่ผู้เข้ารับบริการที่เข้ารับบริการด้วยสิทธิอื่น ๆ ให้ความสนใจต่อบริการเนื่องด้วยความสะดวกในการรับบริการที่ทำให้ได้รับบริการได้สะดวกรวดเร็ว ไม่จำเป็นต้องลงงานหรือเสียโอกาสในการหารายได้จากการมาโรงพยาบาล

2.3 ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเจาะเลือดนอกสถานที่

2.3.1 ผู้ดูแลขณะเข้ารับบริการในโรงพยาบาล

(1) กลุ่มเป้าหมายหลัก

สำหรับผู้ดูแลขณะเข้ารับบริการในโรงพยาบาลของกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ลูกหลาน และคู่สมรสตามลำดับ ในขณะที่ผู้เข้ารับบริการที่ไม่มีคู่สมรสและบุตรหลาน จะเข้ารับบริการในโรงพยาบาลพร้อมกับพี่น้อง

(2) กลุ่มเป้าหมายรอง

ในส่วนของกลุ่มเป้าหมายรอง ผู้เข้ารับบริการกลุ่มนี้จะนิยมการเข้ารับบริการเพียงคนเดียว หรือ มีผู้ดูแลเป็นคู่สมรส

2.3.2 การเดินทางมาโรงพยาบาล

(1) กลุ่มเป้าหมายหลัก

ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล และรถแท็กซี่ เนื่องเพราะการเคลื่อนย้ายที่ค่อนข้างลำบากทำให้มีปัญหาในการใช้บริการรถโดยสารชนิดอื่น ๆ

(2) กลุ่มเป้าหมายรอง

ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล รถแท็กซี่ และรถมอเตอร์ไซค์ส่วนบุคคล

2.3.3 ความถี่ในการเจาะเก็บโลหิต

(1) กลุ่มเป้าหมายหลัก

ผู้เข้ารับบริการในกลุ่มนี้ มีความถี่ในการเข้ารับบริการโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 2-3 เดือน ต่อ ครั้ง

(2) กลุ่มเป้าหมายรอง

ผู้เข้ารับบริการในกลุ่มนี้ มีความถี่ในการเข้ารับบริการโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 2-3 เดือน ต่อ ครั้ง เช่นเดียวกับกลุ่มเป้าหมายหลัก

2.3.4 สิทธิในการเข้ารับการรักษา

(1) กลุ่มเป้าหมายหลัก

สิทธิในการเข้ารับการรักษาที่กลุ่มเป้าหมายหลักใช้ในการเข้ารับบริการส่วนใหญ่จากการสัมภาษณ์เป็นการใช้งานผ่านสิทธิบัตรทอง และการชำระเงินเอง ตามลำดับ เนื่องจากในการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการที่ใช้งานผ่านสิทธิกรมบัญชีกลางส่วนใหญ่ให้ความสนใจในบริการน้อยลงเมื่อทราบว่าค่าใช้จ่ายส่วนดังกล่าวไม่สามารถเบิกจ่ายได้

(2) กลุ่มเป้าหมายรอง

สิทธิในการเข้ารับการรักษาที่กลุ่มเป้าหมายรองใช้ในการเข้ารับบริการส่วนใหญ่เป็นการใช้งานผ่านสิทธิกรมบัญชีกลาง สิทธิประกันสังคม และการชำระเงินเองตามลำดับ

2.4 เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

1. มีผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการมากกว่า 400 คน ต่อ เดือน¹⁹
2. ผลแบบทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นที่พึงพอใจมากกว่าร้อยละ 80

เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 และปีที่ 3)

1. มีผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการมากกว่า 650 คน ต่อ เดือน²⁰
2. มีผู้ใช้บริการซ้ำมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มากกว่าร้อยละ 15 ของผู้เข้าใช้บริการในปีที่ 1²¹
3. มีผู้ใช้บริการผ่านระบบเว็บไซต์เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40²²
4. มีผู้ใช้บริการรายใหม่เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 40 ของผู้เข้ารับบริการในแต่ละปี

(โรงพยาบาลตำรวจ และ โรงพยาบาลพันธมิตร)²³

5. ผลแบบทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นที่พึงพอใจมากกว่าร้อยละ 85

¹⁹ 80% ของการประมาณการรายได้ปีที่ 1 โดยการคำนวณจากจำนวนผู้ใช้บริการ โดยเฉลี่ยปี 2560 และ 2561 ของห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจ จำนวนผู้สนใจจากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจจำนวน 30 รายคิดเป็น 44.8% และจำนวนผู้รับบริการจริงจากจำนวนผู้สนใจ 10% ซึ่งได้จากการสอบถามผู้รู้ในอุตสาหกรรม

²⁰ 76% ของการประมาณการรายได้ปีที่ 1 โดยการคำนวณจาก 2 เท่าของจากจำนวนผู้ใช้บริการ โดยเฉลี่ยปี 2560 และ 2561 ของห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจ เนื่องจากมีการเพิ่ม โรงพยาบาลพันธมิตรซึ่งมีจำนวนผู้เข้ารับบริการเฉลี่ยใกล้เคียงกับ โรงพยาบาลตำรวจ จำนวนผู้สนใจจากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจจำนวน 30 รายคิดเป็น 44.8% และจำนวนผู้รับบริการจริงจากจำนวนผู้สนใจ 10% ซึ่งได้จากการสอบถามผู้รู้ในอุตสาหกรรม

²¹ จากการสัมภาษณ์ถึงความถี่ของผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจ จำนวน 30 ราย มีผู้ป่วยที่มีความจำเป็นในการเจาะเลือดมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 25 %

²² จากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจ จำนวน 30 ราย มีผู้เข้ารับบริการที่มีความสนใจในการใช้งานผ่านระบบเว็บไซต์เพียง 20 % ประกอบกับการเพิ่ม โรงพยาบาลพันธมิตรซึ่งมีจำนวนผู้เข้ารับบริการเฉลี่ยใกล้เคียงกับ โรงพยาบาลตำรวจ จำนวน 1 แห่ง/ปี (ซึ่งคาดว่ามิลักษณะความสนใจการใช้บริการผ่านเว็บไซต์ใกล้เคียงกัน) และการทำการตลาดยังได้พยายามเพิ่มการใช้งานผ่านระบบเว็บไซต์ให้เพิ่มมากขึ้น จึงคาดว่าจะมีผู้ใช้บริการผ่านระบบเว็บไซต์เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40

²³ ประเมินจากการเพิ่ม โรงพยาบาลพันธมิตรซึ่งมีจำนวนผู้เข้ารับบริการเฉลี่ยใกล้เคียงกับ โรงพยาบาลตำรวจ จำนวน 1 แห่ง/ปี จึงคาดว่าจะมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเท่าตัวของจำนวนเดิมเป็นอย่างน้อย โดยคาดหวังว่าจะเป็นผู้ใช้บริการใหม่อย่างน้อย 40 %

เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และปีที่ 5 เป็นต้นไป)

1. มีผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการมากกว่า 1,000 คน ต่อ เดือน²⁴
2. มีผู้ใช้บริการผ่านระบบเว็บไซต์ร้อยละ 40 ต่อ ปี²⁵
3. มีผู้ใช้บริการซ้ำมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มากกว่าร้อยละ 30 ของผู้เข้าใช้บริการในปีที่ 1²⁶
4. ผู้เข้าใช้บริการจากโรงพยาบาลพันธมิตรใหม่มากกว่าร้อยละ 40 ของผู้เข้าใช้บริการภายในโรงพยาบาลพันธมิตร²⁷
5. ผลแบบทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นที่พึงพอใจมากกว่าร้อยละ 90



²⁴ 78% ของการประมาณการรายได้ปีที่ 2 โดยการคำนวณจาก 3 เท่าของจำนวนผู้ใช้บริการโดยเฉลี่ยปี 2560 และ 2561 ของห้องเจาะเลือดโรงพยาบาลตำรวจ เนื่องจากมีการเพิ่มโรงพยาบาลพันธมิตรซึ่งมีจำนวนผู้เข้ารับบริการเฉลี่ยใกล้เคียงกับโรงพยาบาลตำรวจ จำนวนผู้สนใจจากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือดโรงพยาบาลตำรวจจำนวน 30 รายคิดเป็น 44.8% และจำนวนผู้รับบริการจริงจากจำนวนผู้สนใจ 10% ซึ่งได้จากการสอบถามผู้รู้ในอุตสาหกรรม

²⁵ จากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือดโรงพยาบาลตำรวจ จำนวน 30 ราย มีผู้เข้ารับบริการที่มีความสนใจในการใช้งานผ่านระบบเว็บไซต์เพียง 20% ประกอบกับการเพิ่มโรงพยาบาลพันธมิตรซึ่งมีจำนวนผู้เข้ารับบริการเฉลี่ยใกล้เคียงกับโรงพยาบาลตำรวจ จำนวน 1 แห่ง/ปี (ซึ่งคาดว่ามีลักษณะความสนใจการใช้บริการผ่านเว็บไซต์ใกล้เคียงกัน) และการทำการตลาดยังได้พยายามเพิ่มการใช้งานผ่านระบบเว็บไซต์ให้เพิ่มมากขึ้น จึงคาดว่าจะมีผู้ใช้บริการผ่านระบบเว็บไซต์เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40

²⁶ จากการสัมภาษณ์ถึงความถี่ของผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือดโรงพยาบาลตำรวจ จำนวน 30 ราย มีผู้ป่วยที่มีความจำเป็นในการเจาะเลือดมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 25% แต่คาดว่าจากการให้บริการที่ผ่านมาน่าจะมีผู้เข้ารับบริการที่ลักษณะดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นจากภาวะการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทย ซึ่งคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 2-3% ต่อปี (กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2559)

²⁷ ประเมินจากการเพิ่มโรงพยาบาลพันธมิตรซึ่งมีจำนวนผู้เข้ารับบริการเฉลี่ยใกล้เคียงกับโรงพยาบาลตำรวจ จำนวน 1 แห่ง/ปี โดยในปีที่ 4-5 จะมีจึงคาดว่าจะมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเท่าตัวของจำนวนเดิมเป็นอย่างน้อย โดยคาดหวังว่าจะเป็นผู้ใช้บริการใหม่อย่างน้อย 40% โรงพยาบาลพันธมิตรเพิ่มขึ้น 2 โรงพยาบาลเป็นอย่างน้อย

2.5 การวิเคราะห์คู่แข่งในตลาด

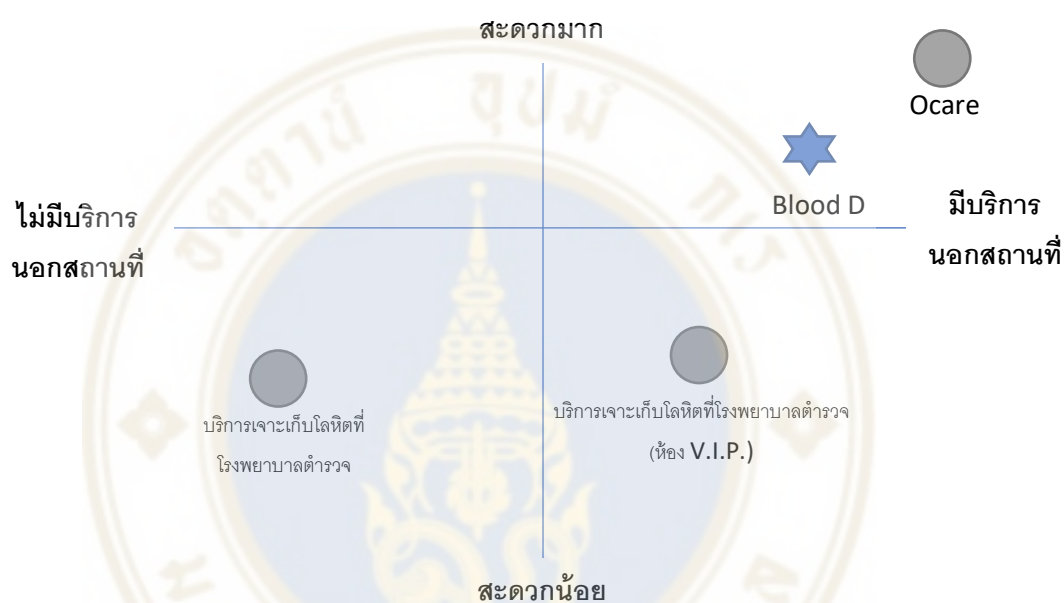
ตารางที่ 2.2 แสดงการเปรียบเทียบคุณสมบัติ และราคากับคู่แข่งในตลาดการเจาะเลือดนอกสถานที่

ยี่ห้อ	คุณสมบัติ			ราคา (บาท/ครั้ง)	ช่องทางการ จัดจำหน่าย
	การเจาะเก็บ โลหิตนอก สถานที่	การ ตรวจ วิเคราะห์	อื่น ๆ		
Ocare	✓	✓	คำแนะนำ จาก แพทย์	990-4,990 (ขึ้นกับโปรแกรม) เฉพาะบริการเจาะ เลือดประมาณ 700 ²⁸	- website - โทรศัพท์
คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาล รามธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล ศูนย์การแพทย์ สมเด็จพระเทพรัตน์	✓	✓	ทำ หัตถกา ร	500	- ติดต่อ โรงพยาบาล (แพทย์ ประเมิน ความจำเป็น ในการรับ บริการ)
บริการดูแลทางการ พยาบาลแก่ผู้ป่วยถึง ที่บ้าน (health at home)	✓	✗	ทำ หัตถกา รดูแล ผู้ป่วย	2,000	- website - โทรศัพท์
การบริการดั้งเดิม (โรงพยาบาลตำรวจ)	✗	✓	บริการ อื่น ๆ ที่ โรงพย บาลมี	(ขึ้นกับสิทธิการ รักษา และรายการสั่ง ตรวจ)	- ติดต่อ โรงพยาบาล

²⁸ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ Health Smile วันที่ 15 มิถุนายน 2561

2.6 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Positioning)

การวิเคราะห์โดย Perceptual Map นั้นจะใช้แกนตั้งเป็นความสะดวกในการรับบริการเจาะเก็บโลหิต และแกนนอนเป็นการบริการนอกสถานที่ เนื่องจากจากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการส่วนใหญ่แสดงความกังวลถึงค่าใช้จ่ายที่จะเพิ่มเติมขึ้นจากการใช้บริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่ โดยมักทำการเปรียบเทียบกับความสะดวกที่จะได้รับจากการใช้บริการดังกล่าว และการบริการนอกสถานที่ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างทางการบริการจากรูปแบบการบริการดั้งเดิม



ภาพที่ 2.3 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาดการบริการเจาะเก็บโลหิต โรงพยาบาลตำรวจ

2.7 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4P)

2.7.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า/บริการ (Product)

2.7.1.1 ตราสินค้า

เนื่องจากเป็นการบริการทางการแพทย์จึงได้ใช้คำศัพท์ทางการ แต่ไม่ได้เลือกใช้คำศัพท์ทางการแพทย์เพื่อให้ผู้เข้ารับบริการเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น โดยที่ใช้คำที่สื่อถึงการบริการเจาะเก็บโลหิต ซึ่งใช้ชื่อ “Blood D” ซึ่งมาจากคำว่า “Blood” หมายถึงโลหิต และได้ทำการย่อคำว่า “Delivery” เป็น “D” ซึ่งมีลักษณะการเสียงใกล้เคียงกับคำว่า “ดี” ซึ่งหมายถึงการให้บริการที่ดี ทำให้ความหมายโดยรวมของ “Blood D” หมายถึง การเจาะเก็บตัวอย่างโลหิตแบบเดลิเวอรี่ที่ดี



ภาพที่ 2.4 แสดง โลโก้แบรนด์

สำหรับสัญลักษณ์แบรนด์ที่ใช้ ได้เลือกใช้ภาพหลอดเลือดและเข็มเจาะเลือดเพื่อสื่อถึงการให้บริการเจาะเก็บโลหิต ซึ่งการใช้สายเส้นความเร็ว (Speed line) เพื่อสื่อถึงการบริการที่มีความรวดเร็ว และเดลิเวอรี่

