

แผนธุรกิจการบริการที่ช่วยในการบริหารยาในผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง



ธำปนพงษ์ อินทรชาติ

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจการบริการที่ช่วยในการบริหารยาในผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่



.....
นายฐาปนพงษ์ อินทรชาติ
ผู้วิจัย

.....
กิตติชัย ราชมหา,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ณัฐวดี พิมพา,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
ดวงพร อาภาศิลป์,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
ชาคริต พิชญางกูร,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจการบริการที่ช่วยในการบริหารยาในผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง
ได้รับความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ดร.กิตติชัย ราชมหา ที่ช่วยแนะนำและตรวจสอบสารนิพนธ์
เล่มนี้ และขอขอบคุณ ดร.ณัฐวุฒิ พิมพา ที่ให้คำแนะนำปลดล็อกหลังจากที่ติดอยู่กับ Segmentation
ในหัวข้อการตลาดอยู่เป็นระยะเวลาพักหนึ่ง

ขอบคุณ ทรงกลด แสงวรทิพย์ ที่ช่วยออกแนวคิดการพัฒนาธุรกิจ เป็นประโยชน์มาก ๆ
เลย และเพื่อน ๆ อีกหลายคนที่มีใจกันนัดทำเล่มทั้งในร้านกาแฟและร้านจิ้มจุ่มพหล

ขอบคุณคนไข้ทุกคนที่เป็นแรงบันดาลใจทำให้เกิดแผนธุรกิจนี้ขึ้นมา ปัญหาของคนไข้
ที่ได้บอกเล่าออกมา เป็นสิ่งที่เภสัชกรคนนึงอยากจะแก้ไขให้ทุกคนได้มีมารับประทานยาที่ง่ายขึ้น

ขอบคุณพ่อแม่ที่เข้าใจว่าอยากทำอะไรมาตลอดโดยไม่บังคับเลย

สุดท้ายขอขอบคุณ passion ของตัวเองที่ยังคงอยู่ตลอด

ฐาปนพงษ์ อินทรชาติ

แผนธุรกิจบริการที่ช่วยในการบริหารยาในผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

ADMINISTRATIVE MEDICINE SERVICE IN NCDs PATIENTS

ฐาปนพงษ์ อินทรชาติ 6050372

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: กิตติชัย ราชมหา, Ph.D., ญัฐวุฒิ พิมพา, Ph.D., ชاکริต พิษญาญกูร, Ph.D.

บทคัดย่อ

บริษัท พิลส์ จำกัด (Pills Co., Ltd) เป็นบริษัทที่ให้บริการการบริหารยาในผู้ป่วย NCDs ซึ่งปัญหาของผู้ป่วยกลุ่มนี้คือ มียาที่ต้องรับประทานในแต่ละวันหลายชนิดและจำนวนมาก ทำให้มีข้อผิดพลาดในการรับประทานยา เช่น การลืมรับประทานยา รับประทานยาผิดชนิดผิดเวลา ซึ่งมีผลต่อการควบคุมโรคของผู้ป่วย

บริษัท พิลส์ จำกัด จึงให้บริการที่ทำให้การรับประทานยาสะดวกมากขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีการแพทย์ที่เรียกว่า Autopack โดยจะจัดยาในลักษณะเรียงตามมือลำดับการกิน โดยยาจะถูกจัดรวมกันใน 1 ซองเหมือนยาชุดและเรียงตามมือการกินที่แตกต่างกันในแต่ละมือ และเรียงตามลำดับการรับประทานตลอดระยะเวลา 1 เดือน นอกจากการบริการแล้วยังมี application ที่ทำงานส่งเสริมกัน โดยจะเก็บข้อมูลการรับประทานยา โดยที่ผู้ป่วยสามารถนำไปแสดงที่โรงพยาบาลหรือร้านยาไหนก็ได้

บริษัทใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 3,000,000 บาท จากการประเมินแผนการลงทุนในระยะ 5 ปี สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 6,238,967.25 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 49.2 พบว่า โครงการนี้สามารถคืนทุน (PB) ได้ในระยะเวลา 2 ปี 9 เดือน และระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (DPB) ได้ในระยะเวลา 2 ปี 11 เดือน ดังนั้นจึงคุ้มค่าในการลงทุน

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ/ โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง/ การบริหารยา

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 รูปแบบธุรกิจและบทวิเคราะห์การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ	1
1.1 บทนำการวิเคราะห์โอกาสและความน่าสนใจที่มีต่อรูปแบบธุรกิจนวัตกรรม	1
1.2 แผนการวิเคราะห์และข้อมูลสนับสนุนประเด็นปัญหาของลูกค้าที่พบ	2
1.3 แผนการนำเสนอทางเลือกใหม่เพื่อแก้ไขและความต้องการลูกค้า	3
1.4 แผนการประเมินการศึกษาความเป็นไปได้ของทางเลือกใหม่ที่นำเสนอ	3
1.4.1 วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และการบริการ	3
1.4.2 วิเคราะห์อุตสาหกรรมยา	4
1.5 วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Forces Analysis)	6
1.5.1 แรงผลักดันที่ 1 อุปสรรคในการเข้าอุตสาหกรรม (Threat of New Entrants)	7
1.5.2 แรงผลักดันที่ 2 อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier)	7
1.5.3 แรงผลักดันที่ 3 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)	7
1.5.4 แรงผลักดันที่ 4 การคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of Substitute)	7
1.5.5 แรงผลักดันที่ 5 อุปสรรคในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)	8
1.6 การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)	8
1.6.1 กิจกรรมหลัก (Primary activities) แบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้	9
1.6.2 กิจกรรมสนับสนุน (Supportive Activities) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน	9

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
1.7 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	10
1.7.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน - จุดแข็ง (Strengths)	10
1.7.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน - จุดอ่อน (Weakness)	10
1.7.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก - โอกาส (Opportunities)	11
1.7.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก - อุปสรรค (Threats)	11
1.8 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจ	11
1.9 วิสัยทัศน์ / ภารกิจ / เป้าหมายในการทำธุรกิจ	12
1.9.1 วิสัยทัศน์ (Vision)	12
1.9.2 พันธกิจ (Mission)	12
1.9.3 เป้าหมายธุรกิจ (Business Goals)	13
1.10 ตัวแบบธุรกิจขั้นแนวความคิดรูปแบบธุรกิจแบบลีน หรือ Lean Business Model Canvas	13
1.10.1 ปัญหาของลูกค้า (Problem)	13
1.10.2 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)	14
1.10.3 การแก้ไขปัญหา (Solutions)	14
1.10.4 คุณประโยชน์ของสินค้าที่โดดเด่นต่างจากคู่แข่ง (Unique Value Proposition)	14
1.10.5 ความได้เปรียบที่โดดเด่นหรือเหนือกว่าคู่แข่ง (Unfair Advantage)	14
1.10.6 การวัดผล (Key Metrics)	15
1.10.7 ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (Channels)	15
1.10.8 รูปแบบการหารายได้ (Revenue Stream)	15
1.10.9 ต้นทุน (Cost Structure)	15
1.11 แหล่งข้อมูลและสมมติฐานในการพัฒนาตัวแบบธุรกิจขั้นแนวคิด Lean Business Model Canvas	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2	
ข้อมูลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	18
2.1 รูปแบบการวิจัย	18
2.2 กำหนดประชากรและการเลือกตัวอย่าง	18
2.2.1 ประชากร (Population)	18
2.2.2 ตัวอย่าง (Sampling Units)	18
2.3 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	19
2.4 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล	19
2.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	19
2.6 ลักษณะแบบสัมภาษณ์	19
2.7 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	20
2.7.1 การรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้	20
2.7.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	20
2.8 ขอบเขตการวิจัย	20
2.9 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)	21
2.10 สรุปผลการศึกษาวิจัย	21
2.10.1 แบบสัมภาษณ์ผู้ป่วย	21
2.10.2 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร โรงพยาบาล	21
2.10.3 แบบสัมภาษณ์เจ้าของร้านขายยา	22
บทที่ 3	
แผนการตลาด	23
3.1 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmentation, Target, Positioning)	23
3.1.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)	23
3.1.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)	23
3.1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)	24
3.2 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง (Competitor and Competition Analysis)	24
3.2.1 Pillpack	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.2 ScriptAssistrx	25
3.2.3 divyDOSE	26
3.2.4 Carezone	26
3.3 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	27
3.3.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)	27
3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	27
3.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place)	28
3.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (IMC)	28
3.3.5 กลยุทธ์ด้านการจัดการพนักงาน (People)	28
3.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	28
3.3.7 กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	28
บทที่ 4 แผนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา	30
4.1 บทวิเคราะห์การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับกระบวนการ	30
4.1.1 ประเภทของเทคโนโลยี	30
4.1.2 ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีในการนำมาปรับใช้จริง	30
4.2 บทวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือกระบวนการ	31
4.2.1 ระดับความใหม่ของนวัตกรรม	31
4.2.2 ประเภทของนวัตกรรม	31
4.2.3 แนวทางการต่อยอดการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์หรือสังคม	31
4.3 แผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องและการหาประโยชน์ด้านทรัพย์สิน ทางปัญญา	32
4.3.1 เครื่องหมายการค้า (Trademark)	32
4.4 แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร	34
5.1 โครงสร้างองค์กรและสถานะบุคลากรและบทบาทหน้าที่	34
5.1.1 ข้อมูลทางธุรกิจ	34
5.1.2 โครงสร้างองค์กร	34
5.2 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลา	35
บทที่ 6	
แผนการบริหารจัดการผลิตหรือการให้บริการ	36
6.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรที่เกี่ยวข้องและจำเป็นเพื่อจัดการผลิต/บริการ	36
6.1.1 รายละเอียดขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท	36
6.2 แผนการดำเนินงานของธุรกิจ	37
6.2.1 คนใช้ใส่ข้อมูลการรับประทานยาผ่าน Website/Application	38
6.2.2 ตรวจสอบโดยเภสัชกร	38
6.2.3 ป้อนข้อมูลการรับประทานยาเข้าเครื่อง Autopack	38
6.2.4 นำของยาที่ได้ไปบรรจุใส่กล่อง	38
6.2.5 จัดส่งให้กับคนใช้	38
6.3 ร้านยาในเครือข่าย	38
บทที่ 7	
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการนำข้อมูลคนใช้ไปใช้	39
7.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจ	39
7.1.1 โรงพยาบาล	39
7.1.2 ร้านยา	39
7.1.3 คนใช้	40
7.2 การนำข้อมูลคนใช้ไปใช้ในอนาคต (Data Enrichment)	40
7.2.1 โรงพยาบาล	40
7.2.2 ร้านยา	40
7.2.3 บริษัทประกันภัย	41

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 8	แผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน	42
	8.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่า การลงทุนในโครงการ	42
	8.1.1 สมมติฐานด้านการเงิน	42
	8.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	43
	8.1.3 สมมติฐานทางการเงิน	43
	8.1.4 การประมาณการรายได้	45
	8.1.5 การประมาณการต้นทุน	45
	8.1.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	46
	8.1.7 ค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่ายส่วนการบริหารและการขาย	47
	8.2 แผนการเงินกรอบเวลา 5 ปี (จำแนกรายปี)	48
	8.2.1 แผนการเงินประเภทงบกำไรขาดทุน (Income Statement)	48
	8.2.2 แผนการเงินประเภทงบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flows)	49
	8.2.3 แผนการเงินประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน (Financial Statement)	50
	8.3 การประเมินผลการเงินและสรุปผลประเมินโครงการการลงทุน	51
	8.3.1 ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC)	51
	8.3.2 มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value : NPV)	52
	8.3.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	53
	8.3.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	53
	8.3.5 ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	53
	8.3.6 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความคุ้มค่าการลงทุน	53
บทที่ 9	แผนบริหารจัดการความเสี่ยง	54
	9.1 บทวิเคราะห์ระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	54
	9.1.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)	54
	9.1.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
9.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	55
บรรณานุกรม	57
ภาคผนวก	58
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง	59
ภาคผนวก ข ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	67
ภาคผนวก ค เอกสารการขออนุญาตจริยธรรมงานวิจัย IRB	78
ประวัติผู้วิจัย	82



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	สรุปการวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือแรงกดดันทั้ง 5 ประการ (Five Forces Analysis)	8
1.2	การวิเคราะห์แบบธุรกิจจากแนวคิด Lean Canvas ของ Pills Co.,Ltd	16
3.1	การวิเคราะห์คู่แข่งของ Pills	27
4.1	รายการทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท พิลส์ จำกัด	32
4.2	แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร	33
5.1	รายชื่อพนักงานของบริษัท พิลส์ จำกัด	35
5.2	แสดงจำนวนหุ้นของหุ้นส่วนทั้งหมด	35
8.1	แสดงรายละเอียดของเงินลงทุน	42
8.2	แสดงผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการลงทุน	43
8.3	สมมุติฐานทางการเงิน	43
8.4	แสดงประมาณการรายได้ ปีที่ 1-5	45
8.5	แสดงประมาณการต้นทุน ปีที่ 1-5	45
8.6	แสดงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตั้งแต่ปีที่ 1-5	46
8.7	แสดงค่าใช้จ่ายบริหารตั้งปีที่ 1-5	46
8.8	แสดงค่าใช้จ่ายการตลาดตั้งปีที่ 1-5	47
8.9	แสดงค่าเสื่อม ปีที่ 1-5	47
8.10	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1-5	48
8.11	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดปีที่ 1-5	49
8.12	แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินปีที่ 1-5	50
8.13	การประเมินผลการเงินและสรุปผลประเมินโครงการการลงทุน	51
9.1	แสดงแผนบริหารจัดการความเสี่ยง	55

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แสดงอัตราการตายในช่วงอายุ 30 – 69 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2555 – 2558 ต่อประชากร 100,000 คน	1
1.2 แสดงความสามารถในการควบคุมโรคของผู้ป่วย	2
1.3 แสดงมูลค่าการจำหน่ายยาของไทย	4
1.4 แสดงจำนวนผู้ป่วยที่เป็นโรคเรื้อรังต่าง ๆ ในประเทศไทย	5
1.5 แสดงงบประมาณของรัฐที่ใช้ในสวัสดิการของผู้สูงอายุ	5
1.6 แสดงแนวโน้มค่าใช้จ่ายการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐและเอกชน	6
1.7 แสดงการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจ (Five Forces Analysis)	7
1.8 แสดงโครงสร้างการวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า Value Chain Model	8
1.9 SWOT Analysis	10
1.10 แสดงขั้นตอนการจดทะเบียนบริษัท	12
3.1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับคู่แข่งของ Pills	24
3.2 แสดงลักษณะ packaging ที่ pillpack ส่งให้กับคนไข้	25
3.3 แสดงลักษณะ packaging ที่ ScriptAssistrx ให้บริการ	25
3.4 แสดงลักษณะ packaging ที่ divvyDOSE ให้บริการ	26
3.5 แสดงลักษณะการถ่ายภาพจากแอปพลิเคชัน ของ Carezone	26
4.1 แสดงลักษณะเครื่อง Autopack	31
5.1 โครงสร้างองค์กรบริษัท พิลส์ จำกัด	34
6.1 ขั้นตอนการจัดตั้ง บริษัท พิลส์ จำกัด	36
6.2 แสดงการดำเนินงานของธุรกิจ	37

บทที่ 1

รูปแบบธุรกิจและบทวิเคราะห์การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ

1.1 บทนำการวิเคราะห์โอกาสและความน่าสนใจที่มีต่อรูปแบบธุรกิจนวัตกรรม

สถานการณ์ปัจจุบันกลุ่มโรคไม่ติดต่อเป็นปัญหาสุขภาพสุขภาพอันดับหนึ่งของโลก และอันดับหนึ่งในประเทศไทย โดยกลุ่มโรคไม่ติดต่อหลักสำคัญ ได้แก่ โรคหัวใจและหลอดเลือด, โรคเบาหวาน, โรคมะเร็ง, และโรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง ประชากรที่เป็นกลุ่มเสี่ยงและป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลอัตราการตายในช่วงอายุ 30 – 69 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2555 – 2558 โรคหลอดเลือดสมองมีการเพิ่มขึ้นมากที่สุด จาก 33.4 เป็น 40.9 ต่อประชากร 100,000 คน รองลงมา คือ โรคหัวใจขาดเลือด, โรคเบาหวาน และ โรคทางเดินหายใจอุดกั้นเรื้อรัง ตามลำดับ

4 โรคไม่ติดต่อสำคัญ	พ.ศ. 2555			พ.ศ. 2558		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
1. โรคหลอดเลือดสมอง (I60-I69)	33.4	46.3	21.3	40.9	56.8	25.9
2. โรคเบาหวาน (E10-E15)	13.2	11.8	14.5	17.8	17.0	18.5
3. โรคหัวใจขาดเลือด (I20-I25)	22.4	32.5	12.9	27.8	40.5	15.8
4. โรคทางเดินหายใจอุดกั้นเรื้อรัง (J40-J44)	3.8	6.0	1.7	4.5	7.4	1.7

ที่มา: สำนักโรคไม่ติดต่อ ประมวลผลข้อมูลทะเบียนการตาย จากสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข

ภาพที่ 1.1 แสดงอัตราการตายในช่วงอายุ 30 – 69 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2555 – 2558 ต่อประชากร 100,000 คน

ที่มา: กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค (2560)

จากรายงานการสำรวจสุขภาพประชาชนโดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 5 ในปี 2557 พบการป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเพิ่มขึ้น หนึ่งในสามของประชาชนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปป่วยเป็นโรคไม่ติดต่อสำคัญ ความชุกของเบาหวาน เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.9 ในปี พ.ศ. 2552 เป็นร้อยละ 8.9 คิดเป็นจำนวนประมาณ 4.8 ล้านคน โดยในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นปีละประมาณ 300,000 คน ความชุกของความดันโลหิตสูง เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.4 ในปี พ.ศ. 2552 เป็นร้อยละ 24.7 คิดเป็นจำนวนประมาณ 13 ล้านคน โดยในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นปีละประมาณ 600,000 คน

จากข้อมูลจะพบว่า ทั้งอัตราการเกิดโรคและอัตราการตายเพิ่มขึ้นอย่างสอดคล้องกัน ปัญหาสำคัญมาจากการควบคุมโรคของผู้ป่วยไม่ดีเท่าที่ควร จึงเกิด โรคแทรกซ้อนที่ทำให้เสียชีวิตได้

เขตสุขภาพ	โรคเบาหวาน			โรคความดันโลหิตสูง		
	จำนวนผู้ป่วย	ควบคุมได้ดี	ร้อยละ	จำนวนผู้ป่วย	ควบคุมได้ดี	ร้อยละ
เขตสุขภาพที่ 2	172,948	61,434	35.52	429,054	216,550	50.47
เขตสุขภาพที่ 3	154,013	49,973	32.45	385,770	170,371	44.16
เขตสุขภาพที่ 4	245,590	66,342	27.01	535,350	183,694	34.31
เขตสุขภาพที่ 5	265,637	79,603	29.97	600,362	258,279	43.02
เขตสุขภาพที่ 6	246,552	79,312	32.17	525,049	183,114	34.88
เขตสุขภาพที่ 7	283,842	56,590	19.94	419,987	200,765	47.80
เขตสุขภาพที่ 8	275,763	52,816	19.15	422,673	207,578	49.11
เขตสุขภาพที่ 9	297,468	90,073	30.28	581,042	268,164	46.15
เขตสุขภาพที่ 10	205,879	60,107	29.20	348,085	181,498	52.14
เขตสุขภาพที่ 11	179,017	52,852	29.52	419,899	161,915	38.56
เขตสุขภาพที่ 12	171,475	38,683	22.56	443,391	148,055	33.39
รวม	2,778,745	747,362	26.90	5,856,011	2,444,171	41.74

