

การพัฒนารูปแบบทางธุรกิจสำหรับการบริการเจาะเลือดและวิเคราะห์ผลตามสถานที่



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การพัฒนารูปแบบทางธุรกิจสำหรับการบริการเจาะเลือดและวิเคราะห์ผลตามสถานที่

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

.....
สาขาอื่น ล้มกัก

นางสาวสุชาลินี ล้มกักดี

ผู้วิจัย

.....
รองศาสตราจารย์ณัฐวุฒิ พิมพา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
กิตติชัย ราชมหา,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ,

Ed.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจการพัฒนารูปแบบทางธุรกิจสำหรับการบริการเจาะเลือดและวิเคราะห์ผลตามสถานที่ฉบับนี้ถูกลงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รศ.ดร.ณัฐวุฒิ พิมพา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการและกรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ช่วยแนะนำแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ รวมไปถึงสารนิพนธ์ ตลอดจนเสียสละเวลาเพื่อให้คำปรึกษาและตรวจสอบข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับความกรุณาจาก ดร.กิติชัย ราชมหา ที่ให้ความช่วยเหลือในการวางแผนทางการเงินรวมทั้งวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจ รวมทั้งทำให้เกียรติเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์และยังให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาทุกวิชาที่ผู้วิจัยได้ใช้เวลาศึกษาภายในวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ความรู้ที่ได้นั้นทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้และนำไปประกอบธุรกิจได้จริง สามารถนำมาใช้ได้กับแผนธุรกิจปัจจุบันนี้และแผนธุรกิจในอนาคต รวมไปถึงสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย

นอกจากนี้ขอขอบคุณผู้ให้การสนับสนุนทั้งผู้เข้าร่วมวิจัย และแหล่งข้อมูลทุกท่าน ที่ได้ให้คำปรึกษาและให้ข้อมูล เพื่อให้ผู้วิจัยนำมาใช้กับแผนธุรกิจนี้ รวมถึงเพื่อนสาขาผู้ประกอบการ และนวัตกรรม ที่ส่งเสริมและช่วยเหลือซึ่งกันและกันมาตลอด และสุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัว บิดา มารดา ผู้ซึ่งเป็นเบื้องหลังอันยิ่งใหญ่ที่คอยให้การสนับสนุนการศึกษาของผู้วิจัยมาโดยตลอด หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยและน้อมรับไว้ ณ ที่นี้

สุชาลินี ลิ้มภักดี

การพัฒนาารูปแบบทางธุรกิจสำหรับการบริการเจาะเลือดและวิเคราะห์ผลตามสถานที่
 THE DEVELOPMENT OF BUSINESS MODEL FOR MOBILE BLOOD LABORATORY
 SERVICE: 'DELI LABORATORY'

สุชาลณี ลิ้มภักดี 6250025

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ณัฐวุฒิ พิมพา, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม
 กันตามระ, Ed.D., กิตติชัย ราชมหา, Ph.D.

บทคัดย่อ

เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ส่งผลให้เกิด new normal ลดการพบปะ
 เว้นระยะห่างทางสังคมเพื่อลด การแพร่เชื้อ ซึ่งหลายธุรกิจได้รับผลกระทบ เช่นเดียวกับธุรกิจ
 โรงพยาบาล ที่มีคนมาใช้บริการน้อยลง ส่งผลให้โรงพยาบาล ได้พัฒนาบริการและเทคโนโลยี เช่น
 telemedicine แต่ทางผู้วิจัยได้มองเห็นช่องว่างของผู้ที่ต้องการเข้ารับบริการทาง การแพทย์ ที่จำเป็นต้อง
 เจาะเลือดเพื่อประเมินการรักษา ประกอบด้วย กลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable disease)
 เช่น โรคเบาหวาน และโรคติดต่อบางโรค เช่น ไวรัสตับอักเสบ ซึ่งบุคคลเหล่านี้ยังจำเป็นต้องเดินทางมา
 รับบริการที่สถานพยาบาลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีผู้ใด ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม
 ในการเข้ารับบริการเจาะเลือดหลังสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 และผู้วิจัยยังมีความเข้าใจ
 ในพฤติกรรมของผู้เข้ารับบริการทางการแพทย์ ในด้านการรับบริการเจาะเลือดที่ไม่ชัดเจน จากเหตุผล
 ดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้ารับบริการเจาะเลือด และมีแนวคิดที่จะพัฒนาการ
 ให้บริการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ผลตามสถานที่ สำหรับผู้ที่ต้องการเข้ารับบริการทางการแพทย์
 โดยไม่ต้องไปสถานพยาบาล เพื่อลดการพบปะ และลดการแพร่เชื้อ

จากแผนธุรกิจพบว่า บริษัทฯ ใช้เงินทุนที่เกิดจากผู้ร่วมทุน จำนวน 3,200,000 บาท และ
 ภายในปีที่ 5 สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็น “บวก” 7,748,929 บาท อัตราผลตอบแทน
 ภายใน (IRR) เท่ากับ 60.30% ระยะเวลาคืนทุน (PB) เมื่อเข้าสู่ปีที่ 2 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่า
 ในการลงทุนในแผนธุรกิจนี้

คำสำคัญ: Covid-19/ กลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง/ ให้บริการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ผลตามสถานที่

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและแนวคิดธุรกิจ	1
1.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	3
1.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Business Value Chain)	4
1.3.1 Primary Activities: กิจกรรมหลักในเบื้องต้น	5
1.3.2 Support Activities: กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ	5
1.4 การวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจ โดยใช้แบบจำลอง Business Model Canvas	6
1.5 วิสัยทัศน์ พันธกิจ	7
1.5.1 วิสัยทัศน์	7
1.5.2 พันธกิจ	7
1.6 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ	8
1.6.1 เป้าหมายทางตลาด	8
1.6.2 เป้าหมายทางการตลาด	8
1.6.3 เป้าหมายทางการเงิน	8
1.7 ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	9
บทที่ 2 ข้อมูลการศึกษาวิจัย	10
2.1 วิธีการศึกษาวิจัยและประเภทการวิจัย	10
2.1.1 ประเภทการวิจัย	10
2.1.2 วิธีการศึกษาวิจัย	10
2.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	11
2.3 แหล่งข้อมูล	11

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.4 วิธีการเก็บข้อมูล	11
2.5 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	12
2.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	13
2.7 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย	13
2.8 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU_IRB)	13
บทที่ 3 แผนการตลาด	14
3.1 กลยุทธ์ในการแบ่งสัดส่วน เลือกลุ่มเป้าหมาย และวางตำแหน่ง ทางการตลาด (STP)	15
3.1.1 Segmentation	15
3.1.2 Target กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	15
3.1.3 Positioning การวางตำแหน่งทางการตลาด: Perceptual Map	15
3.2 คู่แข่งและพันธมิตรทางธุรกิจ	17
3.3 กลยุทธ์ทางการตลาด	17
3.3.1 Product: กลยุทธ์สินค้าและบริการ	18
3.3.2 Price: กลยุทธ์การตั้งราคา	20
3.3.3 Place: การที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการ	20
3.3.4 Promotion: กลยุทธ์ส่งเสริมการสื่อสารการตลาด	20
3.4 แผนการดำเนินงาน	22
3.5 ผลลัพธ์ที่คาดหวัง (ใน 1 ปี)	23
บทที่ 4 แผนนวัตกรรม	24
4.1 ประเภทของนวัตกรรม	24
4.1.1 Process Innovation	24
4.1.2 Innovation for Product Performance	25
4.1.3 Service Innovation	25
4.2 ประโยชน์ของการสร้างนวัตกรรม	25
4.3 ความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร	29
5.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรด้านทีมและองค์กรที่จำเป็น เพื่อสนับสนุนธุรกิจ	29
5.2 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์การจัดการหาทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง	30
5.3 โครงสร้างองค์กรและสถานะบุคลากรและบทบาทหน้าที่	31
5.3.1 ข้อมูลทางธุรกิจ	31
5.3.2 โครงสร้างองค์กร	31
5.3.3 แผนด้านบุคลากร	31
5.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลา	33
5.5 ทรัพยากรที่จำเป็นเพิ่มเติมในการจัดตั้งธุรกิจ	34
บทที่ 6	
แผนการเงิน	35
6.1 สมมติฐานทางการเงิน	35
6.1.1 สมมติฐานด้านเงินทุน	35
6.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	36
6.1.3 สมมติฐานทางการเงิน	36
6.1.4 การประมาณการรายได้	37
6.1.5 การประมาณการต้นทุน	38
6.1.6 การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	38
6.2 ประมาณการงบกระแสเงินสดรายปี	39
6.2.1 แผนการเงินประเภทงบกำไรขาดทุน	39
6.2.2 แผนการเงินประเภทงบกระแสเงินสด	40
6.2.3 แผนการเงินประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน	41
6.3 การประเมินผลการเงินและสรุปผลประเมินโครงการลงทุน	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 7	
แผนการบริการจัดการความเสี่ยง	44
7.1 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational risk)	44
7.2 ความเสี่ยงด้านการขนส่ง (Logistic risk)	46
7.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial risk)	46
บรรณานุกรม	47
ภาคผนวก	48
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	49
ภาคผนวก ข เอกสารรับรองงานวิจัย	52
ภาคผนวก ค WACC และ Project Evaluation	54
ประวัติผู้วิจัย	56

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	แสดงระยะเวลาการดำเนินการวิจัย	13
3.1	แสดงคู่แข่งและพันธมิตรทางธุรกิจ	17
5.1	หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร	32
5.2	แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กร	33
6.1	แสดงเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร, เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน และเงินลงทุนหมุนเวียน	35
6.2	แสดงสัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุน	36
6.3	แสดงสมมติฐานทางการเงิน	36
6.4	แสดงการประมาณการรายได้ ปีที่ 1 - ปีที่ 5	37
6.5	แสดงการประมาณการต้นทุน ปีที่ 1 - ปีที่ 5	38
6.6	แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร	38
6.7	แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการตลาดปีที่ 1 - ปีที่ 5	38
6.8	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนปีที่ 1 – ปีที่ 5	39
6.9	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดปีที่ 1 - ปีที่ 5	40
6.10	แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินปีที่ 1 - ปีที่ 5	41
6.11	แสดงผลตอบแทนการลงทุนใน เคลลีแฉับบอราทอรี	42

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า	
1.1	บางโรคหยุดรักษาในช่วง lockdown ไม่ได้	2
1.2	การเติบโตของธุรกิจการแพทย์และสุขภาพของไทย (2561)	3
1.3	ห่วงโซ่คุณค่า (business value chain)	4
1.4	Business Model Canvas	6
3.1	Perceptual Map แสดง positioning ของ Deli laboratory	16
3.2	กระบวนการออกแบบ Design Thinking	19
3.3	Influencer พาครอบครัวไปตรวจสอบสุขภาพ	21
3.4	ภาพโฆษณาโปรโมชัน ตรวจสอบสุขภาพวันแม่	21
5.1	โครงสร้างองค์กร ของ Deli laboratory	31

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและแนวคิดธุรกิจ

เนื่องจากสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา (Coronavirus) สายพันธุ์ใหม่ 2019 ที่เป็นสาเหตุของสถานการณ์การระบาดของโรค Covid-19 จากรายงานของกรมควบคุมโรค พบว่ามีผู้ติดเชื้อทั่วโลก ณ วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2564 104,384,181 ราย และในประเทศไทยมีผู้ติดเชื้อสะสมทั้งหมด 21,249 ราย ซึ่งโรคระบาด Covid-19 เริ่มระบาดในประเทศไทยตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2563 และการติดต่อของโรคสามารถติดต่อกันผ่านการแพร่กระจายเชื้อได้จากละอองฝอยจากการไอหรือจาม น้ำลาย น้ำมูก ซึ่งหากร่างกายสุดคมเอาละอองฝอยจากการไอ จาม ของผู้ติดเชื้อก็สามารถรับเชื้อไวรัสโคโรนาเข้าสู่ร่างกายได้ ประเทศไทยจึงมีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโดยการ ให้สวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา หมั่นล้างมือ ลดการพบปะผู้คน ทำการกักตัวเองเป็นเวลา 14 วัน และปิดทำการสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น โรงเรียน หน่วยงานและองค์กร ห้างสรรพสินค้า หรือร้านอาหาร เป็นต้น ส่งผลให้ภาคธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลกระทบและปรับตัวโดย การหันมาพึ่งพา E-commerce หรือใช้บริการการขนส่ง delivery เพิ่มมากขึ้น ซึ่งธุรกิจโรงพยาบาลก็เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเช่นกัน โดยผู้ที่ต้องการเข้ารับบริการทางการแพทย์ เลือกที่จะไม่มาใช้บริการในสถานพยาบาลหากอาการไม่รุนแรง เนื่องจาก เข้าใจว่าโรงพยาบาลเป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรค และเป็นแหล่งแพร่เชื้อโรคชนิดี พฤติกรรมเหล่านี้จะก่อให้เกิดความปกติแบบใหม่ (New normal) ส่งผลให้โรงพยาบาลเริ่มพัฒนาการให้บริการและเทคโนโลยี เช่น โทรเวชกรรม (Telemedicine) หรือการส่งยาถึงบ้าน (Delivery)

เนื่องจากความจำเป็นต่อการป้องกันโอกาสในการติดเชื้อ Covid-19 ผู้วิจัยได้มองเห็นช่องว่างของผู้ที่ต้องการเข้ารับบริการทางการแพทย์ ที่จำเป็นต้องเจาะเลือดเพื่อประเมินการรักษา เช่น โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable disease) หรือโรคติดต่อบางโรค ที่ต้องเดินทางมารับบริการที่สถานพยาบาลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้ไม่ได้ต่างจากกลุ่มอื่นที่ต้องการที่จะลดความเสี่ยงในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ ซึ่งการเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่สถานพยาบาลแต่ละครั้ง จะต้องติดต่อกับเจ้าหน้าที่หลายฝ่าย เกิดการพบปะกับคนหลากหลายคน เริ่มตั้งแต่การลงทะเบียนทำประวัติ รอพบพยาบาล รอพบแพทย์ รอเจาะเลือด รับยา และชำระเงิน แต่ละกระบวนการมีการใช้เวลานานพอสมควร ส่งผลให้ผู้ใช้บริการใช้เวลาในสถานพยาบาลนานเกินความจำเป็น และนอกจากนี้ในปัจจุบัน

องค์กรในภาครัฐและเอกชนมีการจัดเตรียมสวัสดิการให้แก่พนักงาน หนึ่งในสวัสดิการนั้นคือสวัสดิการทางสาธารณสุข ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้ก็เป็นกลุ่มที่มีความต้องการที่จะใช้บริการเจาะเลือดและวิเคราะห์ผลเช่นกัน



ภาพที่ 1.1 บางโรคหยุดรักษาในช่วง lockdown ไม่ได้

ที่มา: website โรงพยาบาลนครชน (2563)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาแนวคิดการให้บริการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ตามสถานที่ สำหรับผู้ที่ต้องการเข้ารับบริการทางการแพทย์ โดยไม่ต้องไปที่สถานพยาบาล เพื่อรองรับกับสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ในการลดการพบปะและแพร่เชื้อโรค อีกทั้งยังเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ที่ต้องการเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่มีจำนวนสูงขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่การเปิดคลินิกเทคนิคการแพทย์เพื่อทำการตรวจวิเคราะห์สิ่งส่งตรวจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเลือด ปัสสาวะ อุจจาระ หรือสารคัดหลั่งต่าง ๆ โดยคลินิกเทคนิคการแพทย์จะผ่านการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐานห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ (ISO 15189, ISO 15190) และมีบริการรับเจาะเลือดตามที่พักอาศัย คลินิกอายุรกรรม รวมทั้งการตรวจสุขภาพประจำปีของพนักงานในหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ โดยผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ และมีมาตรฐานทางด้าน IT Security สำหรับ Healthcare ซึ่งได้แก่ Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA) เพื่อความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลผู้ใช้บริการ