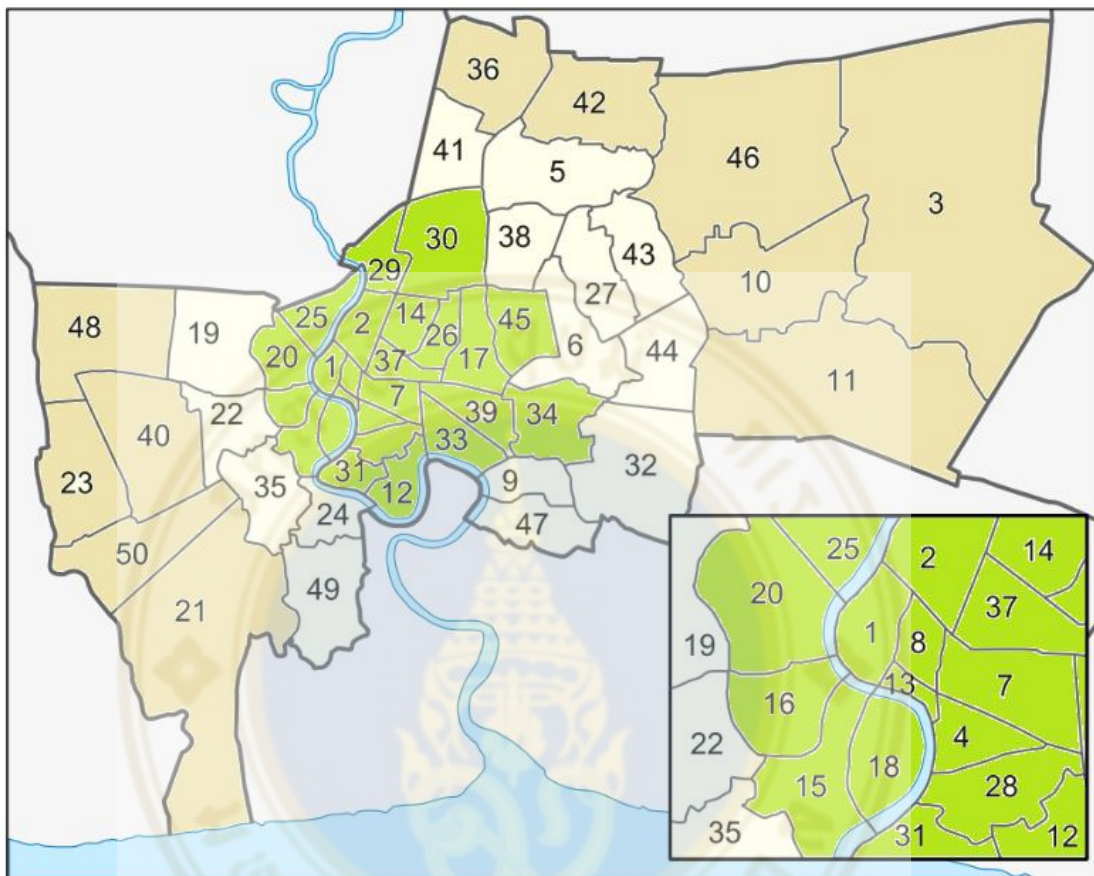
ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวนทั้งสิ้น 30 คน ผู้ให้สัมภาษณ์ร้อยละ 95 ให้ความเห็นว่าสัญลักษณ์ อาทิเช่น หลอดเลือด เข็ม หรือ แม้กระทั่งหยดเลือดล้วนสื่อถึงการบริการเจาะเก็บโลหิต และผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์ที่มีชื่อแบรนด์และคำบรรยายเป็นภาษาไทยมากที่สุด นอกจากนี้ตราสัญลักษณ์ดังกล่าวยังให้ความรู้สึกที่เป็นทางการต่อผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด²⁹

2.7.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

จากการสำรวจตลาดการเจาะเลือดนอกสถานที่นั้น พบว่าส่วนหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการประกอบการตัดสินใจนอกจากปัจจัยในด้านความสะดวกที่จะได้รับแล้วนั้น ราคาเองก็เป็นปัจจัยในการพิจารณาส่วนหนึ่งโดยขึ้นกับระยะทางที่ใช้ในการเดินทาง จึงได้ทำการกำหนดเขตพื้นที่ในการให้บริการออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งแต่ละเขตพื้นที่จะมีราคาในการให้บริการที่แตกต่างกัน และการตั้งราคานี้จะไม่ให้แตกต่างจากการเลือกใช้การเดินทางมาโรงพยาบาลเองมากนัก โดยได้ใช้วิธีการคิดกำไร

²⁹ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย บริเวณห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจ วันที่ 4 มิถุนายน 2561

โดยการตั้ง Mark-up (ยอดเพิ่ม) เป็นเปอร์เซ็นต์ของราคาทุน 50% โดยใช้สูตรการตั้งราคา คือ $M = R - C$ ³⁰



ภาพที่ 2.5 แสดงแผนที่การแบ่งเขตของกรุงเทพฯ

³⁰ จากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการภายในโรงพยาบาลตำรวจพบว่าเขตพื้นที่อยู่ และจำนวนเงินที่ผู้เข้ารับบริการยินดีจ่ายมีความสัมพันธ์กัน และอยู่ในระดับประมาณ 150% ของต้นทุนการบริการ

ตารางที่ 2.3 แสดงการแบ่งเขต และอัตราค่าบริการ

	กลุ่มพื้นที่เขต A	กลุ่มพื้นที่เขต B	กลุ่มพื้นที่เขต C
เขต	<ul style="list-style-type: none"> - เขตพระนคร (1) - เขตดุสิต (2) - เขตบางรัก (4) - เขตปทุมวัน (7) - เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย (8) - เขตยานนาวา (12) - เขตสัมพันธวงศ์ (13) - เขตพญาไท (14) - เขตธนบุรี (15) - เขตบางกอกใหญ่ (16) - เขตห้วยขวาง (17) - เขตคลองสาน (18) - เขตบางกอกน้อย (20) - เขตบางพลัด (25) - เขตดินแดง (26) - เขตสาทร (28) - เขตบางซื่อ (29) - เขตจตุจักร (30) - เขตบางคอแหลม (31) - เขตคลองเตย (33) - เขตสวนหลวง (34) - เขตราชเทวี (37) - เขตวัฒนา (39) - เขตวังทองหลาง (45) 	<ul style="list-style-type: none"> - เขตบางเขน (5) - เขตบางกะปิ (6) - เขตพระโขนง (9) - เขตคลองจั่น (19) - เขตภาษีเจริญ (22) - เขตราษฎร์บูรณะ (24) - เขตบึงกุ่ม (27) - เขตประเวศ (32) - เขตจอมทอง (35) - เขตลาดพร้าว (38) - เขตหลักสี่ (41) - เขตคันนายาว (43) - เขตสะพานสูง (44) - เขตบางนา (47) - เขตทุ่งครุ (49) 	<ul style="list-style-type: none"> - เขตหนองจอก (3) - เขตมีนบุรี (10) - เขตลาดกระบัง (11) - เขตบางขุนเทียน (21) - เขตหนองแขม (23) - เขตดอนเมือง (36) - เขตบางแค (40) - เขตสายไหม (42) - เขตคลองสามวา (46) - เขตทวีวัฒนา (48) - เขตบางบอน (50)
ราคา	299 บาท	399 บาท	599 บาท

2.7.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก คือ บูทที่ตั้งอยู่ในโรงพยาบาลตำรวจ ซึ่งทำเป็นพื้นที่ขนาดเล็กบริเวณหน้าห้องเจาะเลือดโรงพยาบาลตำรวจ โดยอยู่ใกล้กับบันไดเลื่อน และลิฟต์โดยสาร สามารถมองเห็นได้ง่าย เป็นบริเวณที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก และเป้าหมายรองจำเป็นต้องเดินทางผ่านเพื่อเข้ารับบริการ

2.7.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดและการขายในแต่ละช่วงเวลาจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.7.4.1 ช่วงปีที่ 1 การกระตุ้นให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงบริการ และแบรนด์ เนื่องจากเป็นช่วงที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงการเปิดตัวของบริการ จึงได้มีการจัด กลยุทธ์ ดังนี้

- แจกใบปลิวให้กับผู้เข้ารับบริการภายในโรงพยาบาล บริเวณชั้น 4 อาคารภูมิพลราชาอนุสรณ์ 88 พรรษา ซึ่งในใบปลิวได้ระบุว่าส่วนลด 5% สำหรับการใช้งานครั้งแรก ซึ่งการประชาสัมพันธ์ในลักษณะนี้จะช่วยสร้าง Brand awareness และทำให้ผู้รับบริการมีประสบการณ์ครั้งแรกกับแบรนด์

- จัดทำ Social Media เพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน ได้แก่ สร้าง Fan page ใน Facebook และ Line สำหรับใช้ในการติดต่อสอบถาม และประชาสัมพันธ์ซึ่งในส่วนนี้ ยังคงระบุข้อความ ส่วนลด 10% สำหรับการใช้งานครั้งแรกเช่นกัน

- โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจหลังการใช้บริการ (ผู้รับบริการติดต่อผ่าน โทรศัพท์หรือเคาน์เตอร์) และแบบสอบถามความพึงพอใจหลังการใช้บริการผ่านอีเมล (ผู้รับบริการที่ติดต่อผ่านเว็บไซต์)

2.7.4.2 ช่วงปีที่ 2 และ 3 รักษา ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น และพันธมิตรให้เพิ่มมากขึ้น

หากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในปีที่ 1 ประสบผลสำเร็จตามเป้า คือ มียอดขายรวมตลอดทั้งปีไม่ต่ำกว่า 2,291,218.80 บาทต่อปี (สูงกว่ายอดขายที่ประมาณการ 20%) จะทำการเพิ่มงบประมาณด้านการตลาดตามความเหมาะสม

การรักษาฐานลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าเดิม (ในกรณีที่ทั้งเป็นและไม่เป็นไปตามเป้าหมาย)

- แจกใบปลิวให้กับผู้เข้ารับบริการภายในโรงพยาบาลตำรวจ บริเวณหน้าทางเข้าโรงพยาบาลซึ่งในใบปลิวได้ระบุว่าส่วนลด 5% สำหรับการใช้งานครั้งแรกผ่านเว็บไซต์ เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ และเพิ่มการใช้งานผ่านเว็บไซต์

- ผู้เข้ารับบริการที่ใช้บริการใน มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป ตัดยอดการบันทึกจำนวนครั้งทุก ๆ 2 ปี นับจากวันรับบริการครั้งแรก ได้รับส่วนลด 50% 1 ครั้ง

- ผู้เข้ารับบริการที่ใช้บริการใน 1 ครั้งมากกว่า 2 ท่านขึ้นไปรับส่วนลด 10%

- โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจหลังการใช้บริการ (ผู้รับบริการติดต่อผ่านโทรศัพท์หรือเคาน์เตอร์) และแบบสอบถามความพึงพอใจหลังการใช้บริการผ่านอีเมล (ผู้รับบริการที่ติดต่อผ่านเว็บไซต์)

การขยายฐานลูกค้า และพันธมิตรให้เพิ่มมากขึ้น (ในกรณีที่เป็นไปตามเป้าหมาย)

- แจกใบปลิวให้กับผู้เข้ารับบริการภายในโรงพยาบาลพันธมิตร บริเวณหน้าทางเข้าโรงพยาบาลซึ่งในใบปลิวได้ระบุว่าส่วนลด 5% สำหรับการใช้งานครั้งแรกผ่านเว็บไซต์ เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ และเพิ่มการใช้งานผ่านเว็บไซต์

- ทำพันธมิตรกับกลุ่มให้บริการด้านสุขภาพรูปแบบออนไลน์ เช่น Health at Home ซีวีไลฟ์ เป็นต้น

- ทำการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ด้านสุขภาพ พร้อมส่วนลด 5% สำหรับการใช้งานครั้งแรกผ่านเว็บไซต์ เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่

2.7.4.3 ช่วงปีที่ 4 และ 5 รักษาฐานลูกค้า ขยายพื้นที่ให้บริการ และพันธมิตรให้เพิ่มมากขึ้น

หากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในปีที่ 2-3 ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายคือมียอดขายรวมตลอดทั้งปีไม่ต่ำกว่า 6,816,466.80 (สูงกว่ายอดขายที่ประมาณการ 20%) บาทต่อปี จะทำการเพิ่มงบประมาณด้านการตลาดตามความเหมาะสม

การรักษาฐานลูกค้าเดิม (ในกรณีที่ทั้งเป็นและไม่เป็นไปตามเป้าหมาย)

- ผู้เข้ารับบริการที่ใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป ตัดยอดการบันทึกจำนวนครั้งทุก ๆ 2 ปี นับจากวันรับบริการครั้งแรก ได้รับส่วนลด 50% 1 ครั้ง ได้รับส่วนลด 50% 1 ครั้ง

- ผู้เข้ารับบริการที่ใช้บริการใน 1 ครั้งมากกว่า 2 ท่านขึ้นไปรับส่วนลด 20%

ตารางที่ 2.9 แสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 3

รายการ	จำนวน	ราคา
แจกใบปลิว (รพ.ตำรวจ และรพ.พันธมิตรแห่งที่ 1)	4000	2,867.60
แจกใบปลิว (รพ.อื่น)	4000	2,867.60
ส่วนลด 5% (รพ.ตำรวจ)	4000	3,980.00
ส่วนลด 5% (รพ.อื่น)	4000	9,950.00
ส่วนลด แบบ1 (50%)	325	32,337.50
ส่วนลด แบบ2 (10%)	19500	19,402.50
แบบสอบถาม	600	1,800.00
ประชาสัมพันธ์ออนไลน์	6	15,000.00
รวม		88,205.20

ตารางที่ 2.11 แสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 4

รายการ	จำนวน	ราคา
แจกใบปลิว (รพ.พันธมิตร แห่งที่ 1 และ 2)	4000	2,867.60
แจกใบปลิว (รพ.อื่น)	4000	2,867.60
ส่วนลด 5% (รพ.พันธมิตร แห่งที่ 1 และ 2)	4000	3,980.00
ส่วนลด 5% (รพ.อื่น)	4000	9,950.00
ส่วนลด แบบ 1 (50%)	325	32,337.50
ส่วนลด แบบ 2 (10%)	19500	19,402.50
แบบสอบถาม	750	2,250.00
สำรวจตลาด		45,000.00
ประชาสัมพันธ์ออนไลน์	6	15,000.00
รวม		133,655.20

ตารางที่ 2.13 แสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายทางการตลาดและงบประมาณปีที่ 5

รายการ	จำนวน	ราคา
แจกใบปลิว (รพ.พันธมิตร แห่งที่ 1 2 และ 3)	4000	2,867.60
แจกใบปลิว (รพ.อื่น)	4000	2,867.60
ส่วนลด 5% (รพ.พันธมิตร แห่งที่ 1 2 และ 3)	4000	3,980.00
ส่วนลด 5% (รพ.อื่น)	4000	9,950.00
ส่วนลด แบบ1 (50%)	325	32,337.50
ส่วนลด แบบ2 (10%)	19500	19,402.50
แบบสอบถาม	750	2,250.00
สำรวจตลาด		45,000.00
ประชาสัมพันธ์ออนไลน์	6	15,000.00
รวม		133,655.20

2.9 การประเมินยอดขาย และส่วนแบ่งทางการตลาด

ตารางที่ 2.14 แสดงการประเมินยอดขาย³¹

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. เคาร์เตอร์ (เขต A)					
ราคาขาย (บาท)	299	299	299	299	299
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	2,121	4,326	6,489	8,652	10,815
รายได้จากการขาย (บาท)	634,035	1,293,431	1,940,146	2,586,862	3,233,577
2. อินเทอร์เน็ต (เขต A)					
ราคาขาย (บาท)	299	299	299	299	299
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	530	1,081	1,622	2,163	2,704
รายได้จากการขาย (บาท)	158,509	323,358	485,037	646,715	808,394
รวมจำนวนที่ขาย (เขต A)	2,651	5,407	8,111	10,815	13,518
3. เคาร์เตอร์ (เขต B)					
ราคาขาย (บาท)	399	399	399	399	399
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	1,178	2,403	3,605	4,807	6,008
รายได้จากการขาย (บาท)	470,048	958,898	1,438,347	1,917,796	2,397,245
4. อินเทอร์เน็ต (เขต B)					
ราคาขาย (บาท)	399	399	399	399	399
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	295	601	901	1,202	1,502
รายได้จากการขาย (บาท)	117,512	239,725	359,587	479,449	599,311
รวมจำนวนที่ขาย (เขต B)	1,473	3,004	4,506	6,008	7,510
5. เคาร์เตอร์ (เขต C)					
ราคาขาย (บาท)	599	599	599	599	599
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	707	1,442	2,163	2,884	3,605
รายได้จากการขาย (บาท)	423,397	863,729	1,295,594	1,727,458	2,159,323
6. อินเทอร์เน็ต (เขต C)					
ราคาขาย (บาท)	599	599	599	599	599
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	177	360	541	721	901
รายได้จากการขาย (บาท)	105,849	215,932	323,898	431,865	539,831
รวมจำนวนที่ขาย (เขต C)	884	1,802	2,704	3,605	4,506
รวมจำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	5,007	10,214	15,321	20,428	25,535
รวมรายได้ (บาท)	1,909,349	3,895,073	5,842,609	7,790,145	9,737,681

³¹ อ้างอิงจากข้อมูลทางสถิติของผู้เข้ารับบริการ โรงพยาบาลตำรวจ และการสัมภาษณ์

การประเมินการขายคิดจากจำนวนผู้เข้ารับบริการห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจ โดยใช้สถิติย้อนหลัง 2 ปี (ปีพ.ศ. 2559 และ ปี 2560) พบว่าใน 1 ปีมีผู้ใช้บริการห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจ เฉลี่ย 130,000 คน³² ประเมินการจากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการห้องเจาะเลือด โรงพยาบาลตำรวจ พบว่ามีผู้สนใจใช้บริการร้อยละ 44.8 ผู้เข้ารับบริการสะดวกกับการติดต่อผ่านทางเคาน์เตอร์ร้อยละ 80 และทางเว็บไซต์ร้อยละ 20³³ และจากผู้สนใจทั้งหมดจะมีผู้ใช้บริการจริง ร้อยละ 10³⁴