หมายเหตุ ::

วันที่ประมวลผล :: 27 กุมภาพันธ์ 2562

ภาพที่ 1.2 แสดงความสามารถในการควบคุมโรคของผู้ป่วย

ที่มา: กระทรวงสาธารณสุข, 2562 (<https://tinyurl.com/yy25kxd8>)

อย่างไรก็ดี จากเหตุดังกล่าวในข้างต้นจึงนำมาสู่ช่องว่างที่เกิดจากปัญหาเพื่อที่จะนำมาสู่การพัฒนาแนวคิดรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบโจทย์ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว และเพื่อให้การพัฒนา รูปแบบธุรกิจสามารถตอบสนองให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานและลูกค้าที่มีความประสงค์ ในการใช้บริการตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการสนับสนุนการดำเนินงานตามรูปแบบธุรกิจ จึงเป็น เหตุผลที่นำมาสู่วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยปัจจัยพฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดของ ผู้ใช้บริการและลูกค้า ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อที่จะได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบ และปรับปรุงรูปแบบธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ ลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้ รูปแบบธุรกิจมีประสิทธิภาพต่อการปรับใช้ในภาคปฏิบัติต่อไป

1.2 แผนการวิเคราะห์และข้อมูลสนับสนุนประเด็นปัญหาของลูกค้าที่พบ

1. ผลสำรวจเบื้องต้น (Preliminary Survey) เกี่ยวกับปัญหาการรับประทานยาของคนไข้ที่เป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง พบว่าผู้ป่วยมีปัญหาเรื่องการลืมรับประทานยา, มีความสับสนในการรับประทานยา และใช้เวลารอการรักษาในโรงพยาบาลนาน

2. แก้ไขปัญหาในปัจจุบัน

ผู้ป่วยใช้วิธีการซื้อกล่องที่ระบุวัน แล้วจัดยาใส่กล่องอีกที และมีการจดบันทึกเดือนการรับประทานยา

1.3 แผนการนำเสนอทางเลือกใหม่เพื่อแก้ไขและความต้องการลูกค้า

จากการศึกษาข้อมูลในขั้นต้นของการพัฒนาแนวคิดธุรกิจที่เปิดเผยไว้จากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมา (Meera Viswanathan et al., 2012) พบว่าสาเหตุหลักของการควบคุมโรคไม่ได้ของผู้ป่วยทางด้านการบริการยา คือ การลืมกินยา, กินยาผิด และกินผิดเวลา เนื่องจากคนไข้ที่เป็นโรคเรื้อรังตั้งแต่ 2 โรค ขึ้นไป จะต้องใช้ยาอย่างน้อย 4 ชนิด และเป็นผู้ป่วยที่รีฟิลา เพื่อหลีกเลี่ยงการแพ้ยาที่อาจเกิดขึ้นในผู้ป่วยใหม่ได้ ซึ่งวิธีการรับประทานยาจะเป็นปัญหาอย่างมากสำหรับผู้ป่วย จึงต้องการที่จะแก้ไขปัญหาดังนี้ โดย

1. จัดยาเป็นซองเล็ก ๆ ปรับตามการบริหารยาของผู้ป่วยแต่ละคน
2. เรียงลำดับซองยาตามการรับประทานของผู้ป่วย ตั้งแต่เมื่อแรกจนถึงมือสุดท้ายของวัน

ต่อเนื่องจนครบ 1 เดือน

3. เมื่อครบ 1 เดือน จะมีการรีฟิลา โดยจัดส่งไปให้ถึงบ้าน พร้อมเรียงลำดับการกิน

เหมือนเดิม

1.4 แผนการประเมินการศึกษาความเป็นไปได้ของทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจ

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

1.4.1 วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และการบริการ

จากการศึกษาผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากผลิตภัณฑ์และการบริการ คือ โรงพยาบาล, ร้านยา และผู้ป่วย โดยโรงพยาบาลจะได้ประโยชน์จากส่วนแบ่งค่าธรรมเนียมการบริการที่ได้จากผู้ป่วย นอกเหนือจากค่ายาและช่วยลดความแออัดที่เกิดขึ้นในโรงพยาบาล ส่วนร้านยาที่อยู่ในเครือข่ายจะได้ประโยชน์จากส่วนแบ่งค่าธรรมเนียมการบริการ และผู้ป่วยจะได้ประโยชน์จากการบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการรับประทานยา

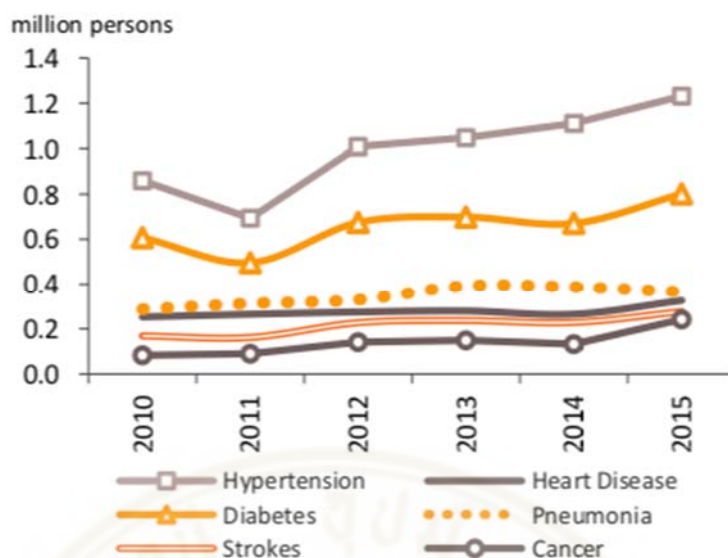
1.4.2 วิเคราะห์อุตสาหกรรมยา

จากการวิเคราะห์ของฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา (วิจัยกรุงศรี, 2561) พบว่า ในระยะ 1-3 ปีข้างหน้า (ปี 2561-2563) คาดว่ามูลค่าการจำหน่ายยาของไทยมีแนวโน้มขยายตัวอยู่ในอัตราเฉลี่ยที่ 5-6% ต่อปี โดยระบบประกันสุขภาพของภาครัฐที่ส่งผลให้มีผู้มาใช้บริการทางการแพทย์และสาธารณสุขมากยิ่งขึ้น จะหนุนให้มูลค่าการจำหน่ายยาผ่านโรงพยาบาลมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่มูลค่าการจำหน่ายยาผ่านร้านขายยาขยายตัวชะลอลง เนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนหันไปใช้บริการผ่านระบบสุขภาพของภาครัฐแทนการซื้อยาเอง สำหรับภาพรวมอุตสาหกรรมยาในประเทศไทยมีปัจจัยหนุนดังนี้

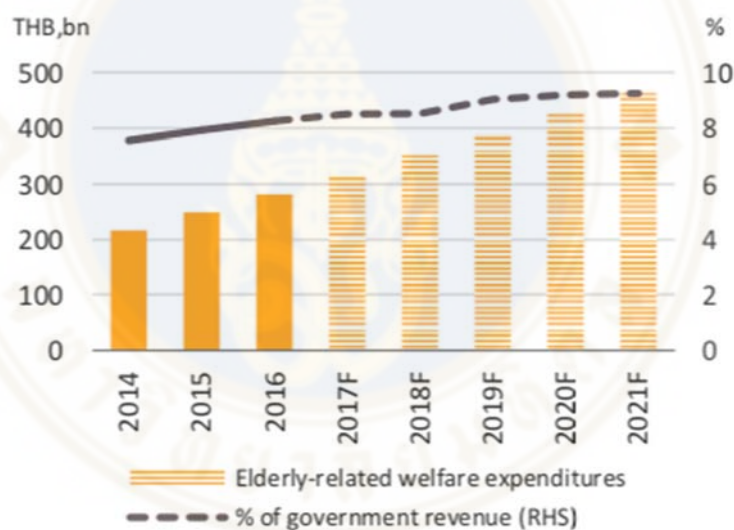


ภาพที่ 1.3 แสดงมูลค่าการจำหน่ายยาของไทย

1. ความเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้นของคนไทย โดยเฉพาะจำนวนผู้ป่วยจากโรคเฉพาะทาง อาทิ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง และโรคมะเร็ง ที่มีแนวโน้มและจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีมากขึ้น ซึ่งการเจ็บป่วยของผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเป็นโรคความดันโลหิตสูงสัดส่วนประมาณ 31% รองลงมา คือ โรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคหลอดเลือดในสมองตีบ และโรคมะเร็ง ตามลำดับ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คาดว่าจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทย (มากกว่า 60 ปี) จะเพิ่มขึ้นจาก 9.1 ล้านคนใน ปัจจุบันเป็น 10.3 ล้านคนในปี 2562 และจากประมาณการ งบประมาณสำหรับ ผู้สูงอายุ พบว่า รัฐต้องใช้งบประมาณเพิ่มขึ้นถึง 2 เท่า โดยรายจ่ายสวัสดิการผู้สูงอายุ ในปี 2559 อยู่ที่ 2.81 แสนล้านบาท จะเพิ่มเป็น 4.64 แสนล้านบาทในปี 2564 จึงชี้ว่าความต้องการใช้ยาเฉพาะทางและบริการทางการแพทย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

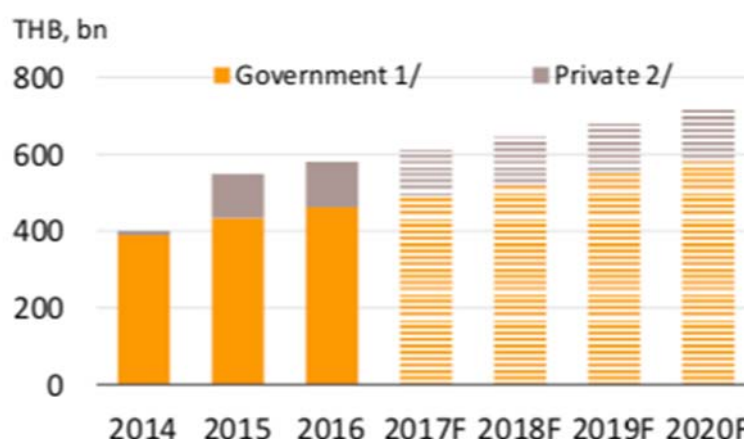


ภาพที่ 1.4 แสดงจำนวนผู้ป่วยที่เป็นโรคเรื้อรังต่างๆ ในประเทศไทย



ภาพที่ 1.5 แสดงงบประมาณของรัฐที่ใช้ในสวัสดิการของผู้สูงอายุ

2. การเข้าถึงช่องทางการรักษาที่ดีขึ้นภายใต้ระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล (ค่ายาและค่ารักษา) ขยายตัวต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะอยู่อัตราเฉลี่ย 5.4% ต่อปีในช่วงปี 2561-2563 โดยค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลของภาคเอกชนจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอยู่ในอัตราเฉลี่ย 3.3% ต่อปี จากที่ขยายตัว 3.2% ในปี 2560 ส่วนค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลของภาครัฐจะขยายตัวอัตราเฉลี่ยที่ 6.0% ต่อปี ะลดตัวลงเล็กน้อยจากปี 2560 ส่วนหนึ่งเป็นผลของมาตรการควบคุมการเบิกจ่ายในระบบสวัสดิการของข้าราชการ



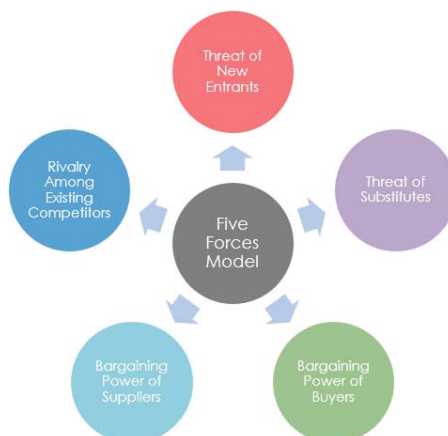
ภาพที่ 1.6 แสดงแนวโน้มค่าใช้จ่ายการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐและเอกชน

3. การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ จากความได้เปรียบของไทยทั้งในด้านคุณภาพการบริการและมาตรฐานการรักษาที่เอื้อต่อนโยบายการเป็น ศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ (Medical Hub) เนื่องจากโรงพยาบาลของไทยมีความก้าวหน้าและมีความพร้อมด้านศูนย์การแพทย์เฉพาะทาง โดยเฉพาะการรักษาโรคเรื้อรัง (อาทิ โรคหัวใจ โรคกระดูก โรคมะเร็ง เป็นต้น) รวมทั้งศูนย์ดูแลและบริบาลผู้ป่วยสูงอายุ ประกอบกับยังมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง (อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินเดีย) ทำให้มีผู้ป่วยต่างชาติเข้ามาใช้บริการในไทยมากขึ้น คาดว่าในช่วง ปี 2561-2563 จำนวนผู้ป่วยต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในไทยจะขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 7-8% ต่อปี จากที่ขยายตัวราว 5.1% ในช่วงปี 2559-2560

4. นโยบายส่งเสริมการลงทุนของ BOI เพื่อช่วยลดภาระต้นทุนของผู้ผลิตที่ต้องใช้เงินลงทุนเพื่อปรับปรุงโรงงานผลิตให้ได้มาตรฐาน GMP ตาม แนวทาง PIC/S โดยผู้ผลิตที่ยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนภายในปี 2560-2561 จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี ส่วนผู้ผลิตที่ยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นไป จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 5 ปี ซึ่งคาดว่าจะจูงใจให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาลงทุนมากขึ้น

1.5 วิเคราะห์สถานะการแข่งขันในธุรกิจ (Five Forces Analysis)

เพื่อสร้างความเข้าใจกับสถานะแวดล้อมในธุรกิจ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนกลยุทธ์บริษัท ซึ่งสามารถวิเคราะห์โดยอาศัยแรงผลักดันที่เกิดขึ้นในธุรกิจทั้ง 5 แรง (Five Forces Model) ดังการวิเคราะห์ต่อไปนี้



ภาพที่ 1.7 แสดงการวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจ (Five Forces Analysis)

ที่มา: Michael E. Porter, 1979

1.5.1 แรงผลักดันที่ 1 อุปสรรคในการเข้าอุตสาหกรรม (Threat of New Entrants)

เนื่องจากธุรกิจการดูแลสุขภาพต้องการบุคลากรที่เข้าใจในคนไข้, มีความรู้เฉพาะด้านในเรื่องของสุขภาพ ทำและในธุรกิจนี้ยังมีข้อบังคับและกฎหมายต่างๆ ที่บังคับใช้อย่างเข้มงวด จึงทำให้ยากต่อการเข้าตลาด

1.5.2 แรงผลักดันที่ 2 อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier)

วัตถุดิบหลัก คือ ยา ซึ่งยาในโรคเรื้อรัง จะมีทั้งยา generic และ original ถ้าเป็นยา generic จะมีหลายแบรนด์ทำให้อำนาจการต่อรองของบริษัทยาน้อยกว่ายาที่เป็น original

1.5.3 แรงผลักดันที่ 3 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)

อำนาจการต่อรองของลูกค้าน้อย เพราะถ้าต้องการ service แบบนี้ ในประเทศไทยจะยังไม่มีคนไข้จึงไม่มีตัวเลือกการบริหารจากเจ้าอื่น

1.5.4 แรงผลักดันที่ 4 การคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of Substitute)

การบริการที่คล้ายกันก็จะเป็น การจ่ายยาแบบเดิมที่ในปัจจุบัน มีแยกชนิดของยาในแต่ละซองและไม่ได้เรียงลำดับการกิน ซึ่งจะต้องทำให้คนไข้เปลี่ยนมาใช้การบริการแบบใหม่

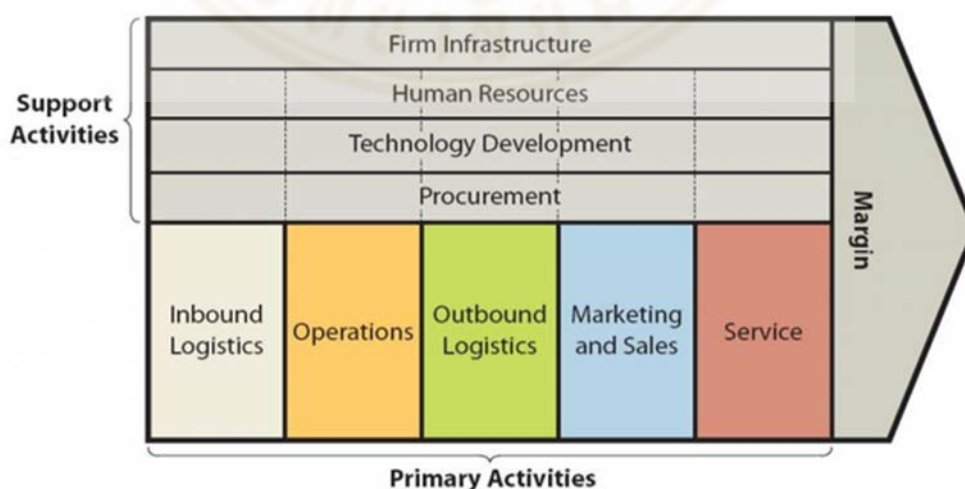
1.5.5 แรงผลักดันที่ 5 อุปสรรคในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)

คู่แข่งในอุตสาหกรรม คือ โรงพยาบาล จะมีโอกาสทำให้โรงพยาบาลเสียรายได้จากค่ายาได้ เพราะ คนไข้มีสิทธิในการขอใบสั่งยาเพื่อมาซื้อยาข้างนอกได้ แต่เนื่องจากระบบการทำงานของโรงพยาบาลจะไม่ค่อยปล่อยให้คนไข้ไปซื้อยาข้างนอกเอง จึงถือว่าเป็นอุปสรรคในการแข่งขันเป็นอย่างมาก และยังมีในเรื่องของกฎหมายที่เอื้อต่อโรงพยาบาลมากกว่าร้านยา

ตารางที่ 1.1 สรุปการวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือแรงกดดันทั้ง 5 ประการ (Five Forces Analysis)

แรงกดดันทั้ง 5 ประการ	ระดับผลกระทบ	ปัจจัยโดยรวมต่อธุรกิจ
อุปสรรคในการเข้าอุตสาหกรรม (Threat of New Entrants)	สูง	(-)
อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier)	ต่ำ	(+)
อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)	ต่ำ	(+)
การคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of Substitute)	สูง	(-)
อุปสรรคในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)	สูง	(-)

1.6 การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)



ภาพที่ 1.8 แสดงโครงสร้างการวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า Value Chain Model

ที่มา: Michael E. Porter (1980)

เป็นกระบวนการในการระบุกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนขององค์กรเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าในแต่ละขั้นตอน

1.6.1 กิจกรรมหลัก (Primary activities) แบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

1.6.1.1 การขนส่งขาเข้า (Inbound Logistics) ข้อมูลการใช้ยาของผู้ป่วยจะถูก input เข้ามาผ่านระบบบน website และ application ในส่วนของยาจะถูกจัดเก็บด้วยวิธีการ First In First Out: FIFO เพื่อลดความเสี่ยงของยาหมดอายุ