1.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

โอกาสในอุตสาหกรรมการแพทย์ที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเป็นลำดับอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากความต้องการบริการสุขภาพที่มีมากขึ้น โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญ คือ จำนวนประชากรสูงอายุของโลก กระแสการส่งเสริมสุขภาพและรักษาสุขภาพ การพัฒนาระบบสาธารณสุขของประเทศต่าง ๆ รวมทั้ง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านสุขภาพที่มีการพัฒนาขึ้นแบบก้าวกระโดด ทั้งความรู้ทางการแพทย์ ยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือทางการแพทย์รูปแบบใหม่ ๆ นอกจากนี้ในรายงานของ Global Healthcare Industry Outlook 2018 ของ Frost & Sullivan นั้นชี้ให้เห็นว่า เทคโนโลยีด้านสุขภาพ หรือ Health Tech เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่ง ต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรทั้งในปัจจุบันและอนาคต และในปี 2561 รัฐบาลมีนโยบายพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ โดยมีนโยบายอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub Industry) หนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ภายใต้ Thailand 4.0 เป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมใหม่ หรือ New S-Curve จะส่งผลให้มีการผลักดันให้ไทยก้าวสู่ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub Industry) จึงเป็นการกระตุ้นให้เกิด Wellness Society หรือการแพทย์ยุคใหม่ ในศาสตร์แห่งการป้องกันโรคที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง ผสานกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) ได้เป็นอย่างดี

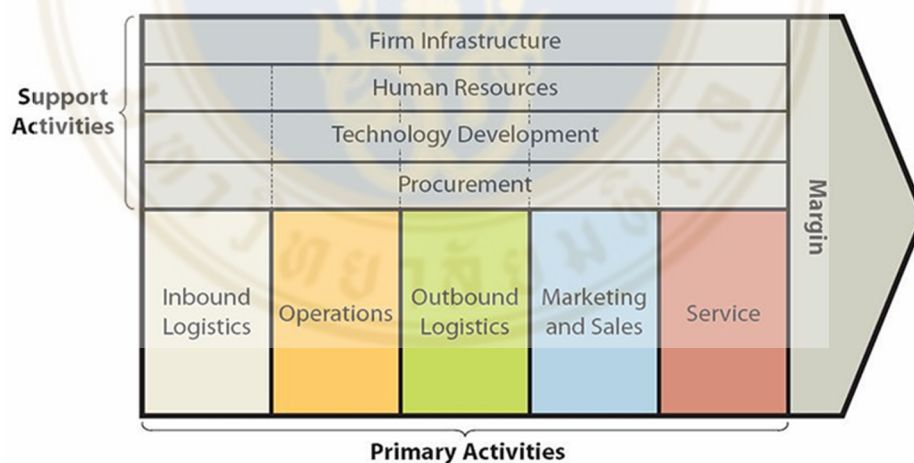


ภาพที่ 1.2 การเติบโตของธุรกิจการแพทย์และสุขภาพของไทย (2561)

ที่มา: www.set.or.th

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter's Five Force จะพบว่า หลังจากเกิดโรคระบาด Covid-19 ส่งผลให้เกิดความปกติแบบใหม่ (New normal) จากข้อมูลภายในเว็บไซต์ของโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำหลายแห่งในกรุงเทพฯ เริ่มมีการพูดถึงการนำ Telemedicine มาปรับใช้ในการให้บริการทางการแพทย์มากยิ่งขึ้น ซึ่งถึงแม้ว่าจะมีการพูดถึงการให้บริการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ตามสถานที่ข้างแล้ว และคาดว่าในอนาคตโรงพยาบาลเอกชนจะมีการทำบริการนี้ จึงมองว่าแรงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมจะค่อนข้างสูง แต่เนื่องจากค่าบริการของโรงพยาบาลเอกชนค่อนข้างสูงมาก และรูปแบบธุรกิจนี้ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง แต่ Deli-Laboratory มีการสร้างและพัฒนาระบบที่เป็นเอกลักษณ์ให้บริการอย่างครอบคลุม ได้มาตรฐาน และราคาค่าบริการไม่สูงเกินไป ทำให้แรงจากผู้เล่นหน้าใหม่สินค้าทดแทน และแรงจากอำนาจการต่อรองของลูกค้าค่อนข้างต่ำ ส่วนอำนาจการต่อรองของ Supplier ในระยะแรกจะค่อนข้างสูง เนื่องจาก Deli-Laboratory ยังไม่เป็นที่รู้จัก แต่ในอนาคตข้างหน้าที่มีผู้มาใช้บริการของ Deli-Laboratory มากขึ้น อำนาจการต่อรองของ Supplier จะต่ำลง

1.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Business Value Chain)



ภาพที่ 1.3 ห่วงโซ่คุณค่า (business value chain)

ที่มา: website acccloud

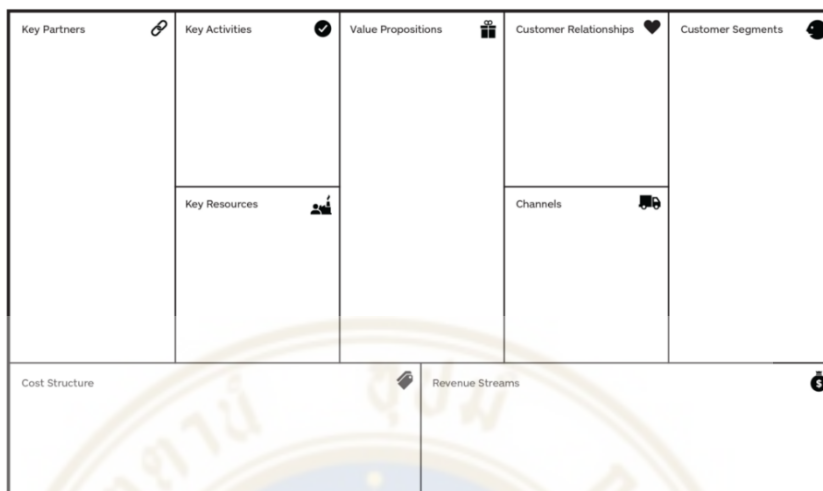
1.3.1 Primary Activities: กิจกรรมหลักในเบื้องต้น

- Inbound Logistics: การส่งเครื่องตรวจวิเคราะห์ และอุปกรณ์เก็บสิ่งส่งตรวจ เช่น กระบอกฉีดยา เข็ม สำลี เป็นต้น และเก็บอุปกรณ์ อย่างปลอดภัย
- Operations: เดินทางเก็บสิ่งส่งตรวจ และทำการวิเคราะห์สิ่งส่งตรวจของผู้ที่เข้ารับ การบริการทางการแพทย์
- Outbound Logistics: รายงานผลการวิเคราะห์ แปลผล และให้คำแนะนำ ผ่านทาง platform
- Marketing and Sales: เป็นพันธมิตรกับคลินิกอายุรกรรม องค์กรภาครัฐและเอกชน ที่มีลูกค้าในมืออยู่แล้ว และทำโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น facebook และช่องทางออฟไลน์ เช่น วิทยุท้องถิ่น หรือตัวแทนขาย เพื่อเพิ่มการรับรู้ในการบริการ และอาศัยการบอกต่อจากลูกค้าของคลินิก
- Customer Services: พัฒนา platform เพื่อให้เกิดการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ลูกค้าสามารถ เข้ามาลงทะเบียน นัดหมายเวลาและสถานที่เจาะเลือด รวมไปถึงสามารถเข้าสู่ผลการตรวจวิเคราะห์ ย้อนหลังได้ตลอด 24 ชั่วโมง และมี chatbot ตอบคำถามเบื้องต้นให้ และสามารถแสดงความคิดเห็น ดิชม เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ
- Human Resource Management: สรรหา คัดเลือกพนักงานที่มีความชำนาญ มี การฝึกอบรมพนักงานก่อนการปฏิบัติงานจริง และมีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง

1.3.2 Support Activities: กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ

- Procurement: จัดซื้อเครื่องและอุปกรณ์ผ่านตัวแทนของบริษัทเครื่องมือแพทย์
- Technology Development: พัฒนา platform ในการลงทะเบียน จองวันเวลา สถานที่ ในการรับบริการชำระเงินและรับผลตรวจ พร้อมแปลผลเบื้องต้น และให้ข้อมูลแนวโน้มนสุขภาพใน อนาคต โดยมีระบบป้องกันความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล
- Infrastructure: จัดหาพื้นที่ในการเปิดคลินิกเทคนิคการแพทย์โดยดูจากระยะห่าง จากคลินิกอายุรกรรมแต่ละแห่ง เพื่อให้ได้บริการที่เร็วขึ้น

1.4 การวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจ โดยใช้แบบจำลอง Business Model Canvas



ภาพที่ 1.4 Business Model Canvas

ที่มา: www.medium.com

Value proposition: ตรวจเลือดสะดวก ลดการแพร่เชื้อ ปลอดภัย เข้าใจ และเข้าถึงได้
ทุกคน

1. Customer Segment:

- Primary Target: กลุ่มผู้ที่ต้องการรับบริการทางการแพทย์ พบแพทย์และตรวจเลือดเป็นประจำ อย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี เช่น กลุ่มคนไข้ NCD หรือกลุ่มโรคติดต่อ เป็นต้น
- Secondary Target: กลุ่มบุคคลที่มีสุขภาพแข็งแรง หรือกลุ่มคนรักสุขภาพ ที่ตรวจสุขภาพปีละอย่างน้อย 1 ครั้ง รวมถึงพนักงานในองค์กรภาครัฐและเอกชน ที่ได้รับสวัสดิการตรวจสุขภาพประจำปี เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง

2. Customer relationship: ในส่วนของ Platform จะมีการแปลผล และให้คำแนะนำในการปฏิบัติตัวเบื้องต้นอย่างเข้าใจง่าย และแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ควรจะได้เข้ารับการตรวจสุขภาพ หรือเจาะเลือด รวมไปถึงมี chat bot คอยตอบคำถามเบื้องต้น

3. Channels: เนื่องจากตลาดแรกจะเป็นในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ช่องทางการสื่อสารหรือโฆษณา จะใช้การสร้างเว็บไซต์และโฆษณาผ่านทางช่องทางออนไลน์ เช่น facebook และช่องทางออฟไลน์ เช่น วิทยุท้องถิ่น หรือการขายตรงผ่านตัวแทนขาย โดยลงพื้นที่ตามคลินิกแพทย์เพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพราะการใช้ช่องทางออนไลน์ social media จะสามารถสร้างการรับรู้ได้อย่างกว้างขวาง และเนื่องจากจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่เล็ก การเดินทางจะนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว การใช้

ช่องทางของวิทยุท้องถิ่น จะเพิ่มการรับรู้ให้คนในพื้นที่และคนที่ใช้เวลาใน social media น้อยหรือไม่ ชอบเทคโนโลยี

4. Key Activities: ติดต่อกับ platform development เพื่อสร้าง platform ที่มีการลงทะเบียน เลือกโปรแกรมตรวจเลือด ของวันเวลาสถานที่ ชำระเงิน รับผลการวิเคราะห์พร้อมการแปลผล และการให้คำแนะนำและแนวโน้มนำด้านสุขภาพเบื้องต้น พัฒนาระบบความปลอดภัยของข้อมูลวางแผน เก็บข้อมูล ติดต่อกับ partner คลินิกอายุรกรรมเพื่อเสนอบริการ ให้บริการเจาะเลือดตามสถานที่ ทำการตรวจวิเคราะห์ รายงานและส่งผลถึงมือลูกค้าผ่าน platform

5. Key Partners: 1. คลินิกอายุรกรรม 2. องค์กรในภาครัฐและเอกชนที่มีบริการตรวจสุขภาพให้กับพนักงาน 3. นักเทคนิคการแพทย์ และเจ้าหน้าที่ภายในห้องปฏิบัติการ 4. platform developer

6. Key Resources: อุปกรณ์เก็บสิ่งส่งตรวจ เครื่องตรวจวิเคราะห์ คอมพิวเตอร์ ยานพาหนะ แรงงานคน ความรู้ เงินทุน

7. Cost structure: ค่าจ้าง ค่าน้ำมัน ค่าอุปกรณ์เก็บสิ่งส่งตรวจ ค่าเช่าเครื่องตรวจวิเคราะห์ ค่าโปรแกรม ค่าอุปกรณ์สำนักงาน ค่าทำการโฆษณา ค่าน้ำ ไฟ โทรศัพท์ internet

8. Revenue Stream: รายได้จากการตรวจวิเคราะห์สิ่งส่งตรวจ โดยคิดค่าบริการประมาณ 3 เท่า ของต้นทุน

1.5 วิสัยทัศน์ พันธกิจ

1.5.1 วิสัยทัศน์

Deli laboratory บริการเก็บสิ่งส่งตรวจและตรวจวิเคราะห์ ด้วยทีมงานมืออาชีพ และเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน ISO 15189 ใส่ใจในเรื่องความสะอาดและความปลอดภัย ลดการแพร่เชื้อ ตามมาตรฐาน ISO 15190 เพิ่มความสะดวกสบายในการให้บริการทางการแพทย์ และสามารถเข้าถึงข้อมูลสุขภาพของตนเองได้ เพื่อเป็นอันดับหนึ่งในใจลูกค้า

1.5.2 พันธกิจ

- ให้บริการด้วยใจ รักษาความสะอาดและปลอดภัยในการทำหัตถการเสมอ
- ช่วยเว้นระยะห่างทางสังคม และลดการแพร่เชื้อเมื่อมีโรคระบาด

- รักษามาตรฐานคุณภาพ ความน่าเชื่อถือของห้องปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการและ เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเป้าหมาย

1.6 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

1.6.1 เป้าหมายทางตลาด

บริษัท เดลิแล็บบอราทอรี จำกัด มุ่งเน้นการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นผู้ที่ต้องการเข้ารับบริการทางการแพทย์ รวมทั้งพนักงานในหน่วยงานและองค์กร ผ่านการติดต่อโดยตรง โดยมีเป้าหมายในการครองส่วนแบ่งทางการตลาด 30% ของผู้ต้องใช้บริการการเจาะเลือดในจังหวัดเชียงรายทั้งหมดภายในระยะเวลา 1 ปีแรกของการดำเนินกิจการ และ 60% ของผู้ต้องใช้บริการการเจาะเลือดในจังหวัดเชียงรายทั้งหมดภายในระยะเวลา 3 ปี และมีการทำ partner กับหน่วยงานและองค์กรให้มากขึ้น

มีการบริการตรวจสอบภาพที่ครบวงจร โดยมีการเพิ่มการเอกซเรย์ โดยอาจไปทำ partner ร่วมกับ นักรังสีเทคนิค และมีการขยาย platform ตามคลินิกต่างจังหวัด ในปีที่ 5-10

1.6.2 เป้าหมายทางการตลาด

พัฒนา platform ให้ดียิ่งขึ้น ในช่วงแรกจะมุ่งเน้นไปที่การทำ partner กับคลินิกอายุรกรรมลูกค้าที่มีความถนัดในการใช้บริการเจาะเลือดพร้อมกับสร้างการรับรู้ธุรกิจ Deli-laboratory ให้กับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงโดยการโฆษณาผ่านทาง Social media วิทยุท้องถิ่น และการนำเสนอบริการแก่แพทย์เจ้าของคลินิกโดยตรง รวมถึงอาศัยคนรู้จักและการบอกต่อ

ส่วนในปีถัดไปจะเข้าติดต่อกับหน่วยงานและองค์กร ตลอดจนสร้างความผูกพันและความเชื่อมั่นต่อธุรกิจ Deli-laboratory ให้กลับมาให้บริการอย่างต่อเนื่อง และสร้างบริษัทให้มีความน่าจดจำและเป็นหนึ่งในเรื่องการให้บริการทางการแพทย์ในจังหวัดเชียงราย

1.6.3 เป้าหมายทางการเงิน

บริษัท เดลิแล็บบอราทอรี จำกัด ต้องการคืนทุนภายในสองปีแรก และมีกำไรสุทธิในปีที่ 2 อย่างต่ำ 1,000,000 บาท และมีกำไรสุทธิในปีที่ 5 ไม่ต่ำกว่า 3,000,000 บาท โดยคาดว่าจะในปีแรกจะสามารถให้บริการ 500 คนต่อเดือน และ 1200 ต่อเดือนในปีที่ 5