เขตพื้นที่บริการกลุ่ม A

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้เข้ารับบริการอยู่ในเขตพื้นที่บริการกลุ่ม A ด้วยร้อยละ 45³⁵ จึงกำหนดยอดขายเขตพื้นที่บริการกลุ่ม A ผ่านช่องทางเคาน์เตอร์และโทรศัพท์ เท่ากับ 2,121 ครั้ง คิดเป็นยอดขาย 634,035 บาท

และยอดขายเขตพื้นที่บริการกลุ่ม A ผ่านช่องทางเว็บไซต์ เท่ากับ 530 ครั้ง คิดเป็นยอดขาย 158,509 บาท

เขตพื้นที่บริการกลุ่ม B

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้เข้ารับบริการอยู่ในเขตพื้นที่บริการกลุ่ม B ด้วยร้อยละ 25³⁶ จึงกำหนดยอดขายเขตพื้นที่บริการกลุ่ม B ผ่านช่องทางเคาน์เตอร์และโทรศัพท์ เท่ากับ 1,178 ครั้ง คิดเป็นยอดขาย 470,048 บาท

และยอดขายเขตพื้นที่บริการกลุ่ม B ผ่านช่องทางเว็บไซต์ เท่ากับ 295 ครั้ง คิดเป็นยอดขาย 117,512 บาท

เขตพื้นที่บริการกลุ่ม C

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้เข้ารับบริการอยู่ในเขตพื้นที่บริการกลุ่ม C ด้วยร้อยละ 15³⁷ จึงกำหนดยอดขายเขตพื้นที่บริการกลุ่ม C ผ่านช่องทางเคาน์เตอร์และโทรศัพท์ เท่ากับ 707 ครั้ง คิดเป็นยอดขาย 423,397 บาท

และยอดขายเขตพื้นที่บริการกลุ่ม C ผ่านช่องทางเว็บไซต์ เท่ากับ 177 ครั้ง คิดเป็นยอดขาย 105,849 บาท

³² จากสถิติการเข้ารับบริการ โรงพยาบาลตำรวจปี พ.ศ. 2559 - 2560

³³ จากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการ โรงพยาบาลตำรวจ ระหว่าง วันที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2561

³⁴ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

³⁵ จากสถิติการเข้ารับบริการ โรงพยาบาลตำรวจปี พ.ศ. 2556 - 2560

³⁶ จากสถิติการเข้ารับบริการ โรงพยาบาลตำรวจปี พ.ศ. 2556 - 2560

³⁷ จากสถิติการเข้ารับบริการ โรงพยาบาลตำรวจปี พ.ศ. 2556 - 2560

โดยอัตราส่วนพื้นที่ผู้เข้ารับบริการอีกร้อยละ 15³⁸ เป็นผู้เข้ารับบริการนอกเขตพื้นที่
กรุงเทพฯ



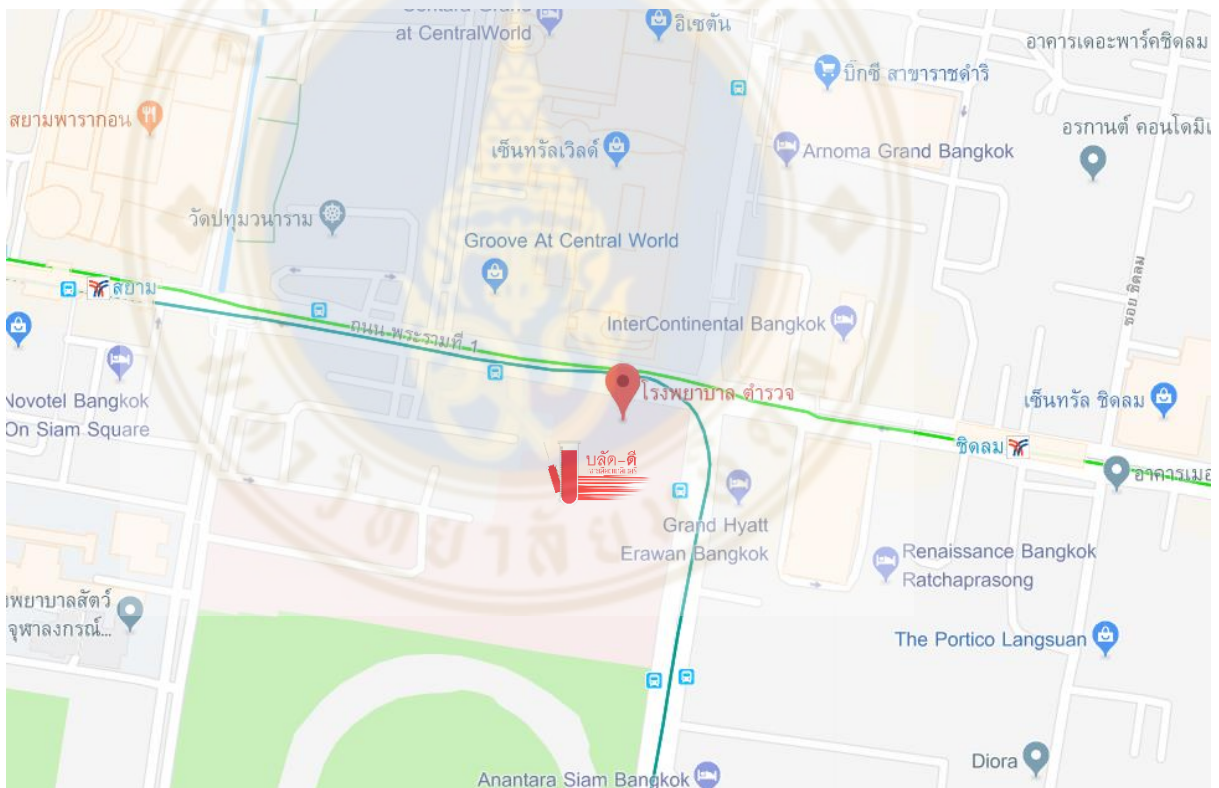
³⁸ จากสถิติการเข้ารับบริการ โรงพยาบาลตำรวจปี พ.ศ. 2556 - 2560

บทที่ 3

แผนการดำเนินงาน

3.1 สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของเคาน์เตอร์ของธุรกิจ Blood D อยู่บริเวณ ชั้น 4 อาคารภูมิพลราชาอนุสรณ์ 88 พรรษา โรงพยาบาลตำรวจ โดยตั้งอยู่ตรงข้ามกับห้องเจาะเลือด มีลักษณะเป็นบูทขนาดเล็ก 2 x 2 เมตร สำหรับให้บริการในการลงทะเบียน แนะนำข้อมูล และรับผลการตรวจวินิจฉัย



ภาพที่ 3.1 แสดงแผนที่ร้าน Blood D

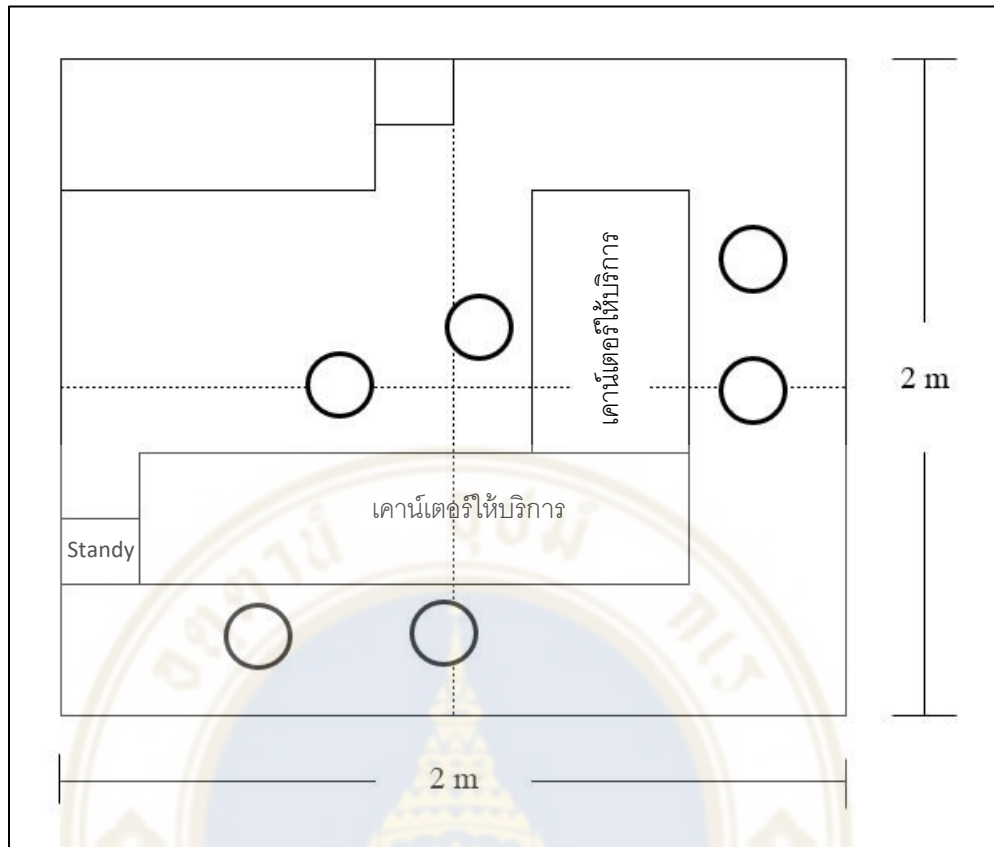
3.2 แผนการตกแต่ง

เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการดำเนินการทางการแพทย์ จึงเน้นการตกแต่งที่ดูสะอาดตา มีความเป็นระเบียบ เรียบร้อย โดยเน้นโทนสีขาวเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายมีความตระหนักถึงด้านความน่าเชื่อถือและความเป็นมืออาชีพในบางส่วน อีกทั้งการใช้พื้นที่ภายในโรงพยาบาล ทางโรงพยาบาลต้องการให้ส่วนงานที่ตั้งภายในอาคารมีความสะอาดตาเหมาะสมกับการให้บริการทางการแพทย์

การจัดวางบูทซึ่งมีเนื้อที่ค่อนข้างเล็ก จะจัดให้มีพื้นที่ของการจัดแสดงที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า โต๊ะสำหรับการกรอกข้อมูลเพื่อจองบริการ และรับผลการตรวจ และโต๊ะสำหรับให้คำแนะนำประกอบการตัดสินใจของลูกค้า



ภาพที่ 3.2 แสดงตัวอย่างการตกแต่งบูท ภายในโรงพยาบาล Hospital Sírio-Libanês



ภาพที่ 3.3 แสดงแผนผังภายในร้าน

3.3 การดำเนินการและค่าใช้จ่ายในการตกแต่ง

ทางร้านได้เลือกบริษัทสำหรับการตกแต่งร้านดังนี้

- Standy สำหรับแสดงจุดบริการ เนื่องจากทางโรงพยาบาลไม่อนุญาตให้ทำการติดป้ายบนผนังอาคารไม่ว่ากรณีใดๆ จึงเลือกการทำ Standy ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก
- เก้าอี้ จำนวน 6 ตัว และ โต๊ะจำนวน 2 ตัว เลือกใช้บริการจากร้าน SB Furniture เนื่องจากราคาไม่สูงมาก มีแบบให้เลือกมากมาย และมีลักษณะแข็งแรง
- คอมพิวเตอร์ เลือกซื้อเพื่อนำมาประกอบ โดยเจ้าหน้าที่ของบริษัท โดยทำการเลือกซื้ออุปกรณ์ต่างๆ จากร้าน J.I.B เป็นหลัก
- เครื่องพิมพ์ เลือกซื้อจากร้าน J.I.B เนื่องจากมีการบริการหลังการขายที่ดี ราคาเหมาะสมไม่สูงกว่าคู่แข่ง

- อุปกรณ์สำนักงานทั่วไป เลือกซื้อจากร้าน Office Mate เนื่องจากมีราคาไม่แพง อยู่ใกล้ มีบริการสั่งซื้อทาง Online และมีบริการจัดส่ง

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการลงทุนของร้าน Blood D

ลำดับ	รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	รวมค่าใช้จ่าย
1.1	ค่าอุปกรณ์			
	โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ สำหรับต่ออินเทอร์เน็ต	379.00	1	379
	คอมพิวเตอร์	20,000.00	1	20,000
	เครื่องพิมพ์เอกสาร	3,990.00	1	3,990
	โทรศัพท์มือถือ TWZ U	2,590.00	1	2,590
	โต๊ะ	5,250.00	2	10,500
	เก้าอี้	1,850.00	6	11,100
	Standy	599.00	2	1,198
	ชั้นเก็บเอกสาร	629.00	1	629
	ชั้นโหว้ใบปลิว	52.00	1	52
	รวม			50,438
1.2	ค่าอุปกรณ์ในการให้บริการ			
	หมอนรองแขน	130.00	2	260
	Tunique	50.00	2	100
	Vacuum Holder	50.00	2	100
	Rack	280.00	2	560
	Forcep	24.00	2	48
	กล่องสำหรับขนส่ง	2,500.00	2	5,000
	โทรศัพท์มือถือ TWZ U	2,590.00	2	5,180
	รวม			11,248
1.3	รถจักรยานยนต์	30,000.00	2	60,000
1.4	ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน	30,000.00	12	360,000
	รวมทั้งหมด			481,686

3.4 แผนการดำเนินงานธุรกิจ

3.4.1 การจัดซื้อวัตถุดิบ

ปัจจุบันการจัดซื้อวัตถุดิบในการให้บริการ (ในที่นี้หมายถึง Needle Syringe และ Tube) ปริมาณมากสามารถทำการจัดซื้อได้จากผู้ผลิตโดยตรง แต่เนื่องจากทางร้านมีพื้นที่ปริมาณจำกัด จึงตัดสินใจในการจัดซื้อในรูปแบบของสัญญาการสั่งซื้อขั้นต่ำต่อเดือนเพื่อให้ได้สินค้าในราคาต่ำกว่าตามร้านค้าปลีกทั่วไป มีการหมุนเวียนของวัตถุดิบในการให้บริการ และใช้พื้นที่ต่ำ โดยได้เลือกใช้วัตถุดิบจาก Supplier ดังนี้

1. บริษัท เทรุโม่ ประเทศไทย จำกัด เป็นบริษัทในเครือเทรุโม่ ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบในการให้บริการโดยตรง
2. บริษัท เพ็ชรรัตน์เภสัช จำกัด เป็นร้านขายส่งวัสดุทางการแพทย์ และเภสัชกรรม ที่มีราคาถูก และสามารถเดินทางได้ง่าย

ตารางที่ 3.2 แสดงค่าใช้จ่ายด้านวัตถุดิบในการให้บริการของบริการ Blood D รายครั้ง

วัตถุดิบในการให้บริการ	ราคา ต่อหน่วย	ราคา ต่อครั้งในการบริการ
ค่า Tube ~คนละ5tube	5.00	25.00
ค่า Needle ~คนละ2เข็ม	3.00	6.00
ค่า ถุงซิปล็อค ~คนละ1ถุง	0.95	0.95
ค่า ถุงมือ ~คนละ2คู่	1.05	2.10
ค่า สำลีแอลกอฮอล์ ~คนละ4ก้อน	4.50	2.25
ค่า สำลีแห้ง ~คนละ4ก้อน	3.50	1.75
กล่องทิ้งเข็ม	40.00	0.4
รวม		38.45

3.4.2 กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบ

1. พนักงานทั่วไปผู้รับผิดชอบงานคลังสินค้า ตรวจสอบปริมาณวัตถุดิบในการให้บริการ

2. ผู้จัดการ เป็นผู้ติดต่อไปยังร้านจำหน่ายวัตถุดิบเพื่อแจ้งชนิดของวัตถุดิบรวมถึงจำนวนที่จะสั่งซื้อแต่ละครั้ง โดยควรสั่งซื้อล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 7 วันเพื่อให้ Supplier สามารถเตรียมวัตถุดิบเพื่อจัดส่ง และเพื่อให้พนักงานมีเวลาตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่มาส่งในแต่ละครั้งด้วย
3. พนักงานทั่วไปผู้รับผิดชอบงานคลังสินค้า ตรวจสอบวัตถุดิบที่ได้รับ

3.4.3 Service Blueprint

3.4.3.1 ขั้นตอนการลงทะเบียนก่อนการรับบริการ

ทางเคาน์เตอร์มีการให้บริการ โดยมีลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