1.6.1.2 การผลิตสินค้าและบริการ (Operation) ยาจะถูกจัดออกมาโดยใช้เครื่อง Automatic Tablet Packing Machine; Autopack ซึ่งยาจะถูกจัดออกมาในซองเล็ก ๆ เรียงลำดับตามมือการรับประทานยาตลอด 2 สัปดาห์ ม้วนในลักษณะเหมือนกระดาษทิชชู ไม่ได้แยกชนิดยาเหมือนปัจจุบัน และบรรจุใส่กล่องพร้อมจัดส่ง

1.6.1.3 การกระจายสินค้า (Outbound Logistics) ขนส่งผ่านบริษัทขนส่งตามที่ลูกค้าเลือกตอนทำรายการ และมีระบบเช็คสถานะพัสดุได้ตลอดเวลา

1.6.1.4 การขายและการตลาด (Marketing and Sales) มีการจัดสัมมนา ร่วมกับบุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลและร้านยา เพื่อให้เห็นข้อดีของการบริการที่จะช่วยเพิ่มการร่วมมือในการรักษาของผู้ป่วยและจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับโรคเรื้อรังและแสดงให้เห็นความง่าย, ความสะดวกสบาย และประโยชน์ในการใช้บริการ

1.6.1.5 การบริการ (Services)

- สามารถติดต่อเภสัชกรได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- Application จะมีข้อมูลส่วนตัว เช่น การแพ้ยา และ ชนิดของยาที่ใช้ ซึ่งจะสะดวกกับคนไข้ เมื่อไปใช้บริการ โรงพยาบาลและร้านยา

1.6.2 กิจกรรมสนับสนุน (Supportive Activities) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1.6.2.1 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) การบริหารจัดการบัญชี การเงิน และการบริหารจัดการขององค์กร ซึ่งในแต่ละส่วนควรทำงานอย่างมีความสอดคล้องและเข้าใจกัน เพื่อช่วยสนับสนุนการทำงานของธุรกิจ

1.6.2.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

- บริหารบุคลากร ได้แก่ การจ้างพนักงาน, การจ่ายเงินเดือน, การบริหารจัดการสวัสดิการ

- สร้างความสัมพันธ์และจัดกิจกรรม รวมถึงการช่วยวางแผนพัฒนาทักษะต่าง ๆ ให้แก่บุคลากร

1.6.2.3 วิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการ (Research and Development)
วิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ตามความต้องการของผู้ใช้ และสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งในผลิตภัณฑ์และแอปพลิเคชัน

1.6.2.4 การจัดซื้อ (Procurement) ควบคุมการจัดซื้อยาและของบรรจุนยาให้มีราคาที่เหมาะสมผล

1.7 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)



ภาพที่ 1.9 SWOT Analysis

ที่มา: Albert Humphrey (2005)

1.7.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน - จุดแข็ง (Strengths)

มี application ใช้ในการเชื่อมผลิตภัณฑ์กับร้านยาและผู้ป่วย ผู้ป่วยสามารถปรึกษาได้ตลอด 24 ชั่วโมงและมีข้อมูลการใช้ยาที่ผู้ป่วยสามารถนำไปใช้ที่ไหนก็ได้

1.7.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน - จุดอ่อน (Weakness)

- ถึงแม้ว่าจะแก้ปัญหาการรับประทานยาให้ง่ายขึ้นได้ แต่ในกลุ่มผู้ป่วยที่ไม่ได้มีความตั้งใจในการรักษา ก็จะไม่เกิดประโยชน์อะไร

- ไม่สามารถใช้กับผู้ป่วยที่เป็นเคสวินิจฉัยใหม่ได้ เพราะการที่ยาอยู่ร่วมกันในช่องเดียวกัน ถ้ามีการแพ้ยาเกิดขึ้นจะไม่สามารถรู้ด้วยที่แพ้ได้

1.7.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – โอกาส (Opportunities)

- นโยบายของกระทรวงสาธารณสุขมีการส่งเสริมการรับยานอกโรงพยาบาล เพื่อลดความแออัดของโรงพยาบาล
- ผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDS) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุคผู้สูงอายุ ทำให้การบริการและผลิตภัณฑ์ ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพมีโอกาสที่จะเติบโตได้

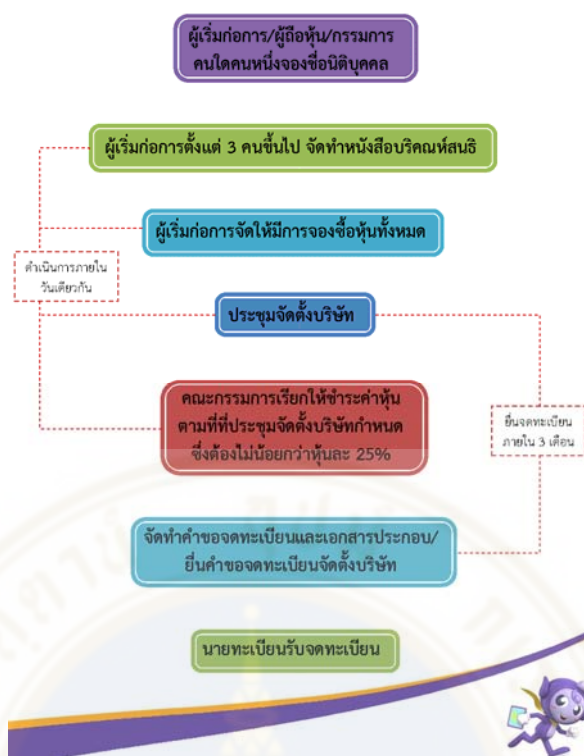
1.7.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก - อุปสรรค (Threats)

- กฎหมายที่ยังมีข้อจำกัดในการให้บริการ เช่น การส่งยาทางไปรษณีย์
- โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งเริ่มใช้ telemedicine ซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งโดยตรง

1.8 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจ

เนื่องจากผู้จัดทำได้มองเห็นโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจการให้บริการที่ช่วยในการบริหารยา จึงมีการวางแผนจะจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่โดยใช้ชื่อว่า บริษัท พิลส์ จำกัด (Pills Co., Ltd) โดยที่ผู้จัดทำเป็นกรรมการบริษัท โดยขั้นตอนการจดทะเบียน มีดังนี้

1. ผู้เริ่มก่อนการ/ผู้ถือหุ้น/กรรมการคนใดคนหนึ่งจองชื่อนิติบุคคล
2. ผู้เริ่มก่อนการตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป จัดทำหนังสือบริคณห์สนธิ
3. ผู้เริ่มก่อนการจัดให้มีการจองชื้อหุ้นทั้งหมด
4. ประชุมจัดตั้งบริษัท
5. คณะกรรมการเรียกให้ชำระค่าหุ้นตามที่ที่ประชุมจัดตั้งบริษัทกำหนด ซึ่งต้องชำระไม่น้อยกว่าหุ้นละ 25%
6. จัดทำคำขอจดทะเบียนและเอกสารประกอบ/ยื่นคำขอจดทะเบียนตั้งบริษัท
7. นายทะเบียนรับจดทะเบียน



ภาพที่ 1.10 แสดงขั้นตอนการจดทะเบียนบริษัท
ที่มา: กรมการพัฒนารัฐกิจการค้า (2562)

1.9 วิสัยทัศน์ / ภารกิจ / เป้าหมายในการทำธุรกิจ

1.9.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ป่วยรับประทานยาอย่างถูกต้องและหายจากโรค

1.9.2 พันธกิจ (Mission)

- ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยการบริหารยาของผู้ป่วย
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้ป่วย
- สร้างข้อมูลการใช้ยาของผู้ป่วยที่จะทำให้กลุ่มวิชาชีพเข้าถึงได้ง่าย
- ลดความแออัดของโรงพยาบาล โดยการลดเวลารอยาในโรงพยาบาล

1.9.3 เป้าหมายธุรกิจ (Business Goals)

1.9.3.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1-3)

• ร่วมมือกับโรงพยาบาลในการพัฒนาการบริการให้เหมาะสมกับผู้ป่วย และสามารถลดความแออัดในโรงพยาบาลได้

- พัฒนา Application ให้สามารถทำงานและตอบโต้แก่ผู้ป่วย
- คัดผู้ป่วยที่อยู่ในเกณฑ์การใช้บริการและเชิญชวนให้ใช้บริการ
- จัดซื้อเครื่อง Autopack ที่ใช้ในการแพ็คยาให้อยู่ในซอง
- เปิดช่องทางการสื่อสาร ทั้ง offline และ online

1.9.3.2 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 เป็นต้นไป)

• สร้างเครือข่ายร้านยาให้ผู้ที่ต้องการใช้บริการ สามารถเข้าถึงได้ง่าย

• การใช้บริการจะถูกไม่จำกัดในโรงพยาบาลเพียงอย่างเดียว แต่สามารถติดต่อใช้บริการผ่านร้านยาได้

• ผู้ป่วยสามารถรับยาได้ที่ร้านยาในเครือข่าย ไม่จำเป็นต้องรอยาที่โรงพยาบาลอีกต่อไป

1.10 ตัวแบบธุรกิจขั้นแนวคิดรูปแบบธุรกิจแบบลิ้น หรือ Lean Business Model Canvas

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอก, การตลาด, การแข่งขันของอุตสาหกรรม และคู่แข่ง รวมถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อส่งมอบคุณค่าที่แท้จริงให้แก่กลุ่มเป้าหมายของบริษัทผ่านการวิเคราะห์จาก Lean Business Model Canvas (Ash Maurya, 2010) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการสร้างกรอบแนวคิดของธุรกิจให้เห็นภาพได้อย่างครบถ้วนทุกมุมมอง ซึ่งสามารถแบ่งมุมมองออกเป็นทั้งหมด 9 ด้าน ดังนี้

1.10.1 ปัญหาของลูกค้า (Problem)

จากการศึกษาข้อมูลทั้งทุติยภูมิและปฐมภูมิ พบปัญหาดังนี้

ลิ้มประทานยา, รับประทานยาผิดชนิด, รับประทานยาผิดเวลา, ไม่สะดวกพกยาออกไปข้างนอก, จี๊เกียจแบ่งยาใส่กล่อง และขาดคนดูแลในการรับประทานยา

1.10.2 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

Customer Analysis แบ่งเป็น Phase 1 และ 2

● Phase 1 ช่วง 3 ปีแรก จะเน้นไปที่ B2B โดยเป็น partner กับโรงพยาบาล ส่วนคนไข้ ใน phase 1 จะเป็นคนไข้ที่

1. เป็นโรคในกลุ่ม NCDs ตั้งแต่ 2 โรคขึ้นไป
2. ต้องรับประทานยาตั้งแต่ 4 เม็ด/วัน ขึ้นไป
3. ต้องเป็น Follow up case เพราะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงการแพ้ยาที่จะเกิดขึ้นในผู้ที่ได้รับ

ยาครั้งแรก

● Phase 2 จะมีทั้ง B2B และ B2C ยังคงเป็น Partner กับโรงพยาบาล แต่คนไข้ใน phase นี้ จะแตกต่างออกไป คือ

1. เป็นโรคในกลุ่ม NCDs และต้องการใช้บริการ
2. เป็น Follow up case
3. เป็นผู้ป่วยที่รักษาโรงพยาบาลเอกชนแต่ซื้อยาจากร้านยา

1.10.3 การแก้ไขปัญหา (Solutions)

จัดหารวมกันให้อยู่ในแพ็คเกจ เรียงตามลำดับมือการกิน และเรียงตามลำดับวันจนครบรอบ การส่ง และใช้ application ช่วยในการบันทึกข้อมูลส่วนตัว, ประวัติการรับประทานยา ชนิดยา, เตือนการรับประทานยา และติดต่อเภสัชกรได้ตลอด 24 ชั่วโมง

1.10.4 คุณสมบัติของสินค้าที่โดดเด่นต่างจากคู่แข่ง (Unique Value Proposition)

● Convenience สะดวกสบายในการรับประทานยา เพราะได้จัดยามาเฉพาะสำหรับผู้ป่วยแล้ว

● Control ทำให้ผู้ป่วยสามารถควบคุมโรคตามที่ต้องการได้ง่ายขึ้น

● Confidence มีความมั่นใจได้ว่าวิธีการรับประทานยาและชนิดของยาถูกต้องอย่างแน่นอน เพราะมี application ที่ช่วยในการตรวจสอบ

1.10.5 ความได้เปรียบที่โดดเด่นหรือเหนือกว่าคู่แข่ง (Unfair Advantage)

ใช้เทคโนโลยี Autopack ที่ร้านยาในปัจจุบันยังไม่มี และใช้ application ช่วยในการเก็บข้อมูลการใช้ยาผู้ป่วยและนำไปใช้ในการคาดการณ์การสั่งยา ในส่วนของ Data ของผู้ป่วยจะทำให้เกิด

การออนไลน์ขึ้นมา บุคลากรทางการแพทย์ทั้งจากร้านยาและโรงพยาบาล สามารถเข้าถึงข้อมูลเบื้องต้น เพื่อใช้ในการวินิจฉัยและจ่ายยาได้

1.10.6 การวัดผล (Key Metrics)

- จำนวนคนไข้ที่อยู่ในระบบ
- เปอร์เซ็นต์ของผู้ป่วยที่สามารถควบคุมโรคได้ เมื่อเทียบกับคนที่ไม่ได้ใช้บริการ

1.10.7 ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels)

เน้นการทำงานร่วมกับโรงพยาบาลและร้านยาเป็นหลัก โดยมีช่องทางการขายดังนี้

- ออนไลน์
 1. Website ช่องทางหลักในการติดต่อและขอรับบริการ
 2. Facebook ช่องทางหลักที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและส่งเสริมการขาย
 3. Youtube ช่องทางหลักในการสื่อสารวิธีการใช้แบบเป็นวิดีโอ
 4. Line ช่องทางหลักที่ใช้ในการสื่อสารกับเภสัชกร
- ออฟไลน์
 1. ทำงานร่วมกับโรงพยาบาล ส่งเสริมให้คนไข้สามารถรับยาทางไปรษณีย์ได้ เพื่อลดความแออัดในโรงพยาบาล
 2. ทำงานร่วมกับร้านยา เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถรับยาในร้านยาที่อยู่ในสังกัด

1.10.8 รูปแบบการหารายได้ (Revenue Stream)

เป็น Subscription model คิดค่าบริการเพิ่มเติมจากค่ายา

1.10.9 ต้นทุน (Cost Structure)

ต้นทุนของผลิตภัณฑ์

- ค่ายา
- ค่าซองแพ็คเกจ
- ค่าเครื่อง Autopack
- ค่าส่ง

ตารางที่ 1.2 การวิเคราะห์แบบธุรกิจจากแนวคิด Lean Canvas ของ Pills Co.,Ltd

<p>Problem</p> <p>ลืมรับประทานยา, รับประทานยาผิดชนิด, รับประทานยาผิดเวลา, ไม่สะดวกพกยาออกไปข้างนอก, ซึ่งเกี่ยวข้องกับสุขภาพ และขาดคนดูแลในการรับประทานยา</p>	<p>Solution</p> <p>จัดรวมกันให้อยู่ในแพ็คเกจ เรียงตามลำดับมือการกิน และเรียงตามลำดับวันจนครบรอบการส่ง และใช้ application ช่วยในการบันทึกข้อมูลส่วนตัว, ประวัติการรับประทานยา ชนิดยา, เดือนการรับประทานยา และติดต่อเภสัชกรได้ตลอด 24 ชั่วโมง</p>	<p>Unique Value Proposition</p> <p>Convenience: สะดวกสบายในการรับประทานยา เพราะได้จัดยาเฉพาะสำหรับผู้ป่วยแล้ว</p> <p>Control: ทำให้ผู้ป่วยสามารถควบคุมโรคตามที่ต้องการได้ง่ายขึ้น</p> <p>Confidence: มีความมั่นใจได้ว่าวิธีการรับประทานยาและชนิดของยาถูกต้องอย่างแน่นอน เพราะมี application ที่ช่วยในการตรวจสอบ</p>	<p>Unfair Advantage</p> <p>ใช้เทคโนโลยี Autopack ที่ร้านยาในปัจจุบันยังไม่มี และใช้ application ช่วยในการเก็บข้อมูลผู้ป่วยและใช้ Data ของผู้ป่วยเชื่อมโยงระหว่างร้านยากับโรงพยาบาล</p>	<p>Customer Segments</p> <p>Phase 1 ช่วง 3 ปีแรก จะเน้นไปที่ B2B โดยเป็น partner กับโรงพยาบาล ส่วนคนไข้ใน phase 1 จะเป็นคนไข้ที่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นโรคในกลุ่ม NCDs ตั้งแต่ 2 โรคขึ้นไป 2. ต้องรับประทานยาตั้งแต่ 4 เม็ด/วัน ขึ้นไป 3. ต้องเป็น Follow up case เพราะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงการแพ้ยาที่จะเกิดขึ้นในผู้ที่ได้รับยาคั้งแรก <p>Phase 2 จะมีทั้ง B2B และ B2C ยัง Partner กับโรงพยาบาลและร้านยา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นโรคในกลุ่ม NCDs และต้องการใช้บริการ 2. เป็น Follow up case 3. เป็นผู้ป่วยที่รักษาโรงพยาบาลเอกชนแต่ชื้อยาจากร้านยา
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • ค่าส่ง • ค่าเครื่อง Autopack 	<p>Key Metrics</p> <ul style="list-style-type: none"> • จำนวนคน ใช้ที่อยู่ในระบบ • เปอร์เซ็นต์ของผู้ป่วยที่สามารถควบคุมโรคได้ เมื่อเทียบกับคนที่ไม่ได้ใช้บริการ 	<p>Channels</p> <p>Online: Website, Facebook, Youtube, Line</p> <p>Offline: Hospital, Drug store</p>	<p>Revenue Stream</p> <p>Subscription model คิดค่าบริการเพิ่มเติมจากค่ายา</p>	

ที่มา: ดัดแปลงจาก Lean Canvas (Ash Maurya, 2010)

1.11 แหล่งข้อมูลและสมมติฐานในการพัฒนาตัวแบบธุรกิจขั้นแนวคิด Lean Business

Model Canvas

จากการศึกษาหาข้อมูลเบื้องต้นทางผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้ป่วยที่เป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในด้านของปัญหาการบริหารยาและปัญหาในการมาโรงพยาบาล จึงเป็นที่มาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การบริการที่ช่วยให้ผู้ป่วยบริหารยาได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะมีการทำงานที่สอดคล้องกับ Application ที่ช่วยในการเก็บข้อมูลการใช้ยาและช่วยเตือนการรับประทานยา เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับคนไข้ ทำให้ทางผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการพัฒนาตัวแบบธุรกิจแนวคิด Lean Business Model Canvas เพื่อใช้เป็นกรอบดำเนินต่อไป



บทที่ 2

ข้อมูลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

2.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) เพื่อศึกษาโอกาสทางธุรกิจและความต้องการ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่จะตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย

2.2 กำหนดประชากรและการเลือกตัวอย่าง

2.2.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น ความดันโลหิตสูง, ไขมันสูง และโรคเบาหวาน โดยเลือกจากคนที่รู้จักและสามารถติดต่อได้ ที่รักษาในโรงพยาบาลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.2.2 ตัวอย่าง (Sampling Units)