1.7 ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

Deli Laboratory ต้องการเป็นผู้นำและเป็นที่รู้จักในฐานะห้องปฏิบัติการที่มีการบริการที่ทันสมัย ทันกับเทคโนโลยีของโลก โดยจะเปลี่ยนแปลงการบริการทางการแพทย์ให้มีความสะดวกสบายให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ลดการเดินทาง ลดการแพร่เชื้อ นอกจากนี้ Deli Laboratory ต้องการเติบโตอย่างแข็งแกร่งภายในจังหวัดเชียงราย มี partner ที่เพิ่มขึ้น มีการให้บริการทางด้านสุขภาพที่ครบวงจร โดยเป็น partner ร่วมกับนักรังสีเทคนิคในการเพิ่ม บริการเอ็กซเรย์ และสามารถขยาย platform ไปทั่วประเทศ



บทที่ 2

ข้อมูลการศึกษาวิจัย

บทนี้นำเสนอระเบียบวิธีวิจัย และการสร้าง พัฒนา และนำเสนอข้อมูลตามแนวทางวิชาการเพื่อการพัฒนาแผนธุรกิจ โดยข้อมูลที่ใช้ในการสร้างและวิเคราะห์แผนธุรกิจฉบับนี้ โดยมีการรวบรวมและรายละเอียด ดังนี้

2.1 วิธีการศึกษาวิจัยและประเภทการวิจัย

2.1.1 ประเภทการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงพรรณนา โดยใช้การวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เนื่องจากผู้วิจัยต้องการศึกษาและสร้างความเข้าใจในพฤติกรรม ปัญหาของผู้ใช้บริการ เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแผนธุรกิจในการจัดตั้งบริการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ผลตามสถานที่; Deli Laboratory

2.1.2 วิธีการศึกษาวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแหล่งข้อมูลมาจาก 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้มีประสบการณ์ในการเข้ารับบริการเจาะเลือดอย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี แพทย์เจ้าของคลินิกอายุกรรมในจังหวัดเชียงราย และตัวแทนองค์กรภาครัฐและเอกชนที่มีสวัสดิการตรวจสอบสุขภาพให้พนักงาน โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (Personal In-depth interview) เป็นวิธีการเก็บข้อมูล ใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณคนละ 10-15 นาที เมื่อได้ข้อมูลครบแล้วผู้วิจัยจะเป็นผู้วิเคราะห์และจัดการข้อมูลด้วยตนเอง

2.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจทางด้านการให้บริการเจาะเลือดและวิเคราะห์ผลตามสถานที่
2. เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจในการจัดตั้งบริษัท เดลิแล็บบอราทอรี จำกัด
3. เพื่อพัฒนาการให้บริการทางการแพทย์ ให้มีคุณภาพ และตอบสนองผู้บริโภค

2.3 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์การได้รับบริการเจาะเลือดของคลินิกอายุรกรรม ที่ต้องใช้บริการเจาะเลือดอย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี โดยต้องมีอายุ 20 ปีขึ้นไป 10 ราย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมและปัญหาในการเข้ารับบริการการเจาะเลือด และแนวโน้มความสนใจในบริการของ Deli Laboratory
2. แพทย์เจ้าของคลินิกอายุรกรรมในจังหวัดเชียงราย 3 แห่ง ที่ต้องการบริการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ผล โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาปัญหาในเรื่องของการส่งตรวจวิเคราะห์เลือดในคลินิกอายุรกรรม และแนวโน้มความสนใจในบริการของ Deli Laboratory
3. ตัวแทนจากองค์กรภาครัฐและเอกชนที่มีสวัสดิการตรวจสอบสุขภาพของพนักงาน 3 แห่งในจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัญหาที่พบในการตรวจสอบสุขภาพของพนักงาน และแนวโน้มความสนใจในบริการของ Deli Laboratory

2.4 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) กับแหล่งข้อมูลที่มีประสบการณ์การเข้ารับบริการทางการแพทย์ในการเจาะเลือด โดยมีความถี่ในการเจาะเลือดอย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี 10 ราย และแพทย์เจ้าของคลินิกอายุรกรรม 3 แห่ง โดยจะเข้าถึงผู้เข้าร่วมวิจัยคนแรกโดยการติดต่อขออนุญาตแพทย์เจ้าของคลินิกอายุรกรรม จากนั้นจะใช้วิธี snow ball โดยให้ผู้เข้าร่วมวิจัยคนแรกแนะนำ ผู้ที่เข้าข่ายเป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย และสัมภาษณ์ตัวแทนองค์กรที่มีสวัสดิการตรวจสอบสุขภาพให้พนักงาน 3 แห่ง โดยจะเข้าติดต่อทางฝ่ายทรัพยากรบุคคล ก่อนเพื่อสอบถามสวัสดิการตรวจสอบสุขภาพของพนักงาน ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 10-15 นาที โดยไม่มีคำถามเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ที่เข้าร่วมวิจัย และระยะเวลา 10-15 นาทีในการสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์

และจะแจ้งรายละเอียดของงานวิจัย ประโยชน์และความสำคัญของการทำวิจัยครั้งนี้ และถามความยินยอมของผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นระยะตลอดการสัมภาษณ์

2.5 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

จะประกอบไปด้วยชุดคำถามปลายเปิดทั้งหมด 3 ชุด

ชุดที่หนึ่ง : สำหรับผู้ที่มีประสบการณ์ในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ โดยมีความถี่ในการเจาะเลือดอย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรม และอุปสรรคในการเข้ารับบริการแพทย์ที่คลินิกอายุรกรรม และแนวโน้มในการให้ความสนใจในบริการของ Deli laboratory เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจบริการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ผลตามสถานที่ โดยชุดคำถามได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีประสิทธิผลครอบคลุม ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ชุดที่สอง : สำหรับแพทย์เจ้าของคลินิกอายุรกรรมในจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาปัญหาในเรื่องของการส่งตรวจวิเคราะห์เลือดในคลินิกอายุรกรรม และแนวโน้มความสนใจในบริการของ Deli laboratory โดยชุดคำถามได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีประสิทธิผลครอบคลุม ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ชุดที่สาม : สำหรับตัวแทนขององค์กรภาครัฐและเอกชน โดยมีวัตถุประสงค์โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัญหาที่พบในการตรวจสอบสุขภาพของพนักงาน และแนวโน้มความสนใจในบริการของ deli laboratory

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพชุดคำถามจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 1 ท่าน ได้แก่ อาจารย์ ณัฐวุฒิ พิมพา และได้ผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีประสิทธิผลครอบคลุม ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) จะมีการนำไฟล์สัมภาษณ์มาถอดเป็นข้อมูล และรวบรวมคำตอบในส่วนของการถามปลายเปิด จากนั้นจะนำไปวิเคราะห์เนื้อหาด้วยเทคนิค (Content Analysis) โดยการจัดกลุ่มข้อมูลด้วย (Data Visualization) จำแนกหมวดหมู่ของข้อมูล เน้นข้อความที่เด่นชัด ไม่ซ้ำซ้อน พร้อมสรุปผลจากการศึกษาและนำเสนอข้อค้นพบให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์งานวิจัย ดังนี้

1. ปัญหาและอุปสรรคในการเข้ารับบริการเจาะเลือด
2. การพัฒนารูปแบบธุรกิจการให้บริการเจาะเลือดและวิเคราะห์ผลตามสถานที่

2.7 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยทั้งหมด 6 เดือน โดยมีแผนงานดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงระยะเวลาการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงาน	เดือน					
	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
เก็บรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง						
สังเคราะห์และออกแบบการเก็บข้อมูล						
ลงพื้นที่เก็บข้อมูลตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์						
เรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง						
สรุปผลการวิจัย						

2.8 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU_IRB)

ก่อนดำเนินการวิจัยผู้วิจัยได้ผ่านการอบรมเกี่ยวกับจริยธรรมการวิจัยเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2563 เมื่อผ่านการอบรม ผู้วิจัยได้ทำการเขียนโครงร่างงานวิจัย และได้ดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2563 และได้รับการตอบรับอนุญาตให้ดำเนินการวิจัย เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2563 หนังสืออนุญาต COA No. MU-CIRB 2020/136.2509

อีกทั้งข้อมูลส่วนตัว เนื้อหาคำตอบ และการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ถูกสัมภาษณ์ จะถูกจัดเก็บไว้ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะชนเป็นรายบุคคล แต่จะรายงานผลการวิจัยเป็นข้อมูลส่วนรวม

บทที่ 3

แผนการตลาด

การวางแผนทางการตลาดสำหรับการพัฒนาการให้บริการทางการแพทย์ เพื่อที่จะไปให้ถึงผลลัพธ์ทางการตลาดที่คาดหวังคือ

1. การสร้างรูปแบบทางธุรกิจที่ผู้บริโภค ได้รับประโยชน์สูงสุด อย่างมั่นคงและยั่งยืน
2. เป็นช่องทางในการรับข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ด้านสุขภาพ และทราบข้อมูลสุขภาพ

ของตนเอง

3. อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการทางการแพทย์

จึงต้องวางกลยุทธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้มีผู้ใช้บริการผ่านการทำธุรกิจแบบแพลตฟอร์ม (platform) และสามารถมียอดผู้ใช้บริการที่สร้างความเติบโต และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค เพื่อให้ Deli laboratory เป็นช่องทางการอำนวยความสะดวกในการรับบริการทางการแพทย์ตามที่ได้คาดหวังไว้

ในบทนี้จึงกล่าวถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า โดยนำข้อมูลที่เก็บมา เพื่อวางแผนการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อระบุเป้าหมายที่ชัดเจนในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการเชื่อมโยงข้อมูลจากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลทั้งผู้ที่เข้ารับบริการทางการแพทย์ และแพทย์ รวมถึงการวิเคราะห์คู่แข่ง พันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อที่จะรับมือและบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นำไปสู่การวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับบริบทต่าง ๆ ข้างต้น และสามารถวางแผนการดำเนินงาน พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้อย่างชัดเจน

3.1 กลยุทธ์ในการแบ่งสัดส่วน เลือกกลุ่มเป้าหมาย และวางตำแหน่งทางการตลาด (STP)

3.1.1 Segmentation

การแบ่งสัดส่วนการตลาด โดยจะสามารถแบ่งได้ ดังนี้

- Demographic และ Geographic Segmentation

เพศหญิงและชาย อายุ 30-50 ปี มีรายได้เฉลี่ย 25,000 บาท/เดือน ขึ้นไป เป็นผู้ที่มีปัญหา ด้านสุขภาพ อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย

- Behavioral Segmentation

ต้องเข้ารับการเจาะเลือดเพื่อติดตามการรักษา อย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง โดยเข้ารับการบริการ ทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน

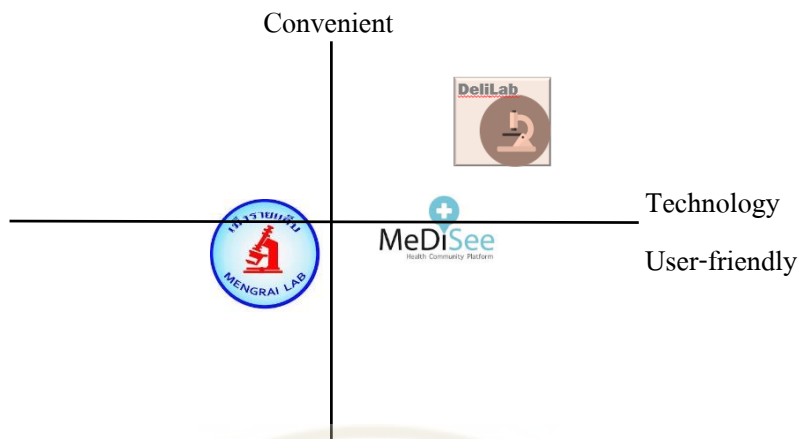
3.1.2 Target กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- ผู้ที่มีปัญหาในเรื่องของสุขภาพ ที่จำเป็นต้องเจาะเลือดเพื่อติดตามการรักษาอย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี สถานะภาพทางเศรษฐกิจ ปานกลางค่อนข้างสูง อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย
- กลุ่มคนที่ไม่มีปัญหาด้านสุขภาพ บุคคลรักสุขภาพ หรือองค์กรที่มีโอกาสทาง เศรษฐกิจ มีสวัสดิการตรวจสุขภาพให้แก่พนักงาน สำหรับตรวจสุขภาพประจำปี บุคคลกลุ่มนี้จะ เจาะเลือดอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี สถานะทางเศรษฐกิจ ปานกลางค่อนข้างสูง อาศัยอยู่ในพื้นที่ จังหวัดเชียงราย

3.1.3 Positioning การวางตำแหน่งทางการตลาด: Perceptual Map

การวางจุดยืนเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ได้เลือกไว้ โดยใช้ความสามารถใน การทำงานที่สามารถตอบสนองลูกค้าใน 2 มิติ คือ ความสะดวกสบายรวดเร็ว (Convenient) และการมี เทคโนโลยีที่ใช้งานง่าย (Technology user-friendly) เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ การให้บริการเจาะเลือด ดังต่อไปนี้

- เม็งรายแล็บ เป็นคลินิกเทคนิคการแพทย์ที่ให้บริการเจาะเลือดเจ้าใหญ่ที่จังหวัดเชียงราย เริ่มมีบริการเจาะเลือดตามสถานที่ โดยการโทรเรียก หรือนำใบสั่งตรวจให้แก่แพทย์เพื่อให้คนไข้ เดินทางมาเจาะที่เม็งรายแล็บเอง
- Platform Medisee เป็นแอปพลิเคชัน หาสถานที่เจาะเลือด และคลินิกแพทย์ใกล้คุณ มีบริการจองคิวเจาะเลือด และเข้ารับบริการในสถานที่ที่ใกล้ท่าน หรือที่บ้าน สามารถติดตามผลเลือด ย้อนหลังออนไลน์ และสามารถช่วยจัดการระบบการจัดการของคลินิกได้อีกด้วย



ภาพที่ 3.1 Perceptual Map แสดง positioning ของ Deli laboratory

จาก Perceptual Map สามารถเปรียบเทียบ Deli laboratory และคู่แข่งได้ ดังต่อไปนี้

- เมืองรายแล็บ มีจุดเด่น ที่เป็นที่รู้จักมานานของคนในพื้นที่จังหวัดเชียงราย เดินทางมาใช้บริการได้อย่างสะดวก ถึงแม้ว่าทางเมืองรายแล็บจะมีบริการเจาะเลือดตามคลินิกแพทย์ใกล้เคียง หรือให้บริการเจาะเลือดให้แก่ผู้ป่วยติดเตียงแล้ว แต่ยังไม่กว้างขวางมากนัก และยังไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาในส่วนอื่น เช่น ยังต้องโทรนัดวันเวลา การส่งตรวจวิเคราะห์และการรายงานผลยังต้องใช้กระดาษ ซึ่งค่อนข้างเสี่ยงกับการสูญหาย

- Medisee เป็นแพลตฟอร์มที่รวบรวมคลินิกเทคนิคการแพทย์ และคลินิกเฉพาะทางด้านต่าง ๆ ไว้ เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อที่จะอำนวยความสะดวกสำหรับบุคคลที่ไม่ใช่คนในพื้นที่นั้น ๆ ในการใช้บริการทางการแพทย์ อีกทั้งยังมีบริการเจาะเลือดตามสถานที่ใกล้เคียง หรือให้บริการเจาะเลือดตามที่พักอาศัย สามารถเปิดดูผลย้อนหลังได้ผ่านทางแอปพลิเคชัน แจ้งเตือนเมื่อถึงนัดหมาย แต่การใช้งานในแพลตฟอร์มยังเข้าใจยาก ใช้งานยาก และยังไม่เสถียร

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า Deli laboratory จึงเป็น platform ที่เข้ามาแก้ไขข้อบกพร่องและพัฒนาข้อดีจากช่องทางอื่น ๆ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด โดยเน้นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง Product Differentiate strategy เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมเข้ามาสร้างความสะดวกสบาย ในการใช้บริการทางการแพทย์ และใช้ Service Francization Strategy ในการออกแบบแพลตฟอร์มให้มีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย มีความเข้าถึงง่ายของแพลตฟอร์มเพื่อให้เข้าใจในการใช้งานด้านต่าง ๆ รวมไปถึงคุณภาพและมาตรฐานที่เชื่อถือได้ เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภคในปัจจุบัน

3.2 คู่แข่งและพันธมิตรทางธุรกิจ

ตารางที่ 3.1 แสดงคู่แข่งและพันธมิตรทางธุรกิจ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		รายละเอียด	การจัดการ
คู่แข่งทางธุรกิจ	เม็งรายแล็บ	คลินิกเทคนิคการแพทย์ ให้บริการเจาะเลือด และตรวจวิเคราะห์โรค มีการให้บริการเจาะเลือด	พัฒนาในส่วนของการนัดหมาย ให้บริการเจาะเลือดตามสถานที่ รวมถึงการออกผลให้ครบจบในแอปพลิเคชัน
คู่แข่งทางธุรกิจ	เม็งรายแล็บ	ตามบ้านบ้าง แต่ต้องโทรเพื่อทำการนัดหมาย	เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหาย และยังสามารถติดตาม เปรียบเทียบข้อมูลสุขภาพของตนเองได้ตลอดเวลา
	Medisee	เป็น platform ที่ให้บริการนัดหมายเจาะเลือดที่แล็บ ใกล้เคียง หรือเจาะเลือดตามที่พักอาศัย อีกทั้งยังมีบริการหาคlinikหมอด้านต่าง ๆ ใกล้เคียง พร้อมการชำระเงินและส่งผลผ่านทางแอปพลิเคชัน	เรียนรู้ระบบในการนัดหมาย ส่งผลผ่านแอปพลิเคชัน รวมถึงขั้นตอนการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูล รวมทั้งศึกษาจุดอ่อนที่ยังสามารถนำมาพัฒนาได้ เช่น การออกแบบแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่าย ดึงดูด
พันธมิตรทางธุรกิจ	สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการเผยแพร่กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ และเพื่อการอาชีพของจังหวัดเชียงราย	ช่วยส่งเสริมการตรวจร่างกาย เพื่อเตรียมความพร้อมของนักกีฬา ก่อนลงแข่งขันในรายการต่าง ๆ
	สมาคมผู้สูงอายุเชียงราย	ส่งเสริมและสนับสนุนผู้สูงอายุในการประกอบอาชีพเสริมรายได้ให้แก่ครอบครัว ส่งเสริมและสนับสนุนให้แก่ชมรมผู้สูงอายุ จัดกิจกรรมเสริมสร้างสุขภาพร่างกายจิตใจ และสังคม	เข้าไปช่วยดูแลในเรื่องสุขภาพของผู้สูงอายุในสมาคม ให้ความรู้ในเรื่องการดูแลสุขภาพ

3.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

จากความตั้งใจที่จะพัฒนาให้ Deli laboratory เป็นแพลตฟอร์มที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ โดยเน้นในเรื่องของคุณภาพการให้บริการที่ได้มาตรฐาน ความปลอดภัยในการให้บริการ แพลตฟอร์มใช้งานง่าย มีการให้ข้อมูลด้านสุขภาพทั่วไป และสุขภาพส่วนตัวของ

ลูกค้า พร้อมสร้างคุณค่าในการรายงานผลและข้อเสนอแนะที่จะช่วยให้เข้าใจง่าย ให้เรื่องสุขภาพเป็นเรื่องใกล้ตัว Deli laboratory จึงจะเน้นกลยุทธ์ทางการตลาดในเรื่องของการสร้างการรับรู้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่วางไว้ โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ในการวางแผนการตลาด

3.3.1 Product: กลยุทธ์สินค้าและบริการ

การพัฒนา platform Deli laboratory ให้เป็นช่องทางในการให้บริการด้านการแพทย์ที่ครอบคลุมและอำนวยความสะดวกสบาย โดยสามารถนัดหมายวันเวลาเจาะเลือด ชำระเงิน รับผลการวิเคราะห์พร้อมคำแนะนำ อีกทั้งยังได้รับชุดความรู้เกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดเวลาในการเดินทาง ลดระยะเวลาในการรอ ลดการพบปะ และลูกค้าสามารถดูประวัติสุขภาพย้อนหลัง พร้อมเปรียบเทียบเป็นกราฟให้อ่านง่าย นอกจากการพัฒนา platform ให้มีความน่าสนใจแล้ว ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการ ความถูกต้องและความแม่นยำของการรายงานผล และสร้างความแตกต่าง จึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ Product Differentiation Strategy และ Service Francization เป็นหลัก

3.3.1.1 Product differentiation Strategy เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง การนำเสนอสินค้าและบริการให้มีเอกลักษณ์ ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่ง Deli laboratory จะนำจุดเด่นดังต่อไปนี้ มาสร้างความแตกต่างให้กับการให้บริการด้านสุขภาพให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และสร้างจุดแข็งให้สินค้า

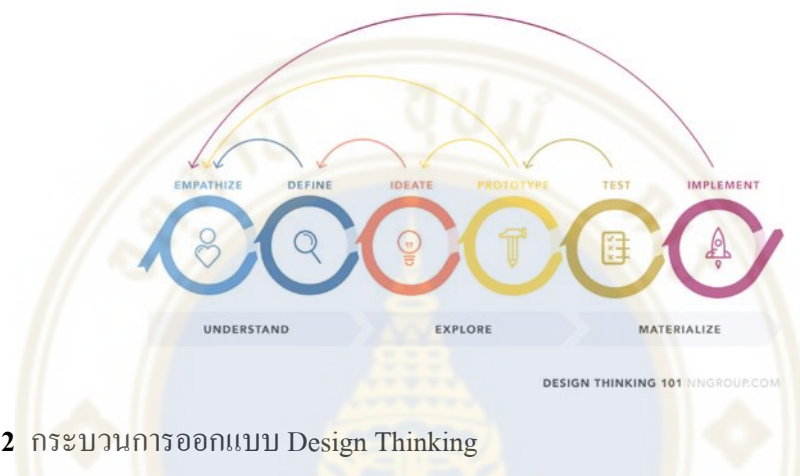
สิ่งที่ Deli laboratory ทำ ได้แก่

- การสร้าง platform เพื่อเป็นช่องทางในการ ติดต่อนัดหมาย เลือก โปรแกรม การตรวจ ชำระเงิน รับผลการตรวจวิเคราะห์ และรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยใช้

1. Emotional Benefit: จะสื่อสารถึงผู้บริโภคในการมีส่วนร่วมในการลดการพบปะ เพื่อลดการแพร่กระจายของเชื้อ Covid-19 ลดความแออัดในสถานพยาบาล และส่งมอบความสะดวกสบายให้แก่ผู้ที่เดินทางลำบาก อีกทั้งให้ผู้เข้ารับบริการได้เข้าใจถึงข้อมูลสุขภาพของตนเองได้อย่างเข้าใจง่าย

2. Satisfaction: การสร้างความพึงพอใจ โดยใช้ customer Relationship Management สร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวแก่ลูกค้า เพิ่มความพึงพอใจ โดยมี Chatbot หรือกระตุ้คำถามที่พบบ่อยเพื่อให้ลูกค้าได้รับคำตอบได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อนำมาวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาการให้บริการต่อไป

3.3.1.2 Service Francization เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความเข้าถึงง่ายและใช้งานง่าย เมื่อต้องใช้ใช้บริการผ่านทางแพลตฟอร์ม และมี technology ที่ทันสมัย โดย Deli laboratory จะมีคลิปแสดงขั้นตอนในการใช้งานอย่างง่าย หรือเป็นคำอธิบายเบื้องต้นเมื่อเข้าใช้แพลตฟอร์มในครั้งแรก ส่วนการออกแบบ platform นั้น ให้มีภาษาไทยที่ชัดเจนเข้าใจง่าย มีการอธิบายศัพท์แพทย์ให้บุคคลทั่วไปเข้าใจ ขั้นตอนการใช้งานจะไม่ซับซ้อนจนเกินไป ซึ่งจะนำกระบวนการออกแบบ Design Thinking มาใช้เพื่อพัฒนาแพลตฟอร์ม Deli laboratory ดังนี้



ภาพที่ 3.2 กระบวนการออกแบบ Design Thinking

ที่มา: www.NNGroup.com

- Empathize: การทำความเข้าใจกับปัญหาต่าง ๆ โดยการรับฟังความคิดเห็นและข้อมูลจากบุคคลต่าง ๆ โดยงานวิจัยฉบับนี้ใช้การสัมภาษณ์ รวมทั้งเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้งาน
- Define: ระบุและสรุปปัญหา กำหนดเป้าหมายของปัญหาที่ต้องการแก้ไขหรือ เป้าหมายที่ต้องการออกแบบ
- Ideate: ขั้นตอนในการใช้ความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากหลายด้านมาสร้างไอเดีย
- Prototype: พัฒนาด้านแบบจำลองตามไอเดียที่ได้มาจากต้นแบบความคิดเพื่อทดสอบความคิดด้านต้น
- Test: นำไปทดสอบการใช้งานจริง และ รับฟัง Feedback จากผู้ใช้ เพื่อนำมาปรับปรุงต้นแบบอย่างต่อเนื่อง

3.3.2 Price: กลยุทธ์การตั้งราคา

จะใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาเป็นแบบ ราคาเดียว (Fix price) เป็นระบบที่ Deli laboratory เป็นผู้กำหนดราคาขายที่เหมาะสม อิงกับราคาตลาดและราคาคู่แข่ง โดยเพิ่มมูลค่าจากความแตกต่างของบริการที่อำนวยความสะดวกในการเดินทาง ข้อมูลด้านสุขภาพและประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับ

3.3.3 Place: การที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการ

ลูกค้าจะสามารถเข้าถึงบริการของ Deli laboratory ได้ทั้งหมด 3 ช่องทาง ได้แก่

- ลูกค้าสามารถ walk-in เข้ามารับบริการได้ที่ Deli laboratory ซึ่งจะบริการเจาะเลือด ตรวจวิเคราะห์ และสามารถนั่งรอรับผลได้ หรือรอรับผลผ่านทางแอปพลิเคชัน โดยไม่ต้องรอ Deli laboratory จะตั้งอยู่ที่ทุกท่านเดินทางสะดวก มีที่จอดรถ ตกแต่งให้ทันสมัย งดงามและปลอดภัย
- ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการผ่านทางช่องทางออนไลน์ คือ แพลตฟอร์ม ซึ่งลูกค้าสามารถเข้าถึงการนัดหมายวัน เวลา สถานที่รับบริการ เลือกโปรแกรมที่จะตรวจ ชำระเงิน รอรับผล และคำแนะนำผ่านช่องทางแพลตฟอร์มได้เลย โดยการเข้าถึงบริการผ่านช่องทางออนไลน์ จะมีส่วนลดให้ตามความเหมาะสม
- สามารถเข้าถึงบริการของ Deli laboratory ผ่านทางคลินิกอายุรกรรมที่ใช้บริการของเราได้เช่นกัน หากไปพบแพทย์ แล้วแพทย์มีการสั่งเจาะเลือด ทาง Deli laboratory ก็จะเดินทางไปให้บริการที่คลินิก โดยจะมีการแบ่งเปอร์เซ็นต์ให้แก่แพทย์ที่ใช้บริการ

3.3.4 Promotion: กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายหรือการตลาดในปัจจุบัน ควรผสมผสานระหว่าง offline และ online โดย Deli laboratory ได้วิเคราะห์จากกลุ่มเป้าหมาย พื้นที่ให้บริการ จึงตัดสินใจที่จะใช้เลือกใช้ การตลาดแบบผสมผสานทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เข้าด้วยกัน ได้แก่

3.3.4.1 online marketing communication

จะเน้นทำเนื้อหา ในเรื่องของความสะดวกสบายเมื่อใช้บริการ Deli laboratory เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นขั้นตอนในการทำงาน มุ่งเน้นไปที่ความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับ ความรวดเร็ว ปลอดภัย สะอาด และมีมาตรฐาน จาก Content ที่กล่าวมา จึงเลือกใช้กลยุทธ์ Digital marketing เพื่อสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ ผ่านกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เน้นย้ำถึงจุดเด่น ความน่าเชื่อถือ เพื่อให้รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยช่องทางที่สนใจในช่วงแรกคือ

- Facebook นอกจากมีฐานผู้ใช้งานมากที่สุดแล้วยังสามารถทำโฆษณาแบบเจาะกลุ่มเป้าหมายของเราได้ละเอียด ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และยังสามารถสร้าง content เมื่อมีโปรโมชั่นในเทศกาลต่าง ๆ ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง
- Influencer การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่น เช่น นักศึกษามหาวิทยาลัย ถ่ายรูปลงช่องทางออนไลน์ ว่ามาใช้บริการตรวจสุขภาพของเรา หรือในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันแม่ พาแม่มาตรวจสุขภาพมีส่วนลด หรือใช้บริการเจาะเลือดที่บ้านง่ายๆ หากที่บ้านมีผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างการรับรู้ อีกทั้งยังส่งเสริมการดูแลสุขภาพอีกด้วย



ภาพที่ 3.3 Influencer พาครอบครัวไปตรวจสุขภาพ
ที่มา: www.youtube.com

โปรแกรมตรวจสุขภาพ
วันแม่แห่งชาติ
รักแม่...ห่วงใยสุขภาพแม่

RSU HEALTHCARE

โปรแกรม 1	โปรแกรม 2	โปรแกรม 3
ตรวจ 26 รายการ	ตรวจ 31 รายการ	ตรวจ 35 รายการ
2,290 บาท/คน	5,590 บาท/คน	11,590 บาท/คน

1 - 31 สิงหาคม 2562

หมายเหตุออนไลน์สแกน QR Code หรือ โทร 0 2610 0300

RSU-Healthcare | www.rsuhealth.com

ศูนย์ดูแลสุขภาพ 671 ถนนระยอง ตำบลคูคต อ.คูคต จ.นนทบุรี 11010

ภาพที่ 3.4 ภาพโฆษณาโปรโมชั่น ตรวจสุขภาพวันแม่
ที่มา: website RSU healthcare

3.3.4.2 offline marketing communication

• วิทย์ท้องถิ่น เป็นการทำการตลาดผ่านคลื่นวิทยุท้องถิ่น เนื่องจากพื้นที่ที่เราเลือกทำธุรกิจ การใช้วิทยุท้องถิ่นยังเป็นที่น่าสนใจ ซึ่งการโฆษณาผ่านวิทยุท้องถิ่น จะช่วยให้ผู้ฟังได้ยินจุดเด่นของบริการของเรา สถานที่ตั้ง หรือช่องทางการติดต่อเพื่อต้องการใช้บริการ ซึ่งหากได้ยินซ้ำ ๆ ก็จะทำให้เกิดการรับรู้แบรนด์ได้เช่นกัน ในส่วนนี้จะสามารถดึงลูกค้าที่เป็นลูกค้า walk-in หรือลูกค้าอื่นที่ไม่ใช่จากพันธมิตรได้

• Personal Selling หรือการทำการตลาดผ่านตัวแทนขาย เป็นการลงพื้นที่ไปตามคลินิกอายุรกรรม หรือหน่วยงาน เพื่อนำเสนอขายสินค้าและบริการของเรา ซึ่งทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และสามารถปิดการขายได้สูง และยังสามารถช่วยสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้โดยตรง

จากการทำกลยุทธ์ในรูปแบบนี้สามารถก่อให้เกิด การตลาดแบบปากต่อปาก ซึ่งจะสามารถสร้างและเพิ่มยอดขายได้ และยังได้ผลในเชิงจิตวิทยาที่เรียกว่า social proof อีกด้วย

จากที่กล่าวมากลยุทธ์ส่งเสริมการขายในปัจจุบัน การทำการตลาดด้านเดียวอาจไม่เพียงพอ จึงควรเลือกใช้การตลาดแบบผสมผสานทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อการปรับตัวและเติบโตอย่างยั่งยืน ดังนั้น ควรหยิบข้อดีของทั้งสองแบบ นำมาปรับใช้กันอย่างลงตัว และเหมาะสมกับธุรกิจของเรามากที่สุด

3.4 แผนการดำเนินงาน

ในช่วงปีที่ 1-2 จะเน้นการทำการตลาดเน้นไปที่การสร้างการรับรู้แบรนด์ (Awareness) โดยจะทำการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ควบคู่กันไป

1. สร้างโปรโมชันสำหรับการเปิดให้บริการ ทำการโฆษณาสร้างการรับรู้แบรนด์พร้อมกับโฆษณาโปรโมชันผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ไปพร้อม ๆ กัน เช่น ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน ได้รับส่วนลด 5% เฉพาะเดือนนี้