1. การกล่าวต้อนรับ
 - พนักงานกล่าวต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม พร้อมพูดว่า “สวัสดี (ครับ/ค่ะ) Blood D ยินดีให้บริการค่ะ”
 - หลังจากนั้นพนักงานผู้ให้บริการแนะนำชื่อในฐานะผู้ให้บริการ โดยพูดว่า “ (ชื่อ) ขออนุญาตเป็นผู้ให้บริการ (ครับ/ค่ะ) ”
2. การสอบถามประวัติการให้บริการ
 - พนักงานผู้ให้บริการสอบถามประวัติการรับบริการจากลูกค้า โดยพูดว่า “คุณลูกค้าเคยมีการใช้บริการ Blood D มาก่อนหรือไม่ (ครับ/ค่ะ) ”
 - หากลูกค้าเคยมีประวัติการใช้บริการมาก่อนให้ทำการสอบถามชื่อ-นามสกุลของผู้ใช้บริการ เพื่อทำการค้นหาในระบบคอมพิวเตอร์
 - เมื่อพบข้อมูลของลูกค้าท่านนั้น ให้ทำการยืนยันข้อมูลโดยการสอบถามด้วยวาจา โดยข้อมูลที่ต้องทำการยืนยัน ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่สำหรับการให้บริการ
 - หากลูกค้าไม่มีประวัติการใช้บริการมาก่อน ให้ยื่นแบบฟอร์มสำหรับกรอกรายละเอียดให้กับลูกค้า พร้อมให้คำแนะนำ
 - หลังลูกค้าทำการกรอกประวัติเสร็จเรียบร้อยแล้ว ให้ทำการยืนยันข้อมูลดังกล่าว พร้อมการกรอกข้อมูลลงในระบบคอมพิวเตอร์
3. การขอข้อมูลด้านการตรวจวิเคราะห์
 - หากเป็นการให้บริการจากเคาน์เตอร์ ให้พนักงานขอข้อมูลลูกค้า โดยการขอใบสั่งตรวจเพื่อทำการลงทะเบียนให้กับลูกค้า
 - หากเป็นการให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ ให้ทำการสอบถามลูกค้า หรือหากลูกค้าไม่สะดวกให้ทำการเตรียมอุปกรณ์ในปริมาณมากกว่าทั่วไป 3 เท่า พร้อมกับตรวจสอบประวัติทางการแพทย์ที่ลูกค้าได้ให้ไว้

4. การนัดหมายวันและเวลา

- ทำโดยการใช้ข้อมูลตารางในระบบคอมพิวเตอร์สอบถามวันและเวลาที่ลูกค้าต้องการ หากมีการซ้ำซ้อนกับลูกค้าท่านอื่นที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง ให้ทำการต่อรองกับลูกค้า หากลูกค้าไม่สะดวกให้ทำการตรวจสอบตารางการปฏิบัติงานของพนักงานอื่น ก่อนทำการตกลง

5. การออกไปนัดหมาย

- พิมพ์ใบนัดหมายซึ่งมีข้อมูลต่าง ๆ ให้ลูกค้า ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ สำหรับการรับบริการ ข้อมูลวัน-เวลานัดหมาย เพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบความถูกต้องในข้อมูล

- ให้คำแนะนำ และข้อมูลสำหรับการเตรียมตัวในการรับบริการ

- หากลูกค้ามีคำถามเพิ่มเติม พนักงานจะต้องตอบรับด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม

3.4.3.2 ขั้นตอนก่อนการรับบริการ

ทางเคาน์เตอร์ทำการโทรศัพท์เพื่อยืนยันกับลูกค้า 3 วันล่วงหน้า โดยเนื้อหาที่ต้องยืนยัน ได้แก่ ชื่อ-นามสกุลของผู้เข้ารับบริการเพื่อจัดเตรียมอุปกรณ์ วัน-เวลาและที่อยู่

- ผู้จัดการร้านจัดการแผนปฏิบัติงานสำหรับ 3 วันข้างหน้า หลังทำการยืนยันการเข้ารับบริการ

- พนักงานทั่วไปผู้รับผิดชอบงานคลังสินค้า จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการสำหรับวันถัดไป

- พนักงานทั่วไปตรวจสอบการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการ และออกใบเสร็จ

- พนักงานที่ออกให้บริการ รับอุปกรณ์สำหรับให้บริการ ข้อมูลผู้เข้ารับบริการ และแผนการให้บริการสำหรับวันถัดไป ในเย็นวันก่อนวันปฏิบัติงาน พร้อมตรวจสอบความถูกต้อง

3.4.3.3 ขั้นตอนในการรับบริการ

1. การบริการ

พนักงานผู้ให้บริการ เดินทางตามสถานที่ที่นัดหมาย ในวัน-เวลาที่นัดหมาย

- พนักงานโทรศัพท์ถึงผู้รับบริการหากไม่พบผู้รับบริการในบริเวณที่นัดหมาย

- พนักงานแนะนำตัว พร้อมบัตรประจำตัว

- พนักงานยื่นยันตัวตนผู้เข้ารับบริการ ด้วยใบนัดหมาย และบัตรประชาชน (หรือเอกสารที่ทางราชการออกให้ซึ่งมีรูป) และให้ผู้เข้ารับบริการตรวจสอบอุปกรณ์ในการให้บริการ

- พนักงานเตรียมการให้บริการ โดยการจัดเตรียมสถานที่ การจัดเตรียมอุปกรณ์

- พนักงานให้บริการผู้รับบริการ ตามหลักปฏิบัติทางการแพทย์

2. การเก็บค่าบริการ

- หลังการบริการเสร็จสิ้น ให้ทำการเก็บค่าบริการด้วยอัตราค่าบริการที่ทางเคาน์เตอร์ทำการออกไปเสร็จ

- พนักงานรับเงิน และลงชื่อรับเงินในใบเสร็จ ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า (ในกรณีเงินสด)

- หากลูกค้าต้องการชำระเงินด้วยช่องทางธนาคารออนไลน์ ให้ลูกค้าทำการสแกนคิวอาร์โค้ด ที่ท้ายบิลซึ่งได้ทำการสร้างในจำนวนเงินที่ตรงกับอัตราค่าบริการที่เก็บกับลูกค้า จากนั้นพนักงานลงชื่อรับเงินในใบเสร็จ ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า

- พนักงานให้ลูกค้าลงชื่อรับบริการผ่านทางโทรศัพท์ (ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์)

3.4.3.4 ขั้นตอนหลังการรับบริการ

1. การนำส่งโลหิต หลังการบริการ

หลังการให้บริการพนักงานนำส่งโลหิตที่ทำการเจาะเก็บที่แผนกรับส่งส่งตรวจโรงพยาบาลตำรวจ

- พนักงานนำส่งโลหิต ใบคำสั่งตรวจ ซึ่งบรรจุในรูปแบบรายบุคคลพร้อมแบบฟอร์มสรุปยอดการนำส่ง

- เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลลงลายมือชื่อบนแบบฟอร์มสรุปยอดการนำส่งหลังการตรวจสอบ เพื่อนำส่งห้องปฏิบัติการเวชศาสตร์ชั้นสูงตร โรงพยาบาลตำรวจ

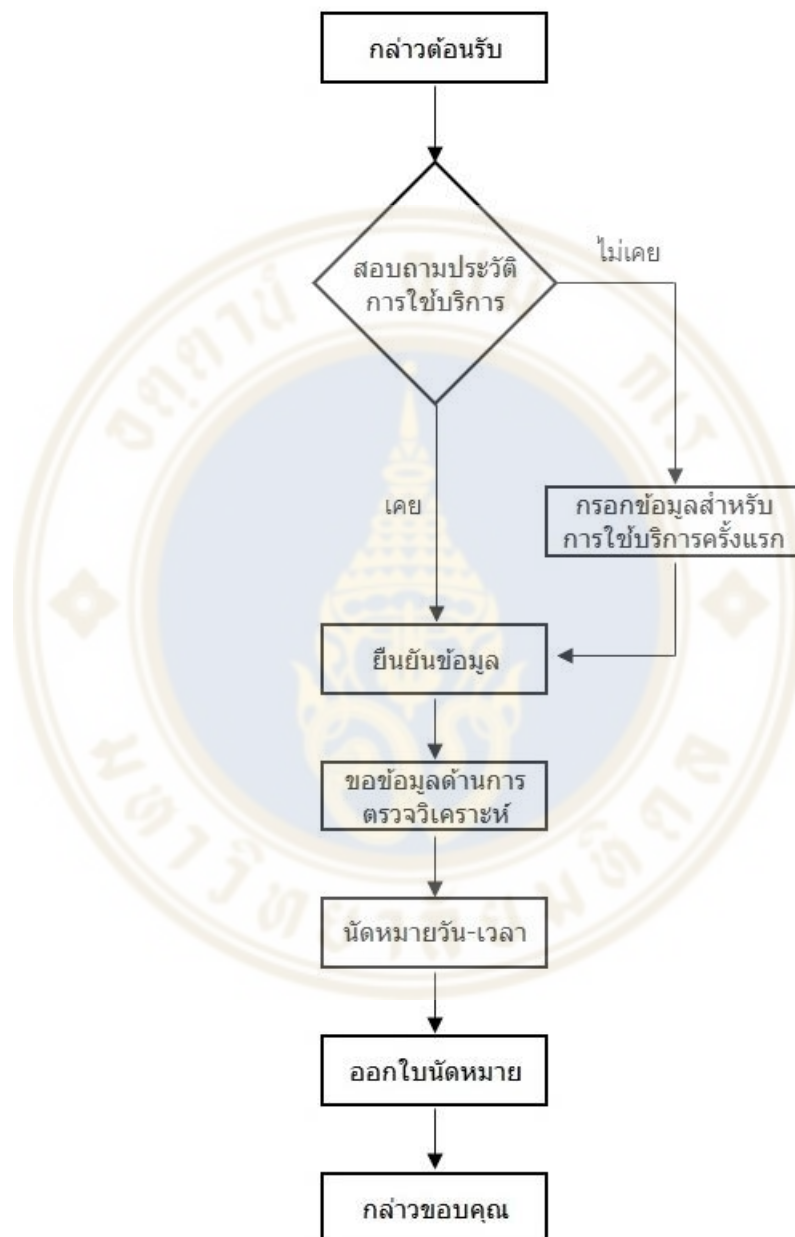
- พนักงานนำสำเนาแบบฟอร์มสรุปยอดการนำส่ง ส่งกลับที่เคาน์เตอร์

- พนักงานทั่วไปประจำจุดเคาน์เตอร์ อพเทคสถานะของการบริการเป็น “นำส่งห้องปฏิบัติการ เรียบร้อย”

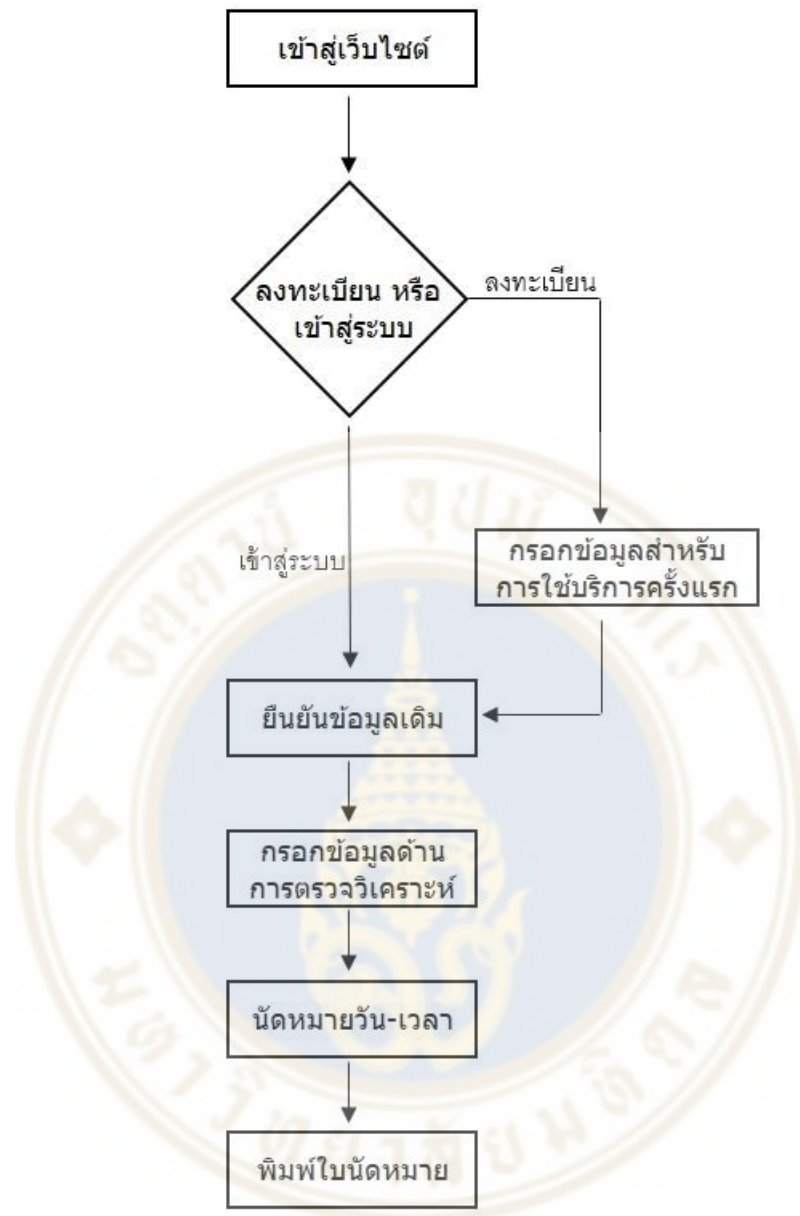
2. การรับผลการตรวจวิเคราะห์

ภายหลังการนำส่งและอพเทคสถานะของการบริการเป็น “นำส่งห้องปฏิบัติการ เรียบร้อย” แล้ว พนักงานจะมีการเช็คสถานะผลการตรวจวิเคราะห์ประจำวันใน

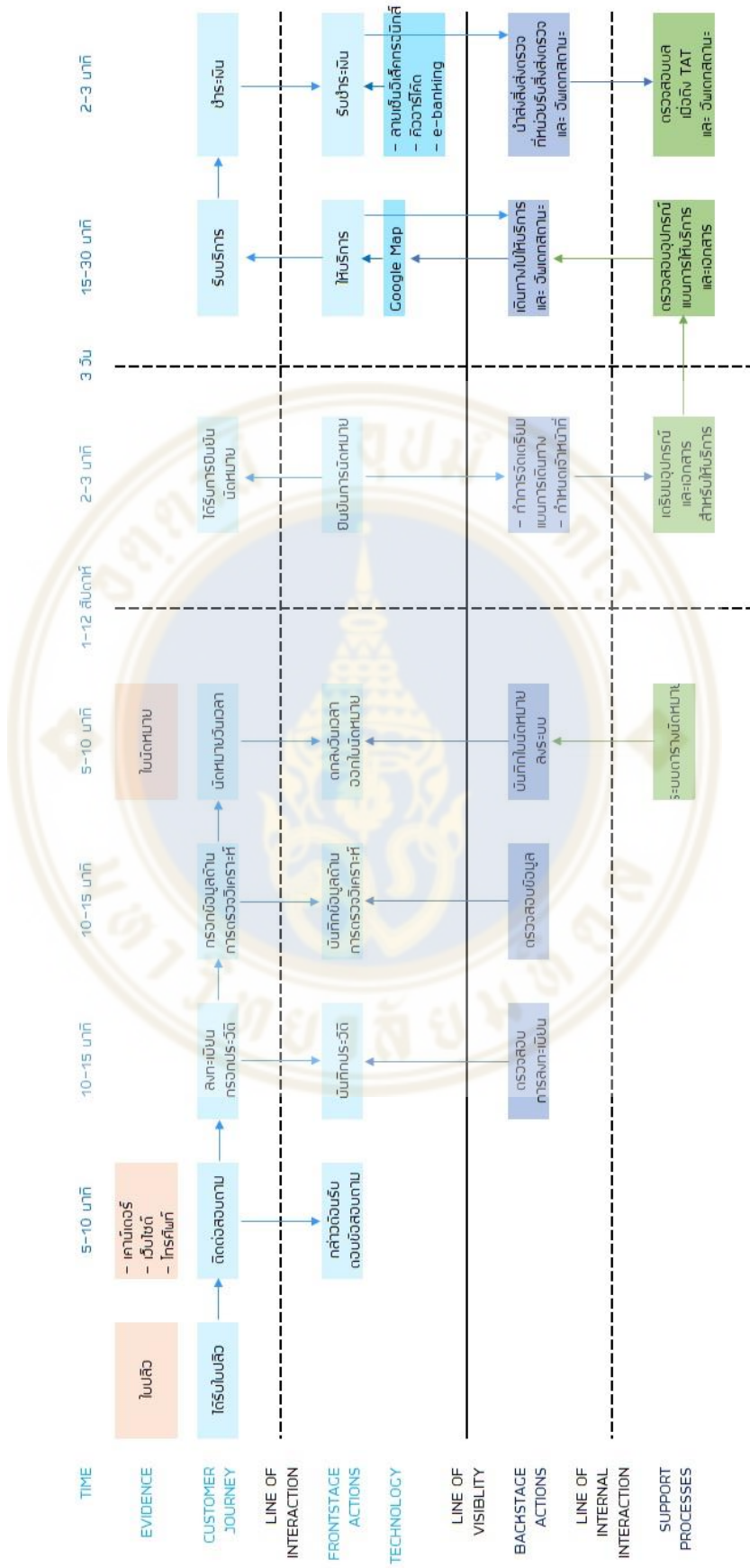
ช่วงเวลา 13.00 ถึง 13.30 ของวันทำการ ในรายการตรวจวิเคราะห์ที่ครบกำหนดเวลาการตรวจ และทำการอัปเดตสถานะของการบริการเป็น “ผลการตรวจวิเคราะห์เสร็จสมบูรณ์” เพื่อให้ลูกค้าสามารถแน่ใจได้ว่าผลการตรวจวิเคราะห์จะเสร็จสมบูรณ์ก่อนการรับการตรวจวินิจฉัยโดยแพทย์



ภาพที่ 3.4 แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้าทางเคาน์เตอร์ของบุคลากรในโรงพยาบาล และทางโทรศัพท์