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ป่วยไม่ติดต่อเรื้อรังที่รู้จักและสามารถติดต่อได้ ซึ่งผู้จัดทำเลือกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างการวิจัยนี้เป็นแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นวิธีการเลือกจากตัวแทนของผู้ป่วยไม่ติดต่อเรื้อรังที่มีปัญหาในการบริหารยาอยู่แล้ว และด้วยระยะเวลาและงบประมาณที่จำกัด จึงเลือกใช้วิธีการเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยลักษณะของการรับประทานยาที่ไม่ต่ำกว่า 4 เม็ด/วัน และเป็นกลุ่มผู้ป่วยที่รีฟิลา ซึ่งไม่ใช่กรณีที่เพิ่งวินิจฉัยใหม่ จึงตัดปัญหาเรื่องการแพ้ยาออกไปได้ จำนวน 10 คน ที่รักษาในโรงพยาบาลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.3 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลที่รวบรวมเพื่อการศึกษา คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่าง 10 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เช่น จากงานวิจัยจากต่างประเทศที่ศึกษาพฤติกรรม การบริโภคยา

2.4 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบการสัมภาษณ์
2. นำแบบสัมภาษณ์ที่จัดทำขึ้นไปทำการเก็บข้อมูลจำนวน 2 ชุด (Pilot Survey) เพื่อเป็นการทดสอบแบบสัมภาษณ์
3. ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้ตรงตามจุดประสงค์แล้วจึงนำไปสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจริงจำนวน 10 ชุด

2.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยแบบสัมภาษณ์ประเภท กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) โดยบทสัมภาษณ์มีลักษณะเป็นแบบคำถามปลายเปิด

2.6 ลักษณะแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ประเภทกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) และมีคำถามปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้ดังนี้

- ส่วนที่ 1: ข้อมูลพื้นฐานของผู้ป่วย ชื่อ อายุ เพศ โรคที่เป็น และวิธีการกินยา
- ส่วนที่ 2: ปัญหาของการบริหารยาและวิธีการแก้ไขปัญหานั้นในปัจจุบัน
- ส่วนที่ 3: พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องมือที่ช่วยในการบริหารยา
- ส่วนที่ 4: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดผู้บริโภคและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

2.7 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

2.7.1 การรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นร่างแบบการสัมภาษณ์จำนวน 10 ชุด ไปสอบถามข้อมูลของผู้ป่วยและคนที่ดูแลผู้ป่วยที่โรงพยาบาลและมีการทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลก่อนไปสัมภาษณ์ โดยวิธีการสัมภาษณ์จะแจ้งหัวข้อการวิจัยและประโยชน์ของงานวิจัยที่ผู้ถูกสัมภาษณ์จะได้รับก่อนและจะต้องมีการแสดงความยินยอมก่อน จึงจะมีการสัมภาษณ์เกิดขึ้น โดยจะขออนุญาตในการบันทึกเสียง เพื่อความสะดวกรวดเร็วและความครบถ้วนของข้อมูล โดยข้อมูลที่ได้นำไปเสนอเป็นข้อมูลโดยรวมจากการวิจัยเท่านั้นและไม่เผยแพร่ข้อมูลรายบุคคลต่อสาธารณะ

2.7.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่เก็บได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและทัศนคติของผู้ป่วยต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องมือที่ช่วยในการบริหารยา เพื่อตอบวัตถุประสงค์ด้านการศึกษา พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดและความต้องการของผู้ป่วย นอกจากนี้เพื่อศึกษาถึงโอกาสในการทำธุรกิจและความต้องการใช้เครื่องมือที่ช่วยในการบริหารยา เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจโดยนำข้อมูลที่ได้อันวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การกำหนดรูปแบบของการวิจัย

2.8 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาโอกาสและความต้องการ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องมือที่ช่วยในการบริหารยา โดยได้ทำแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อสอบถามความคิดเห็นและทัศนคติของผู้ป่วยที่เป็นโรคเรื้อรังตั้งแต่ 2 โรคขึ้นไป, รับประทานยาไม่ต่ำกว่า 4 เม็ด/วัน และเป็นกลุ่มผู้ป่วยที่รีฟิเลีย ซึ่งไม่ใช่กรณีที่เพิ่งวินิจฉัยใหม่ จึงตัดปัญหาเรื่องการแพ้ยาออกไปได้ จำนวน 10 คน และมีขอบเขตการทำวิจัยเป็นระยะเวลา 3 เดือน โดยได้รับการรักษาในโรงพยาบาลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลและใช้บริการของคลินิก NCDs

2.9 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)

ก่อนการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ผ่านการอบรมเกี่ยวกับจริยธรรมการวิจัยเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2561 เมื่อผ่านการอบรม ผู้วิจัยได้ทำการเขียนโครงการงานวิจัยและได้ดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัยเมื่อวันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2562 และได้รับการตอบรับอนุญาตให้ดำเนินการวิจัยเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 หนังสืออนุญาต COA. No. 2019/05-176 ดังแสดงในภาคผนวก ก.

2.10 สรุปผลการศึกษาวิจัย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับเป้าหมายจำนวน 10 ราย ประกอบด้วยผู้ป่วย, เกสเซอร์เจ้าของร้านยา และ ผู้บริหารของโรงพยาบาล ตามแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จากการสัมภาษณ์พบว่า มีปัจจัยหลายด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งมีความสำคัญดังนี้

2.10.1 แบบสัมภาษณ์ผู้ป่วย

ส่วนที่ 1: ข้อมูลพื้นฐานของผู้ป่วย ชื่อ อายุ เพศ โรคที่เป็น และวิธีการกินยา พบว่าทุกคนเป็นโรค NCDs อยู่แล้วตั้งแต่ 2 โรคขึ้นไปและทำการรักษาอยู่ และมีปริมาณการรับประทานยา 6-12 เม็ดต่อวัน

ส่วนที่ 2: ปัญหาและวิธีแก้ไข พบว่าผู้ป่วยมีปัญหาการลืมรับประทานยา รับประทานยาผิดชนิดและผิดเวลา และไม่ชอบการรอคิวนานในโรงพยาบาล โดยการแก้ไขในปัจจุบัน ผู้ป่วยได้ซื้อกล่องยาที่ระบุวัน แล้วแกะจากซองใส่ลงไปเพื่อเตือนการรับประทานยา

ส่วนที่ 3: เพื่อศึกษาว่า การบริการที่ช่วยในการบริหารยา สามารถช่วยคนไข้ได้หรือไม่ ซึ่งผลที่ออกมา ก็บอกว่าสามารถช่วยได้และทำให้มีการรับประทานยาที่ง่ายขึ้น ไม่ต้องเสียเวลารอคิวนาน

2.10.2 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงพยาบาล

ส่วนที่ 1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น partner ในทางธุรกิจกัน โดยผลที่ออกมา พบว่ามีความเป็นไปได้ แต่ต้องมีการแบ่งผลประโยชน์ที่ชัดเจน เพราะ โรงพยาบาลเองก็จะได้รับค่าน้อยลง ซึ่งเป็นรายได้หลักของโรงพยาบาล

2.10.3 แบบสัมภาษณ์เจ้าของร้านขายยา

ส่วนที่ 1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น partner ในทางธุรกิจกัน โดยผลที่ได้ร้านขายยาเองก็สนใจ เพราะ ยาที่ขายได้ในร้านยาส่วนใหญ่จะไม่ใช่ยาในโรคผู้ป่วยเรื้อรังแต่จะเป็นยาในโรคง่ายๆ เช่น ไขหวัด ปวดกล้ามเนื้อ ปวดหัว ดังนั้นจึงไม่แย่งคนไข้กัน และมีการจ่ายค่าธรรมเนียมการจ่ายยาให้กับร้านขายยาคือ โดยที่ค่าตอบแทนอาจไม่ได้มีผลมากนัก แต่เรื่องคุณค่าที่จะมอบให้กับร้านขายยา เป็นสิ่งที่อยากให้อสนใจมากกว่า



บทที่ 3

แผนการตลาด

3.1 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmentation, Target, Positioning)

3.1.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

ในการแบ่งส่วนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยในการบริหารยา มีการเน้นการตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยใช้เกณฑ์ในการแบ่งตามประชากรศาสตร์ ด้านภูมิศาสตร์ และด้านพฤติกรรม

- ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) โดยจะเน้นกลุ่มผู้ป่วยที่เป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ทุกเพศทุกวัย
- ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) เน้นผู้ป่วยที่รักษาในโรงพยาบาลเขตกรุงเทพและปริมณฑล
- ด้านพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) ผู้ป่วยที่มีปัญหาเรื่องการบริหารยา เช่น ลืมรับประทาน, รับประทานยาผิดเวลาและผิดชนิด

3.1.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)

ลักษณะของผู้ป่วยที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ

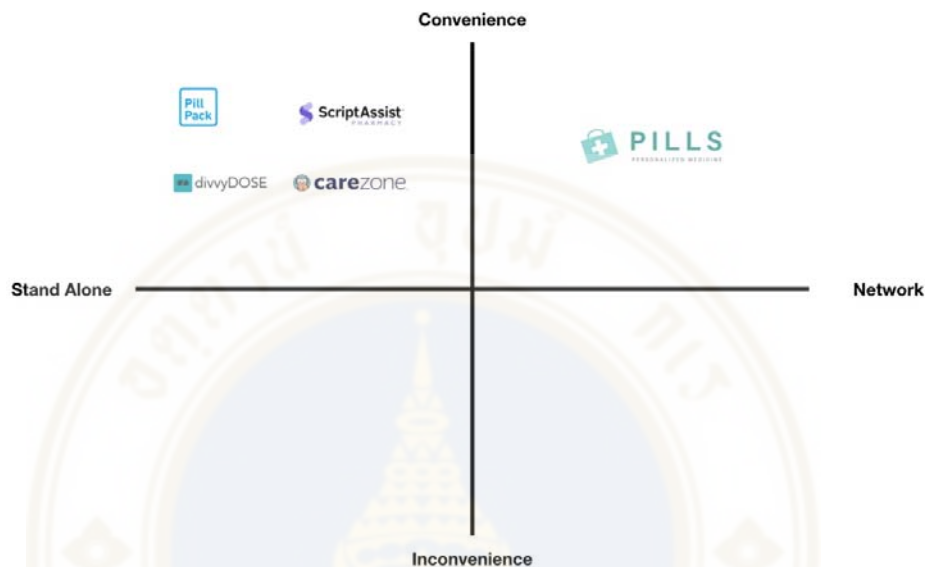
- เป็นโรค NCDs ตั้งแต่ 2 โรคขึ้นไป
- รับประทานยาตั้งแต่ 4 เม็ด/วัน
- เป็นเคส follow up เพื่อหลีกเลี่ยงการแพ้ยา

โดยมีการทำตลาดทั้ง B2B และ B2C ดังนี้

- การตลาดแบบ B2B เน้นการเป็น partner กับ โรงพยาบาล โดยร่วมมือกับโรงพยาบาล เพื่อตัดปัญหาผู้ป่วยยาวนานและลดความแออัดในโรงพยาบาล
- การตลาดแบบ B2C เน้นการเป็น partner กับร้านยา โดยผู้ป่วยที่ต้องการใช้บริการสามารถติดต่อใช้บริการผ่าน website และ รับประทานยาได้ผ่านทางร้านยาใกล้บ้านที่เป็นร้านยาเครือข่าย

3.1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ Pills แบ่งออกเป็น 2 แกน โดยใช้ความสะดวกสบายในการบริหารยา และการสร้างเครือข่าย ซึ่งการสร้างเครือข่ายของ Pills จะเป็นการสร้างเครือข่ายร่วมกับโรงพยาบาลและร้านยา เพื่อเพิ่มช่องทางในการให้บริการและลดความแออัดในโรงพยาบาล



ภาพที่ 3.1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับคู่แข่งของ Pills

3.2 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง (Competitor and Competition Analysis)

เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับยารักษาโรค จึงต้องมีความรู้เกี่ยวกับยาด้วย จึงทำให้คู่แข่งก็จะเป็นโรงพยาบาลและร้านยา แต่เนื่องจาก Pills เป็น ผลิตภัณฑ์บริการที่ช่วยในการบริหารยา ซึ่งยังไม่มีในประเทศไทย แต่ในต่างประเทศมีผลิตภัณฑ์แบบนี้เกิดขึ้นแล้ว โดยลักษณะของบริษัทที่มีคุณสมบัติคล้ายกันมีดังนี้

3.2.1 Pillpack

เป็นบริษัทที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในการบริหารยาในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยปัจจุบัน amazon ได้ takeover ไปแล้ว โดยคนไข้จะต้องยื่นใบสั่งยา จากนั้น pillpack จะจัดส่งยาให้ทางไปรษณีย์ โดยเรียงลำดับการรับประทานยา ใส่ในซองเล็ก ๆ



ภาพที่ 3.2 แสดงลักษณะ packaging ที่ pillpack ส่งให้กับคนไข้
ที่มา: www.pillpack.com

3.2.2 ScriptAssistrx

ลักษณะการให้บริการจะเหมือนกับ Pillpack แต่มีการใช้ blockchain เข้ามาช่วยในการบริการเพิ่มความปลอดภัยให้ทางด้านข้อมูลให้กับคนไข้ด้วย



ภาพที่ 3.3 แสดงลักษณะ packaging ที่ ScriptAssistrx ให้บริการ
ที่มา: <https://scriptassistrx.com>

3.2.3 divvyDOSE

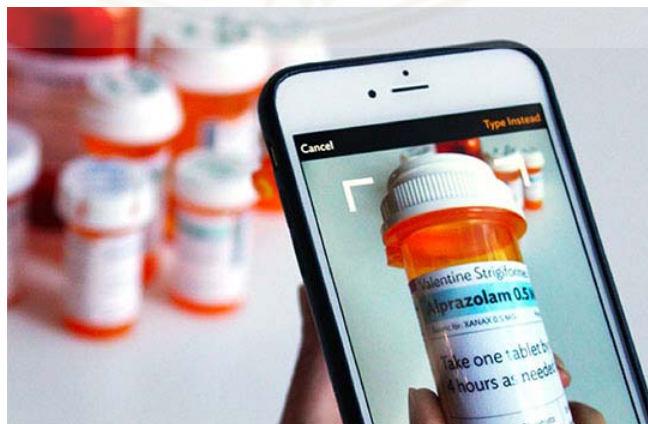
ลักษณะการให้บริการเหมือนกับบริษัทอื่นๆ



ภาพที่ 3.4 แสดงลักษณะ packaging ที่ divvyDOSE ให้บริการ
ที่มา: www.divvydose.com






3.2.4 Carezone

ลักษณะการให้บริการเหมือนกับบริษัทอื่น ๆ แต่แอปพลิเคชันของ Carezone คนไข้สามารถที่จะถ่ายรูปยาส่งให้กับทางบริษัทได้เลย เพื่อลดข้อผิดพลาดในการสื่อสารระหว่างคนไข้กับเภสัชกร



ภาพที่ 3.5 แสดงลักษณะการถ่ายภาพจากแอปพลิเคชัน ของ Carezone
ที่มา: www.carezone.com

ตารางที่ 3.1 การวิเคราะห์คู่แข่งของ Pills

ชื่อบริษัท	Pillpack	ScriptAssistrx	divvyDOSE	Carezone	Pills
สัญลักษณ์					
ลักษณะการบริการ	Personalized Medicine	Personalized Medicine	Personalized Medicine	Personalized Medicine	Personalized Medicine
ลักษณะการทำรายได้	ส่วนต่างของราคาขาย	ส่วนต่างของราคาขาย	ส่วนต่างของราคาขาย	ส่วนต่างของราคาขาย	ส่วนต่างของราคาขาย
พันธมิตรทางการค้า	-	-	-	-	โรงพยาบาลและร้านยา

3.3 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

เนื่องจาก Pills มีสินค้าเป็นการบริการ จึงใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7p มาอธิบาย

3.3.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)

จะแบ่งเป็น 2 ชนิด คือ ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในการบริหารยา มีชื่อเรียกว่า PillsBox และ Application “Pills” ซึ่งใช้ในการเตือนการรับประทานยาและเก็บข้อมูลของยาที่ใช้

- PillsBox ลักษณะเป็นกล่อง 4 เหลี่ยม ภายในจะใส่ซองยาที่ถูกจัดเรียงตามลำดับการรับประทานยาใน 30 วัน และผู้ป่วยจะสามารถฉีกซองยาได้ที่ช่องของเท่านั้น
- Application “Pills” ใช้ในการเก็บข้อมูลผู้ป่วย เช่น ประวัติการแพ้ยา, ยาที่ใช้อยู่, วิธีกินยา เป็นต้น สามารถเตือนเมื่อถึงเวลารับประทานยาได้ และสามารถติดต่อเภสัชกรได้ตลอด 24 ชั่วโมง

3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

จะไม่มีกรคิดค่าบริการแรกเข้าและค่าบริการต่างๆ แต่จะคิดจากส่วนต่างราคาขาย เพื่อเชิญชวนให้คนมาใช้บริการ

3.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place)

- Online: จะใช้ช่องทาง website เป็นหลักในการสมัครใช้บริการ
- Offline: จะเป็น partner กับโรงพยาบาล ให้มารับยาที่ร้านยาโดยใช้บริการผ่าน Pills และทำการส่งยาไปที่ร้านยาที่อยู่ในเครือข่ายที่ใกล้ผู้ป่วยที่สุด

3.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (IMC)

วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและเป็นช่องทางที่ใช้สำหรับพูดคุยปรึกษา จากคนไข้ จะช่วยสร้างความเข้าใจถึงคุณค่าของการบริการและทำให้เป็นที่จดจำในตราสินค้า ซึ่งบริษัทเลือกช่องทางการสื่อสาร ดังนี้

- ช่องทางออนไลน์: ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและเป็นช่องทางที่ใช้สำหรับพูดคุย ปรึกษา จากคนไข้ รวมถึงการให้ความรู้แก่ผู้ป่วยในเรื่องของโรค, การใช้ยา และการดูแลตัวเอง ผ่านทางสื่อออนไลน์ Website, Facebook, Youtube, Line
- ช่องทางออฟไลน์: จัดกิจกรรมในงานสัมมนาทางการแพทย์ เพื่อให้บุคลากรทางการแพทย์ได้รู้จักและเห็นข้อดีของการใช้บริการ เพื่อที่บุคลากรทางการแพทย์เหล่านี้จะได้นำไปบอกกับผู้ป่วยที่อยู่ในการรักษาของตัวเอง

3.3.5 กลยุทธ์ด้านการจัดการพนักงาน (People)

เนื่องจากเป็นงานบริการทางการแพทย์ จึงต้องมีการคัดพนักงานที่มีจิตใจในการบริการ แต่ในส่วนของข้อมูลทางการแพทย์ ก็จะคัดพนักงานที่เป็นเภสัชกรที่มีความรู้ความสามารถด้านยาเป็นหลัก รวมทั้งจัดการอบรมให้ทุกคนมีจิตใจที่พร้อมบริการให้กับผู้ป่วย

3.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)

สิ่งสำคัญของขั้นตอนการให้บริการทางการแพทย์ คือ ความถูกต้อง ดังนั้นในทุก ๆ ขั้นตอนจะต้องมีการตรวจสอบเช็คความถูกต้องของยา ตั้งแต่การตรวจสอบความถูกต้องของยา วิธีการรับประทานยา จนกระทั่งเป็นสินค้าออกมา จะมีการ double/triple check เพื่อความถูกต้องมากที่สุด

3.3.7 กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดลอมทางกายภาพ (Physical Evidence)