2. ใช้ตัวแทนขายสินค้า เดินทางติดต่อและนำเสนอบริการของเราแก่ แพทย์เจ้าของคลินิก หน่วยงานที่มีสวัสดิการตรวจสุขภาพให้แก่พนักงาน เพื่อสร้างการรับรู้ว่าบริการของเราช่วยอำนวยความสะดวกในส่วนใด ทำไม่ต้องใช้บริการของเรา

3. จะทำการยิงโฆษณาทาง facebook โดยสร้างกลุ่มเป้าหมายเป็นบุคคลอายุ 24-50 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาท และมีความสนใจในเรื่องของสุขภาพ หรือเป็นบุคคลที่มีปัญหา

ด้านสุขภาพ และต้องอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย และสถานที่ที่สามารถใช้บริการของเราได้มีที่คลินิกไคบ้าง

4. จะใช้การโฆษณาผ่านทางวิทยุท้องถิ่นเพื่อสร้างการรับรู้ ว่าบริการของเรามีจุดเด่น และมีความแตกต่างจากเดิมอย่างไร พร้อมทั้งโฆษณาโปรโมชันประจำเทศกาลนั้น ๆ

5. ช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันพ่อ วันแม่ จะมีการใช้ influencer มาช่วยในการโฆษณาเชิญชวนให้พาพ่อแม่มาตรวจสุขภาพ เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ และเพิ่มการรับรู้ในเป้าหมายที่ต่างไป

3.5 ผลลัพธ์ที่คาดหวัง (ใน 1 ปี)

1. พัฒนา platform เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการทางการแพทย์ และการให้ข้อมูลด้านสุขภาพ ตลอดถึงกระบวนการอำนวยความสะดวก เพื่อให้ระบบมีความเสถียร มีการใช้งานที่ปลอดภัย และสามารถเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อยอดการพัฒนาในอนาคต

2. พัฒนาการให้บริการผ่านระบบแพลตฟอร์มที่เน้นความสะดวกสบายและความเป็นมืออาชีพ และสามารถสื่อสารทางการตลาดในประเด็นเหล่านี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้งาน โดยคำนึงถึงประสบการณ์ของผู้ใช้งาน และสิ่งที่จะได้รับ

3. เพิ่มจำนวนผู้ใช้งานทั้งคนไข้และแพทย์เจ้าของคลินิก โดยมีจำนวน user ไม่ต่ำกว่า 1000 users

4. มีลูกค้าทางธุรกิจมากกว่า 3 ราย

บทที่ 4

แผนนวัตกรรม

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจการให้บริการการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ผลตามสถานที่ เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ในปัจจุบัน ได้มีโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำ และมีบุคลากรทางการแพทย์ได้พูดถึงการพัฒนาการให้บริการการเจาะเลือดตามสถานที่และมีแพลตฟอร์มมาใช้งานบ้างแล้ว แต่ทางผู้วิจัยพบว่านอกจากปัญหาเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทางมาเข้ารับบริการแล้ว การเข้าถึงข้อมูลทางสุขภาพและการแพทย์ที่จะสื่อสารออกไปให้ผู้ใช้บริการรับรู้ อย่างเข้าใจง่าย และสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ผู้วิจัยต้องการพัฒนา

4.1 ประเภทของนวัตกรรม

โดยประเภทของนวัตกรรมที่จะนำมาใช้เพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มการให้บริการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ผลตามสถานที่ โดยอ้างอิงจาก 10 types of innovation ได้แก่

4.1.1 Process Innovation

ทางผู้วิจัยมีการปรับเปลี่ยนขั้นตอนการทำงานของทั้งแพทย์ ผู้เข้ารับบริการ และเล็บให้สะดวก ประหยัดเวลา และลดการพบปะมากยิ่งขึ้น เมื่อเทียบกับการเข้ารับบริการทางการแพทย์ในปัจจุบัน โดยเปลี่ยนการทำงานจาก แพทย์มีการสั่งเจาะเลือดเพื่อตรวจวินิจฉัยโรค ทางคนไข้ต้องเดินทางไปเจาะเลือดเอง ไม่ว่าจะเป็นที่โรงพยาบาลหรือเล็บ มาเป็นคนไข้ทำการจองวัน เวลา สถานที่ในการเจาะเลือด และเล็บจะส่งเจ้าหน้าที่มาเจาะเลือดให้ ส่งผลผ่านแพลตฟอร์มให้ทั้งแพทย์และคนไข้ โดยที่คนไข้ไม่ต้องเดินทางหรือรอรับผล ไม่จำเป็นต้องเก็บข้อมูลเป็นกระดาษ สามารถดูผลย้อนหลังเข้าถึงประวัติการรักษาของตนเอง และดูแลแนวโน้มสุขภาพในอนาคต มีชำระเงินผ่านระบบ E-payment และมีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

4.1.2 Innovation for Product Performance

โดยบริการนี้จะช่วยสร้างคุณค่าเชิงการใช้งานให้กับลูกค้า จะช่วยในการประหยัดเวลาในการที่ต้องไปรอที่โรงพยาบาลรัฐบาลนาน ๆ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ลดความยุ่งยากหากต้องการนำข้อมูลการรักษาตัวเองให้แพทย์เมื่อต้องเปลี่ยนแพทย์ที่รักษา และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพและการแพทย์ที่เจาะจงเฉพาะตัวบุคคล มีการแปลผล และรายงานผลให้ผู้ให้บริการเข้าใจง่าย ทำให้เรื่องสุขภาพและการแพทย์เป็นเรื่องที่ใกล้ตัวและเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

4.1.3 Service Innovation

มีการให้บริการในด้านการให้ข้อมูลและความช่วยเหลือตลอด 24 ชั่วโมง โดยจะมี chat bot ที่คอยตอบคำถามที่คนสงสัยกันมาก เช่น วิธีปฏิบัติตัวก่อนเจาะเลือด เจาะเลือดตรวจอะไรต้องอดน้ำอดอาหารบ้าง และลูกค้าสามารถให้คำแนะนำดิชม ผ่านช่องทางได้ และมีการแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาตรวจสุขภาพ มีการแจ้งเตือนด้วยข้อมูล หรือการดูแลตัวเองเพื่อป้องกันโรคในแต่ละฤดู เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใช้งานตลอดเวลา มีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารเรื่องสุขภาพเพื่อให้สุขภาพเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว และมีการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการ (Big Data) เพื่อนำไปใช้ในการยิงชุดความรู้สุขภาพที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการแต่ละช่วงอายุ เช่นเมื่อมีอาการในลักษณะนี้ ควรสังเกตตัวเองเมื่อมีอาการ และสามารถเข้ามาตรวจเลือด และสุขภาพ ตามโปรแกรมนี้ได้

4.2 ประโยชน์ของการสร้างนวัตกรรม

โดยการพัฒนา นวัตกรรมแพลตฟอร์มนี้จะให้ outsource ช่วยในการพัฒนาและออกแบบในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. รูปแบบ การลงทะเบียน การจองวัน เวลา สถานที่ และการชำระเงินเพื่อความสะดวกสบายของลูกค้าในการเข้ารับบริการ และเป็นฐานข้อมูลสำหรับลูกค้า
2. การเลือกโปรแกรมตรวจ โดยให้ข้อมูลในการตรวจแต่ละอย่างเพื่อความเข้าใจง่ายในการใช้งานของลูกค้า ในการเลือกโปรแกรมตรวจที่เหมาะสมกับตนเอง และการให้ข้อมูลจะช่วยให้ลูกค้าเข้าใจว่า แต่ละ test ตรวจดูอะไร เพื่อที่จะสามารถตัดสินใจได้เอง
3. การเชื่อมผลตรวจจากเครื่องตรวจวิเคราะห์สู่แพลตฟอร์มทั้งของแพทย์ และคนไข้ การเชื่อมผลจะช่วยให้ประหยัดเวลาในการรอ และการเดินทางของลูกค้า นักเทคนิคการแพทย์ และแพทย์ และลูกค้าสามารถเก็บผลไว้เป็นประวัติได้อีกด้วย

4. ออกแบบหน้ารายงานผลเป็นภาพให้เข้าใจง่าย พร้อมบอกแนวโน้ม ความเสี่ยงสุขภาพ ในอนาคต และให้คำแนะนำเฉพาะบุคคล การออกแบบหน้ารายงานผลให้ต่างจากกระดาษแบบเดิม จะช่วยให้ลูกค้าสนใจในผลสุขภาพของตนเองมากขึ้น และช่วยเพิ่มความเข้าใจในผลแต่ละผลที่วิเคราะห์ ออกมา

5. การใช้ประวัติคนไข้เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม รูปแบบในการเกิดโรคและบอกถึง ข้อจำกัดในการวิเคราะห์โอกาสของการเกิดโรคในอนาคต เช่น พันธุกรรม การเก็บประวัติผลตรวจของคนไข้จะทำให้เราได้ข้อมูล Big Data เพื่อนำมาทำนายแนวโน้มของลักษณะการเกิดโรคแต่ละโรคได้

6. มีการยิงชุดข้อมูลสุขภาพตามช่วงวัยของกลุ่มเป้าหมาย การยิงชุดข้อมูลทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับวัยของกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น เข้ามาใช้แพลตฟอร์มเรา เพื่ออ่านความรู้ที่อาจจะยังไม่เคยทราบมากขึ้น

7. มี Keyword Chat Bot ในการช่วยตอบคำถามที่คนนิยมถาม การมี chat bot คอยตอบคำถามจาก keyword จะช่วยให้ประหยัดเวลาของบุคลากร และลูกค้าจะได้รับคำตอบที่รวดเร็วทันใจ เทคโนโลยีที่จะนำเข้ามาช่วยในการพัฒนา

1. การออกแบบ UX/UI

- การออกแบบ UX

ออกแบบโครงสร้างข้อมูล และเริ่มสร้างแต่ละ screen และกำหนดการทำงานและข้อมูลที่ จะแสดง ต้องทำให้มั่นใจว่าข้อมูลที่จะแสดงต้องมีที่อยู่ของมัน เราก็จะมาสร้าง workflow ซึ่งคือ เส้นทางที่ user สามารถท่องไปในแพลตฟอร์มของเราได้ ทุก ๆ อย่างที่เราอยากให้ user ทำและเห็นได้ ต้องใช้ก็คลิกเพื่อที่จะทำมันได้สำเร็จ ต้องทำให้มั่นใจว่าทุกคลิกนั้นเข้าใจได้อย่างง่าย และสุดท้าย Click-through model ช่วยให้เราทดสอบ wireframe และ workflow โดยการให้ user ได้ทดลอง เหมือนเล่นจริง โดย user จะได้รับ link เมื่อเปิดบนมือถือ user จะสามารถคลิกที่ปุ่มต่าง ๆ และเปิด ไปยังหน้า wireframe ต่าง ๆ ตาม workflow ได้เหมือนจริง

- การออกแบบ UI

Style guide หรือ UI Kit เป็นเหมือนต้นแบบของสิ่งต่าง ๆ ในแพลตฟอร์ม การมี style ที่ชัดเจนจะช่วยให้ user ไม่งงกับการใช้งาน การมี style ที่ชัดเจนและตรงกันทั้งแพลตฟอร์มจะทำให้ user ใช้งานได้ลื่นขึ้น ซึ่งการกำหนด Style guide ก็ต้องดูด้วยว่าลูกค้าและผู้ที่เราเป็นใคร และต้อง ลดขั้นตอนยุ่งยาก และทำให้งานสำเร็จได้โดยไว designer ที่มีประสบการณ์จะต้องสามารถออกแบบ ผลงานออกมาให้เหมาะกับผู้ใช้ให้มากที่สุด

2. Development

เขียน code ฝั่ง front-end และ back-end

Cross-platform เป็นเทคโนโลยีที่มี code บางส่วนหรือทั้งหมดแชร์กัน เป็นวิธีที่ประหยัดเงินและเวลา Hosting environment (Infrastructure) เลือกว่าจะ host server เราไว้ที่ไหน ตัดสินใจจากราคาความสามารถในการขยายสเกล ความสามารถที่ทำได้ บริการเสริม การใช้งานง่าย ประสิทธิภาพ และความเร็ว มีหลายเจ้า เช่น AWS, Google Cloud, Heroku, Azure นอกเหนือจากนั้นเรายังต้องวางแผนเพื่อการสเกล เมื่อจำนวนผู้ใช้เพิ่มมากขึ้น Cloud-base ทำให้เราสามารถจ่ายเงินเพื่อเพิ่มหรือลดได้ตามความจำเป็น นอกจากนี้ยังมีบริการเสริม เช่น backup database, server uptime, update os

3. การส่ง/คืนผล โดยใช้ระบบ LIS/HIS

ซึ่งเป็นระบบการจัดการของโรงพยาบาล ตั้งแต่เวชระเบียน ประวัติการรักษา สั่งตรวจแล็บ และการส่งจ่ายยา ทำงานร่วมกับระบบ LIS ซึ่งเป็นระบบจัดการห้องปฏิบัติการที่เชื่อมผลจากเครื่องตรวจวิเคราะห์เข้ายังระบบ และส่งคืนข้อมูลเพื่อแสดงผลในจอแพทย์ได้

4. การใช้ google analytics ในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

ใช้ google analytics ในการเก็บข้อมูลลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชม หรือใช้แพลตฟอร์มของเรา ทำให้เราทราบว่าช่องทางใดเป็นช่องทางที่ดีที่สุดในการเพิ่มจำนวนคนเข้าเว็บไซต์ เพื่อจะใช้ในการทำการตลาด และทำชุดข้อมูลในการยิงชุดข้อมูลได้ถูกต้องตามวัยของผู้ใช้งาน และปรับปรุงคุณภาพให้เหมาะสมกับผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

5. การใช้ Key word Chat Bot

โดยผู้ใช้งานสามารถพิมพ์คำถามเข้ามาได้ทันที เหมือนเวลาคุยกับแอดมินตามปกติ แล้ว Chatbot จะตรวจสอบจาก keyword และส่งคำตอบให้ตามที่ตั้งไว้

โดยบุคคลที่จะมาสร้างนวัตกรรมนี้ให้ ได้แก่ Freelance Programmer

1. คุณดิษฐ์ ใจวงศ์

2. Browsware Solution

จากการสอบถามค่าใช้จ่ายการพัฒนาจะอยู่ที่ประมาณ 150,000-200,000 บาท และทีม IT Support ที่เงินเดือนต่อเดือนประมาณ 20,000-30,000 บาท

4.3 ความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงจากการถูกละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

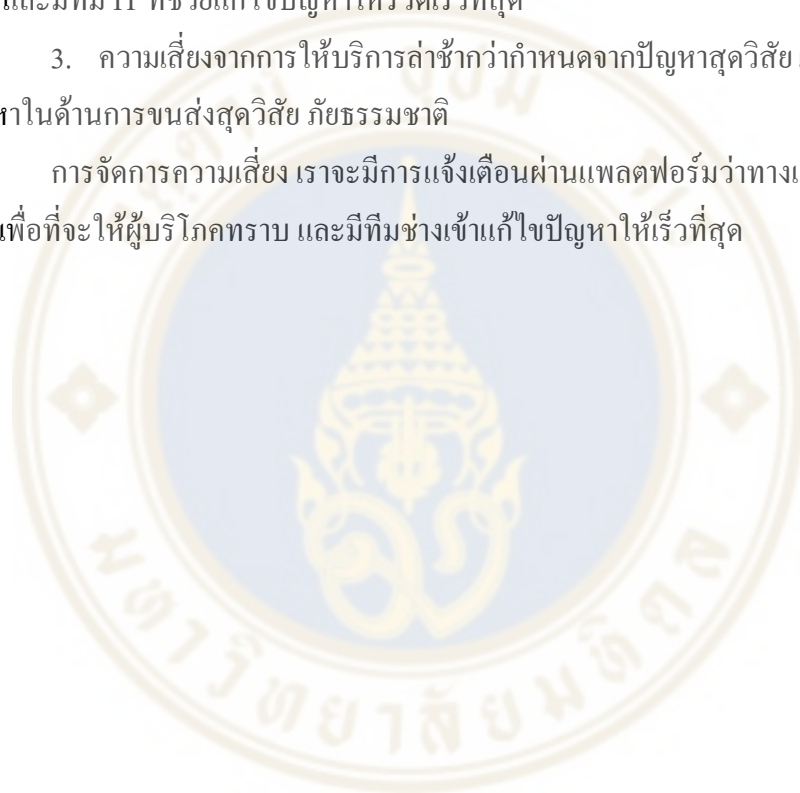
การจัดการความเสี่ยงจากการถูกละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ทางผู้จัดทำจะทำการจดลิขสิทธิ์ application และพัฒนานวัตกรรมใหม่ หรือพัฒนารูปแบบให้บริการ เมื่อธุรกิจเริ่มเข้าสู่ red ocean