ภาพที่ 3.5 แสดงกระบวนการให้บริการลูกค้าทางเว็บไซต์



ภาพที่ 3.6 แสดงพิมพ์เขียวการบริการ (Service Blueprint)

บทที่ 4 การบริหารจัดการในองค์กร

4.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

Blood D จะมีการจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท บลัดดี จำกัด หรือ “BloodD Co.,Ltd.” มีทุนจดทะเบียน 1,500,000 บาท โดยบริษัทมีผู้ร่วมทุนทั้งหมด 5 ราย แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของผู้ถือหุ้น 300,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 5 บาท รวมเป็นเงินลงทุน 1,500,000 บาท และมีสัดส่วนการถือหุ้นดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

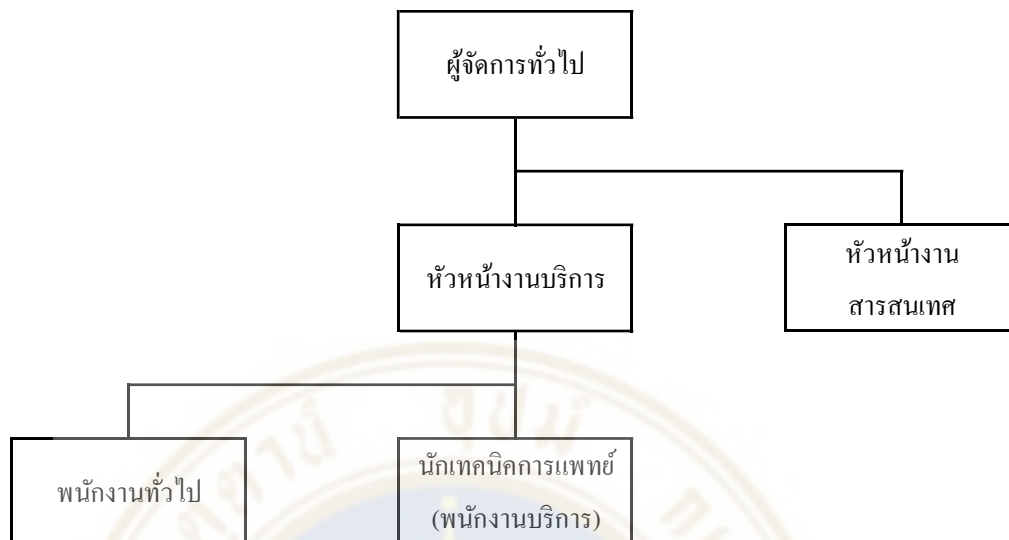
ตารางที่ 4.1 แสดง โครงสร้างผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วน (%)	เงินลงทุนในการจัดตั้งบริษัทฯ (บาท)
1	นางสุภากร เชื้อวชาญศิลป์เลิศ	150,000.00	50	750,000.00
2	นายทรงวุฒิ เชื้อวชาญศิลป์เลิศ	100,000.00	33.3333333	500,000.00
3	นายชนะสิทธิ์ ขจรอริยสิทธิ์	30,000.00	10	150,000.00
4	นางสาวพัชฎ์สิตา ขจรอริยสิทธิ์	10,000.00	3.33333333	50,000.00
5	นางสาววันทนีย์ จิระพันธ์พงศ์	10,000.00	3.33333333	50,000.00
รวมมูลค่าการลงทุน		300,000.00	100.00	1,500,000.00

4.2 ลักษณะการบริหารงาน

ลักษณะการบริหารงานของ Blood D บริหารในรูปแบบครอบครัวเนื่องจากเจ้าของร้านเป็นผู้ดำเนินธุรกิจก่อตั้งด้วยตนเอง เป็นผู้กำหนดเป้าหมายและวางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการต่าง ๆ โดยจะรับฟังความคิดเห็นและปัญหาของพนักงาน และลูกค้า รวมไปถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากผู้ร่วมทุน และ โรงพยาบาลพันธมิตร เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น โดยผู้บริหารของร้านจะเป็นคนในครอบครัวของเจ้าของกิจการส่วนหนึ่งและรับสมัครพนักงานจากบุคคลทั่วไปอีกส่วนหนึ่ง

4.2.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 4.1 แสดงแผนผัง โครงสร้างองค์กรของบริการ Blood D

4.3 แผนการบริหารงาน

1. ผู้จัดการทั่วไป

หน้าที่และความรับผิดชอบ:

- ดูแลกิจการภายในบริษัท ให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น และเติบโต ตามทิศทางที่กำหนด
- ดูแลยอดขาย และ กำไรของบริษัท ให้ได้ตามเป้า
- คิดริเริ่ม วางแผน และ พัฒนาสิ่งใหม่ๆ ให้บริษัท
- ดูแล และทำงานกับทีมต่าง ๆ ในบริษัท
- รายงานผลการดำเนินงานของบริษัท และ เสนอแนวคิดใหม่ๆ³⁹

2. หัวหน้างานสารสนเทศ

หน้าที่และความรับผิดชอบ:

- ทำงานร่วมกับสมาชิกในทีมงานกำกับดูแลเพื่อรวบรวมข้อกำหนดและเผยแพร่เนื้อหาบนเว็บไซต์สาธารณะ
- พัฒนา และปรับปรุงเว็บไซต์ปัจจุบัน

³⁹ จากการสำรวจข้อมูลเว็บไซต์ JobTopGun วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

- ตรวจสอบและบำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่าย
- ร่วมพิจารณาในการจัดซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์มาตรฐาน
- การตั้งค่าระบบหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ
- การตอบสนองในเวลาที่เหมาะสมกับปัญหาและคำขอการให้บริการ
- ดูแลระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัท อาทิ ระบบ LAN อีเมล อินเทอร์เน็ต
- ดูแลระบบบริหารระบบฐานข้อมูลของบริษัท รวมทั้งสำรองข้อมูลในฐานข้อมูลของระบบงานทั้งหมด
- ให้การสนับสนุนรวมทั้งเอกสารขั้นตอนและรายงานที่เกี่ยวข้อง
- ดำเนินการตรวจสอบความปลอดภัยทางอุปกรณ์คอมพิวเตอร์⁴⁰

3. หัวหน้างานบริการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ:

- ดูแลและบริหารจัดการทีม
- การจัดการรายชื่อสำหรับการเก็บรักษาพนักงานและตรวจสอบการดำเนินการ
- กระตุ้นให้ทีมงานเพื่อให้บรรลุการบริการลูกค้ากำหนดมาตรฐานและการประชุมการเปลี่ยนแปลง

- ตรวจสอบประสิทธิภาพของการเก็บรักษาและวางแผนสำหรับความจุที่มีประสิทธิภาพและการใช้ทรัพยากรเพื่อการผลิตที่เหมาะสม

- ทำงานร่วมกับบุคคลภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
- ระบุความต้องการการเรียนรู้ของพนักงาน
- พัฒนาและตรวจสอบประสิทธิภาพและการวางแผนอย่างต่อเนื่อง
- ควบคุมและปรับปรุงคุณภาพการบริการและความถูกต้องเพื่อให้ตรงกับมาตรฐาน⁴¹

4. นักเทคนิคการแพทย์

หน้าที่และความรับผิดชอบ:

- ปฏิบัติงานการเจาะเก็บโลหิต
- ขนส่งอุปกรณ์และสิ่งส่งตรวจ สำหรับให้บริการ

⁴⁰ จากการสำรวจข้อมูลเว็บไซต์ JOBTHAI วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

⁴¹ จากการสำรวจข้อมูลเว็บไซต์ Pasona วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

- ให้คำแนะนำในการเตรียมตัวก่อนและหลังการเจาะเก็บโลหิต⁴²

5. พนักงานทั่วไป

หน้าที่และความรับผิดชอบ:

- นำเสนอสินค้าให้ ลูกค้า ที่สนใจ
- ให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้าเพื่อเกิดการสั่งซื้อ
- ติดตามเอกสาร วางบิล
- ติดตามบริการหลังการขาย
- เก็บรักษาความลับของผู้เข้ารับบริการให้เป็นความลับ⁴³

4.4 วันและเวลาทำงาน

Blood D เปิดทำการเคาน์เตอร์ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 5.30 น. ถึง 13.30 น. รวมเวลาทำการ 8 ชั่วโมง และในส่วนของโทรศัพท์เปิดทำการทุกวันจันทร์-อาทิตย์ 8.30 น. ถึง 16.30 น. รวมเวลาทำการ 8 ชั่วโมง โดยจากผลการสำรวจทำให้สามารถคาดได้ว่าช่วงที่มีปริมาณลูกค้าน้อยที่สุดจะเป็นช่วงเวลา 6.00 น. ถึง 8.00 น. และมีปริมาณลูกค้าน้อยที่สุดในช่วง 13.30 น. ถึง 15.30 น. จึงจัดให้มีพนักงานประจำร้านไม่ต่ำกว่า 2 คนในช่วงเช้า โดยแบ่งเวลาการทำงานของพนักงานในแต่ละวันได้ตามตารางที่ 4.2

⁴² จากการสำรวจข้อมูลเว็บไซต์ JobTopGun วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

⁴³ จากการสำรวจข้อมูลเว็บไซต์ Jobkkk วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

ตารางที่ 4.2 แสดงช่วงเวลาการทำงานของพนักงาน

ตำแหน่ง เวลา	ผู้จัดการทั่วไป	หัวหน้างาน สารสนเทศ	หัวหน้างาน บริการ	นักเทคนิค การแพทย์	พนักงาน ทั่วไป
05:30 - 06:30					
06:30 - 07:30					
07:30 - 08:30					
08:30 - 09:30					
09:30 - 10:30					
10:30 - 11:30					
11:30 - 12:30					
12:30 - 13:30					
13:30 - 14:30					
14:30 - 15:30					
15:30 - 16:30					
16:30 - 17:30					
17:30 - 18:30					
18:30 - 19:30					
19:30 - 20:30					

4.5 การวางแผนกำลังคน และโครงสร้างค่าตอบแทน

บริษัทฯ มีการวางแผนจะจ้างงานทั้งหมดจำนวน 6 ตำแหน่งในปีแรกของการเปิดกิจการ Blood D โดยเป็นการจ้างงานเพิ่ม 3 ตำแหน่ง คือตำแหน่ง นักเทคนิคการแพทย์ หรือ พนักงานบริการ จำนวน 2 ตำแหน่ง และ ตำแหน่งพนักงานทั่วไป จำนวน 1 ตำแหน่ง ทั้งนี้เนื่องจากตำแหน่งอื่น ๆ นั้น คนในครอบครัวของเจ้าของกิจการและเพื่อนเป็นผู้ดำรงตำแหน่งเอง เนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็กของครอบครัว โดยเจ้าของกิจการจะดำรงตำแหน่งเป็นผู้จัดการทั่วไป ส่วนผู้ร่วมลงทุนนั้นจะดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้างานบริการ นอกจากนี้หัวหน้างานสารสนเทศ จะดำรงตำแหน่งโดยคนในครอบครัวของเจ้าของกิจการ เนื่องจากคนในครอบครัวของเจ้าของกิจการเรียนจบทางด้านการ

บริหารสารสนเทศและเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ จึงทำให้ไม่จำเป็นต้องจ้างพนักงานจากที่อื่น ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้วางแผนกำลังคนและการจ้างงานดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงการว่าจ้างพนักงานในแต่ละปี

ตำแหน่ง	อัตรากำลังคน				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผู้จัดการทั่วไป	1	1	1	1	1
หัวหน้างานสารสนเทศ	1	1	1	1	1
หัวหน้างานบริการ	1	1	1	1	1
นักเทคนิคการแพทย์	2	2	3	3	4
พนักงานทั่วไป	1	2	3	4	5
รวม	6	7	9	10	12

ตารางที่ 4.4 แสดงอัตราเงินเดือนของพนักงานในปีที่ 1

ลำดับที่	ตำแหน่ง	จำนวนคน	เงินเดือน	จำนวนเงินรวม
1	ผู้จัดการทั่วไป	1	25,000.00	25,000.00
2	หัวหน้างานสารสนเทศ	1	20,000.00	20,000.00
3	หัวหน้างานบริการ	1	25,000.00	25,000.00
4	นักเทคนิคการแพทย์	2	20,000.00	40,000.00
5	พนักงานทั่วไป	1	15,000.00	15,000.00
	รวม	6		125,000.00

4.6 การสรรหา และการคัดเลือกพนักงาน

ทางร้านได้กำหนดคุณสมบัติของพนักงานร้านให้สอดคล้องกับหน้าที่ที่ได้รับในแต่ละวัน โดยใช้ช่องทางการรับสมัครที่หลากหลาย เช่น การสรรหาผ่านการแนะนำของคนรู้จัก การประกาศผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งทางร้านจะทำการตรวจสอบประวัติโดยการสัมภาษณ์เพื่อ

ตรวจสอบทัศนคติ บุคลิกภาพ ความรักในการบริการ โดยได้มีการกำหนดคุณสมบัติของพนักงาน ดังนี้

1. นักเทคนิคการแพทย์

- เพศชาย/หญิง อายุ 25-40 ปี
- ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เทคนิคการแพทย์)
- มีใบประกอบวิชาชีพเทคนิคการแพทย์
- เจาะเลือดได้เป็นอย่างดี
- มีมนุษยสัมพันธ์ดีและสามารถติดต่อกับผู้ร่วมงานแผนกอื่นหรือผู้รับบริการได้
- สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะได้
- มีคุณธรรมและจริยธรรมในจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ
- สามารถทำงานล่วงเวลา หรือ เป็นกะได้
- สามารถขับรถได้ และมีใบขับขี่⁴⁴

2. พนักงานทั่วไป

- เพศชาย/หญิง อายุ 25-40 ปี
- วุฒิ ม.6 - ปริญญาตรี สาขาใดก็ได้
- มีความรู้ความสามารถในด้านระบบปฏิบัติการทางคอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐาน
- มีใจรักงานบริการ ซื่อสัตย์ บุคลิกดี คล่องแคล่ว มนุษยสัมพันธ์ดี
- สามารถทำงานเป็นกะได้⁴⁵

4.7 แผนพัฒนาบุคลากร

ทางร้านจะมีการฝึกอบรมแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การฝึกอบรมพนักงานใหม่ เพื่อให้พนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และเพื่อให้พนักงานทุกคนมีทักษะเหมือนกัน สามารถให้บริการในรูปแบบเดียวกันได้ โดยพนักงานใหม่ต้องได้รับการให้ความรู้และการฝึกฝนที่หลากหลาย เช่น นโยบายการบริหารงานของร้าน มาตรฐานการให้บริการ มารยาทในการให้บริการ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตรวจวิเคราะห์และการ

⁴⁴ จากการสำรวจข้อมูลเว็บไซต์ ThaiMedTechJob และ JobTopGun วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

⁴⁵ จากการสำรวจข้อมูลเว็บไซต์ Jobkkk วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

ให้คำแนะนำด้านการตรวจวิเคราะห์ ความรู้ในด้านการขนส่งและเก็บรักษาสั่งส่งตรวจอย่างถูกต้อง ไปจนถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานอื่น ๆ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เป็นต้น

2. การฝึกอบรมพนักงานเก่า โดยผู้บริหารจะเป็นผู้สอดส่องการให้บริการของพนักงาน การฟังความเห็นจากผู้ร่วมงานอื่น ๆ ไปจนถึงลูกค้าทั้งการทำแบบสอบถามหลังการให้บริการ และการรับคำร้องเรียนจากลูกค้าโดยตรง โดยหากมีพนักงานคนใดที่ปฏิบัติงานไม่ได้มาตรฐานก็จะมี การฝึกอบรมพนักงานคนนั้นทันที นอกจากนี้ หากผู้บริหารเห็นว่าการสัมมนาใดที่จะช่วยให้ พนักงานของร้านมีทักษะเพิ่มขึ้น สามารถนำมาประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงการให้บริการของร้านให้มี คุณภาพและสามารถแข่งขันในตลาดได้ ทางร้านก็อาจจะมีการส่งพนักงานที่มีตำแหน่งที่เกี่ยวข้อง ไปฝึกอบรมเพิ่มเติมในเรื่องนั้น ๆ ได้ โดยทางร้านจะมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนพนักงานในการส่งไป เข้าร่วมการอบรมให้มีความทั่วถึง มีการบันทึกการสัมมนาเพื่อถ่ายทอดความรู้ระหว่างพนักงานที่ไป เข้าร่วมสัมมนาและพนักงานคนอื่น ๆ



บทที่ 5

แผนการเงิน

5.1 ขนาดของเงินทุนและแหล่ง

Blood D ใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 1,500,000 บาท โดยใช้เงินลงทุนของตนเอง และผู้ร่วมลงทุน โดยมีสัดส่วนเป็นเงินลงทุนจากเจ้าของ 50,000 บาท และผู้ร่วมลงทุน 1,450,000 บาท รูปแบบธุรกิจมีขนาดเล็กจึงมีการลงทุนไม่มาก และมีกำไรขาดทุนแบ่งตามสัดส่วนเงินของผู้ลงทุน