ทุกอย่างของ Pills จะยึดหลักความน่าเชื่อถือและความถูกต้อง ดังนั้น Package สินค้าก็จะต้องดูดีน่าเชื่อถือ และการรับยาจะต้องรับผ่านบุคลากรทางการแพทย์ทั้งหมด ทั้งในร้านยาและโรงพยาบาล ในส่วนของ Website และ Application จะต้องดูสะอาด ไม่มีโฆษณา และน่าเชื่อถือ

ทั้งหมดก็เพื่อให้ประสบการณ์ของผู้ป่วยที่มาใช้บริการรู้สึกถึงความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และ
ความปลอดภัย



บทที่ 4

แผนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา

4.1 บทวิเคราะห์การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับกระบวนการ

สำหรับบทนี้เป็นเรื่องของแผนในการจำแนกถึงเทคโนโลยีที่จะมีการนำมาใช้สำหรับการผลิตและดำเนินงานในบริษัทกับแผนธุรกิจ พร้อมทั้งความใหม่ในนวัตกรรมที่มีการนำมาแทรกภายในแผนธุรกิจเพื่อให้เกิดคุณค่าแก่ผู้ป่วย ตลอดจนถึงวิธีการป้องกันการลอกเลียนแบบในอนาคตและวิธีที่จะเตรียมป้องกันเหตุดังกล่าวในอนาคตเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนในองค์กร

4.1.1 ประเภทของเทคโนโลยี

จากการศึกษาผลิตภัณฑ์การบริหารยาของ Pills เป็นลักษณะของวิธีการจัดยาแบบใหม่ โดยใช้เครื่องที่ชื่อว่า Autopack โดยเครื่อง Autopack จะมีหน้าที่ในการจัดยาออกมาตามที่กำหนดในคอมพิวเตอร์และจะจัดยาออกมาเอง พร้อมทั้งมีข้อมูลของยาบนหน้าจอด้วย

4.1.2 ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีในการนำมาปรับใช้จริง

ในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยี Autopack จริง ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยมีขนาดแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจ เช่น ถ้าโรงพยาบาลจะมีคนไข้เป็นจำนวนมาก จึงเหมาะกับการใช้เครื่องที่ใหญ่กว่าในร้านยา



ภาพที่ 4.1 แสดงลักษณะเครื่อง Autopack

ที่มา: <https://www.ubt.co.th/autopack>

4.2 บทวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือกระบวนการ

4.2.1 ระดับความใหม่ของนวัตกรรม

รูปแบบผลิตภัณฑ์การบริหารยาของ Pills ปัจจุบันมีการใช้ในแผนกผู้ป่วยในในบางโรงพยาบาล แต่ในผู้ป่วยนอกยังไม่มีการใช้ในประเทศไทย ดังนั้นจึงจัดเป็นความใหม่ระดับประเทศ

4.2.2 ประเภทของนวัตกรรม

มีการใช้ผลิตภัณฑ์การบริหารยาควบคู่กับแอปพลิเคชัน ในการติดตามและเป็นທີ່เก็บข้อมูลส่วนตัวในการรับประทานยาของผู้ป่วย ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารยาของผู้ป่วยและลดความแออัดที่เกิดขึ้นในโรงพยาบาลได้

4.2.3 แนวทางการต่อยอดการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์หรือสังคม

โดยผลิตภัณฑ์การบริหารยาของ Pills ถ้ามีการร่วมมือกับโรงพยาบาล จะเกิดประโยชน์ในการลดความแออัดของโรงพยาบาลและช่วยให้ผู้ป่วยมีความร่วมมือในรักษามากขึ้น ซึ่งในอนาคตสามารถที่จะคิดค่าบริการได้ เพื่อเป็นรายได้เสริมให้กับทางโรงพยาบาลและช่วยลดต้นทุนการใช้ยาที่มากเกินไปจนความจำเป็นอีกด้วย

4.3 แผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องและการหาประโยชน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา

ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) หมายถึง ผลงานอันเกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นหรือสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งเน้นผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญโดยไม่จำกัดชนิดของการสร้างสรรค์หรือวิธีการในการแสดงออก ทรัพย์สินทางปัญญาอาจแสดงออกในรูปแบบของสิ่งที่จับต้องได้ เช่น สินค้าต่าง ๆ หรือในรูปแบบที่จับต้องได้ เช่น สินค้าต่าง ๆ หรือในรูปแบบที่จับต้องไม่ได้ เช่น บริการ แนวคิดในการทำธุรกิจกรรมวิธีการผลิตทางอุตสาหกรรม เป็นต้น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, 2562) โดยแผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาในตัวผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย 2 กลุ่ม ดังนี้

4.3.1 เครื่องหมายการค้า (Trademark)

เครื่องหมายการค้า หมายถึง เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์หรือตราที่ใช้กับสินค้าหรือบริการ ซึ่งเครื่องหมายที่ให้ความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, 2562)

จากความหมายและประโยชน์ข้างต้นทาง บริษัท ฟิลส์ จำกัด จึงเห็นควรดำเนินการจดทะเบียนก่อนเริ่มกิจการในประเทศไทย ซึ่งจะได้รับการคุ้มครองเป็นระยะเวลา 10 ปี และสามารถขอต่ออายุในการคุ้มครองได้ครั้งละ 10 ปี

ตารางที่ 4.1 รายการทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท ฟิลส์ จำกัด

รายการ	สถานที่	การดำเนินการ	ระยะเวลา	ค่าใช้จ่าย
1. เครื่องหมายการค้า	ประเทศ	ก่อนเริ่ม	10 ปี และต่ออายุ	1,600 บาท +
• ชื่อแบรนด์และตราสินค้า	ไทย	กิจการ	คราวละ 10 ปี	2,000 บาท

4.4 แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร

ทางบริษัทฯ มีการดำเนินการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและลิขสิทธิ์ตามกรอบเวลาและมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. เครื่องหมายการค้า	1,600											
2. ลิขสิทธิ์การออกแบบ	ฟรี											



บทที่ 5 แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร

การศึกษาแผนการบริหารจัดการ บริษัท พิลส์ จำกัด (Pills Co.;Ltd) ประกอบด้วยข้อมูลทางธุรกิจ, โครงสร้างองค์กร, แผนการดำเนินการจัดการขององค์กร และการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยประมาณการทั้งหมด 5 ปี โดยจะนำเสนอแผนบริหารจัดการในภาพองค์รวมทั้งองค์กร ตามวัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจที่จัดทำขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

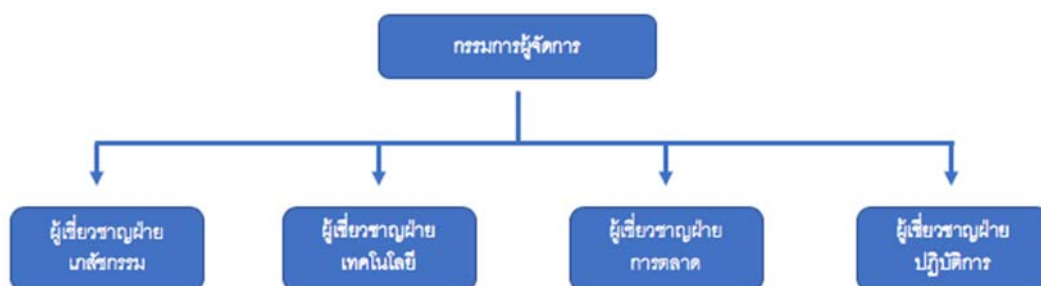
5.1 โครงสร้างองค์กรและสถานะบุคลากรและบทบาทหน้าที่

5.1.1 ข้อมูลทางธุรกิจ

บริษัท พิลส์ จำกัด เป็นบริษัทตั้งใหม่ โดยใช้เงินทุนจดทะเบียนอยู่ที่ 2 ล้านบาท เพื่อใช้ในการดำเนินการของบริษัท

5.1.2 โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากบริษัท พิลส์ จำกัด มีพนักงานจำนวนน้อยและต้องการความคล่องตัวในการทำงานสูง จึงมีการวางโครงสร้างเป็น Flat Organization โดยในปีแรกจะมีแค่ตำแหน่ง CEO, CTO และ CMO เท่านั้น เมื่อเริ่มปีที่ 2 จะมีตำแหน่งดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.1 โครงสร้างองค์กรบริษัท พิลส์ จำกัด

ตารางที่ 5.1 รายชื่อพนักงานของบริษัท พิลส์ จำกัด

รายชื่อ	ตำแหน่ง	ประสบการณ์การทำงาน
1. ฐาปนพงษ์ อินทรชาติ	CEO	ผู้จัดการทั่วไป Ocean drinking water
2. นฤพนธ์ สนศักดิ์	CPO*	จบเภสัชศาสตร์และได้ต่อแพทย์ ปัจจุบันเป็นแพทย์อยู่ รพ. ศิริราช
3. นนท์ หาสิตะพันธ์	CTO	ผู้วางแผนพัฒนาระบบ www.tourkrub.com
4. นัชชาภัทร ทองละมุล	CMO	เภสัชการตลาด บริษัท Behringer
5. นรพัทธ์ ลิ้มปกาญจน์	COO	ผู้จัดการทั่วไป บริษัท Pajara

* CPO คือ Chief Pharmacy Officer

5.2 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลา

มีทั้งหมด 1,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 3,000 บาท โดยมีหุ้นส่วนทั้งหมด 3 คน และจะเริ่มจ่ายเงินปันผลและโบนัสเมื่อมีกำไรสะสมเกิน 5,000,000 บาท ให้กับผู้ถือหุ้นและตำแหน่งผู้บริหาร โดยแต่ละคนมีงานประจำและได้รับเงินเดือนประจำอยู่แล้ว ดังนั้นเงินเดือนจะจ่ายไม่เยอะมาก (ในส่วนของโบนัสจะยกเว้นการจ่ายในผู้ถือหุ้น 3 คน) จะเน้นไปการพัฒนาธุรกิจมากกว่า ซึ่งในปีแรกค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าเช่าและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในการผลิตและการเข้าถึงผู้ป่วย ส่วนการจ่ายโบนัสจะจ่ายให้กับพนักงานอื่น ๆ ยกเว้นผู้ถือหุ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5.2 แสดงจำนวนหุ้นของหุ้นส่วนทั้งหมด

	สัดส่วนหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	ราคาหุ้น (บาท)	คิดเป็นเงิน (บาท)
ฐาปนพงษ์ อินทรชาติ	60%	600	3,000	1,800,000
นัชชาภัทร ทองละมุล	20%	200		600,000
นนท์ หาสิตะพันธ์	20%	200		600,000
รวม	100%	1000		3,000,000

บทที่ 6

แผนการบริหารจัดการผลิตหรือการให้บริการ

บทนี้กล่าวถึงขั้นตอนการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มระยะแรกจนถึงระยะสุดท้าย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน ขั้นตอนการผลิตและการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าและภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท

6.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรที่เกี่ยวข้องและจำเป็นเพื่อจัดการผลิต/บริการ

6.1.1 รายละเอียดขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท

การดำเนินการจัดตั้ง บริษัท ฟิลส์ จำกัด ในระยะเริ่มแรกมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้



ภาพที่ 6.1 ขั้นตอนการจัดตั้ง บริษัท ฟิลส์ จำกัด

การพิจารณาเลือกทำเลในการเปิดร้านขายยา จะพิจารณาจากทำเลที่เป็นแหล่งชุมชน เป็นแหล่งที่พักอาศัย โดยค่าเช่าต่อเดือนประมาณ 25,000 บาท

การขออนุญาตเปิดร้านขายยากับองค์การอาหารและยา (อย.) ทาง อย. จะกำหนดรูปแบบของร้านคร่าวๆ และจะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพื่อการเป็นร้านยาคุณภาพ

การตกแต่งร้านและซื้ออุปกรณ์ จะต้องมีการตกแต่งร้านตามแบบที่ อย. เป็นคนกำหนด และจัดซื้ออุปกรณ์สำหรับการแพทย์ที่ชื่อ Autopack

จัดทำ Website และ Application เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับคนไข้ โดยคนไข้จะต้องมีการส่งข้อมูลการใช้จ่ายผ่านทางออนไลน์ และ Application ยังช่วยบริการเก็บข้อมูลสุขภาพของคนไข้ด้วย

จัดหาบุคลากร ในช่วงแรกบุคลากรที่จำเป็น คือ บุคลากรทางฝั่งเทคโนโลยี เพราะ ต้องมีการทำเว็บไซต์เพื่อใช้ในการรับลูกค้าที่ต้องการใช้บริการ

อย. จะเข้ามาตรวจสอบและอนุญาตให้ขายยาได้ ถ้ามีการตกแต่งร้านและมีอุปกรณ์ตามที่ อย. กำหนดในระเบียบการเปิดร้านยา

การดำเนินการจดทะเบียนบริษัท จะอยู่ช่วงหลังจากที่ร้านขายยาสามารถที่จะขายยาได้แล้ว และจากนั้นก็สามารรถเริ่มธุรกิจได้

6.2 แผนการดำเนินงานของธุรกิจ



ภาพที่ 6.2 แสดงการดำเนินงานของธุรกิจ

6.2.1 คนไข้ใส่ข้อมูลการรับประทานยาผ่าน Website/Application

โดยคนไข้จะต้องส่งใบสั่งยาที่ได้รับจากโรงพยาบาลหรือซองยาที่ระบุวิธีการรับประทานยาอย่างชัดเจน โดยส่งเป็นรูปภาพผ่านทาง Website/Application

6.2.2 ตรวจสอบโดยเภสัชกร

วิธีการรับประทานยาที่คนไข้ส่งมา จะถูกตรวจสอบอย่างละเอียด เพื่อตรวจสอบการแพ้ยา, ความเหมาะสมของยาที่ได้รับ, ปฏิกริยาระหว่างยาที่อาจจะเกิดขึ้น และความถูกต้องของชนิดยาเมื่อเทียบกับยาเดิมที่ได้รับ โดยข้อมูลทั้งหมดจะถูกตรวจสอบ 2 ครั้ง ก่อนจะส่งไปขั้นตอนต่อไป

6.2.3 ป้อนข้อมูลการรับประทานยาเข้าเครื่อง Autopack

เครื่องจะทำการแพ็คยาออกมาเป็นซองเล็ก ๆ เรียงต่อกันตามวิธีการรับประทานยาของแต่ละคน

6.2.4 นำซองยาที่ได้ไปบรรจุใส่กล่อง

โดยกล่องจะถูกออกแบบมาให้คนไข้ต้องฝึกทีละซองเรียงตามลำดับการรับประทานยา

6.2.5 จัดส่งให้กับคนไข้

จัดส่งกล่องยาไปร้านยาที่อยู่ในเครือข่ายของร้านและใกล้บ้านผู้ป่วยมากที่สุด เพื่อให้เภสัชกรประจำร้านยาได้ตรวจสอบและจ่ายยาให้กับคนไข้

6.3 ร้านยาในเครือข่าย

เนื่องจากพระราชบัญญัติยา ปี พ.ศ. 2510 ได้มีข้อกำหนดห้ามส่งยาให้กับผู้ป่วยทางไปรษณีย์ จึงต้องส่งผ่านร้านขายยาด้วยกันและให้ผู้ป่วยไปรับที่ร้านขายยาใกล้บ้านแทน ดังนั้นจึงต้องมีร้านยาที่อยู่ในเครือข่ายเพื่อความคลอบคลุมในการให้บริการ

บทที่ 7

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการนำข้อมูลคนไข้ไปใช้

ในส่วนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ คือ โรงพยาบาลและร้านยา โดยคนไข้จะมา จาก 2 ทาง คือ จากทางโรงพยาบาลและมาด้วยตนเองไม่ได้ผ่านใคร และยังมีในส่วนร้านยาเครือข่าย ที่จะต้องมีต้นทุนการบริการด้วย ในส่วนของการนำข้อมูลคนไข้ (Data Enrichment) ไปใช้จะทำให้เกิด ข้อได้เปรียบทางธุรกิจในระยะยาวและป้องกันการลอกเลียนแบบของธุรกิจ

7.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจ

7.1.1 โรงพยาบาล

โดยจะให้ส่วนแบ่ง (Revenue sharing) ให้กับทางโรงพยาบาล 25% ของค่าบริการ คิดเป็น เงิน 75 บาท/เคส โดยนอกเหนือจากเงินที่ได้โดยตรงแล้ว โรงพยาบาลยังได้ประโยชน์ทางอ้อม คือ การลดความแออัดในโรงพยาบาล ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการบริการของโรงพยาบาลลดน้อยลง

โดยทางโรงพยาบาลมีความกังวลในเรื่องความคงตัวของยา (Stability) ในระหว่างขนส่ง และความปลอดภัยของข้อมูลคนไข้ ซึ่งทางโรงพยาบาลไม่มีสิทธิในการเก็บกักข้อมูลของคนไข้ เพราะ ข้อมูลการรักษาของคนไข้เป็นของคนไข้ไม่ใช่ของโรงพยาบาล

7.1.2 ร้านยา

จะได้ส่วนแบ่งจากการจ่ายยา (Pharmacist Fee) โดย โครงการรับยากลับบ้านของ สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) ได้ให้ค่าบริการแก่เภสัชกรร้านยา เป็นจำนวนเงิน 70 บาท/เคส แต่ Pills สามารถที่จะจ่ายให้กับร้านยาได้ประมาณ 30% ของค่าบริการ คิดเป็นเงิน 90 บาท/เคส โดยร้านยามีสิทธิที่จะเข้าถึงข้อมูลการรักษาเบื้องต้นของคนไข้ได้ เพราะ จากการสัมภาษณ์ ร้านยา สิ่งที่ร้านยาต้องการและให้ความสำคัญมากกว่าเงิน ก็คือ คุณค่าของการเป็นร้านยาชุมชน ที่จะ ช่วยเหลือคนไข้ให้ได้ประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งต้องการข้อมูลเบื้องต้น เช่น โรคประจำตัว, ยาที่ใช้

เป็นประจำ ประกอบการจ่ายยา และจากการสัมภาษณ์ร้านยา ทางเจ้าของร้านยาก็มองว่ามีประโยชน์ทำให้คนไข้เข้าร้านยามากขึ้นด้วย

7.1.3 คนไข้

โดยคนไข้จะมีฐานข้อมูลการรักษาของตัวเอง เพื่อนำไปใช้ได้ตามความต้องการทุกที่ทุกเวลา, ลดเวลาการใช้บริการรักษาในโรงพยาบาล และมีเครื่องมือที่ช่วยในการบริหารยา

7.2 การนำข้อมูลคนไข้ไปใช้ในอนาคต (Data Enrichment)

ตามสิทธิของผู้ป่วย ข้อมูลการรักษาของคนไข้เป็นของคนไข้ไม่ใช่ของโรงพยาบาล ดังนั้นคนไข้สามารถที่จะขอข้อมูลเพื่อนำไปใช้ได้ตามความต้องการของคนไข้ ซึ่งโรงพยาบาลไม่มีสิทธิที่จะเก็บกักข้อมูลไว้แต่เพียงผู้เดียว

ดังนั้นเพื่อความได้เปรียบทางธุรกิจในอนาคตและป้องกันการถูกลอกเลียนแบบลักษณะธุรกิจ จะมีการนำข้อมูลคนไข้ไปใช้ในการช่วยติดตามการรับประทานยาของคนไข้ โดยมีผู้ได้รับประโยชน์ ดังนี้