2. ความเสี่ยงจากความเสถียรของระบบ

การจัดการความเสี่ยงในการจัดการปัญหาระบบไม่เสถียร โดยเราจะมีการแจ้งปัญหาแก่ลูกค้า และมีทีม IT ที่ช่วยแก้ไขปัญหาลงมือเร็วที่สุด

3. ความเสี่ยงจากการให้บริการล่าช้ากว่ากำหนดจากปัญหาสุดวิสัย เช่น เครื่องวิเคราะห์เสีย ปัญหาในด้านการขนส่งสุดวิสัย ภัยธรรมชาติ

การจัดการความเสี่ยง เราจะมีการแจ้งเตือนผ่านแพลตฟอร์มว่าทางแล็บเครื่องวิเคราะห์มีปัญหา เพื่อที่จะให้ผู้บริโภคทราบ และมีทีมช่างเข้าแก้ไขปัญหาลงมือเร็วที่สุด



บทที่ 5

แผนบริหารจัดการทีมและองค์กร

การศึกษาการบริหารจัดการทีมภายในองค์กรของบริษัท เติลแล็บบอราทอรี จำกัด ประกอบไปด้วยข้อมูลทางธุรกิจ, ประเภททรัพยากรด้านทีมและองค์กรที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนธุรกิจ, แผนกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง, โครงสร้างองค์กร, แผนดำเนินงานกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลาและความต้องการใช้ และการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานโดยประมาณการทั้งหมด 5 ปี โดยจะนำเสนอแผนการบริหารจัดการในภาพรวมทั้งองค์กรตามวัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจที่จัดทำขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรด้านทีมและองค์กรที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนธุรกิจ

ในช่วงแรก บริษัทที่อยู่ในช่วงของการเป็นบริษัทตั้งใหม่ มีเงินทุนจดทะเบียนบริษัทจำกัด 4 ล้านบาท เพื่อให้ดำเนินการในบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ บริษัทมีความจำเป็นต้องมีผู้รับผิดชอบหน้าที่ในหลายแผนก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องแบ่งการวางแผนการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทางด้านทรัพยากรบุคคลในช่วงบริษัทตั้งใหม่ บริษัทจะเน้น 4 ฝ่ายหลักๆ และ Outsource ได้แก่

1. ฝ่ายวางแผนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

ในการวางแผนการสร้างและพัฒนาการให้บริการ การพัฒนาส่วนนี้ผู้ร่วมก่อตั้งองค์กรเป็นผู้จัดการในการวางแผนการสร้างและพัฒนาบริการ โดยมีการวางแผนในการหาสถานที่เช่าติดตั้ง วางระบบ และบริษัทมีการเลือกเช่าเครื่องตรวจวิเคราะห์อัตโนมัติจากบริษัทที่น่าเชื่อถือ ซึ่งผู้จัดการส่วนงานนี้มีประสบการณ์การทำงานจากโรงพยาบาลจึงเข้าใจถึงข้อดีและข้อเสียของเครื่องแต่ละบริษัท ทำให้สามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทที่มีมาตรฐาน เพื่อให้ผลตรวจออกมาเชื่อถือที่สุด

2. ฝ่ายปฏิบัติการ

ในส่วนของงานด้านการปฏิบัติการ จะมีการจ้างผู้ที่จบการศึกษาจากกระเทศนการแพทย์ พร้อมทั้งมีใบประกอบวิชาชีพ และเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 2 ปี มาดูแลในงานด้านการตรวจวิเคราะห์และควบคุมคุณภาพ เพื่อให้จะให้ผลวิเคราะห์ถูกต้องและแม่นยำที่สุด

3. ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและธุรการในด้านของทรัพยากรบุคคลและธุรการ

จะทำการจ้างผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานในด้านบุคคลและเอกสาร นานกว่า 3 ปี ซึ่งต้องดูแลในส่วนของทรัพยากรบุคคลในองค์กร ตั้งแต่การคัดสรรพนักงาน อบรมพนักงาน และผลตอบแทน และสวัสดิการของพนักงาน เพื่อให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กรมากที่สุด

4. ฝ่ายการตลาด การขาย และลูกค้าสัมพันธ์

ในส่วนของการตลาดและการขาย จะทำการจ้างผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานในด้านของการตลาดและการขายมานานกว่า 5 ปี ซึ่งเข้าใจในเรื่องของขั้นตอนและบริการของเราได้เป็นอย่างดี มาดูแลในเรื่องของกระบวนการด้านการตลาดและการขายเพื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ฝ่ายการเงินและบัญชี

ในส่วนนี้เป็นส่วนของโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร โดยจะทำการจ้างจาก Outsource ในช่วง 2 ปีแรกก่อน หลังจากนั้นจึงจ้างผู้ที่มีการศึกษาและมีประสบการณ์ทางด้านงานบัญชีและการเงินมากกว่า 5 ปี และเป็นส่วนที่จะสนับสนุนงานในด้านเอกสารต่าง ๆ

6. ฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศ

ฝ่ายนี้มีหน้าที่ดูแลและพัฒนาในส่วนของเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน รวมถึงดูแลความปลอดภัยของข้อมูล และช่วยแก้ไขปัญหา โดยจะทำการจ้าง Outsource ที่มีประสบการณ์ ชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ ควรมีเพิ่มกว่านี้ไหมครับ

5.2 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์การจัดการหาทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่กลุ่มผู้บริหารและผู้ร่วมดำเนินงานจะมาจากผู้ก่อตั้งกิจการ โดยในปีแรกจะมีการจัดจ้างพนักงานฝ่ายปฏิบัติงาน และฝ่ายการตลาดและการขาย เท่านั้น ดังนั้นในการสรรหา คัดเลือกคนที่เข้ามาจึงมีจำนวนไม่มาก ซึ่งจะเป็นหน้าที่ของฝ่ายวางแผนการผลิตและบริการในการดูแล โดยในปีที่ 2-5 จะมีการรับพนักงานปฏิบัติงานและพนักงานขายเพิ่มมากขึ้น และมีการจัดจ้างพนักงานสำหรับเจาะเลือดตามสถานที่ โดยพิจารณาตามยอดขายและความต้องการของบริการ

5.3 โครงสร้างองค์กรและสถานะบุคลากรและบทบาทหน้าที่

5.3.1 ข้อมูลทางธุรกิจ

บริษัท เดลิแล็บบอราทอรี จำกัด ประกอบธุรกิจบริการเก็บและวิเคราะห์สิ่งส่งตรวจ ทั้งในและนอกสถานที่ โดยใช้ทุนจดทะเบียนบริษัทจำกัด 4 ล้านบาท

5.3.2 โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากบริษัท เดลิแล็บบอราทอรี จำกัด เป็นบริษัท start up ทางสุขภาพ ขนาดย่อม ดังนั้นเพื่อสามารถดูแลบุคลากรในบริษัทได้อย่างทั่วถึง จึงมีโครงสร้างองค์กรแบบ Flat Organization โดยผู้บริหารเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ตลอดจนถึงกลยุทธ์ในการบริหารต่าง ๆ โดยพนักงานของบริษัทมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้ดำเนินการในบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะแสดงดังภาพ 5.1



ภาพที่ 5.1 โครงสร้างองค์กร ของ Deli laboratory

5.3.3 แผนด้านบุคลากร

บริษัท เดลิแล็บบอราทอรี จำกัด ดำเนินการในรูปแบบของบริษัทจำกัด จึงต้องกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจนเพื่อให้องค์กรดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจะมีรายละเอียดดังในตาราง

ตารางที่ 5.1 หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร

ลำดับ	ตำแหน่ง	ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์	หน้าที่และความรับผิดชอบ	อัตรา
1	กรรมการผู้จัดการ	วางแผนกลยุทธ์ในการบริหารทีมงานมากกว่า 5 ปี	<ul style="list-style-type: none"> - วางแผนและกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว - บริหารองค์กรให้เป็นไปตามแผนและกลยุทธ์ที่วางไว้ และสามารถปรับแก้ตามสถานการณ์อย่างเหมาะสม - บริหารจัดการดูแลองค์กรและพนักงานทุกคนในองค์กร - กำหนดโครงสร้างผลตอบแทนของบุคลากรในองค์กรให้มีความเหมาะสม 	1
2	ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย	ประสบการณ์ในด้านการตลาดและการขายมากกว่า 5 ปี	<ul style="list-style-type: none"> - รับผิดชอบและดูแลในการกำหนดกลยุทธ์ของการตลาดการขาย รวมถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท - วางกลยุทธ์และเสนอการขาย และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า 	1
3	ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ	มีประสบการณ์ทำงานในห้องปฏิบัติการ 1-3 ปี	<ul style="list-style-type: none"> - เก็บและวิเคราะห์สิ่งส่งตรวจได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ (ผู้ช่วยนักเทคนิคการแพทย์และพนักงานพาโทไม้ม) - ควบคุมคุณภาพของห้องปฏิบัติการ - รายงานผลและให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง 	2
4	ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาบุคคลและธุรการ	มีประสบการณ์ทำงานในด้านบุคคล 2-3 ปี	<ul style="list-style-type: none"> - ดูแลในส่วนของการบริหารบุคคลในองค์กร ตั้งแต่การคัดสรรพนักงาน อบรมพนักงาน และผลตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน เพื่อให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กรมากที่สุด 	1
5	ฝ่ายการเงินและบัญชี	บริหารงานด้านบัญชีและการเงินมากกว่า 5 ปี	<ul style="list-style-type: none"> - รับผิดชอบและดูแลในส่วนของการบริหารจัดการภาพรวมของบัญชีของบริษัท - รับผิดชอบและดูแลในส่วนของการใช้จ่ายทั้งหมดของบริษัท 	outsource
6	ฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมสารสนเทศ	มีประสบการณ์ด้านการพัฒนาและดูแลแก้ไขปัญหาระบบ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาและแก้ไขปัญหาทางด้านระบบ - ดูแลความปลอดภัยของข้อมูล 	outsource

5.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลา

โดยเงินเดือนมีอัตราเพิ่มขึ้นที่ 3% ต่อปีตั้งแต่ปีที่ 3 และบริษัทจะจ่ายค่าคอมมิชชั่นเป็นอัตราร้อยละ 1 จากยอดขายในแต่ละเดือน ให้แก่ฝ่ายการตลาดและการขาย และค่าล่วงเวลาให้แก่ฝ่ายปฏิบัติงาน ชั่วโมงละ 100 บาท และจ่ายโบนัส 1 เดือนโดยจะเริ่มจ่ายในปีที่ 3

ตารางที่ 5.2 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กร

ตำแหน่ง	ปีที่ 1		
	จำนวน (คน)	จำนวน (เดือน)	เงินเดือน (บาท)
กรรมการผู้จัดการ	1	12	40,000
ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย	1	12	18,000
ฝ่ายปฏิบัติงาน	2	12	22,000
ผู้ช่วยนักเทคนิคการแพทย์	1	12	15,000
ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	1	12	18,000
ฝ่ายการเงินและบัญชี	Outsource		
ฝ่าย IT Support	Outsource		
รวมเงินเดือน (ต่อเดือน)	6	-	135,000
รวมเงินเดือน (ต่อปี)	6	-	1,620,000

แนวทางการพัฒนาบุคลากร ในขั้น ที่ 1 จะเน้นพัฒนาในด้านของ Technical skills เช่น อบรมเรื่องความปลอดภัยขณะปฏิบัติงาน อบรมสัมมนาในเรื่องของการควบคุมคุณภาพห้องปฏิบัติการ รวมถึงการส่งให้อบรมในงานประชุมวิชาการ เพื่ออัปเดตความรู้และนวัตกรรมทางด้านการแพทย์อยู่เสมอ ส่วนในขั้นที่ 2 จะเริ่มเน้นการพัฒนาในด้านของ management skills ทักษะด้านการจัดการ และการทำธุรกิจ เพื่อให้พนักงานสามารถมองเห็นเป้าหมายในมุมมองเดียวกับเรา หรือสามารถมองเห็นโอกาสที่จะนำมาพัฒนาองค์กรร่วมกันได้ โดยจะมีการส่งไป workshop จัดอบรม หรือ seminar

5.5 ทรัพยากรที่จำเป็นเพิ่มเติมในการจัดตั้งธุรกิจ

1. อาคารสำนักงาน พื้นที่สำหรับการทำงาน วางแผน การปฏิบัติการวิเคราะห์ผล วางเครื่องวิเคราะห์ พื้นที่สำหรับเก็บอุปกรณ์ทางการแพทย์ต่าง ๆ และพื้นที่สำหรับให้บริการแก่ลูกค้า walk-in โดยจะทำการเช่าอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น
2. ยานพาหนะในการเดินทาง สำหรับเดินทางให้บริการลูกค้านอกสถานที่ โดยจะทำการซื้อ รถจักรยานยนต์ยี่ห้อจำนวน 2 คัน
3. เครื่องตรวจวิเคราะห์ น้ำยา และอุปกรณ์การแพทย์ สำหรับให้บริการแก่ลูกค้า ตรวจวิเคราะห์สิ่งส่งตรวจ โดยจะทำการสั่งซื้อจากผู้แทนขายเครื่องมือแพทย์
4. อุปกรณ์สำนักงาน สำหรับใช้อำนวยความสะดวกในการทำงาน โดยจะซื้อจากร้านค้าที่สินค้ามีคุณภาพและราคาเหมาะสม



บทที่ 6 แผนการเงิน

แผนกลยุทธ์ทางการเงินเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการด้านการเงินของบริษัททั้งรายรับและรายจ่าย เพื่อประเมินความคุ้มค่าและความเสี่ยงต่าง ๆ เพื่อที่จะได้ประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน โดยแผนกลยุทธ์นี้จะอธิบายถึงสมมติฐานการเงิน, ประมาณการงบกระแสเงินสดจําแนกตามรายปี, การประเมินผลการเงินและสรุปผลประเมินโครงการลงทุน, ความเสี่ยงและแนวทางจัดการความเสี่ยง

6.1 สมมติฐานทางการเงิน

6.1.1 สมมติฐานด้านเงินทุน

ตารางที่ 6.1 แสดงเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร, เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน และเงินทุนหมุนเวียน

รายการ	มูลค่า
1. เงินลงทุนในทรัพย์สินถาวร	
เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน	42,500
อุปกรณ์สำนักงาน	212,500
คลังเก็บสินค้า	15,000
2. เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	
ค่าจดทะเบียนบริษัท	10,000
ค่าสิ่งปลูกสร้าง, ออกแบบภายใน	500,000
ค่าเครื่องวิเคราะห์และอุปกรณ์	600,000
ค่าพัฒนาแพลตฟอร์ม	320,000
ยานพาหนะ	250,000
marketing expense	750,000

ตารางที่ 6.1 แสดงเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร, เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน และ เงินทุนหมุนเวียน (ต่อ)

รายการ	มูลค่า
4. เงินทุนหมุนเวียน	
เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน	500,000
รวมมูลค่าการลงทุน	3,200,000

6.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

ตารางที่ 6.2 แสดงสัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุน

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	เงินลงทุน
1	นางสาวสุชาลินี ลิ้มภักดี	1,500,000
2	นางสุวรรณรี จันทอมรกุล	1,000,000
3	นางสุมาลี พิริยะดำรง	700,000
	รวม	3,200,000

6.1.3 สมมติฐานทางการเงิน

ตารางที่ 6.3 แสดงสมมติฐานทางการเงิน

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
1. ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	5 ปี แบบเส้นตรง
2. ค่าซาก	ไม่มีนโยบายค่าซาก
3. สินค้าคงคลังสำเร็จรูป	ร้อยละ 10 ต่อเดือน
4. อัตราเงินเฟ้อ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)	เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8 ต่อปี
5. อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือน	เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปีที่ 3 ของการทำงาน
6. อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (กรมสรรพากร, 2563)	ร้อยละ 20 ต่อปี
7. นโยบายการจ่ายเงินปันผล	บริษัทจ่ายเงินปันผลที่ 70% จากกำไรสุทธิ บริษัทจ่ายเงินปันผลครั้งแรกในปีที่ 4 ของการดำเนินธุรกิจเมื่อบริษัทมีกำไรสุทธิ
8. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)	ไม่มีการคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม

ตารางที่ 6.3 แสดงสมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
9. เงินทุนหมุนเวียน	ไม่มีเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี
10. โบนัสพนักงาน	มีนโยบายการจ่ายโบนัสให้กับพนักงานในปีที่ 3 ของการจัดตั้งบริษัท โดยที่จะจ่ายโบนัส 1 เดือนต่อปี
11. ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก WACC (Weight Average Cost of Capital)	ร้อยละ 15.6
12. อัตราการเติบโตทางการตลาด	คาดการณ์ยอดขายเติบโต 13%
13. ค่าเช่าพื้นที่	15,000 บาทต่อเดือน โดยแบ่งเป็นส่วนอาคารสำนักงานร้อยละ 80 และ โกดังเก็บสินค้าอีกร้อยละ 20
14. ค่าความผันผวนของตลาด (β)	1
15. ค่ารับจ้างเหมาทำบัญชี	2500 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นปีละ 5000 บาท
16. ค่าจ้าง IT Support	3500 บาทต่อเดือน
17. ค่าออกไปเจาะเลือดคนนอกสถานที่	เที่ยวละ 50 บาท
18. ค่าพนักงาน parttime	คิดค่าแรงชั่วโมงละ 100 บาท ทำงานกะละ 8 ชั่วโมง คนละ 15 วัน โดยจ้างเพิ่มขึ้น 1 คนทุก ๆ 2 ปี
19. ค่าสมทบเงินประกันสังคม	750 บาทต่อคน กรณีที่พนักงานมีเงินเดือนมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป
20. วันเวลาทำการ	6 วัน/สัปดาห์ เวลา 07:00-15:00 และ 15:00-21:00 ค่าล่วงเวลาชม. ละ 100 บาท

6.1.4 การประมาณการรายได้

ตารางที่ 6.4 แสดงการประมาณการรายได้ ปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายละเอียด	ราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนผู้เข้ารับบริการ		4,740	7296	7896	9936	12720
บริการลูกค้า walk-in	1100	1,560	2,496	2,496	2,496	3,744
บริการนอกสถานที่	1600	3,180	4,800	5,400	7,440	10,200
รวมรายได้		6,804,000	10,425,600	11,385,600	14,649,600	20,438,400

6.1.5 การประมาณการต้นทุน

ตารางที่ 6.5 แสดงการประมาณการต้นทุน ปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนคนที่รับบริการ	4,740	7,296	7,896	9,936	12,720
ราคาต้นทุนการบริการ	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
รวม	2,370,000	3,648,000	3,948,000	4,968,000	6,360,000

6.1.6 การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตารางที่ 6.6 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนพนักงาน	1,356,000	1,356,000	1,604,760	1,638,482	1,679,737
เงินสมทบประกันสังคม	27,000	27,000	36,000	36,000	36,000
เงินโบนัส	0	0	133,730	136,540	139,978
ค่าจ้างทำบัญชี รายเดือน	30,000	35,000	40,000	45,000	50,000
ค่าจ้างตรวจสอบบัญชี และปีคงบ	12,000	15,000	18,000	21,000	24,000
ค่าจ้าง IT Support	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000
ค่าจ้าง part time	288,000	288,000	432,000	432,000	576,000
ค่าโปรแกรม ERP รายปี	14,900	14,900	14,900	14,900	14,900
ค่าเดินทางและประสานงาน	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	759,080	496,800	496,800	496,800	496,800
รวม	2,576,980	2,322,700	2,866,190	2,910,723	3,107,415

ตารางที่ 6.7 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการตลาดปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผ่านช่องทางออนไลน์					
โฆษณาบริการผ่าน Facebook, Instagram	109,500	131,400	157,680	189,216	227,059
ค่าจัดทำ Content และ Campaign บน Social Media	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ผ่านช่องทางออฟไลน์					
โฆษณาผ่านวิทยุท้องถิ่น	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
direct sell ตามคลินิกอายุรกรรม, หน่วยงาน	16	24	27	37	51
รวม	163,516	185,424	211,707	243,253	281,110

6.2 ประมาณการงบกระแสเงินสดรายปี

6.2.1 แผนการเงินประเภทงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 6.8 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนปีที่ 1 – ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการบริการ	6,804,000	10,425,600	11,385,600	14,649,600	20,438,400
หัก-ต้นทุนการบริการ	2,370,000	3,648,000	3,948,000	4,968,000	6,360,000
กำไรขั้นต้น	4,434,000	6,777,600	7,437,600	9,681,600	14,078,400
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน					
หัก-ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	2,430,000				
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	2,576,980	2,322,700	2,866,190	2,910,723	3,107,415
หัก-ค่าใช้จ่ายการตลาด	163,516	185,424	211,707	243,253	281,110
หัก-ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหาร	52,456	52,456	52,456	52,456	52,456
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	5,222,952	2,560,580	3,130,353	3,206,432	3,440,981
กำไรจากการดำเนินงาน	-788,952	4,217,020	4,307,247	6,475,168	10,637,419
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน					
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย					
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	-788,952	4,217,020	4,307,247	6,475,168	10,637,419
ภาษี					
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%	-	843,404	861,449	1,295,034	2,127,484
กำไรสุทธิ	-788,952	3,373,616	3,445,798	5,180,135	8,509,935
หัก-เงินปันผลจ่าย	0	0	0	362,6094	595,6955
กำไรหลังจ่ายเงินปันผล	-788,952	3,373,616	3,445,798	1,554,040	2,552,981
กำไรสะสม	-788,952	2,584,664	6,030,462	7,584,502	10,137,483

6.2.2 แผนการเงินประเภทงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 6.9 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ	0	-788,952	3,373,616	3,445,798	5,180,135	8,509,935
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	0	52,456	52,456	52,456	52,456	52,456
เจ้าหน้าที่การค้า	0	0	0	0	0	0
ลูกหนี้การค้า	0	0	0	0	0	0
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	0	-56,700	-86,880	-94,880	-122,080	-170,320
ดอกเบี้ยจ่าย	0	0	0	0	0	0
รวม กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	0	-793,196	3,339,192	3,403,374	5,110,511	8,392,071
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	270,000	0	0	0	0	0
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	2,430,000	0	0	0	0	0
รวม กระแสเงินสดจากการลงทุน	2,700,000	0	0	0	0	0
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินลงทุนเริ่มแรก	3,200,000					
เงินสดจากการกู้ยืม	0	0	0	0	0	0
เงินสดรับจากการรัฐบาล	0	0	0	0	0	0
เงินสดจ่ายปันผล	0	0	0	0	-3,626,094	-5,956,955
รวม กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน	3,200,000	0	0	0	-3,626,094	-5,956,955
กระแสเงินสดสุทธิ	500,000	-793,196	3,339,192	3,403,374	1,484,416	2,435,117
กระแสเงินสดต้นงวด	0	500,000	-293,196	3,045,996	6,449,370	7,933,786
กระแสเงินสดปลายงวด	500,000	-293,196	3,045,996	6,449,370	7,933,786	10,368,903

6.2.3 แผนการเงินประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 6.10 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและเงินสดในธนาคาร	500,000	-293,196	3,045,996	6,449,370	7,933,786	10,368,903
ลูกหนี้การค้า	0	0	0	0	0	0
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	0	56,700	143,580	238,460	360,540	530,860
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	500,000	-236,496	3,189,576	6,687,830	8,294,326	10,899,763
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	2,430,000	2,430,000	2,430,000	2,430,000	2,430,000	2,430,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	0	-52,456	-104,912	-157,368	-209,824	-262,280
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,700,000	2,647,544	2,595,088	2,542,632	2,490,176	2,437,720
รวมสินทรัพย์	3,200,000	2,411,048	5,784,664	9,230,462	10,784,502	13,337,483
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินกู้ระยะสั้น	0	0	0	0	0	0
เจ้าหนี้การค้า	0	0	0	0	0	0
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	0	0	0	0	0	0
รวมหนี้สินหมุนเวียน	0	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	0	0	0	0	0	0
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	0	0	0	0	0	0
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	0	0	0	0	0	0
รวมหนี้สิน	0	0	0	0	0	0
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนหุ้นสามัญ	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000	3,200,000
เงินสนับสนุนธุรกิจจากรัฐบาล	0	0	0	0	0	0
กำไรสะสม	0	-788,952	2,584,664	6,030,462	7,584,502	10,137,483
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,200,000	2,411,048	5,784,664	9,230,462	10,784,502	13,337,483
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,200,000	2,411,048	5,784,664	9,230,462	10,784,502	13,337,483

6.3 การประเมินผลการเงินและสรุปผลประเมินโครงการลงทุน

ตารางที่ 6.11 แสดงผลตอบแทนการลงทุนใน เติลีสบอราทอรี

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่ง เงินทุนต่าง ๆ ของบริษัท	15.58%
มูลค่าปัจจุบัน(บาท) (Net Present Value: NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการ	7,748,929
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปี ตลอดอายุโครงการและจำนวนเงินเชื่อ	60.30%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงิน ลงทุนคืนทั้งหมด	2.19
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับ เงินลงทุนคืนทั้งหมดโดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน	2.63

1. ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital: WACC) ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนของบริษัทมีค่าเท่ากับ 15.58% โดยที่เงินทุนของบริษัทมาจากหุ้นสามัญเพียงอย่างเดียว เพราะว่าทางบริษัทยังไม่มีนโยบายการกู้ธนาคารใน 5 ปีแรก โดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{WACC} &= w_d r_{dAT} (1-T) + w_e r_e \\
 &= 0 + 1(15.58\%) \\
 &= 15.58\%
 \end{aligned}$$

โดยที่

$$\begin{aligned}
 w_d &= \text{สัดส่วนของหนี้} \\
 r_d &= \text{อัตราผลตอบแทนที่เจ้าหนี้ต้องการหรือดอกเบี้ยเงินกู้} \\
 T &= \text{อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล} \\
 w_e &= \text{สัดส่วนของผู้ถือหุ้น} \\
 r_e &= \text{อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น}
 \end{aligned}$$

อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นมีค่า 15.58% ซึ่งคำนวณด้วยวิธี CAMP โดยมีการคำนวณ
ดังนี้

$$\begin{aligned} r_c &= r_{RF} + (r_M - r_{RF})b \\ &= 2.28\% + 1(15.58\% - 2.28\%) \\ &= 15.58\% \end{aligned}$$

โดยที่

$$\begin{aligned} r_{RF} &= \text{อัตราผลตอบแทนที่ไม่มีความเสี่ยง หรืออัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล อายุ 5 ปี} \\ r_M &= \text{อัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์ไทย} \\ b &= \text{ค่าเบต้า (เท่ากับ 1 อ้างอิงจากสูตรของ hamada ที่ไม่มีการกู้ยืม)} \end{aligned}$$

2. มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value: NPV) ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด
รับจ่ายสุทธิตลอดอายุ 5 ปีของโครงการ มีค่าเป็นบวก ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 7,748,929 บาท

3. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบแทนระหว่าง
กระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนเงินเชื่อตลอดอายุ 5 ปี ของโครงการ นำข้อมูล
จาก Free cash flow ที่ประมาณการได้มาคำนวณ พบว่าบริษัทมีอัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ
60.30%

4. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ทางบริษัทได้มีการประมาณการระยะเวลาที่
กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมดให้กับผู้ลงทุนได้ทราบ ซึ่งพบว่าโครงการนี้จะสามารถคืนทุนได้
ในระยะเวลา 2 ปี 6 เดือน

5. ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period) ทางบริษัทได้มีการประมาณ
การระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด โดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน โดยใช้อัตราคิดลดจาก
ต้นทุนถั่วเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของโครงการให้กับผู้ลงทุนได้ทราบ ซึ่งพบว่าโครงการนี้จะสามารถคืนทุน
ได้ในระยะเวลา 2 ปี 2 เดือน

บทที่ 7 แผนการบริการจัดการความเสี่ยง

การศึกษาแผนการบริหารจัดการความเสี่ยง เป็นกระบวนการที่ใช้ในการระบุ วิเคราะห์ ประเมิน และจัดลำดับความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน โดยกำหนดแนวทางการควบคุมเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

โดยในการดำเนินธุรกิจนั้นสามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เนื่องจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น บริษัทควรวางแผนการบริหารความเสี่ยงไว้เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยบริษัทมีการประเมินความเสี่ยงและประเด็นความเสี่ยงของบริษัท โดยจำแนกความเสี่ยงออกเป็น 5 ปัจจัย ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational risk)
2. ความเสี่ยงด้านการขนส่ง (Logistic risk)
3. ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market risk)
4. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial risk)
5. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation risk)

7.1 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational risk)

1. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติการ เนื่องจากต้องทำงานร่วมกับสิ่งส่งตรวจของผู้ใช้บริการ เช่น เลือด ซึ่งมีความเสี่ยงที่ผู้ให้บริการจะประสบอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติการ เช่น โคนเข็ม สิ่งส่งตรวจกระเด็นเข้าตา เป็นต้น อีกทั้งผู้ปฏิบัติการยังต้องเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้บริการ จึงอาจจะมีความเสี่ยงในการเดินทาง

แนวทางในการบริหารความเสี่ยง: กำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยระหว่างปฏิบัติการ เช่น ต้องใส่ถุงมือ แว่นตา หมวก เสื้อคลุมขณะปฏิบัติการทุกครั้ง มีการแยกห้องปลอดเชื้อ และจัดเตรียมวิธีปฏิบัติตนเมื่อเกิดอุบัติเหตุในระหว่างการทำงาน มีการติดตามผ่าน GPS เพื่อความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงานขณะออกไปปฏิบัติงานนอกสถานที่

2. ความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยของผู้เข้ารับบริการ เนื่องจากการทำงานสามารถเกิดความผิดพลาดจากการทำงานของมนุษย์ หรือ human error ในการปฏิบัติงานได้ ไม่ว่าจะเป็นจากการทำหัตถการ รวมถึงการปฏิบัติงานที่ไม่ได้ใช้เครื่องในการวิเคราะห์

แนวทางในการบริหารความเสี่ยง: ในการคัดเลือกพนักงานหรือผู้ปฏิบัติงานเข้ามาทำงาน ผู้ปฏิบัติงานต้องมีใบประกอบวิชาชีพในการทำงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย มีการเรียนรู้งานก่อนเริ่มปฏิบัติงานจริง รวมถึงทางองค์กรจะมีการจัดอบรมในเรื่องของขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างถูกวิธี

3. ความเสี่ยงในด้านความถูกต้องของการรายงานผล เนื่องจากเป็นผลที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่จะส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงการแปลผลและการรักษาของแพทย์ การออกผลที่ไม่ถูกต้องอาจส่งผลตรงต่อตัวของผู้รับบริการ และเกิดปัญหาการฟ้องร้องตามมาภายหลังได้

แนวทางในการบริหารความเสี่ยง: มีขั้นตอนในการทำงานตามระบบแบบแผนทั้งก่อนปฏิบัติงาน ระหว่างปฏิบัติงาน และหลังปฏิบัติงาน มีการตรวจสอบความถูกต้องของชื่อ นามสกุล เพื่อป้องกันการสลับ มีการตรวจเช็คความพร้อมของเครื่องมือ และมีการควบคุมคุณภาพของเครื่องวิเคราะห์ก่อนเริ่มทำงานในทุกวัน ในก่อนการรายงานผล หากมีความผิดปกติต้องมีการทำซ้ำทุกครั้ง หรือมีการยืนยันผลจากผู้ปฏิบัติการอีกคน

3. ความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยของข้อมูลผู้รับบริการ เนื่องจากมีการลงทะเบียนการส่งผล ชำระเงิน และสามารถดูผลการตรวจและข้อมูลของตนเองได้ผ่านแพลตฟอร์ม จึงมีความเสี่ยงที่ระบบอาจถูกแฮ็ก หรือเกิดข้อมูลส่วนตัวของผู้รับบริการรั่วไหลได้