ตารางที่ 5.1 แสดงจำนวนหุ้น สัดส่วนและเงินของผู้ถือหุ้นของบริษัท

ลำดับ	ผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วน (%)	เงินลงทุนในการจัดตั้งบริษัทฯ (บาท)
1	นางสุภากร เชื้อชาญศิลป์เลิศ	150,000.00	50	750,000.00
2	นายทรงวุฒิ เชื้อชาญศิลป์เลิศ	100,000.00	33.3333333	500,000.00
3	นายธนสิทธิ์ ขจรอริยสิทธิ์	30,000.00	10	150,000.00
4	นางสาวพัชณูสิดา ขจรอริยสิทธิ์	10,000.00	3.33333333	50,000.00
5	นางสาววันทนีย์ จิระพันธ์พงศ์	10,000.00	3.33333333	50,000.00
รวมมูลค่าการลงทุน		300,000.00	100.00	1,500,000.00

ตารางที่ 5.2 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ

รายการ	มูลค่า (บาท)
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
1.1 ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	50,438.00
1.2 อุปกรณ์ในการให้บริการ	11,248.00
1.3 ยานพาหนะ	60,000.00
1.4 ค่าเช่าสถานที่	360,000.00
รวมเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	481,686.00
2. เงินลงทุนสำรองเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
2.1 ค่าหมายเลขโทรศัพท์	3,484.00
2.2 การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	25,000.00
2.3 การจดทะเบียนการค้า	15,000.00
2.4 การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	1,000.00
2.5 ค่าเทรนนิ่งพนักงาน	5,000.00
2.6 ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์	1,200.00
รวมเงินลงทุนสำรองเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	50,684.00
3. เงินทุนหมุนเวียน (ต่อเดือน)	
3.1 เงินทุนหมุนเวียน	967,630.00
รวม	1,500,000.00

ตารางที่ 5.3 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในทรัพย์สินถาวร

ลำดับ	รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	รวมค่าใช้จ่าย
1.1	ค่าอุปกรณ์			
	โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ สำหรับต่ออินเทอร์เน็ต	379.00	1	379
	คอมพิวเตอร์	20,000.00	1	20,000
	เครื่องพิมพ์เอกสาร	3,990.00	1	3,990
	โทรศัพท์มือถือ TWZ U	2,590.00	1	2,590
	โต๊ะ	5,250.00	2	10,500
	เก้าอี้	1,850.00	6	11,100
	Standy	599.00	2	1,198
	ชั้นเก็บเอกสาร	629.00	1	629
	ชั้นโหว้ไปปลิว	52.00	1	52
	รวม			50,438
1.2	ค่าอุปกรณ์ในการให้บริการ			
	หมอนรองแขน	130.00	2	260
	Tunique	50.00	2	100
	Vacuum Holder	50.00	2	100
	Rack	280.00	2	560
	Forcep	24.00	2	48
	กล่องสำหรับขนส่ง	2,500.00	2	5,000
	โทรศัพท์มือถือ TWZ U	2,590.00	2	5,180
	รวม			11,248
1.3	รถจักรยานยนต์	30,000.00	2	60,000
1.4	ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน	30,000.00	12	360,000
	รวมทั้งหมด			481,686

ตารางที่ 5.4 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในทุนสำรองเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ลำดับ	รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	รวมค่าใช้จ่าย
2.1	ค่าขอเบอร์คู่สายพร้อมอินเทอร์เน็ต	3,484.00	1	3,484
2.2	จ้างออกแบบ และพัฒนาโปรแกรม	25,000.00	1	25,000
2.3	จดทะเบียนการค้า	15,000.00	1	15,000
2.4	จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	1,000.00	1	1,000
2.5	ค่าเทรนนิ่งพนักงาน	2,500.00	2	5,000
2.6	ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์	1,200.00	1	1,200
	รวม			50,684

ตารางที่ 5.5 แสดงประมาณการรายได้ปีที่ 1 (รายเดือน)

ช่องทางการจัดจำหน่าย	JANUARY	FEBRUARY	MARCH	APRIL	MAY	JUNE	JULY	AUGUST	SEPTEMBER	OCTOBER	NOVEMBER	DECEMBER	รวมปีที่ 1
1. เวิร์ดอร์ (เขต A)													
ราคาขาย (บาท)	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	170.19	146.62	188.93	145.07	170.87	165.34	173.88	168.33	164.25	246.55	217.02	163.46	
รายได้จากการขาย (บาท)	50,886.54	43,838.00	56,489.19	43,376.55	51,090.81	49,436.96	51,991.56	50,330.33	49,112.10	73,717.99	64,888.86	48,875.84	
2. อินเทอร์เน็ต (เขต A)													
ราคาขาย (บาท)	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	299.00	
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	42.55	36.65	47.23	36.27	42.72	41.34	43.47	42.08	41.06	61.64	54.25	40.87	
รายได้จากการขาย (บาท)	12,721.63	10,959.50	14,122.30	10,844.14	12,772.70	12,359.24	12,997.89	12,582.58	12,278.02	18,429.50	16,222.21	12,218.96	
3. เวิร์ดอร์ (เขต B)													
ราคาขาย (บาท)	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	94.55	81.45	104.96	80.60	94.93	91.86	96.60	93.52	91.25	136.97	120.57	90.81	
รายได้จากการขาย (บาท)	37,725.25	32,499.75	41,878.83	32,157.64	37,876.69	36,650.59	38,544.47	37,312.90	36,409.75	54,651.57	48,106.01	36,234.59	
4. อินเทอร์เน็ต (เขต B)													
ราคาขาย (บาท)	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	23.64	20.36	26.24	20.15	23.73	22.96	24.15	23.38	22.81	34.24	30.14	22.70	
รายได้จากการขาย (บาท)	9,431.31	8,124.94	10,469.71	8,039.41	9,469.17	9,162.65	9,636.12	9,328.23	9,102.44	13,662.89	12,026.50	9,058.65	
5. เวิร์ดอร์ (เขต C)													
ราคาขาย (บาท)	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	56.73	48.87	62.98	48.36	56.96	55.11	57.96	56.11	54.75	82.18	72.34	54.49	
รายได้จากการขาย (บาท)	33,981.09	29,274.21	37,722.44	28,966.06	34,117.50	33,013.09	34,719.00	33,609.67	32,796.15	49,227.51	43,331.58	32,638.38	
6. อินเทอร์เน็ต (เขต C)													
ราคาขาย (บาท)	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	599.00	
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	14.18	12.22	15.74	12.09	14.24	13.78	14.49	14.03	13.69	20.55	18.08	13.62	
รายได้จากการขาย (บาท)	8,495.27	7,318.55	9,430.61	7,241.51	8,529.37	8,253.27	8,679.75	8,402.42	8,199.04	12,306.88	10,832.89	8,159.59	
รวมจำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	401.84	346.18	446.08	342.53	403.45	390.39	410.56	397.44	387.82	582.13	512.41	385.96	5,006.78
รวมรายได้ (บาท)	153,241.10	132,014.95	170,113.07	130,625.31	153,856.24	148,875.80	156,568.80	151,566.13	147,897.50	221,996.33	195,408.06	147,186.01	1,909,349.30

ตารางที่ 5.6 แสดงประมาณการรายได้ปีที่ 1-5 (รายปี)

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. เคาร์เตอร์ (เขต A)					
ราคาขาย (บาท)	299	299	299	299	299
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	2,121	4,326	6,489	8,652	10,815
รายได้จากการขาย (บาท)	634,035	1,293,431	1,940,146	2,586,862	3,233,577
2. อินเทอร์เน็ต (เขต A)					
ราคาขาย (บาท)	299	299	299	299	299
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	530	1,081	1,622	2,163	2,704
รายได้จากการขาย (บาท)	158,509	323,358	485,037	646,715	808,394
รวมจำนวนที่ขาย (เขต A)	2,651	5,407	8,111	10,815	13,518
3. เคาร์เตอร์ (เขต B)					
ราคาขาย (บาท)	399	399	399	399	399
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	1,178	2,403	3,605	4,807	6,008
รายได้จากการขาย (บาท)	470,048	958,898	1,438,347	1,917,796	2,397,245
4. อินเทอร์เน็ต (เขต B)					
ราคาขาย (บาท)	399	399	399	399	399
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	295	601	901	1,202	1,502
รายได้จากการขาย (บาท)	117,512	239,725	359,587	479,449	599,311
รวมจำนวนที่ขาย (เขต B)	1,473	3,004	4,506	6,008	7,510
5. เคาร์เตอร์ (เขต C)					
ราคาขาย (บาท)	599	599	599	599	599
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	707	1,442	2,163	2,884	3,605
รายได้จากการขาย (บาท)	423,397	863,729	1,295,594	1,727,458	2,159,323
6. อินเทอร์เน็ต (เขต C)					
ราคาขาย (บาท)	599	599	599	599	599
จำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	177	360	541	721	901
รายได้จากการขาย (บาท)	105,849	215,932	323,898	431,865	539,831
รวมจำนวนที่ขาย (เขต C)	884	1,802	2,704	3,605	4,506
รวมจำนวนที่ขายได้ (ครั้ง)	5,007	10,214	15,321	20,428	25,535
รวมรายได้ (บาท)	1,909,349	3,895,073	5,842,609	7,790,145	9,737,681

ตารางที่ 5.7 แสดงประมาณการต้นทุนการบริการ

รายการ	ราคา/ครั้ง	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เขตพื้นที่ A						
ค่าวัสดุบริการ	38.45	38.45	38.98	39.52	40.06	40.62
ค่าน้ำมัน	60	60.00	62.22	64.52	66.91	69.39
รวม	98.45	98.45	101.20	104.04	106.97	110.00
รวมต้นทุนบริการ A		260,956.19	547,224.05	843,871.84	1,156,878.27	1,487,038.44
เขตพื้นที่ B						
ค่าวัสดุบริการ	38.45	38.45	38.98	39.52	40.06	40.62
ค่าน้ำมัน	150	150.00	155.55	161.31	167.27	173.46
รวม	188.45	188.45	194.53	200.82	207.34	214.08
รวมต้นทุนบริการ B		277,508.00	584,382.88	904,932.48	1,245,711.54	1,607,773.01
เขตพื้นที่ C						
ค่าวัสดุบริการ	38.45	38.45	38.98	39.52	40.06	40.62
ค่าน้ำมัน	220	220.00	228.14	236.58	245.33	254.41
รวม	258.45	258.45	267.12	276.10	285.40	295.03
รวมต้นทุนบริการ C		228,353.23	481,468.84	746,479.73	1,028,827.57	1,329,429.40
รวมทั้งหมด		766,817.42	1,613,075.77	2,495,284.04	3,431,417.38	4,424,240.85

ตารางที่ 5.8 แสดงรายละเอียดต้นทุนการบริการ

วัสดุในการให้บริการ	ราคา ต่อ หน่วย	ราคา ต่อ ครั้งใน การบริการ
ค่า Tube ~คนละ 5tube	5.00	25.00
ค่า Needle ~คนละ 2เข็ม	3.00	6.00
ค่า ถุงซิปล็อก ~คนละ 1ถุง	0.95	0.95
ค่า ถุงมือ ~คนละ 2คู่	1.05	2.10
ค่า สำลีแอลกอฮอล์ ~คนละ 4ก้อน	4.50	2.25
ค่า สำลีแห้ง ~คนละ 4ก้อน	3.50	1.75
กล่องทิ้งเข็ม	40.00	0.4
รวม		38.45

ตารางที่ 5.9 แสดงประมาณการจำนวนพนักงาน

ตำแหน่ง	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
พนักงานทั่วไป	1	2	3	4	5
พนักงานบริการ	2	2	3	3	4
หัวหน้างานบริการ	1	1	1	1	1
ผู้ดูแลระบบสารสนเทศ	1	1	1	1	1
ผู้จัดการ	1	1	1	1	1
รวม	6	7	9	10	12

ตารางที่ 5.10 แสดงประมาณการเงินเดือนพนักงาน (ฝ่ายบริการ)

รายการ	ราคา	ประมาณการต้นทุนต่อครั้ง				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน พนักงานบริการ	20,000.00	480,000.00	480,000.00	720,000.00	720,000.00	960,000.00
ค่าประกันสังคม (5%)		24,000.00	24,000.00	36,000.00	36,000.00	48,000.00
รวม		504,000.00	504,000.00	756,000.00	756,000.00	1,008,000.00

ตารางที่ 5.11 แสดงประมาณการเงินเดือนพนักงาน (ฝ่ายขายและบริหาร)

รายการ	ราคา	ประมาณการต้นทุนต่อครั้ง				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน พนักงานทั่วไป	15,000.00	180,000.00	360,000.00	540,000.00	720,000.00	900,000.00
เงินเดือน หัวหน้างานบริการ	25,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00
เงินเดือน ผู้ดูแลระบบสารสนเทศ	20,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00
เงินเดือน ผู้จัดการ	25,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00
ค่าประกันสังคม (5%)		51,000.00	60,000.00	69,000.00	78,000.00	87,000.00
รวม		1,071,000.00	1,260,000.00	1,449,000.00	1,638,000.00	1,827,000.00

ตารางที่ 5.12 แสดงประมาณการค่าเสื่อมราคาในการให้บริการ

รายการ	หน่วยละ	ค่าเสื่อมต่อหน่วย	จำนวน	ปีที่ 1	จำนวน	ปีที่ 2	จำนวน	ปีที่ 3	จำนวน	ปีที่ 4	จำนวน	ปีที่ 5
รถจักรยานยนต์	30,000.00	6,000.00	2.00	12,000.00	3.00	18,000.00	4.00	24,000.00	5.00	30,000.00	6.00	36,000.00
หมอมรองแขน	130.00	26.00	2.00	52.00	3.00	78.00	4.00	104.00	4.00	104.00	5.00	130.00
Tunique	50.00	25.00	2.00	50.00	3.00	75.00	5.00	125.00	5.00	125.00	5.00	125.00
Vacuum Holder	50.00	10.00	2.00	20.00	3.00	30.00	4.00	40.00	4.00	40.00	5.00	50.00
Rack	280.00	56.00	2.00	112.00	3.00	168.00	4.00	224.00	4.00	224.00	5.00	280.00
Forcep	24.00	4.80	2.00	9.60	3.00	14.40	4.00	19.20	4.00	19.20	5.00	24.00
กล่องสำหรับขนส่ง	2,500.00	500.00	2.00	1,000.00	3.00	1,500.00	4.00	2,000.00	4.00	2,000.00	5.00	2,500.00
โทรศัพท์มือถือ TWZ U	2,590.00	518.00	2.00	1,036.00	3.00	1,554.00	4.00	2,072.00	4.00	2,072.00	5.00	2,590.00
รวม				14,279.60		21,419.40		28,584.20		34,584.20		41,699.00

ตารางที่ 5.13 แสดงประมาณการค่าเสื่อมราคาในการขายและบริการ

รายการ	หน่วยละ	ค่าเสื่อมต่อหน่วย	จำนวน	ปีที่ 1	จำนวน	ปีที่ 2	จำนวน	ปีที่ 3	จำนวน	ปีที่ 4	จำนวน	ปีที่ 5
โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ สำหรับคอมพิวเตอร์เน็ต	379.00	75.80	1.00	75.80	2.00	151.60	3.00	227.40	4.00	303.20	5.00	379.00
คอมพิวเตอร์	20,000.00	4,000.00	1.00	4,000.00	2.00	8,000.00	3.00	12,000.00	4.00	16,000.00	5.00	20,000.00
เครื่องพิมพ์เอกสาร	3,990.00	798.00	1.00	798.00	2.00	1,596.00	3.00	2,394.00	4.00	3,192.00	5.00	3,990.00
โทรศัพท์มือถือ TWZ U	2,590.00	518.00	1.00	518.00	1.00	518.00	2.00	1,036.00	2.00	1,036.00	3.00	1,554.00
โต๊ะ	5,250.00	1,050.00	2.00	2,100.00	4.00	4,200.00	6.00	6,300.00	8.00	8,400.00	10.00	10,500.00
เก้าอี้	1,850.00	370.00	6.00	2,220.00	12.00	4,440.00	18.00	6,660.00	24.00	8,880.00	30.00	11,100.00
Standy	599.00	119.80	2.00	239.60	4.00	479.20	6.00	718.80	8.00	958.40	10.00	1,198.00
ชั้นเก็บเอกสาร	629.00	125.80	1.00	125.80	2.00	251.60	3.00	377.40	4.00	503.20	5.00	629.00
ชั้นโซฟาปลิว	52.00	10.40	1.00	10.40	2.00	20.80	3.00	31.20	4.00	41.60	5.00	52.00
รวม				10,087.60		19,657.20		29,744.80		39,314.40		49,402.00

ตารางที่ 5.14 แสดงประมาณการค่าเสียหายในการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าขนส่งวัสดุดิบ	960.00	995.52	1,032.35	1,070.55	1,110.16
ค่าโทรศัพท์มือถือ	10,246.32	15,369.48	20,492.64	20,492.64	25,615.80
ค่ากำจัดขยะมูลฝอย (500/20L)	2,400.00	4,800.00	7,200.00	12,000.00	16,800.00
ค่ากำจัดขยะติดเชื้อ (22/1kg)	1,320.00	2,640.00	3,960.00	6,600.00	9,240.00
ค่ากระดาษ (440/5ลิ้ม-1กล่อง) -คนละ2ใบ	880.00	880.00	1,320.00	1,760.00	2,200.00
ค่ากระดาษสติกเกอร์ (27/360 ดวง) -คนละ5ดวง	756.00	1,539.00	2,322.00	3,078.00	3,834.00
รวม	16,562.32	26,224.00	36,326.99	45,001.19	58,799.96