7.2.1 โรงพยาบาล

สามารถติดตามดูพฤติกรรมกรรมการรับประทานยาของคนไข้ได้ ว่ามีความร่วมมือในการรักษา มากเพียงใด ใช้วิเคราะห์หาสาเหตุของการควบคุมโรคไม่ได้ ว่ามาจากพฤติกรรมหรือยาไม่ตอบสนอง โดยข้อมูลที่ได้ จะใช้ในการวางแผนการรักษาให้เหมาะสมกับผู้ป่วยแต่ละราย ซึ่งจะช่วยลดการจ่ายยาที่เกินความจำเป็น มีผลทำให้ต้นทุนของโรงพยาบาลลดลงด้วย

7.2.2 ร้านยา

สามารถที่จะเข้าถึงประวัติการรักษาโรคเรื้อรังได้ ทำให้เมื่อผู้ป่วยมาซื้อยาสามารถที่จะจ่ายยาที่เหมาะสมกับผู้ป่วยได้มากขึ้น โดยการเป็นพาร์ทเนอร์กับร้านยาที่มีสาขาต่าง ๆ เพื่อให้ร้านยามีจุดขายและการเข้าถึงคนไข้มากขึ้น

7.2.3 บริษัทประกันภัย

จะช่วยลดค่าใช้จ่ายของบริษัทประกันภัย เพราะเมื่อคนไข้มีการควบคุมโรคที่ดีขึ้น โรคแทรกซ้อนต่างๆ ก็จะน้อยลง บริษัทประกันภัยก็จ่ายค่ารักษาพยาบาลน้อยลง ในขณะที่เบี้ยประกันยังคงราคาเท่าเดิม



บทที่ 8

แผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

บทนี้ประกอบด้วย สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนของโครงการ, แผนการเงินตามกรอบเวลา 5 ปี, ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน, ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน และผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการแบบ Scenario

8.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนในโครงการ

8.1.1 สมมติฐานด้านการเงิน

เงินลงทุนประกอบด้วย 3 ส่วนหลักๆ คือ เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร, เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน และเงินทุนหมุนเวียน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 8.1 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุน

รายการ		เงินลงทุน (บาท)
1	เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
1.1	ปรับปรุงอาคารสำนักงานและร้านขายยา	500,000
1.2	อุปกรณ์สำนักงาน	50,000
1.3	อุปกรณ์สำหรับการขายยา	80,000
1.4	เครื่อง Autopack	1,800,000
1.5	ค่าจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	1,600
	รวม	2,431,600
2	เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	
2.1	การจดทะเบียนบริษัท	20,000
2.2	ค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือนของอาคารสำนักงานและร้านขายยา 25,000*3	75,000
	รวม	90,000
3	เงินทุนหมุนเวียน	473,400
	รวมมูลค่าการลงทุน	3,000,000

8.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจของทางบริษัท ได้มาจากเงินลงทุนของเจ้าของกิจการเองทั้งหมด โดยไม่ได้ทำการกู้เพิ่มเติมใด ๆ

ตารางที่ 8.2 แสดงผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการลงทุน

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วน (%)	เงินลงทุน (บาท)
1	ฐาปนพงษ์ อินทรชาติ	600	60%	1,800,000
2	นัชชาภัทร ทองละมุล	200	20%	600,000
3	นนท์ หาสิทธิ์พันธ์	200	20%	600,000
รวม		1,000	100%	3,000,000

8.1.3 สมมติฐานทางการเงิน

ในการจัดทำประมาณงบการเงินซึ่งประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสดนั้น ได้มีการตั้งสมมติฐานที่สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ขององค์กรที่กำหนดไว้ในบทที่ที่ผ่านมา ทั้งนี้ บริษัท พิลส์ จำกัด จะทำประมาณการเป็นระยะเวลา 5 ปี โดยมีสมมติฐานในการประมาณดังนี้

ตารางที่ 8.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
1. หักค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	3 ปี แบบเส้นตรง
2. หักค่าเสื่อมราคาอาคารสำนักงาน	5 ปี แบบเส้นตรง
3. หักค่าเสื่อมเครื่อง Autopack	5 ปี แบบเส้นตรง
4. หักค่าเสื่อมเครื่องอุปกรณ์สำหรับขายยา	5 ปี แบบเส้นตรง
4. ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	5 ปี แบบเส้นตรง
5. ค่าซาก	ไม่มีนโยบายค่าซาก
6. ได้รับเครดิตการชำระเงินจากเจ้าหนี้การค้า	30 วัน และมีข้อยกอ้างชำระไม่เกินร้อยละ 20 ของยอดทั้งหมด
7. อัตราเงินเฟ้อ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)	เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ต่อปี
8. อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือน	อัตราเงินเดือนคงที่ตลอด 5 ปี แต่จะจ่ายเป็นโบนัสแทนเมื่อมีกำไรสะสม 5 ล้านบาท

ตารางที่ 8.3 สมมุติฐานทางการเงิน (ต่อ)

รายการ	สมมุติฐานทางการเงิน
9. อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (กรมสรรพากร, 2562)	ร้อยละ 20 ต่อปี
10. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวสำหรับลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR) (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)	ร้อยละ 6.87 ต่อปี
11. นโยบายการจ่ายเงินปันผล	บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผลที่ร้อยละ 10 ส่วนอีกร้อยละ 90 บริษัทจะนำไปลงทุนในสินค้าและด้านการตลาดมากขึ้น โดยบริษัทจะจ่ายเงินปันผลเมื่อมีกำไรสะสมมากกว่า 5 ล้านบาท
12. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)	ไม่มีการคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม
13. เงินทุนหมุนเวียน	ไม่มีเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี
14. ค่าความผันผวนของตลาด (β)	1 อ้างอิงจากสูตรของ Hamada
15. โบนัสพนักงาน	จ่ายโบนัสพนักงาน 2 เดือน ยกเว้นผู้ถือหุ้น
16. อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity)	ร้อยละ 6.20
17. ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก WACC (Weight Average Cost of Capital)	ร้อยละ 6.17
18. อัตราการเติบโตทางการตลาด	มีอัตราการเติบโตจากการมีคนใช้เพิ่มขึ้น 20% ในแต่ละปี และในปีที่ 3 มีการทำตลาด B2B คาดว่าจะมีคนใช้เพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด
19. ราคาขายต่อหน่วย	หน่วยละ 300 บาท
20. ค่าเช่าพื้นที่	อาคารสำนักงานและร้านขายยาเดือนละ 25,000 บาท
21. ค่ารับจ้างเหมาตรวจสอบบัญชี	ค่าตรวจสอบบัญชี ปีที่ 1 - 4 3,000 บาท ปีที่ 5 5,000 บาท
22. ค่าสมทบเงินประกันสังคม	อัตราร้อยละ 5 ของเงินเดือน

8.1.4 การประมาณการรายได้

บริษัท พิลส์ จำกัด มีรายได้หลักจากการให้บริการ เป็นลักษณะของ Subscription Model โดยที่ใน 1 เดือน คนไข้จะได้รับยา 1 ครั้ง โดยคิดค่าธรรมเนียม 300 บาท (รวมค่าส่งแล้ว)

โดยในปีที่ 1-5 คาดการณ์คนไข้ที่ประมาณ 1000, 1200, 5000, 7000 และ 9,800 คน ตามลำดับ คนไข้ 1 คนจะมีธุรกรรมปีละ 12 ครั้ง โดยปีที่ 1 และ 2 จะเน้นการพัฒนาาระบบให้มีประสิทธิภาพและเติบโต 20%/ปี หลังจากนั้นในปีที่ 3 จะร่วมกับโรงพยาบาลในการลดความแออัดในโรงพยาบาล โดยจะทำข้อตกลงกับโรงพยาบาลหลายๆ โรงพยาบาล โดยคาดว่าจะมีคนไข้เข้าร่วมเริ่มต้น 5,000 คน และเพิ่มปีละ 40%

ตารางที่ 8.4 แสดงประมาณการรายได้ปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ราคาขาย (บาท)	300	300	300	300	300
จำนวนขายต่อวัน (ชิ้น)	30	40	170	250	350
จำนวนขายต่อปี	10,950	14,600	62,025	91,250	127,7750
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	3,285,000	4,380,000	18,615,000	27,375,000	38,325,000

8.1.5 การประมาณการต้นทุน

ต้นทุนการผลิตและค่าส่ง ประมาณ 100 บาทต่อครั้ง และมีค่าส่วนแบ่งที่ต้องแบ่งให้กับโรงพยาบาลประมาณ 25% หรือ คิดเป็น 75 บาท/ครั้ง

ตารางที่ 8.5 แสดงประมาณการต้นทุน ปีที่ 1-5

รายการ	ราคา: หน่วยบาท	ประมาณการต้นทุน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการผลิตและค่าส่ง	100	10,950	14,600	62,050	91,250	127,750
รวม	100	1,095,000	1,460,000	6,205,000	9,125,000	12,775,000
รายการ	แรกเข้าเฉลี่ย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ปริมาณรายการที่ รพ. ได้		10,950	14,600	62,025	91,250	127,750
จำนวนเงินที่ให้กับ รพ		-	-	75	75	75
รวมค่าใช้จ่ายในการวาง สินค้า		-	-	4,653,750	6,843,750	9,581,250
รวม		1,095,000	1,460,000	10,858,750	15,968,750	22,356,250

8.1.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ

ส่วนนี้จะเป็นเงินเดือนของพนักงาน, ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการดำเนินการ และ ค่าใช้จ่ายในการตลาด ในปี 1-5

ตารางที่ 8.6 แสดง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตั้งแต่ปีที่ 1-5

รายการ	ราคา (เดือน)	ราคา (ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	-	95,000	-	-	-	-
อาคารสำนักงานและ ร้านขายยา	25,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ค่าไฟ	8,000	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000
ค่าน้ำ	1,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าอินเทอร์เน็ต	4,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
ค่าโทรศัพท์	5,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน เบ็ดเตล็ด	2,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
รวม	45,000	635,000	540,000	540,000	540,000	540,000

ตารางที่ 8.7 แสดงค่าใช้จ่ายบริหารตั้งปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน	828,000	2,220,000	3,360,000	5,644,023	7,144,322
เงินค่าประกันสังคม	39,000	40,950	42,998	45,147	47,405
ค่ารับทำบัญชี	72,000	72,000	72,000	72,000	144,000
ค่าตรวจสอบบัญชี	3,000	3,000	3,000	3,000	5,000
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	635,000	540,000	540,000	540,000	540,000
รวม	1,577,000	2,875,950	4,017,998	6,304,170	7,880,727

ตารางที่ 8.8 แสดงค่าใช้จ่ายการตลาดตั้งปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการออกบูทสินค้า	50,000	75,000	75,000	75,000	75,000
ค่าใช้จ่ายในการทำโปสเตอร์	4,000	4,000	8,000	8,000	8,000
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์	30,000	50,000	100,000	120,000	150,000
รวม	84,000	129,000	183,000	203,000	233,000

8.1.7 ค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่ายส่วนการบริหารและการขาย

ส่วนนี้จะแสดงค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่ายส่วนการบริหารและการขาย ปีที่ 1-5 เพื่อแสดงค่าเสื่อมสะสมของรายการทั้งหมด

ตารางที่ 8.9 แสดงค่าเสื่อม ปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน	110,000	110,000	110,000	110,000	110,000
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้	26,667	26,667	26,667	-	-
ค่าตัดจำหน่ายสินค้าไม่มีตัวตน	320	320	320	320	320
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
รวม	496,987	496,987	496,987	470,320	470,320
ค่าเสื่อมสะสม	496,987	993,973	1,490,960	1,961,280	2,431,600

8.2 แผนการเงินกรอบเวลา 5 ปี (จำแนกรายปี)

8.2.1 แผนการเงินประเภทงบกำไรขาดทุน (Income Statement)

ทางบริษัท พิลส์ จำกัด มีการประมาณการงบกำไรขาดทุนปีที่ 1-5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8.10 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	3,285,000	4,380,000	18,615,000	27,375,000	38,325,000
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	(1,095,000)	(1,460,000)	(10,858,750)	(15,968,750)	(22,356,250)
หัก-ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
กำไรขั้นต้น	2,550,000	3,280,000	8,116,250	11,766,250	16,328,750
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(1,577,000)	(2,875,950)	(4,017,998)	(6,304,170)	(7,880,727)
หัก-ค่าใช้จ่ายในการขาย	(84,000)	(129,000)	(183,000)	(203,000)	(233,000)
หัก-ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	(496,987)	(496,987)	(496,987)	(470,320)	(470,320)
กำไรจากการดำเนินงาน	392,013	(221,937)	3,418,266	4,788,760	7,744,703
หัก-ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	392,013	(221,937)	3,418,266	4,788,760	7,744,703
บุคคล					
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล	(78,403)	44,387	(683,653)	(957,752)	(1,548,941)
กำไรสุทธิ	313,611	(177,549)	2,734,613	3,831,008	6,195,763
หัก-เงินปันผลจ่าย	-	-	-	(383,101)	(619,576)
กำไรหลังจ่ายเงินปันผล	313,611	(177,549)	2,734,613	3,447,907	5,576,186
กำไรสะสม	313,611	136,061	2,870,674	6,318,581	11,894,767
Dividend Payout Ratio	0%	0%	0%	10%	10%

8.2.2 แผนการเงินประเภทงบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flows)

ทางบริษัท พิลส์ จำกัด มีการประมาณการงบกระแสเงินสดปีที่ 1-5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8.11 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ	-	313,611	(177,549)	2,734,613	3,831,008	6,195,763
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	-	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	-	496,987	496,987	496,987	470,320	470,320
เจ้าหนี้การค้า	-	90,000	120,000	892,500	1,312,500	1,837,500
ลูกหนี้การค้า	-	(270,000)	(360,000)	(1,530,000)	(2,250,000)	(3,150,000)
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	-	(21,000)	(28,000)	(208,250)	(306,250)	(428,750)
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-
ภาษีนิติบุคคล	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานรวม	-	609,597	51,437	2,385,849	3,057,578	4,924,833
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินทุนในสินทรัพย์ถาวร	(2,431,600)	-	-	-	-	-
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	(2,431,600)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินสดจากการกู้ยืมธนาคาร	-	-	-	-	-	-
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	3,000,000	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-	-	(383,101)	(619,576)
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม	3,000,000	-	-	-	(383,101)	(619,576)
กระแสเงินสดสุทธิ	568,400	609,597	51,437	2,385,849	2,674,477	4,305,256
กระแสเงินสดต้นงวด	-	568,400	1,177,997	1,229,435	3,615,284	6,289,761
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	568,400	1,177,997	1,229,435	3,615,284	6,289,761	10,595,017

8.2.3 แผนการเงินประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน (Financial Statement)

ทางบริษัท พิลส์ จำกัด มีการประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินปีที่ 1-5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8.12 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและเงินสดในธนาคาร	568,400	1,177,997	1,229,435	3,615,284	6,289,761	10,595,017
ลูกหนี้การค้า	-	270,000	630,000	2,160,000	4,410,000	7,560,000
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	-	21,000	49,000	257,250	563,500	992,250
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	568,400	1,468,997	1,908,435	6,032,534	11,263,261	19,147,267
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	2,431,600	2,431,600	2,431,600	2,431,600	2,431,600	2,431,600
ค่าเสื่อมราคาสะสมเครื่องจักร	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	-	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(496,987)	(993,973)	(1,490,960)	(1,961,280)	(2,431,600)
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,431,600	1,934,613	1,437,627	940,640	470,320	-
รวมสินทรัพย์	3,000,000	3,403,611	3,346,061	6,973,174	11,733,581	19,147,267
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	90,000	210,000	1,102,500	2,415,000	4,252,500
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	90,000	210,000	1,102,500	2,415,000	4,252,500
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	90,000	210,000	1,102,500	2,415,000	4,252,500
ทุนหุ้นสามัญ	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
กำไรสะสม	-	313,611	136,061	2,870,674	6,318,581	11,894,767
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,000,000	3,313,611	3,136,061	5,870,674	9,318,581	14,894,767
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,000,000	3,403,611	3,346,061	6,973,174	11,733,581	19,147,267

8.3 การประเมินผลการเงินและสรุปผลประเมินโครงการการลงทุน

ผลตอบแทนการลงทุน จะพิจารณาโดยการเปรียบเทียบระหว่างจำนวนเงินที่ต้องลงทุนทั้งหมดกับอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8.13 การประเมินผลการเงินและสรุปผลประเมินโครงการการลงทุน

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ขององค์กร	6.20%
มูลค่าปัจจุบัน(บาท) (Net Present Value : NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการ	6,238,967.25
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนสินเชื่อ	49.2%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด	2.74 ปี
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด โดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน	2.91 ปี

8.3.1 ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC)

ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนขององค์กรมีค่าเท่ากับ 6.20% โดยที่เงินทุนขององค์กรมาจากหุ้นสามัญเพียงอย่างเดียว เนื่องจากบริษัท ฟิลส์ จำกัด ยังไม่มีนโยบายการกู้เงินเพิ่มจากแหล่งอื่นในช่วง 5 ปีแรก เนื่องจากยังไม่ต้องใช้เงินลงทุนมาก โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{WACC} &= w_d k_d (1-T) + w_e k_e \\
 &= 0(6.87\%)(1-20\%) + (1)(6.2\%) \\
 &= 6.2\%
 \end{aligned}$$

โดยที่

w_d = สัดส่วนของหนี้สิน

k_d = อัตราผลตอบแทนที่เจ้าหนี้ต้องการหรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้

T = อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล 20 %

w_e = สัดส่วนของผู้ถือหุ้น

k_e = อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity)

การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) ด้วยวิธี CAPM (William F. Shape, 1964) โดยใช้ค่า Risk Free Rate หาได้จากการนำอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี มาเฉลี่ย Market Return หาจาก Market Cap ในตลาดหุ้นย้อนหลัง 5 ปี โดยกำหนดค่าเบต้า มีค่าเท่ากับ 1 จากสูตรของ Hamada โดยสามารถคำนวณหาค่าเบต้า และ CAPM ได้ดังต่อไปนี้

คำนวณหาค่าเบต้า

$$\begin{aligned}\beta(L) &= \beta(U) [1+(1-T)(D/E)] \\ &= 1 [1+(1-0.2)(0/1)] \\ &= 1\end{aligned}$$

คำนวณหาอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น

$$\begin{aligned}k_e &= R_f + (R_m - R_f) \beta L \\ &= 1.38\% + (4.91\% - 1.38\%) (1) \\ &= 4.90\%\end{aligned}$$

ดังนั้น จะได้ค่าเบต้าเท่ากับ 1 และอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 4.9%

8.3.2 มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value : NPV)

ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับจ่ายสุทธิตลอดอายุ 5 ปี ของโครงการ มีค่าเป็นบวก ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 6,238,967.25 บาท โดยใช้อัตราคิดลดจากต้นทุนหัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของโครงการ

8.3.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนสินเชื่อดีตลอดอายุ 5 ปี ของโครงการ นำข้อมูลจาก Free cash flow ที่ประมาณการได้มาคำนวณ ซึ่งพบว่าองค์กรมีอัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 49.2

8.3.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ทางองค์กรได้มีการประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมดให้กับผู้ลงทุนได้ทราบ ซึ่งพบว่าโครงการนี้จะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 2 ปี 9 เดือน

8.3.5 ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)

ทางองค์กรได้มีการประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด โดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน โดยใช้อัตราคิดลดจากต้นทุนหั่วเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของโครงการให้กับผู้ลงทุนได้ทราบ ซึ่งพบว่าโครงการนี้จะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 2 ปี 11 เดือน