แนวทางในการบริหารความเสี่ยง: ในขั้นตอนของการพัฒนาแพลตฟอร์ม ทางทีมพัฒนาจะต้องสร้างระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในทุก ๆ ขั้นตอน และมีทีมที่คอยดูแลระบบเมื่อเกิดปัญหาจะสามารถแก้ไขได้ทันที มีระบบการลงทะเบียน log-in log-out มีระบบที่ดูแลการเข้าถึงรหัสผ่านมาตรฐานทางด้าน IT Security สำหรับ Healthcare ซึ่งได้แก่ Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA) เพื่อความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลผู้ใช้บริการ

4. ความสามารถในการสร้างมาตรฐานด้านการบริการ ไม่ว่าจะเป็นบริการบริการในขั้นตอนตั้งแต่การวิธีการสื่อสาร การให้ข้อมูล การรับบริการทางการแพทย์ทุกขั้นตอน ตลอดถึงการรายงานผล และการส่งผล ระยะเวลาในการเดินทางเพื่อให้บริการตามสถานที่ รวมถึงระยะเวลาในการรายงานผล หากไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน ในทุกขั้นตอนสามารถทำให้ลูกค้าไม่เข้าใจและเกิดความไม่พึงพอใจในการบริการได้

แนวทางในการบริหารความเสี่ยง: บริษัทจะมีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการเบื้องต้น เพื่อให้ผู้ปฏิบัติการเข้าใจตรงกันว่าต้องการบริการตามขั้นตอนอย่างไร มีการกำหนดวันเวลารายงานผลที่แน่นอน มีการฝึกอบรมพนักงาน และทดสอบพนักงานถึงความเข้าใจ นอกจากนี้ยังมีขั้นตอน

การเข้ารับบริการสำหรับลูกค้าเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ว่าการเข้ารับบริการมีขั้นตอนอย่างไร และต้องปฏิบัติตัวอย่างไร อย่างเข้าใจง่าย

7.2 ความเสี่ยงด้านการขนส่ง (Logistic risk)

เนื่องจากบริการของเรามีการเดินทางไปรับบริการตามสถานที่ ซึ่งสามารถเกิดความเสี่ยงในด้านของเวลาในการเดินทางที่จะส่งผลไปถึงการส่งส่งตรวจวิเคราะห์ หรือทรัพยากรบุคคลที่จะต้องเพียงพอกับการเข้ารับบริการที่มีมากขึ้น ซึ่งการขนส่งที่รวดเร็วจะส่งผลต่อเนื่องไปถึงระยะเวลาในการรายงานผลการวิเคราะห์ที่รวดเร็วเช่นกัน

แนวทางในการบริหารความเสี่ยง: เรามีการจ้างพนักงานพาทโทม์ ที่ได้รับใบประกอบวิชาชีพที่สามารถทำการเจาะเลือดได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อเดินทางให้บริการแก่ลูกค้าตามสถานที่ และนำกลับมาเพื่อวิเคราะห์ผลและรายงานผลต่อไป

7.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial risk)

สภาพคล่องทางการเงิน เนื่องจากในช่วงแรกของการเริ่มต้นทำธุรกิจ ยังไม่เป็นที่รู้จัก และมีผู้ใช้บริการไม่มากนัก ซึ่งรายได้หลักของธุรกิจมาจากการเก็บค่าบริการ ทำให้มีเงินสดในมือที่ไม่เพียงพอในการบริหารจัดการภายในองค์กร

แนวทางในการบริหารความเสี่ยง: หาแหล่งเงินทุนสำรองจากการกู้ยืมธนาคาร รวมไปถึงการระดมทุน และนอกจากให้บริการทางห้องปฏิบัติการแล้ว จะมีการมองหาช่องทางสร้างรายได้ใหม่ โดยมีการนำเข้าเครื่องมือแพทย์หรือบริการจากต่างประเทศเพื่อเปิดบริการในประเทศไทย และขยายสาขาไปยังต่างอำเภอหรือต่างจังหวัด

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *วิถีใหม่ของธุรกิจการแพทย์ หลังโควิด-19 จะเป็นอย่างไร*. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/885932>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *อุตสาหกรรม 'การแพทย์' EEC แสงสว่างหลังยุค COVID-19*. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/880798>
- คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. (2563). *วิธีป้องกันตัวเองและสังคมจากโรคติดต่อโควิด-19*. เข้าถึงได้จาก <https://www.gj.mahidol.ac.th/main/covid19/preventioncovid/>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2563). *รายงานสถานการณ์โควิด-19*. เข้าถึงได้จาก https://www.thairath.co.th/event_corona
- โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์. (2563). *มิติใหม่ของวงการแพทย์หลังการระบาดของโควิด-19*. เข้าถึงได้จาก <https://www.bumrungrad.com/th/health-blog/may-2020/new-chapter-medical-after-covid-19>
- โรงพยาบาลสมิติเวช. (2563). *จุดเปลี่ยนสุขภาพ New Normal หลังวิกฤติโควิด-19*. เข้าถึงได้จาก <https://www.samitivejhospitals.com/th/newnormal>
- วพัทธนันท์ มารียาห์ แสงกุหลาบ. (2561). *การยอมรับเทคโนโลยีสุขภาพ กรณีศึกษา ระบบ Health Service Search*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารเทคโนโลยี, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Dunnebeila, S. (2012). Determinants of physicians' technology acceptance for ehealth in ambulatory care. *Elsevier, 81*, 746-760.
- Hossain, M. A. (2016). Assessing m-Health success in Bangladesh an empirical investigation using IS success models. *Journal of Enterprise Information Management, 774-796*
- Sukavejworakit, K., Promsiri, T., & Virasa, T. (2018). OETEL: An innovative teaching model for entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education, 21(2)*, 1-11.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

ชุดคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมวิจัย

เพื่อสร้างความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงแผนธุรกิจในการจัดตั้งบริการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ผลตามสถานที่; Deli laboratory โดยจะแบ่งชุดคำถามเป็น 3 ชุด สำหรับแหล่งข้อมูล 3 กลุ่ม ได้แก่

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ที่ต้องการเข้ารับบริการทางการแพทย์ ประกอบไปด้วย ชุดคำถามปลายเปิด จำนวน 7 ข้อ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรม และอุปสรรคในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่คลินิกอายุรกรรม และแนว โนม์ในการให้ความสนใจในบริการของ Deli laboratory เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจบริการเจาะเลือดและตรวจวิเคราะห์ผลตามสถานที่ โดยชุดคำถามได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีประสิทธิผลครอบคลุม ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ท่านเคยรับบริการทางการแพทย์ที่ใดก่อนมาเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่คลินิกอายุรกรรม และเหตุผลที่ท่านเปลี่ยนมาเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่คลินิกอายุรกรรมคืออะไร (ท่านไม่พอใจในส่วนใดของสถานพยาบาลเดิมที่เคยเข้ารับบริการ)

2. เมื่อท่านมารับบริการทางการแพทย์ที่คลินิกอายุรกรรม ท่านมีอุปสรรคหรือความไม่สะดวกสบายในการเข้ารับบริการทางการแพทย์อย่างไรบ้าง

3. เนื่องจากท่านต้องเจาะเลือดก่อนพบแพทย์ ช่วยเล่าถึงขั้นตอนและกระบวนการของ ท่านตั้งแต่การเดินทางไปเจาะเลือดที่ไหน ใช้เวลาเท่าไรตั้งแต่เดินทางไปเจาะเลือดจนกระทั่งพบแพทย์ และท่านมีความไม่สะดวกสบายและอยากให้มีการปรับปรุงในส่วนใด อย่างไร

4. เมื่อเทียบราคากับการรับบริการ ท่านมองความคุ้มค่าของการเข้ารับบริการทางการแพทย์อย่างไรบ้าง

5. หลังจากได้รับผลการตรวจวิเคราะห์ ท่านมีความเข้าใจในผลการวิเคราะห์มากน้อยเพียงใด และท่านทำอย่างไรกับผลการตรวจวิเคราะห์ที่ท่านได้รับมา

6. หากมีบริการการเจาะเลือดตามสถานที่ และส่งผลวิเคราะห์ให้โดยที่ท่านไม่ต้องเดินทาง โดยมีการแปลผล พร้อมให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับผล ท่านสนใจมากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด ราคาประมาณไหนท่านถึงยอมจ่าย และท่านมีความคาดหวังหรือข้อกังวลในบริการนี้หรือไม่ อย่างไร

7. ท่านมีข้อเสนอแนะหรือความต้องการอื่น ๆ ในการพัฒนา platform บริการให้ดียิ่งขึ้น บ้างหรือไม่ และมีบริการใดที่ท่านยังไม่ได้รับการตอบสนองบ้าง

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากแพทย์เจ้าของคลินิกอายุรกรรม ประกอบไปด้วย ชุดคำถาม ปลายเปิด จำนวน 5 ข้อ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาปัญหาในเรื่องของการส่งตรวจวิเคราะห์เลือด ในคลินิกอายุรกรรม และแนวโน้มความสนใจในบริการของ Deli laboratory โดยชุดคำถามได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีประสิทธิผลครอบคลุม ถูกต้อง และตรงตาม วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ปกติแล้วหากต้องการให้คนไข้เจาะเลือดเพื่อวิเคราะห์โรคหรือประเมินการรักษา ทางคลินิกมีขั้นตอนในการดำเนินการอย่างไรบ้าง
2. ทางคลินิกพบเจออุปสรรค หรือความยุ่งยาก ไม่สะดวกสบายในขั้นตอนใดบ้าง ของ การให้บริการเจาะเลือด วิเคราะห์ผล และส่งผล อย่างไร
3. ปกติแล้วทางคลินิกได้เก็บผลการตรวจวิเคราะห์เลือดของคนไข้หรือไม่ หากมีเก็บ อย่างไร และเคยพบปัญหาจากการเก็บผลการตรวจเลือดของคนไข้หรือไม่
4. ทางคลินิกมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในเรื่องการบริการบ้างหรือยัง และหากมี บริการเดินทางมาการเจาะเลือดที่คลินิก และส่งผลวิเคราะห์ให้ผ่าน platform และสามารถดูผลย้อนหลัง เปรียบเทียบผลเป็นกราฟให้และวิเคราะห์แนวโน้มการเกิดโรค ท่านสนใจมากน้อยเพียงใด เพราะ เหตุใด ท่านมีความคาดหวังหรือข้อกังวลในบริการนี้หรือไม่ อย่างไร
5. ทางคลินิกมีข้อเสนอแนะหรือความต้องการอื่น ๆ เพิ่มเติม ในการพัฒนา platform ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง หรือไม่ อย่างไร

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากตัวแทนองค์กรภาครัฐและเอกชน ประกอบไปด้วย ชุดคำถาม ปลายเปิด จำนวน 5 ข้อ โดยมีวัตถุประสงค์โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัญหา ที่พบในการตรวจสอบสุขภาพของพนักงาน และแนวโน้มความสนใจในบริการของ deli laboratory โดยชุด คำถามได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีประสิทธิผลครอบคลุม ถูกต้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ปัจจัยองค์กร มีการครอบคลุมในส่วนของสวัสดิการตรวจสอบสุขภาพหรือไม่ และใน การตรวจสอบสุขภาพของพนักงานครอบคลุมการเจาะเลือดด้วยหรือไม่
2. ในการตรวจสอบสุขภาพของพนักงานตามสวัสดิการ บริษัทแบ่งให้พนักงานไปตรวจ สุขภาพอย่างไร พนักงานเดินทางไปตรวจสุขภาพเอง หรือ โรงพยาบาลส่งทีมมาบริการที่บริษัท และ

ทางบริษัทและพนักงานพบอุปสรรคหรือความยุ่งยากจากการรับบริการเจาะเลือดตรวจสุขภาพหรือไม่
อย่างไร

3. ตั้งแต่ได้รับบริการเจาะเลือดจนถึงได้รับผลตรวจวิเคราะห์ใช้เวลาทั้งหมดประมาณ
กี่วัน และการได้รับคำแนะนำจากแพทย์ก่อนได้รับผลการตรวจวิเคราะห์ ทางบริษัทคิดว่ามีข้อดีข้อเสีย
อย่างไร และหลังจากได้รับผลตรวจวิเคราะห์จริงมาแล้ว พนักงานส่วนใหญ่ทำอย่างไรกับผลตรวจ
วิเคราะห์

4. หากมีบริการเจาะเลือดตามสถานที่ และส่งผลวิเคราะห์ให้ผ่าน platform ภายใน 2 วัน
และสามารถดูผลย้อนหลัง เปรียบเทียบผลให้เข้าใจง่าย พร้อมคำแนะนำ ท่านสนใจมากน้อยเพียงใด
เพราะเหตุใด ท่านมีความคาดหวังหรือข้อกังวลในบริการนี้หรือไม่ อย่างไร

5. ทางบริษัท มีข้อเสนอแนะหรือความต้องการอื่น ๆ เพิ่มเติม ในการพัฒนา platform
ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง หรือไม่ อย่างไร



ภาคผนวก ข

เอกสารรับรองงานวิจัย



Completion Date 13-Jun-2020
 Expiration Date 12-Jun-2024
 Record ID 37030937

This is to certify that:

Suchalinee Limpakdee

Has completed the following CITI Program course:

Not valid for renewal of certification through CME.

Human Subjects Research
 (Curriculum Group)

Student Social, Behavioral & Humanity Research
 (Course Learner Group)

1 - Basic Stage
 (Stage)

Under requirements set by:

Mahidol University

CITI
 Collaborative Institutional Training Initiative

Verify at www.citiprogram.org/verify/?wfeaa0bd1-cf6d-42f1-8d21-d0ff2ce3be04-37030937

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 recent quiz scores, including those on optional (supplemental) course elements.

• **Name:** Suchaline Limpakdee (ID: 9184503)
 • **Institution Affiliation:** Mahidol University (ID: 3292)
 • **Institution Email:** suchaline.lim@mahidol.ac.th
 • **Institution Unit:** Entrepreneurship and Innovation, Mahidol University
 • **Phone:** +66894347474

• **Curriculum Group:** Human Subjects Research
 • **Course Learner Group:** Student Social, Behavioral & Humanity Research
 • **Stage:** Stage 1 - Basic Stage

• **Record ID:** 37030937
 • **Completion Date:** 13-Jun-2020
 • **Expiration Date:** 12-Jun-2024
 • **Minimum Passing:** 80
 • **Reported Score*:** 88

REQUIRED AND ELECTIVE MODULES ONLY	DATE COMPLETED	SCORE
History and Ethical Principles - SBE (ID: 490)	13-Jun-2020	5/5 (100%)
Informed Consent - SBE (ID: 504)	13-Jun-2020	4/5 (80%)
Privacy and Confidentiality - SBE (ID: 505)	13-Jun-2020	5/5 (100%)
Unanticipated Problems and Reporting Requirements in Social and Behavioral Research (ID: 14928)	13-Jun-2020	4/5 (80%)
Defining Research with Human Subjects - SBE (ID: 491)	13-Jun-2020	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/2x11f82e00-1422-45ac-bd9b-6ca72e1b08a4-37030937

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

ภาคผนวก ก

WACC และ Project Evaluation

ตาราง Weighted Average Cost of Capital

Item	Tax Rate	Cost of Debt	Cost of Equity*	WACC
Cost of Deb		0.0%		
Tax	20%	0.8		
Net Cost of Debt		0.0%		
Net Cost of Equity			15.6%	
Multiplied by Weighted Rate of Capital Structure		0.00	1.00	
Weighted Average Cost of Capital (WACC)				15.58%

ตาราง Cost of Equity

Item	Assumption
Market Rate of Return	15.58%
Risk-Free Rate	1.69%
Beta	1
Net Cost of Equity	15.6%

ตาราง Project Evaluation

Timeline:	Payback (year)	0	1	2	3	4	5
Total Net Cash Flow		(3,200,000)	(793,196)	3,339,192	3,403,374	5,110,511	8,392,071
Accumulated Net Cash Flow		(3,200,000)	(3,993,196)	(654,004)	2,749,370	7,859,880	19,451,951
Payback Period	2.19	26.3					
Timeline:	Payback (year)	0	1	2	3	4	5
Total Net Cash Flow		(3,200,000)	(793,196)	3,339,192	3,403,374	5,110,511	8,392,071
Present Value of NCF		(3,200,000)	(686,256)	2,499,500	2,204,080	2,863,439	4,068,166
Accumulated Net Cash Flow		(3,200,000)	(3,886,256)	(1,386,756)	3,566,694	3,680,763	10,948,929
Discounted Payback Period	2.63	31.6					