ตารางที่ 5.15 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00
ค่าขอเบอร์คู่สายพร้อมอินเทอร์เน็ต	3,484.00	3,484.00	3,484.00	3,484.00	3,484.00
จ้างออกแบบ และพัฒนาโปรแกรม	25,000.00	-	-	-	-
จดทะเบียนการค้า	15,000.00	-	-	-	-
จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	1,000.00	-	-	-	-
ค่าเทรนนิ่งพนักงาน	5,000.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00
ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
ค่าโทรศัพท์ตั้งโต๊ะรายเดือน	3,600.00	7,200.00	10,800.00	14,400.00	18,000.00
ค่าน้ำ	1,800.00	3,600.00	5,400.00	7,200.00	9,000.00
ค่าไฟฟ้า	12,000.00	24,000.00	36,000.00	48,000.00	60,000.00
ค่าอินเทอร์เน็ต	8,975.16	17,950.32	26,925.48	35,900.64	44,875.80
ค่าโทรศัพท์มือถือ	5,123.16	5,123.16	10,246.32	10,246.32	15,369.48
ค่าทำบัญชี	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
ค่าตรวจสอบบัญชี	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
ค่าเบ็ดเตล็ด	10,000.00	20,000.00	30,000.00	40,000.00	50,000.00
รวม	486,182.32	479,057.48	520,555.80	556,930.96	598,429.28

ตารางที่ 5.16 แสดงประมาณการค่าส่งเสริมการขาย

รายการ	ประมาณการต้นทุนต่อครั้ง				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แจกใบปลิว	23,000.00	42,000.00	60,000.00	60,000.00	78,000.00
ส่วนลด 5%	20,000.00	22,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00
ส่วนลด แบบ1 (50%)	-	10,000.00	40,000.00	35,000.00	35,000.00
ส่วนลด แบบ2 (10%)	-	17,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
แบบสอบถาม	1,200.00	2,000.00	2,000.00	2,500.00	2,500.00
สำรวจตลาด	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00
ประชาสัมพันธ์ ออนไลน์	-	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
รวม	89,200.00	153,000.00	196,000.00	191,500.00	209,500.00

5.2 ประมวลการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)

ตารางที่ 5.17 แสดงประมวลการงบกำไร-ขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,909,349.30	3,895,072.58	5,842,608.87	7,790,145.15	9,737,681.44
ต้นทุนบริการ					
- วัสดุดิบในการให้บริการ	766,817.42	1,613,075.77	2,495,284.04	3,431,417.38	4,424,240.85
- แรงงานในการให้บริการ	504,000.00	504,000.00	756,000.00	756,000.00	1,008,000.00
- ค่าเสื่อมราคา	14,279.60	21,419.40	28,584.20	34,584.20	41,699.00
- ค่าโลจิสติกส์ในการบริการ	16,562.32	26,224.00	36,326.99	45,001.19	58,799.96
รวมต้นทุนขาย	1,301,659.34	2,164,719.17	3,316,195.24	4,267,002.77	5,532,739.81
กำไรขั้นต้น	607,689.97	1,730,353.41	2,526,413.63	3,523,142.38	4,204,941.63
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	89,200.00	153,000.00	196,000.00	191,500.00	209,500.00
- แรงงานในการขาย และบริหาร	1,071,000.00	1,260,000.00	1,449,000.00	1,638,000.00	1,827,000.00
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	10,087.60	19,657.20	29,744.80	39,314.40	49,402.00
- ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	486,182.32	479,057.48	520,555.80	556,930.96	598,429.28
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,656,469.92	1,911,714.68	2,195,300.60	2,425,745.36	2,684,331.28
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	(1,048,779.95)	(181,361.27)	331,113.03	1,097,397.02	1,520,610.35
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	(1,048,779.95)	(181,361.27)	331,113.03	1,097,397.02	1,520,610.35
ภาษีเงินได้	-	-	66,222.61	219,479.40	304,122.07
กำไรสุทธิ	(1,048,779.95)	(181,361.27)	264,890.42	877,917.62	1,216,488.28
เงินปันผลจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรหลังหักจ่ายเงินปันผล	(1,048,779.95)	(181,361.27)	264,890.42	877,917.62	1,216,488.28
กำไรสะสม	(1,048,779.95)	(1,230,141.22)	(965,250.80)	(87,333.18)	1,129,155.09

จากการประมวลการงบกำไรขาดทุนของบริษัท พบว่าบริษัทมีกำไรในปีที่ 3 ของการดำเนินงาน เป็นจำนวนเงิน 5,842,608.87 บาท และมีกำไรสุทธิเท่ากับ 264,890.42 บาท

5.3 งบประมาณการงบดุล (Balance Sheet)

ตารางที่ 5.18 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
- เงินสด	1,327,630.00	214,932.48	183,295.05	423,483.67	1,283,713.93	2,507,987.20
- วัตถุดิบค่าบริการ	-	4,812.76	9,953.53	15,136.33	20,460.28	25,928.30
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,327,630.00	219,745.25	193,248.58	438,620.00	1,304,174.22	2,533,915.49
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
- เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง	50,438.00	98,286.00	148,724.00	196,572.00	247,010.00	294,858.00
- อุปกรณ์ให้บริการ	11,248.00	16,872.00	22,646.00	22,646.00	28,470.00	28,470.00
- ยานพาหนะ	60,000.00	90,000.00	120,000.00	150,000.00	180,000.00	210,000.00
เงินทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	50,684.00	50,684.00	50,684.00	50,684.00	50,684.00	50,684.00
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(24,367.20)	(65,443.80)	(123,772.80)	(197,671.40)	(288,772.40)
รวมทรัพย์สินไม่หมุนเวียน	172,370.00	231,474.80	276,610.20	296,129.20	308,492.60	295,239.60
รวมสินทรัพย์	1,500,000.00	451,220.05	469,858.78	734,749.20	1,612,666.82	2,829,155.09
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
- เงินลงทุน	1,500,000.00	1,500,000.00	1,700,000.00	1,700,000.00	1,700,000.00	1,700,000.00
- กำไรสะสม	-	(1,048,779.95)	(1,230,141.22)	(965,250.80)	(87,333.18)	1,129,155.09
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,500,000.00	451,220.05	469,858.78	734,749.20	1,612,666.82	2,829,155.09
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,500,000.00	451,220.05	469,858.78	734,749.20	1,612,666.82	2,829,155.09

โดยเมื่อสิ้นสุดการดำเนินงานกิจการในปีที่ 1 จะมีการลงทุนในการขยายสาขาพันธมิตรเพิ่มเติม 1 แห่ง และมีเงินสดสำหรับใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน 214,932.48 บาท (เพียงพอสำหรับใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน 1 เดือน เงินทุนหมุนเวียนขั้นต่ำ 130,000 บาทต่อเดือน) และมีการระดมทุนเพิ่มเติมในปีที่ 2 จำนวนเงิน 200,000 บาทเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน

5.4 ประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of Cash flow)

ตารางที่ 5.19 แสดงประมาณการกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ	-	(1,048,780)	(181,361)	264,890	877,918	1,216,488
ค่าเสื่อมราคาส่วนการขายและบริหาร	-	10,088	19,657	29,745	39,314	49,402
เจ้าหน้าที่การค้า	-	-	-	-	-	-
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	(4,813)	(9,954)	(15,136)	(20,460)	(25,928)
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-
ภาษีนิติบุคคลธรรมดา	-	-	-	66,222.61	219,479.40	304,122.07
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานรวม	-	(1,043,505)	(171,658)	345,721	1,116,251	1,544,084
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินลงทุนอุปกรณ์สำนักงาน	(50,438)	(47,848)	(50,438)	(47,848)	(50,438)	(47,848)
เงินลงทุนอุปกรณ์ในการให้บริการ	(11,248)	(5,624)	(5,774)	-	(5,824)	-
เงินลงทุนยานพาหนะ	(60,000.00)	(30,000)	(30,000)	(30,000)	(30,000)	(60,000)
การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	(1,000)	-	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท	(15,000)	-	-	-	-	-
เงินลงทุนออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	(25,000)	-	-	-	-	-
ค่าเช่าสิ่งพิมพ์งาน	(5,000)	(2,500)	(2,500)	(2,500)	(2,500)	(2,500)
ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์	(1,200)	(1,200)	(1,200)	(1,200)	(1,200)	(1,200)
ค่าขอเบอร์ตู้สายพร้อมอินเทอร์เน็ต	(3,484)	(3,484)	(3,484)	(3,484)	(3,484)	(3,484)
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	(172,370)	(90,656)	(93,396)	(85,032)	(93,446)	(115,032)
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินสลับจากการออกหุ้นทุน	1,500,000	-	200,000	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม	1,500,000	-	200,000	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	1,327,630	(1,134,161)	(65,054)	260,689	1,022,805	1,429,052
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	1,327,630	214,932	183,295	423,484	1,283,714
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	1,327,630	193,469	149,879	443,985	1,446,289	2,712,766

5.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis)

ตารางที่ 5.20 แสดงอัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Return On Asset (%)	-107.50	-39.38	54.97	93.50	68.47
Return On Equity (%)	-107.50	-39.38	43.98	74.80	54.77
Total Asset Turnover Rate (เท่า)	1.96	8.46	9.70	6.64	4.38

5.6 การคำนวณมูลค่าสุทธิและผลตอบแทนของการลงทุน

การคำนวณมูลค่าของบริษัทได้จากการประมาณการ ดังนี้

- อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) คือ 16.6%
- ต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ย (WACC) คือ 11.4%
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) คือ 212,141.76 บาท
- ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) คือ 4 ปี 2 เดือน 16 วัน

ตารางที่ 5.21 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ (จากงบกระแสเงินสด)	(1,048,779.95)	(181,361.27)	264,890.42	877,917.62	1,216,488.28
IRR	16.64%				

ตารางที่ 5.22 แสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value – NPV)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ (จากงบกระแสเงินสด)	(1,048,779.95)	(181,361.27)	264,890.42	877,917.62	1,216,488.28
Present Value of NCF	(941,707.78)	(146,220.45)	191,761.58	570,664.54	710,013.87
NPV	212,141.76				

5.7 สมมุติฐานทางการเงิน

ตารางที่ 5.23 แสดงสมมุติฐานทางการเงิน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	หน่วย	หมายเหตุ
1	คิดค่าเสียหาย	20.00	%	ตามโครงสร้างภายในพื้นฐานรายได้บุคคลของประเทศไทย โดยไม่คำนึงถึงประกาศกรมสรรพากรในการยกเว้นภาษี
2	จ่ายเงินปันผล	10.00	%	ของกำไรสุทธิ
	เมื่อมีกำไรสุทธิเกิน	1,500,000.00	บาท	
3	ราคาหุ้น	5.00	บาท	
4	ผู้ให้บริการห้องเจาะเลือดโรงพยาบาลตำรวจประมาณปีละ	131,480.50	ราย	เฉลี่ยปี59-60 (เนื่องจากข้อมูลปี56-58 มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ)
5	ผู้ป่วยที่สนใจประมาณ	44.80	%	จากการสัมภาษณ์
6	คิดเป็นผู้ป่วยชำระเงินเอง	30.00	%	จากข้อมูลสถิติ รพ.ตำรวจ
7	ประชากรในพื้นที่A	45.00	%	จากการสัมภาษณ์
8	ประชากรในพื้นที่B	25.00	%	จากการสัมภาษณ์
9	ประชากรในพื้นที่C	15.00	%	จากการสัมภาษณ์
10	ประชากรนอกพื้นที่ให้บริการ	15.00	%	จากการสัมภาษณ์
11	ผู้ใช้บริการที่เลือกการรับบริการผ่านเว็บไซต์	20.00	%	จากการสัมภาษณ์
12	ผู้ใช้บริการที่เลือกการรับบริการผ่านเคาน์เตอร์	80.00	%	จากการสัมภาษณ์
13	อัตราการเติบโตของประชากรผู้สูงอายุ	2.00	%	นพ.ชวินทร์ ศิรินาค ผู้อำนวยการสำนักอนามัย กทม.
14	ผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านการเคลื่อนไหว	2.00	%	นพ.ชวินทร์ ศิรินาค ผู้อำนวยการสำนักอนามัย กทม.
15	จากการสำรวจเป็นประชากรในพื้นที่A	45.00	%	จากการสัมภาษณ์
16	คิดเป็นผู้ป่วยบัตรทอง	30.00	%	จากข้อมูลสถิติ รพ.ตำรวจ
17	จำนวนUserจากที่สนใจ	10.00	%	จากการสัมภาษณ์
18	พนักงาน 1 คนให้บริการได้	20.00	คน	ต่อวัน
19	ค่าประกันสังคม	5.00	%	จากเงินเดือน
20	สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนมีอายุการใช้งาน	5.00	ปี	
21	Tunique มีอายุการใช้งาน	2.00	ปี	
22	อัตราเงินเฟ้อ	1.38	%	จากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
23	แนวโน้มราคาน้ำมันเพิ่มขึ้น	3.70	%	ปตท.
24	นโยบายสินค้าคงคลัง	30.00	%	นโยบาย FIFO จากการสัมภาษณ์รักษาระดับอยู่ที่ 25-30%
25	โรงพยาบาลพันธมิตรคาดว่าจะมีปริมาณผู้ที่สนใจใกล้เคียงกับโรงพยาบาลตำรวจ โดยจะเลือกโรงพยาบาลที่มีขนาดใกล้เคียงกับโรงพยาบาลตำรวจ			

บทที่ 6

การจัดการความเสี่ยง และแนวทางรองรับความเสี่ยง

เพื่อให้ทางร้านสามารถปรับแผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย จึงได้มี
ประเมินการจัดการความเสี่ยง (Risk Management) โดยมีการประเมินมีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่

6.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market risk)

ความเสี่ยงด้านการตลาดที่คาดการณ์ไว้ อาจเกิดได้ 5 กรณี คือ

6.1.1 เมื่อยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้ เนื่องจากสินค้าไม่ตรงตามความต้องการ ของลูกค้า

วิธีแก้ไข คือ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น และทันท่วงที หรือ เพิ่มบริการเสริมที่สอดคล้องกับรูปแบบการบริการ

6.1.2 เมื่อยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้ เนื่องจากลูกค้าอาจไม่รู้จักร้าน หรือไม่มี Brand awareness

วิธีแก้ไข คือ ปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยให้พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์คุณลักษณะของการบริการ ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ กับลูกค้าโดยตรง (เนื่องจากโรงพยาบาลเป็นสถานที่ยอดนิยมที่ใช้เสียดัง จึงจะเป็นการแนะนำแบบบุคคลหรือแบบกลุ่ม) และมีการย้ายจุดแจกใบปลิวไปยังบริเวณหน้าโรงพยาบาลซึ่งมีคนพลุกพล่านมากกว่า

6.1.3 เมื่อยอดขายสูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้

วิธีแก้ไข คือ เพิ่มจำนวนพนักงานให้บริการ พนักงานทั่วไปและทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น โดยในขั้นแรกจะเป็นการให้เจ้าของหรือหัวหน้างานบริการออกไปให้บริการเพิ่มเติม จากนั้นรับสมัครในรูปแบบไม่ประจำ ซึ่งปกติประจำอยู่ห้องเจาะ

เลือดในโรงพยาบาลทั่วไปเพื่อชดเชยส่วนที่ขาดก่อนในเบื้องต้น จากนั้นจึงเพิ่มจำนวนพนักงาน โดยจะพิจารณาเพิ่มจำนวนตามรอบการสอบใบประกอบวิชาชีพเทคนิคการแพทย์ เนื่องจากเป็นช่วงที่นักเทคนิคการแพทย์ที่มีใบประกอบจะเข้าสู่ตลาดแรงงาน

6.1.4 คู่แข่งในการให้บริการเพิ่มขึ้น

เนื่องจากทางร้านอาศัยฐานลูกค้าในโรงพยาบาลตำรวจเป็นหลัก และอัตราการให้บริการมีราคาถูกกว่าอัตราการให้บริการของกลุ่มที่เป็นเอกชน จึงมีความเสี่ยงต่ำที่จะเกิดคู่แข่งทางตรงในการให้บริการจากฐานลูกค้าโรงพยาบาลตำรวจ

6.1.5 การหาพันธมิตรเพิ่มเติม

หากการดำเนินการเป็นไปอย่างราบรื่น และมีกำไรเกินกว่าที่กำหนด คาดว่าสามารถหาพันธมิตรเพิ่มเติมได้จากโรงพยาบาลรัฐเป็นอันดับแรก โดยคาดว่าโรงพยาบาลพันธมิตรอันดับต่อไปคือ โรงพยาบาลราชวิถี ซึ่งมีพื้นที่อยู่ในเขตใกล้เคียงกับโรงพยาบาลตำรวจ และมีจำนวนผู้ใช้บริการขนาดใกล้เคียงกัน⁴⁶

6.2 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

หากทางร้านเกิดการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ต้องใช้วิธีจัดทางกระแสเงินสดล่วงหน้าเพื่อดูประมาณการรายได้ รวมถึงต้องมีการใช้ระบบบัญชีเพื่อควบคุมต้นทุนสินค้า และต้องมีการประเมินผลทางบัญชีอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม หากจำเป็นต้องมีการระดมทุนเพิ่ม ทางร้านสามารถระดมทุนจากผู้ร่วมทุนได้