8.3.6 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความคุ้มค่าการลงทุน

จากการศึกษาถึงผลการตอบแทนจากการลงทุนในบริษัท ฟิลส์ จำกัด ภายในระยะเวลา 5 ปีแรกของการดำเนินกิจการ โดยเปรียบเทียบจากเงินลงทุนทั้งหมดกับผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับพบว่า มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 6,238,967.25 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 49.2 และพบว่าโครงการนี้สามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 2 ปี 11 เดือน ดังนั้นจึงคุ้มค่าในการลงทุน

บทที่ 9

แผนบริหารจัดการความเสี่ยง

บทนี้จะมีเนื้อหาในส่วนของบทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งเป็น 3 หัวข้อ คือ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน, ความเสี่ยงด้านการตลาด และความเสี่ยงด้านการเงิน เมื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องแล้ว ก็จะมีบทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องรวมถึงข้อจำกัดของแผนธุรกิจ

9.1 บทวิเคราะห์ระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินธุรกิจนั้น สามารถเกิดความเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อาจเนื่องมาจากเหตุการณ์ทั้งภายนอกและภายในบริษัท ซึ่งอาจจะทำให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ซึ่งจะกระทบต่อองค์กรได้ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น บริษัทควรที่จะมีแผนการจัดการความเสี่ยงและแนวทางการรองรับความเสี่ยง โดยได้สรุปประเด็นความเสี่ยงของบริษัทเป็นหัวข้อหลักดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)
2. ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

9.1.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)

- การสื่อสารระหว่างคนไข้กับเภสัชกร เนื่องจากเภสัชกรจะต้องได้รับข้อมูลการรับประทานยาของคนไข้ ซึ่งจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ จึงต้องมีการถ่ายรูปซองยาหรือใบสั่งยาให้เภสัชกรได้ตรวจสอบด้วย

- การแพ้ยา, ปฏิกริยาระหว่างยา และผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้น เนื่องจากยาที่ผู้ป่วยได้รับจะอยู่ในช่องเดียวกันคล้ายกับยาชุด ซึ่งจะมีปัญหาทำให้เมื่อคนไข้มีอาการแพ้ยา จะไม่รู้ว่าแพ้ยาชนิดไหน จึงต้องระบุผู้ป่วยที่ใช้บริการว่าควรเป็นผู้ป่วยที่ได้รับยาชนิดนี้มาก่อนแล้ว เพื่อความแน่นอนว่าผู้ป่วยไม่แพ้ยา

- ความล่าช้าในการส่งยา เนื่องจากยาจะถูกส่งไปที่ร้านยาในเครือข่ายใกล้บ้านของผู้ป่วย อาจทำให้ผู้ป่วยขาดยาที่ควรจะได้รับอย่างต่อเนื่อง จึงต้องมีวิธีการติดตามยาและทำการส่งยาไปก่อนที่ยาเดิมของผู้ป่วยจะหมดอย่างน้อย 3 วัน

9.1.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

- การสร้างความเข้าใจให้กับผู้ป่วย เนื่องจาก บริษัท พิลส์ จำกัด มีการบริการที่ใหม่และยังไม่เคยมีในไทยมาก่อน ทำให้ผู้ป่วยอาจจะไม่เข้าใจในการบริการ จึงต้องมีการโฆษณาที่ทำให้เข้าใจง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
 - ความเสี่ยงจากคู่แข่ง เนื่องจากคู่แข่งคือโรงพยาบาล ซึ่งโรงพยาบาลไม่ได้ถูกบังคับใช้พรบ. ยา จึงสามารถที่จะส่งยาถึงบ้านผู้ป่วยได้เลย แต่ร้านขายยาไม่สามารถที่จะส่งยาถึงบ้านผู้ป่วยได้ จึงทำให้ต้องมีจุดเด่นมากพอที่จะให้คนไข้เลือกบริการมากกว่าการซื้อยาจากโรงพยาบาล

9.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

- ความเสี่ยงด้านเงินลงทุน เนื่องจากธุรกิจเป็นลักษณะ Subscription model ทำให้ต้องการคนไข้อยู่ในระบบเป็นจำนวนมาก ซึ่งต้องใช้เงินในการโฆษณาเป็นอย่างมาก จึงต้องมีแหล่งเงินทุนไว้สำหรับการขยายกิจการที่มากพอ

ตารางที่ 9.1 แสดงแผนบริหารจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วน			แนวทางแก้ไข
	สูง	ต่ำ	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation risk)						
การสื่อสารระหว่างคนไข้กับเภสัชกร	✓				✓	ใช้ Application และ AI ในการช่วยผู้ป่วยถ่ายรูปของยาหรือใบสั่งยา ให้มีความชัดเจนมากขึ้น
การแพ้ยา, ปฏิกริยาระหว่างยา และผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้น	✓				✓	เลือกรับเฉพาะผู้ป่วย Follow up เท่านั้น
ความล่าช้าในการส่งยา		✓		✓		มีการส่งยาไปก่อนที่ยาของคนไข้จะหมดก่อนอยู่แล้ว

ตารางที่ 9.1 แสดงแผนบริหารจัดการความเสี่ยง (ต่อ)

ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วน			แนวทางแก้ไข
	สูง	ต่ำ	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)						
การสร้างความเข้าใจให้กับผู้ป่วย	✓			✓		โฆษณาที่ทำให้เข้าใจง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
ความเสี่ยงจากคู่แข่ง		✓	✓			ให้ร้านยามีสิทธิที่จะดูข้อมูลการรับประทานยาของผู้ป่วย เพื่อสร้างมาตรฐานและคุณค่าต่อวิชาชีพ
ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)						
ความเสี่ยงด้านเงินลงทุน	✓			✓		ต้องสำรองเงินไว้ทำการตลาดให้มากพอที่จะเข้าถึงผู้ป่วย

บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี*. จาก <http://www.searo.who.int/thailand/areas/national-ncd-prevention-and-control-plan-2017-2021-tha.pdf>.
- สมประวณิ มั่นประเสริฐ. (2561). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมยา ปี 2561-63*. เข้าถึงได้จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/2aaa5a05-86b2-4c9d-9314-5d59735da733/IO_Pharmaceutical_2018_TH.aspx.
- Barbara, K. Z. et al. (2011) *Does Packaging with a Calendar Feature Improve Adherence to Self-Administered Medication for Long-Term Use? A Systematic Review*. From <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21397775>.
- Guy Talmor et al. (2018). *Use of software applications to improve medication adherence and achieve more integrated disease management in heart failure*. From <https://www.science-direct.com/science/article/pii/S1050173818300501>.
- H Ranjani, V Mohan. (2009). *Prevention and Control of Non-Communicable Diseases Role of Family Physicians in Improving Compliance to Lifestyle Modification*. From <https://www.researchgate.net/publication/228635908>.
- HDC กระทรวงสาธารณสุข. (2562). *ข้อมูลการใช้บริการสาธารณสุข*. จาก https://hdcservice.moph.go.th/hdc/reports/report.php?source=pformatted/format1.php&cat_id=cf7d9da207c0f9a7ee6c4fe3f09f67dd&id=df9a12ff1c86ab1b29b3e47118bcd535#.
- Jeannie, K. Lee et al. (2006). *Effect of a Pharmacy Care Program on Medication Adherence and Persistence, Blood Pressure, and Low-Density Lipoprotein Cholesterol*. From <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17101639>.
- Meera Viswanathan et al. (2012). *Interventions to Improve Adherence to Self-Administered Medications for Chronic Diseases in the United State: A Systematic Review*. From <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22964778>.
- Terry S. Field et al. 2007. *Adverse Drug Events Resulting from Patient Errors in Older Adult*. From <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17302666>.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง

การศึกษาปัจจัยเชิงพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่จะตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีจุดประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในฐานะผู้ใช้งาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ของผู้ใช้งานและลูกค้าตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 3 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ป่วย เช่น ชื่อ อายุ เพศ โรคที่เป็นอยู่ และข้อมูลอื่น ๆ
2. ศึกษาปัญหาและวิธีแก้ไขการรับประทานยาของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง
3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ของผู้ใช้งานและลูกค้าตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ป่วย เช่น ชื่อ อายุ เพศ โรคที่เป็นอยู่ และข้อมูล อื่นๆ
คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

1. ชื่อของผู้ป่วย

.....
.....

2. อายุและเพศ

.....
.....

3. โรคที่ผู้ป่วยเป็นและเป็นมากี่ปี

.....
.....

4. โรงพยาบาลที่เข้ารับการรักษา

.....
.....

5. สถานที่รับยา

.....
.....

6. วิธีการกินยาในแต่ละวัน

.....
.....

7. จำนวนของยาที่ได้รับในแต่ละครั้ง เมื่อมารับบริการ

.....
.....

ส่วนที่ 2: ศึกษาปัญหาและวิธีแก้ไขการรับประทานยาของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง
คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

1. ปัญหาที่เกิดจากพฤติกรรมการกินยา

.....
.....

2. วิธีการแก้ไขปัญหาในปัจจุบัน

.....
.....

3. ความคาดหวังในการแก้ไขปัญหาในอนาคต

.....
.....

4. ท่านใช้เวลาในการรับบริการในโรงพยาบาลครั้งละกี่ชั่วโมง

.....
.....

6. ผลการวัดจากห้องปฏิบัติการ (ผล Lab) โรคที่เป็นอยู่สามารถควบคุมโรคได้หรือไม่ เพราะอะไร

.....
.....

ส่วนที่ 3: ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ของผู้ใช้งานและลูกค้าตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

1. ถ้ายาที่ท่านต้องรับประทานถูกบรรจุอยู่ในซองเดียวกัน เรียงตามมื้ออาหาร และถูกส่งไปที่ร้านยาใกล้บ้าน ท่านจะมีความสะดวกในการรับประทานยาหรือไม่ เพราะอะไร

.....

2. การแจ้งเตือนการรับประทานยาผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ท่านคิดว่าสามารถช่วยในการรับประทานยาหรือไม่ เพราะอะไร

.....

3. ค่าบริการสูงสุดที่คิดว่าจะยอมจ่ายเพื่อใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย เพราะอะไร (ไม่คิดค่าใรจากยา)

.....

4. ค่าบริการต่ำสุดเมื่อเทียบกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเท่าไร เพราะอะไร (ไม่คิดค่าใรจากยา)

.....

5. ถ้าการจ่ายค่าบริการเป็นแบบหักรายเดือน (Subscription Model) ผ่านบัตรเครดิต ท่านจะสะดวกหรือไม่ เพราะอะไร ถ้าไม่สะดวก ท่านคิดว่าวิธีไหนเหมาะสมที่สุด

.....

6. ท่านคิดว่าค่าบริการดังกล่าวจะช่วยให้ท่านสามารถรับประทานยาได้ง่ายขึ้นและสามารถควบคุมโรคได้หรือไม่ (เช่น การลืมกินยา, การกินยาผิดชนิด) เพราะอะไร

.....

**การศึกษาปัจจัยเชิงพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่จะ
ตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย**

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัย
การจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีจุดประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในฐานะผู้ใช้งาน และผู้มีส่วน
เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ของผู้ใช้งานและลูกค้า
ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 1 ส่วน คือ

1. ศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น Partner กับ โรงพยาบาล

โดยมีวัตถุประสงค์ในการขอสัมภาษณ์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาระบบรูปแบบธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการร่วมมือกับโรงพยาบาล

ส่วนที่ 1: ศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น Partner กับโรงพยาบาล

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

1. โรงพยาบาลหรือร้านยามีความสนใจในบริการการบริหารยาของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือไม่
เพราะเหตุใด

.....
.....

2. จากแผนธุรกิจ ทางโรงพยาบาลหรือร้านยามีข้อกำหนดความปลอดภัยทางด้านกฎหมายที่ต้องการ
ในการบริการหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด

.....
.....

3. จากแผนธุรกิจ มีความขัดต่อระบบการทำงานของโรงพยาบาลหรือร้านยาหรือไม่ ถ้ามี สามารถแก้ไขให้สอดคล้องกันได้หรือไม่เพราะเหตุใด

.....
.....

4. ส่วนแบ่งที่ทางโรงพยาบาลหรือร้านยาต้องการ (Revenue Sharing) ที่อยู่ภายใต้ข้อกำหนด หรือความคาดหวัง มีหรือไม่ อย่างไร

.....
.....



**การศึกษาปัจจัยเชิงพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่จะ
ตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย**

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัย
การจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีจุดประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในฐานะผู้ใช้งาน และ
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ของผู้ใช้งานและลูกค้า
ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ช่วยในการบริหารยาของผู้ป่วย

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 1 ส่วน คือ

1. ศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น Partner กับ ร้านขายยา

โดยมีวัตถุประสงค์ในการขอสัมภาษณ์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาระบบรูปแบบธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการร่วมมือกับร้านขายยา

ส่วนที่ 1: ศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น Partner กับร้านขายยา

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

1. รายได้หลักของร้านขายยาอยู่ในกลุ่มไหน

.....
.....

2. รู้สึกโดนเอาเปรียบหรือเสียหายในการขายยาหรือไม่

.....
.....

3. จากแผนธุรกิจ มีความขัดต่อระบบการทำงานของร้านขายยาหรือไม่ ถ้ามี สามารถแก้ไขให้สอดคล้องกันได้หรือไม่เพราะเหตุใด

.....
.....

4. ส่วนแบ่งที่ทางร้านยาต้องการ (Revenue Sharing) ที่อยู่ภายใต้ข้อกำหนด หรือความคาดหวัง มีหรือไม่อย่างไร

.....
.....



ภาคผนวก ข

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ปวย รายที่ 1

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

เพศหญิง อายุ 61 ปี เป็นโรคเบาหวาน รักษาที่โรงพยาบาลจุฬา และรับยาที่โรงพยาบาลจุฬา
 วิธีการรับประทานยา: หลังอาหารเช้า 4 ½ เม็ด, ก่อนอาหารเย็น 1 เม็ด หลังอาหารเย็น 2 เม็ด,
 ก่อนนอน 1 เม็ด

ส่วนที่ 2: ปัญหาและวิธีการแก้ไข

ปัญหา

ลืมกินยา เนื่องจากมีทั้งยาก่อนอาหารและหลังอาหาร เช้า-เย็น และใช้เวลาไปโรงพยาบาล
 ครั้งละ 3-4 ชั่วโมง ซึ่งผลการตรวจสุขภาพก็ดีบ้าง ไม่ดีบ้างสลับกันไป

วิธีการแก้ไข

ทำตารางกินยา ก่อน-หลัง อาหาร เช้า กลางวัน เย็น และแปะเม็ดยาไว้เพื่อเป็นการริม้ายด์
 ไม่ให้ลืมกินยา

ความคาดหวังในการแก้ปัญหาในอนาคต

เครื่องช่วยเตือนไม่ให้ลืมกินยาหรือจัดยาเป็นม็อยๆให้อัตโนมัตติ และใช้เวลาไปรักษาน้อยลง

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps)

ด้านผลิตภัณฑ์: คิดว่าการบริการจะช่วยให้การรับประทานยาสะดวกมากขึ้น

ด้านราคา: 150 – 300 บาท

ด้านช่องทางการจำหน่าย: อยากให้ส่งถึงบ้านเลย

ด้านการส่งเสริมการตลาด: -

ด้านการจัดการพนักงาน:-

ด้านกระบวนการในการให้บริการ: อยากรให้มีหลายช่องทางในการจ่ายเงินและอยากให้ส่งถึงบ้านเลย

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ: จากตัวอย่างรูปภาพ มีแพ็คเกจมีความสะอาด น่าเชื่อถือ

ผู้ป่วย รายที่ 2

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

เพศชาย อายุ 66 ปี เป็นโรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคไต รักษาที่โรงพยาบาลตากสิน และรับยาที่โรงพยาบาลตากสิน

วิธีการรับประทานยา: ก่อนอาหารเช้า 1 เม็ด, หลังอาหารเช้า 6 เม็ด, หลังอาหารกลางวัน 2 เม็ด, ก่อนอาหารเย็น 1 เม็ด และหลังอาหารเย็น 3 เม็ด

ส่วนที่ 2: ปัญหาและวิธีการแก้ไข

ปัญหา

ลืมกินยา เพราะต้องรับประทานยาเยอะมาก มีทั้งยาก่อนอาหารและหลังอาหาร เช้า กลางวัน เย็น และใช้เวลาไปโรงพยาบาลอย่างต่ำครั้งละ 4 ชั่วโมง ผลตรวจสุขภาพ ไม่สามารถคุมโรคความดัน และโรคเบาหวานได้

วิธีการแก้ไข

ให้ภรรยาและลูกช่วยดูแลการรับประทานยา

ความคาดหวังในการแก้ปัญหาในอนาคต

อยากรให้มีเครื่องมือช่วยในการจัดยา แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องดูว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากหรือเปล่า

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps)

ด้านผลิตภัณฑ์: มีความเข้าใจง่าย ใช้ง่าย และคิดว่าน่าจะช่วยให้

ด้านราคา: 300 – 500 บาท

ด้านช่องทางการจำหน่าย: อยากรให้รับจากโรงพยาบาลได้เลย

ด้านการส่งเสริมการตลาด: -

ด้านการจัดการพนักงาน:-

ด้านกระบวนการในการให้บริการ: อยากให้มีหลายช่องทางในการจ่ายเงินและอยากให้ส่งถึงบ้านเลย

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ: จากตัวอย่างรูปภาพ มีแพ็คเกจมีความสะอาด น่าเชื่อถือ

ผู้ป่วย รายที่ 3

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

เพศชาย อายุ 81 ปี เป็นโรคความดัน ไขมันสูง และโรคหัวใจ รักษาที่โรงพยาบาลศิริราช และรับยาที่โรงพยาบาลศิริราช

วิธีการรับประทานยา: เช้า 5 เม็ด, กลางวัน 5 เม็ด, เย็น 5 เม็ด

ส่วนที่ 2: ปัญหาและวิธีการแก้ไข

ปัญหา

ไม่สะดวกในการมารับยาและมารับยาเพราะ แก่แล้วเดินทางลำบาก และต้องรับประทานยามากๆ ทำให้รับประทานยาลำบาก

วิธีการแก้ไข

ให้ลูกหลานดูแลเรื่องการรับประทานยาและพาไปโรงพยาบาล

ความคาดหวังในการแก้ปัญหาในอนาคต

อยากให้มีความช่วยเหลือในการจัดยาและรับประทานยาได้ง่ายขึ้นและส่งถึงบ้าน ไม่ต้องรอที่โรงพยาบาล

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps)

ด้านผลิตภัณฑ์: ดูสะอาด ใช้ง่าย

ด้านราคา: 200 – 500 บาท

ด้านช่องทางการจำหน่าย: จะสะดวกมาก ๆ ถ้าส่งยาถึงบ้านเลย

ด้านการส่งเสริมการตลาด: ติดป้ายโฆษณาในโรงพยาบาล

ด้านการจัดการพนักงาน: -

ด้านกระบวนการในการให้บริการ: ถ้ามีปัญหาการใช้บริการหรือเรื่องยา อยากให้ติดต่อได้ง่ายๆ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ: มีความสมัยใหม่ สะอาด น่าเชื่อถือ

ผู้ป่วย รายที่ 4

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

เพศชาย อายุ 50 ปี เป็นโรคเบาหวาน รักษาที่โรงพยาบาลศิริราช และรับยาที่โรงพยาบาลศิริราช