6.3 ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk)

ร้าน Blood D มีการดำเนินกิจการโดยไม่มีภาระให้เครดิตใด ๆ ดังนั้น ธุรกิจจึงไม่มีความเสี่ยงเรื่องเครดิตที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

⁴⁶ จากการสัมภาษณ์หัวหน้าสถานเวชศาสตร์ชั้นสูตร คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล วันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2561

6.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการที่คาดการณ์ไว้มี ดังนี้

6.4.1 พนักงานบริการอาจโหมเงิน หรือ ทรัพย์สิน จากการบริการ

วิธีแก้ไข คือ ควรมีการติดตั้งระบบติดตาม (GPS) ในทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูง เช่น รถจักรยานยนต์ มีการติดตามการชำระเงินผ่านระบบบัญชี และมีการเรียกเก็บใบเสร็จทุกครั้งเมื่อมีค่าใช้จ่ายที่พนักงานสำรองจ่ายในทุกวันหลังการส่งมอบงาน

6.4.2 ลูกค้านัดหมาย หรือ ยกเลิกกระทันหันโดยไม่แจ้งล่วงหน้า

วิธีแก้ไข คือ มีการโทรศัพท์ยืนยันนัดหมายล่วงหน้า (ตามแผนการดำเนินงานมีการโทรศัพท์ยืนยัน 3 วันก่อนการให้บริการ) ควรมีการบันทึกเป็นประวัติลงในระบบ เมื่อลูกค้าที่มีประวัติลงทะเบียนรับบริการให้ทำการโทรศัพท์ยืนยัน 2 ครั้ง (3 วันก่อนการให้บริการ และ 1 วันก่อนการให้บริการ) หากเกิดขึ้นอีกลูกค้าท่านนั้นจะต้องชำระเงินล่วงหน้าในการลงทะเบียน เพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการผิดนัดหมาย

6.4.3 พนักงานลาหยุดกระทันหัน

วิธีแก้ไข คือ สอบถามสาเหตุที่เกิดขึ้นผ่านทางโทรศัพท์ และมอบหมายให้หัวหน้างานบริการออกให้บริการแทน หรือหากหัวหน้างานบริการไม่สามารถให้บริการแทนได้ ให้เจ้าของร้านออกให้บริการแทนในทันที

6.4.4 วัตถุดิบในการให้บริการราคาสูงขึ้น

วิธีแก้ไข คือ หาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ ที่มีคุณภาพเทียบเท่าหรือใกล้เคียงมาใช้ในกระบวนการผลิต หรือ อาจลงทุนในการผลิตในวัตถุดิบที่สามารถจำหน่ายต่อได้ง่าย และต้นทุนต่ำ โดยการทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนในแต่ละแบบ การติดตามราคาวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิตได้

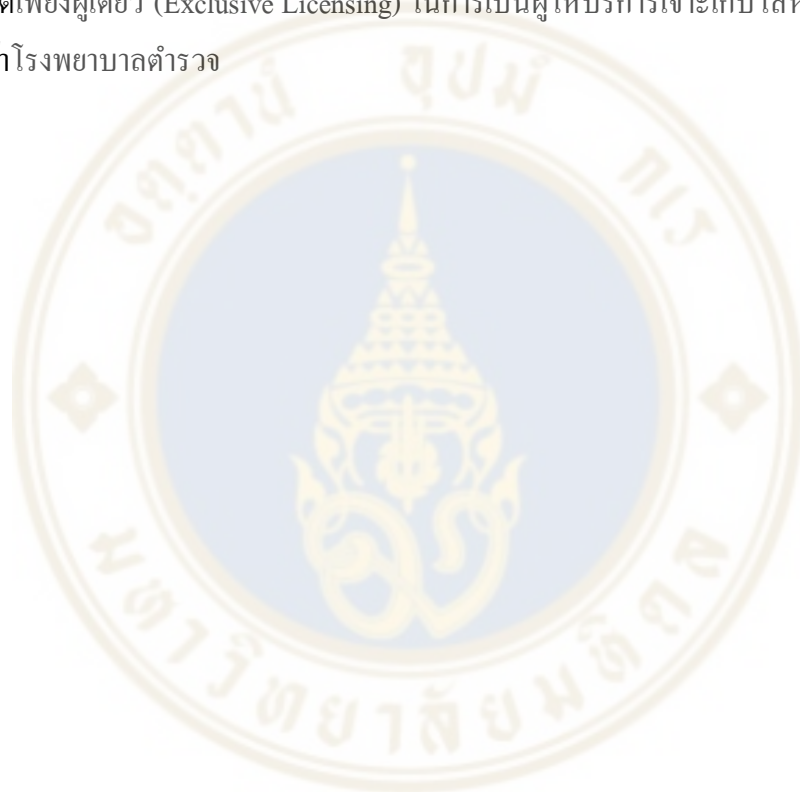
6.5 ความเสี่ยงด้านสัญญา

6.5.1 สัญญาเช่าพื้นที่ไม่ได้รับการต่ออายุ

วิธีแก้ไข คือ ทำการขอต่อสัญญาที่มีอายุสัญญามากกว่า 1 ปี หรือ หากมีเหตุจำเป็นให้ทำสัญญาในพื้นที่อาณาเขตโรงพยาบาลในส่วนอื่นทดแทน

6.5.2 โรงพยาบาลต้องการให้บริการเอง

วิธีแก้ไข คือ ทำสัญญาที่มีอายุสัญญามากกว่า 3 ปี โดยใช้สัญญาที่มีลักษณะอนุญาตให้ใช้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Licensing) ในการเป็นผู้ให้บริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่จากฐานลูกค้าโรงพยาบาลตำรวจ



บรรณานุกรม

- กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2560). *ข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงอายุประเทศไทย ปี 2559*. ค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2561 จาก http://www.dop.go.th/download/knowledge/knowledge_th_20170707092742_1.pdf
- กรุงเทพธุรกิจ. (2561). เงินเฟ้อ มี.ย.เพิ่ม1.38% พลังงานพุ่ง. ค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2561 จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/806453>
- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2559). *สถิติสาธารณสุข พ.ศ. 2559*. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2561 จาก http://bps.moph.go.th/new_bps/sites/default/files/health_strategy2559.pdf
- แบรนด์อินไซด์. (2561). แนวโน้มราคาน้ำมันจะปรับขึ้น กลุ่ม ปตท. เลยวิเคราะห์สถานการณ์ราคาน้ำมันโลกบนความผันผวน. ค้นเมื่อ 6 กรกฎาคม 2561 จาก <https://brandinside.asia/ptt-petroleum-outlook-forecast/>
- เทวัญ ทักวงษ์ศรี. (2559). *ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน รายงานสถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ไตรมาส 2 ปี 2559 ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน*. ค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2561 จาก https://www.gsb.or.th/getattachment/65c6a47b-9e1e-4dc9-9356-97e467a0e2eb/Info_%E0%B8%98%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B8%9A%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%8A%E0%B8%99.aspx
- ปิยะนุช สถาพงศ์ศักดิ์. (2559). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2559-61 ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน วิจัยกรุงศรี ธนาคารกรุงศรี*. ค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2561 จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/c1c6a542-0fad-440f-bd4b-2bad5501378d/IO_Hospital_2016_TH.aspx
- พระราชบัญญัติวิชาชีพเทคนิคการแพทย์. (2547, 12 ตุลาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 121 ตอนพิเศษ 65 ก. หน้า 22-33.

- พวงผกา มะเสนา และ รองศาสตราจารย์ ประพนธ์ นันทิยะกุล. (2557). การบริหารจัดการการบริการ
ที่มีคุณภาพในโรงพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย
อีสเทิร์นเอเชีย, 4(1), 88-101
- พูลสุข นิลกิจทรานนท์. (2560). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2561-63 ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน
วิจัยกรุงศรี ธนาคารกรุงศรี. ค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2561 จาก
[https://www.krungsri.com/bank/getmedia/3308e1d8-3dd5-4799-848c-
b9ffea862dbe/IO_Private_Hospital_2017_TH.aspx](https://www.krungsri.com/bank/getmedia/3308e1d8-3dd5-4799-848c-b9ffea862dbe/IO_Private_Hospital_2017_TH.aspx)
- โรงพยาบาลตำรวจ. (2559). รายงานสถิติโรงพยาบาลตำรวจ ประจำปี พ.ศ.2559. ค้นเมื่อ 13
กุมภาพันธ์ 2561 จาก
<http://www.policehospital.org/content/news.php?ID=3962&dept=25>
- โรงพยาบาลตำรวจ. (2560). สถิติพื้นฐาน รพ.ตร. ประจำเดือน มกราคม - มิถุนายน 2560. ค้นเมื่อ
13 กุมภาพันธ์ 2561 จาก
<http://www.policehospital.org/content/news.php?ID=3732&dept=25>
- ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล. คุณภาพการให้บริการ โรงพยาบาลทั่วไปของรัฐบาล ในเขตจังหวัด
ปทุมธานี. รายงานการค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 2554.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม ,สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ และสำนักงาน
คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ. (2559). สุขภาพคนไทย. นครปฐม: บริษัท
อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด
- สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2558). ประชากรสูงอายุไทย
: ปัจจุบันและอนาคต เอกสารประมวลสถิติด้านสังคม 1/2558. ค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์
2561 จาก https://www.m-society.go.th/article_attach/13225/17347.pdf
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2555). การสำรวจ
โรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชน. ค้นเมื่อ 6กุมภาพันธ์ 2561 จาก
<http://service.nso.go.th/nso/web/survey/surpop2-4-6.html>
- สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ. (2559). สถิติ 2559
กรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2561 จาก
[http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/Logo/statistic/stat%202559Thai%20\(1\).pdf](http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/Logo/statistic/stat%202559Thai%20(1).pdf)

สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค. (2558). *สถานการณ์โรคไม่ติดต่อและการบาดเจ็บ*. ใน, *รายงานประจำปี 2558*. (หน้า 11-14). กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ความต้องการต่อการบริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการวิจัยด้านความต้องการต่อการบริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่ของผู้เข้ารับบริการโรงพยาบาลตำรวจ โดยแบบสอบถามชุดนี้ ประกอบไปด้วยคำถาม 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความต้องการต่อการบริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามให้สมบูรณ์เพื่อเป็นประโยชน์แก่การวิจัยนี้ ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือและสละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

เพศ หญิง ชาย

อายุ [.....] ปี

สถานะ ผู้เข้ารับบริการการตรวจรักษา ญาติผู้เข้ารับบริการ

สิทธิการรักษา ประกันสังคม กรมบัญชีกลาง 30 บาท
 รัฐวิสาหกิจ ชำระเงินเอง

วิธีการเดินทาง

.....

.....

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ไป-กลับ) [.....] บาท/ครั้ง

ที่พักอาศัย เขต.....จังหวัด.....

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับความต้องการต่อการบริการเจาะเก็บโลหิตนอกสถานที่

เวลาท่านมาโรงพยาบาลท่านมากับใครเป็นส่วนใหญ่

- คู่สมรส ลูก-หลาน ผู้ดูแลที่จ้าง เพื่อน/เพื่อนบ้าน
 มาคนเดียว อื่น ๆ โปรดระบุ

ในบ้านของท่านมีผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาลตำรวจ คน (ยกเว้นตัวท่าน)

ในพื้นที่ที่ท่านอยู่อาศัยมีผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาลตำรวจ คน (ที่ท่านทราบ)

ท่านมาโรงพยาบาลบ่อยแค่ไหน [.....] ครั้ง ต่อ (สัปดาห์ / เดือน / ปี)

ในการมาโรงพยาบาลแต่ละครั้งท่านทำอะไรบ้าง

.....

.....

.....

ท่านเคยมาโรงพยาบาลเพื่อเจาะเลือดเพียงอย่างเดียวหรือไม่

- เคย ไม่เคย

ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ

บริการเจาะเก็บโลหิตที่บ้าน โดยผู้ประกอบวิชาชีพ ซึ่งทำการเก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากค่าบริการปกติ และจะต้องทำการนัดวันและเวลาล่วงหน้า ซึ่งการเจาะเก็บตัวอย่างเลือดดังกล่าวจะนำส่งทำการตรวจวิเคราะห์ที่ห้องปฏิบัติการโรงพยาบาลตำรวจ และท่านสามารถมารับผลที่โรงพยาบาลตำรวจได้ในวันที่ท่านมาพบแพทย์ที่โรงพยาบาลตำรวจ

จากข้อมูลดังกล่าวโปรดพิจารณา และแสดงความเห็นในคำถามต่อไปนี้

ท่านสนใจที่จะใช้บริการดังกล่าวหรือไม่

สนใจ

ไม่สนใจ

เพราะ

สำหรับการบริการดังกล่าวท่านยินดีจ่ายในราคาเท่าไร? [.....] บาท/ครั้ง

ท่านคิดว่าบริการดังกล่าวควรมีการจองวันและเวลาผ่านช่องทางใด

ตั้งบูธสำหรับจองวันและเวลาที่โรงพยาบาล

โทรศัพท์สำหรับจองวันและเวลา

สำหรับจองวันและเวลาด้วยระบบเว็บไซต์

อื่น ๆ โปรดระบุ

ท่านคิดว่าบริการดังกล่าวควรมีการชำระเงินแบบใด

- วันชำระ ชำระเงินในวันที่ทำการนัดหมาย ชำระเงินในวันที่ได้รับบริการ

- รูปแบบ เงินสด บัตรเครดิต โอนเงินผ่านธนาคาร

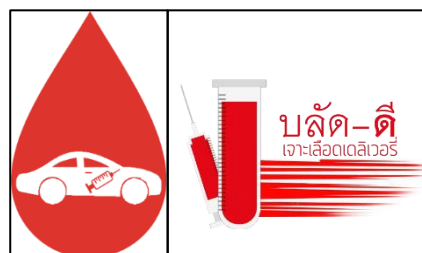
ท่านคิดว่าชื่อแบรนด์ “BloodColl Delivery/บลัดคอล เดลิเวอรี่”

- จดจำได้ง่าย ใช่ ไม่ใช่

- สื่อถึงบริการได้ ใช่ ไม่ใช่

ท่านคิดว่าโลโก้ดังกล่าวสื่อถึงอะไร

.....



ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับบริการดังกล่าวในเรื่องใดบ้าง

- ความปลอดภัยด้านการรักษาข้อมูล
- ความปลอดภัยด้านทรัพย์สิน
- ความปลอดภัยด้านการให้บริการ
- ความชำนาญของผู้ให้บริการ
- ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ
- คุณภาพของผลการตรวจวิเคราะห์
- ราคาในการให้บริการ
- ความสะดวกในการใช้บริการ
- อื่น ๆ โปรดระบุ

สามคำที่ท่านคิดถึงบริการเจาะเก็บโลหิต.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ตารางที่ 1 แสดงการคำนวณ WACC

Item	Tax Rate	Cost of Debt	Cost of Equity*	WACC
Cost of Debt		0.0%		
Tax	20%	0.8		
Net Cost of Debt		0.0%		
Net Cost of Equity			11.4%	
Multiplied by Weighted Rate of Capital Structure		0.00	1.00	
Weighted Average Cost of Capital (WACC)				11.37%

ตารางที่ 2 แสดงการคำนวณ Net Cost of Equity

Item	Assumption
Market Rate of Return	11.37%
Risk-Free Rate	1.82%
Beta	1
Net Cost of Equity	11.4%

ตารางที่ 3 แสดงกระแสเงินสดสุทธิรวมของโครงการฯ

Timeline:	0	1	2	3	4	5
เงินลงทุนเริ่มแรกในสินทรัพย์ถาวร	(172,370)					
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ (จากงบกระแสเงินสด)		(1,048,780)	(181,361)	264,890	877,918	1,216,488
กระแสเงินสดสุทธิรวมของโครงการฯ	(172,370)	(1,048,780)	(181,361)	264,890	877,918	1,216,488
ต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ย หรือ WACC	11.4%					

ตารางที่ 4 แสดงการคำนวณ NPV

	NPV =	PVNCF	-	Investment
NPV (Normal)	212,141.76	384,511.76	-	(172,370)

ตารางที่ 5 แสดงการคำนวณ IRR

IRR	16.6%
-----	-------

ตารางที่ 6 แสดงการคำนวณ Payback Period

Timeline:	Payback (year)	0	1	2	3	4	5
Total Net Cash Flow		(172,370)	(1,048,780)	(181,361)	264,890	877,918	1,216,488
Accumulated Net Cash Flow		(172,370)	(1,221,150)	(1,402,511)	(1,137,621)	(259,703)	1,129,155
Payback Period	4.21						

ตารางที่ 7 แสดงการคำนวณ Discounted Payback Period

Timeline:	Payback (year)	0	1	2	3	4	5
Total Net Cash Flow		(172,370)	(1,048,780)	(181,361)	264,890	877,918	1,216,488
Present Value of NCF		(172,370)	(941,708)	(146,220)	191,762	570,665	710,014
Accumulated Net Cash Flow		(172,370)	(1,114,078)	(1,260,298)	(2,206,157)	(497,872)	384,512
Discounted Payback Period	4.70						