วิธีการรับประทานยา: ก่อนอาหารเช้า 1 เม็ด, หลังอาหารเช้า 2 เม็ด, ก่อนอาหารเย็น 1 เม็ด และหลังอาหารเย็น 3 เม็ด

ส่วนที่ 2: ปัญหาและวิธีการแก้ไข

ปัญหา

ลืมกินยา เพราะ มีทั้งยาก่อนและหลังอาหาร และเบื่อกับการไปโรงพยาบาล เพราะใช้เวลานาน

ผลตรวจสุขภาพ คุม โรคเบาหวานบางครั้ง แต่คูน้ำตาลสะสมไม่ได้

วิธีการแก้ไข

พยายามตั้งการเตือนการรับประทานยาผ่าน smartphone

ความคาดหวังในการแก้ปัญหาในอนาคต

อยากให้มามีเครื่องมือช่วยในเตือน จะได้ไม่ต้องตั้งเวลาเอง

ส่วนที่ 3 ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps)

ด้านผลิตภัณฑ์: ผลิตภัณฑ์ใช้ง่าย สะดวก แต่อยากให้มามีเครื่องช่วยเตือนติดมาด้วย และคิดว่าแก้ปัญหาได้

ด้านราคา: 200 – 300 บาท

ด้านช่องทางการจำหน่าย: สะดวกกับการรับยาใกล้บ้านได้ เพราะมีร้านยาใหญ่อยู่ใกล้บ้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด: อยากให้ไปรโมทเยอะๆ

ด้านการจัดการพนักงาน: -

ด้านกระบวนการในการให้บริการ: ควรจะมี application ที่ทำงานร่วมกันช่วยในการเตือนการรับประทานยา

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ: จากตัวอย่างรูปภาพ ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ

ผู้ป่วย รายที่ 5

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

เพศชาย อายุ 77 ปี เป็นโรคเบาหวาน รักษาที่โรงพยาบาลรามารักษาที่โรงพยาบาลรามารักษา

วิธีการรับประทานยา: เช้า 6 เม็ด, กลางวัน 6 เม็ด, เย็น 6 เม็ด และฉีดอินซูลิน

ส่วนที่ 2: ปัญหาและวิธีการแก้ไข

ปัญหา

ลืมกินยา กินยาผิดเวลา และเวลาเดินทางไปต่างจังหวัด มักจะลืมนำยาติดตัวไปด้วย ทำให้ไม่ได้กินยา และควบคุมโรคไม่ได้

วิธีการแก้ไข

ใช้วิธีการจดยาที่กินทุกมื้อ ทุกวัน

ความคาดหวังในการแก้ปัญหาในอนาคต

อยากให้มียาที่สามารถทำให้ทานยาได้ครบทุกมื้อ ไม่ขาดไม่เกิน และช่วยให้ไม่ลืมนำยาติดตัวไปเวลาเดินทาง

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps)

ด้านผลิตภัณฑ์: ใช้ง่าย สะดวก

ด้านราคา: 300 – 500 บาท

ด้านช่องทางการจำหน่าย: ทางไหนก็ได้ แต่ต้องให้ถึงมือเร็ว

ด้านการส่งเสริมการตลาด: อยากให้โปรโมทหลายๆช่องทาง ไม่เฉพาะทางอินเทอร์เน็ต เพราะ ส่วนใหญ่เป็นคนแก่ คูโทรทัศน์เป็นหลัก

ด้านการจัดการพนักงาน: -

ด้านกระบวนการในการให้บริการ: ถ้ามีการบริการส่งยาค่วนในกรณีที่ลืมเวลาเดินทางด้วยจะดีมาก

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ: จากรูปภาพตัวอย่าง คูดี น่าเชื่อถือ

ผู้ป่วย รายที่ 6

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

เพศหญิง อายุ 90 ปี เป็นโรคความดัน รักษาที่โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ บางแค และไปรับยาที่ร้านยา

วิธีการรับประทานยา: หลังอาหารเย็น 5 เม็ด

ส่วนที่ 2: ปัญหาและวิธีการแก้ไข

ปัญหา

ไม่ลืมรับประทานยา แต่ลืมว่าได้รับประทานยาไปหรือยัง เพราะ อายุมากแล้ว ความจำไม่ค่อยดี และเสียเวลาไปกับการจัดยาของละ 5 เม็ด ให้ครบ 30 วัน

วิธีการแก้ไข

ข้ามมือที่ไม่แน่ใจว่ารับประทานหรือยัง

ความคาดหวังในการแก้ปัญหาในอนาคต

ต้องการเครื่องมือที่บ้านที่การรับประทานยา จะได้ตรวจสอบได้ว่ารับประทานไปหรือยัง

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps)

ด้านผลิตภัณฑ์: ตอบโจทย์ ใช้ง่าย สะดวก

ด้านราคา: 200 – 300 บาท

ด้านช่องทางการจำหน่าย: ทางไหนก็ได้ โรงพยาบาล ร้านยา หรือไปรษณีย์ก็ได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด: อยากให้โปร โมทในวิทยุและโทรทัศน์ด้วย เพราะ ไม่เล่นมือถือ

ด้านการจัดการพนักงาน: -

ด้านกระบวนการในการให้บริการ: จากรูปภาพตัวอย่าง ดูสะอาด นำใช้ นำเชื่อถือ ถ้ามีการบริการส่งยาด่วนในกรณีที่ลืมเวลาเดินทางด้วยจะดีมาก

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ: จากรูปภาพตัวอย่าง นำใช้บริการ สะอาด นำเชื่อถือ

ผู้บริหารโรงพยาบาล รายที่ 1

ข้อมูลทั่วไป

เพศชาย เป็นผู้บริหารเครือโรงพยาบาลทางภาคเหนือ

ส่วนที่ 1: ศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น Partner กับโรงพยาบาล

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

สัมภาษณ์ ดร.รัน คณะกรรมการบริหาร โรงพยาบาลเครือ prince

1. โรงพยาบาลมีความสนใจในบริการการบริหารของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือไม่ เพราะเหตุใด
 - สนใจ เพราะ ช่วยเพิ่มการบริการให้กับผู้ป่วยและเป็นประโยชน์ต่อผู้ป่วย
2. จากแผนธุรกิจ ทางโรงพยาบาลมีข้อกำหนดความปลอดภัยทางด้านกฎหมายที่ต้องการในการบริการหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด
 - ไม่แน่ใจว่า สามารถส่งยาให้กับผู้ป่วยได้ แต่ถ้าโรงพยาบาลศิริราชทำได้ ก็ไม่น่าจะผิดกฎหมายอะไร
3. จากแผนธุรกิจ มีความขัดต่อระบบการทำงานของโรงพยาบาลหรือไม่ ถ้ามี สามารถแก้ไขให้สอดคล้องกันได้หรือไม่เพราะเหตุใด
 - ต้องมาทำ ERP และ set up ระบบทุกอย่างให้พร้อมงาน
4. ส่วนแบ่งที่ทางโรงพยาบาลต้องการ (Revenue Sharing) ที่อยู่ภายใต้ข้อกำหนด หรือความคาดหวังมีหรือไม่ อย่างไร
 - จะจ้างวางระบบครั้งเดียวเลย เพราะ ถ้า work ก็เก็บรายได้ไว้เองดีกว่าให้คนอื่นมาแชร์รายได้

ผู้บริหารโรงพยาบาล รายที่ 2

ข้อมูลทั่วไป

เพศชาย เป็นเภสัชกรชำนาญการ โรงพยาบาลฝังชนบุรี

ส่วนที่ 1: ศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น Partner กับโรงพยาบาล

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

1. โรงพยาบาลมีความสนใจในบริการการบริหารยาของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือไม่ เพราะเหตุใด
สนใจ เพราะ เพิ่ม Value แต่ไม่เพิ่มต้นทุน แต่การดำเนินงานต้องใช้ robot เพราะจะเกิดความแม่นยำมากกว่าและไม่เพิ่ม workload ให้กับพนักงาน แต่เนื่องจากในเป็น โรงพยาบาลรัฐบาลผู้ป่วยจึงไม่สะดวกในการส่งยากลับบ้าน
2. จากแผนธุรกิจ ทางโรงพยาบาลมีข้อกำหนดความปลอดภัยทางด้านกฎหมายที่ต้องการในการบริการหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด
ต้องระวังยาในกลุ่มวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทและกลุ่มยาเสพติด แต่ไม่ผิดกฎหมายเรื่องการขนส่ง เพราะ การขนส่งถือเป็นผู้นำส่งไม่ได้มีการแบ่งบรรจุ
3. จากแผนธุรกิจ มีความขัดต่อระบบการทำงานของโรงพยาบาลหรือไม่ ถ้ามี สามารถแก้ไขให้สอดคล้องกันได้หรือไม่เพราะเหตุใด
ถ้าวางระบบดี ปรึกษากัน ก็ไม่น่าจะมีปัญหาอะไร แต่จะขัดในแง่ของรายได้ของโรงพยาบาลและการจัดซื้อยา จะไม่สามารถจัดซื้อยาเพื่อเอกชนได้
4. ส่วนแบ่งที่ทางโรงพยาบาลต้องการ (Revenue Sharing) ที่อยู่ภายใต้ข้อกำหนด หรือความคาดหวังมีหรือไม่ อย่างไร
ต้องสมเหตุสมผลมากพอกับการที่โรงพยาบาลเสียคนไข่ออกไป

ผู้บริหารโรงพยาบาล รายที่ 3

ข้อมูลทั่วไป

เพศชาย เป็นเภสัชกรดูแล IT ในโรงพยาบาลกรุงเทพขนาดใหญ่

ส่วนที่ 1: ศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น Partner กับโรงพยาบาล

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

1. โรงพยาบาลมีความสนใจในบริการการบริหารยาของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือไม่ เพราะเหตุใด
สนใจ เพราะ ทางโรงพยาบาลก็มีการพัฒนาระบบที่ช่วยเพิ่มคุณภาพการบริการอยู่แล้ว
แต่สนใจการบริการนี้ไปช่วยในการบริการผู้ป่วยในมากกว่าผู้ป่วยนอก
2. จากแผนธุรกิจ ทางโรงพยาบาลมีข้อกำหนดความปลอดภัยทางด้านกฎหมายที่ต้องการในการบริการหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด
เป็นห่วงเรื่องความคงตัวของยาในระหว่างขนส่ง โดยเฉพาะเรื่องความชื้น ซึ่งจะทำให้ยามีความเสี่ยงในเรื่องการเสถียรภาพการรักษาของยา
3. จากแผนธุรกิจ มีความขัดต่อระบบการทำงานของโรงพยาบาลหรือไม่ ถ้ามี สามารถแก้ไขให้สอดคล้องกันได้หรือไม่เพราะเหตุใด
อยากให้ระบบทำงานสอดคล้องกับแอปพลิเคชันที่โรงพยาบาล โดยต้องการให้ใช้แอปพลิเคชันเดียว เพื่อป้องกันการสับสนของคนใช้ว่าจะต้องใช้แอปตัวไหน
4. ส่วนแบ่งที่ทางโรงพยาบาลต้องการ (Revenue Sharing) ที่อยู่ภายใต้ข้อกำหนด หรือความคาดหวังมีหรือไม่ อย่างไร
ต้องพูดคุยกับทางผู้บริหาร แต่ถ้าการบริการช่วยลดการทำงานของพนักงาน ทางโรงพยาบาลก็พร้อมที่จะเป็นพาร์ทเนอร์ด้วย

เจ้าของร้านขายยา ร้านที่ 1

ส่วนที่ 1: ศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น Partner กับร้านขายยา
คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

ข้อมูลทั่วไป

เจ้าของร้านขายยา วชิรภัทรเภสัช จังหวัดขอนแก่น

1. รายได้หลักของร้านขายยาอยู่ในyakกลุ่มไหน
เป็นยา short course ไม่ใช่ยาเรื้อรัง
2. รู้สึกโดนเอาเปรียบหรือเสียหายในการขายยาหรือไม่
ไม่รู้สึก แต่ตอนนี้เครียดมาก
3. จากแผนธุรกิจ มีความขัดต่อระบบการทำงานของร้านขายยาหรือไม่ ถ้ามี สามารถแก้ไขให้สอดคล้องกัน
กันได้หรือไม่เพราะเหตุใด
ต้องมีระบบการันตีว่าคนไข้ได้รับยาจริงและต้องประสัมพันธ์ให้คนไข้รู้ด้วยว่าทำไมต้องส่งยาผ่านร้านยา
4. ส่วนแบ่งที่ทางร้านยาต้องการ (Revenue Sharing) ที่อยู่ภายใต้ข้อกำหนด หรือความคาดหวัง มีหรือไม่
อย่างไร
โครงการรับยาที่ร้านขายยาที่กำลังริเริ่ม รัฐบาลให้ร้านขายยาเคสละ 70 บาท แต่จากที่ร้านขายยาคุยกันจะอยู่ประมาณ 100 – 120 บาท เมื่อคิดจากค่าต้นทุนทั้งสถานที่และเวลา นอกจากส่วนแบ่งแล้วอยากให้เห็นคุณค่าแก่ร้านยาคด้วย

เจ้าของร้านขายยา ร้านที่ 2

ส่วนที่ 1: ศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็น Partner กับร้านขายยา
คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

ข้อมูลทั่วไป

เจ้าของร้านขายยา สองเมือง ที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1. รายได้หลักของร้านขายยาอยู่ในยากลุ่มไหน
เป็นยา short course มากกว่ายาเรื้อรัง เพราะ คนไข้แถวนี้เป็นชาจร
2. รู้สึกโดนเอาเปรียบหรือเสียหน้าในการขายยาหรือไม่
ไม่รู้สึก แต่ทำไมต้องลำบากและมึนงานเพิ่มขึ้น
3. จากแผนธุรกิจ มีความขัดต่อระบบการทำงานของร้านขายยาหรือไม่ ถ้ามี สามารถแก้ไขให้สอดคล้องกันได้อย่างไรเพราะเหตุใด
ไม่ขัดกับระบบร้านขายยา แต่ควรจะมีการสร้างคุณค่าให้แก่ร้านยานั้นด้วย เช่น ทำ loyalty program, การดูแลร้านยาและคนไข้ระยะยาว และมีระบบฐานข้อมูลของผู้ป่วยที่ร้านยาสามารถเข้าถึงได้
4. ส่วนแบ่งที่ทางร้านยาต้องการ (Revenue Sharing) ที่อยู่ภายใต้ข้อกำหนด หรือความคาดหวัง มีหรือไม่อย่างไร
คิดจาก %margin ของยาที่ผู้ป่วยได้รับ

ภาคผนวก ก

เอกสารการขออนุญาตจริยธรรมงานวิจัย IRB



แสดงผลการผ่านการอบรมจริยธรรมงานวิจัย

COLLABORATIVE INSTITUTIONAL TRAINING INITIATIVE (CITI PROGRAM)

COMPLETION REPORT - PART 1 OF 2 COURSEWORK REQUIREMENTS*

* NOTE: Scores on this **Requirements Report** reflect quiz completions at the time all requirements for the course were met. See list below for details. See separate **Transcript Report** for more detailed scores, including those on optional (supplemental) course elements.

• Name: Tiapaaplong Itarackart (ID: 7296545)
 • Institution Affiliation: Mahidol University (ID: 3292)
 • Institution Email: Tiapaaplong.it@mahidol.ac.th
 • Institution Unit: CMU
 • Phone: 66858240230

• Curriculum Group: Information Privacy Security (IPS)
 • Course Learner Group: Researchers
 • Stage: Stage 1 - Basic Course

• Record ID: 27894550
 • Completion Date: 31-Aug-2018
 • Expiration Date: N/A
 • Minimum Passing: 80
 • Reported Score*: 80

REQUIRED AND ELECTIVE MODULES ONLY	DATE COMPLETED	SCORE
Basics of Health Privacy (ID: 1417)	31-Aug-2018	4/5 (80%)
Health Privacy Issues for Researchers (ID: 1419)	31-Aug-2018	4/5 (80%)
Basics of Information Security, Part 1 (ID: 1423)	31-Aug-2018	4/5 (80%)
Basics of Information Security, Part 2 (ID: 1424)	31-Aug-2018	4/5 (80%)

For this Report to be valid, the learner identified above must have had a valid affiliation with the CITI Program subscribing institution identified above or have been a paid Independent Learner.

Verify at: www.citiprogram.org/verify/27894550?at=9e7d8-4bda-be57-53b66d228db-27894550

Collaborative Institutional Training Initiative (CITI Program)
 Email: citiprogram@citiprogram.org
 Phone: 888-529-5929
 Web: <http://www.citiprogram.org>

COLLABORATIVE INSTITUTIONAL TRAINING INITIATIVE (CITI PROGRAM)

COMPLETION REPORT - PART 2 OF 2 COURSEWORK TRANSCRIPT**

** NOTE: Scores on this Transcript Report refer to the most recent quiz completions, including quizzes on optional supplemental elements of the course. See the below for details. See separate Requirements Report for the reported scores at the time all requirements for the course were met.

• Name: Tiapaiploig Itaraclart (ID: 7296549)
 • Institution Affiliation: Mahidol University (ID: 3292)
 • Institution Email: Tiapaiploig.it@mahidol.ac.th
 • Institution Unit: CMMU
 • Phone: 6688240200

• Curriculum Group: Information Privacy Security (IPS)
 • Course Learner Group: Researcher
 • Stage: Stage 1 - Basic Course

• Record ID: 27894550
 • Report Date: 23-Apr-2019
 • Current Score**: 80

REQUIRED, ELECTIVE, AND SUPPLEMENTAL MODULES	MOST RECENT	SCORE
Health Privacy Issues for Researchers (ID: 1419)	31-Aug-2018	4/5 (80%)
Basics of Health Privacy (ID: 1417)	31-Aug-2018	4/5 (80%)
Basics of Information Security, Part 1 (ID: 1423)	31-Aug-2018	4/5 (80%)
Basics of Information Security, Part 2 (ID: 1424)	31-Aug-2018	4/5 (80%)

For this Report to be valid, the learner identified above must have had a valid affiliation with the CITI Program subscribing institution identified above or have been a paid Independent Learner.

Verify at: www.citiprogram.org/files/2/kit061a79-e7d8-4bda-be57-63b65d228fb-27894550

Collaborative Institutional Training Initiative (CITI Program)
 Email: cipoon@citiprogram.org
 Phone: 888-529-5929
 Web: <http://www.citiprogram.org>

ผลการอบรมจริยธรรมงานวิจัยส่วนที่ 2



IPSR Institutional Review Board (IPSR-IRB)

Established 1985

COA. No. 2019/05-176

Certificate of Ethical Approval

Title of Project: *A Study of the Customer Behavior and Marketing Mix of NCDs Patients that Effect the Decision of Buying the Administrative Medicine Service*

Duration of Project: *3 months (June - August 2019)*

Principal Investigator (PI): *Mr. Thapanaphong Intharachart*

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

Approval includes:

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

IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB) met on 30th May 2019 and decided to issue the COA to the above project.



Signature

(Professor Emeritus Pramote Prasartkul)
Chairman, IPSR-IRB

Valid from June 14, 2019 to June 13, 2020

Remarks

- 1) Upon the completion of this project, the PI should inform the IPSR-IRB of such progress.
- 2) The PI is obliged to notify any modification of the research project to the IPSR-IRB.
- 3) For verifying this document, please use QR code above.

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

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

ใบรับรองจริยธรรมงานวิจัย