

แผนธุรกิจ OLD CARE SERVICE
บริการดูแลและรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ OLD CARE SERVICE บริการดูแลและรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2565



.....
นายกิตติกร แสงชัย
ผู้วิจัย

.....
ศรียุทธ พรหมศิริ,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีระสา,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.
คณบดี
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
วสุ กิรัตวิสุทธิ,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องแผนธุรกิจ “Old Care Service” บริการดูแลและรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค โอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดสร้างธุรกิจใหม่ด้านการบริการดูแลและรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลที่ตอบโจทย์พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ตรียุทธ พรหมศิริ ที่ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาและข้อชี้แนะเพิ่มเติมตลอดจนการตรวจทานแก้ไขและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์นี้ทุกขั้นตอนมาโดยตลอด 2 ภาคการศึกษาทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ ผศ.ดร.ชนพล วีราสาและคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ดร.วสุ กิรติวุฒิสเรษฐ ที่ให้คำแนะนำและแนวทางในการปรับปรุงสารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้การสนับสนุนในการศึกษาเล่าเรียนระดับปริญญาโท เป็นแรงบันดาลใจและกำลังใจที่สำคัญเสมอมา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเพื่อนๆ วิทยาลัยการจัดการรุ่น 22B 22C และ 23A โดยเฉพาะเพื่อนๆ EI 23A ที่คอยให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจผู้วิจัยตลอดการเรียนและการทำสารนิพนธ์ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านสำหรับวิชาความรู้และคำชี้แนะตลอดการศึกษาในระดับปริญญาโท 5 ภาคการศึกษา ณ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่สละเวลา ในการตอบแบบสอบถาม ให้ข้อมูล ตลอดจนการสัมภาษณ์และให้คำแนะนำ ซึ่งข้อมูลของท่านเป็นประโยชน์อย่างมากต่อสารนิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลของทุกท่านมาวิเคราะห์เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ออกมาอย่างสมบูรณ์

กิตติกร แสงชัย

แผนธุรกิจ OLD CARE SERVICE บริการดูแลและรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล
BUSINESS PLAN OLD CARE SERVICE CARING AND TRANSPORTATION SERVICES FOR
THE ELDERLY TO THE HOSPITAL

กิตติกร แสงชัย 6350086

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ตริยुทธ พรหมศิริ, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,
Ph.D., วสุ กิรติวุฒิสเรษฐ, Ph.D.

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจ “Old Care Service” บริการดูแลและรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลรูปแบบใหม่ ภายใต้นโยบาย “เพราะสุขภาพและชีวิตของคนใกล้ชดเป็นสิ่งที่มองข้ามไม่ได้” เป็นการบริการดูแลและรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลรูปแบบใหม่ ออกแบบบริการให้เราได้ดูแลคนที่เรารักเป็นบริการดูแลผู้สูงอายุให้เกิดความสะดวกสบาย ความรู้สึกปลอดภัยทั้งกายและใจผ่านการบริการรับ-ส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล ด้วยรถตู้หุ้มส่วนตัว โดยมีผู้ช่วยส่วนตัวที่ทำหน้าที่ดูแลเปรียบเสมือนลูกหลานพร้อมส่งมอบความอุ่นใจไปยังลูกหลานของผู้สูงอายุที่เป็นลูกค้าของ Old Care อีกทั้งเรามี Application Old care ช่วยในการติดตามสถานะในการให้บริการของ Old care service ได้แบบ Real-Time ทุกขั้นตอน เป็นบริการที่ช่วยลดภาระและเพิ่มความสะดวกให้ลูกหลานได้ทำงานและภารกิจสำคัญได้อย่างเต็มที่

จากการสำรวจตลาดธุรกิจผู้สูงอายุในกลุ่มธุรกิจผู้ให้บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล ณ ปัจจุบันยังไม่มีใครเป็นผู้นำในตลาด มีเพียงผู้ให้บริการอยู่น้อยราย โดยจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม 1.ธุรกิจเปิดให้บริการดูแลผู้สูงอายุและพาไปโรงพยาบาล 2.กลุ่มคนรับจ้างพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลรายคน ประกาศรับงานตามกลุ่ม Facebook โดยทั้ง 2 กลุ่มมีข้อจำกัดด้านจำนวนของบุคลากร ใช้เวลาในการนัดหมายเพื่อเช็คคิวงาน นัดหมายนอกสถานที่ไม่มีรถรับ-ส่งโรงพยาบาลที่ครบวงจรมีผู้ให้บริการน้อยราย เราจึงมองเห็นโอกาสและความเป็นไปได้ทางธุรกิจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากการสำรวจ กลุ่มลูกค้าหลักที่เป็นกลุ่มคนทำงานที่มีรายได้สูงและมีผู้สูงอายุอยู่ในครอบครัว และเป้าหมายรอง และกลุ่มเป้าหมายในอนาคตกลุ่มลูกค้านักบ้าน

การประมาณการเงินลงทุนในโครงการนี้คาดว่าจะใช้เงินลงทุนประมาณ 34 ล้านบาท โดยมียอดขายในปีแรก 104ล้านบาท และมียอดขายเติบโตขึ้นเป็น 216 ล้านบาทในปีที่ 5 จากการประมาณการ

โครงการในเวลา 5 ปี โครงการแผนธุรกิจ Oldcare service จะมีมูลค่าโครงการสุทธิ สุทธิ (NPV) อยู่ที่ 49,317,753.2 บาท และให้ผลตอบแทนภายใน (IRR) ร้อยละ 95% ระยะเวลาคืนทุน 3 ปี

คำสำคัญ : Care/ Elder/ hospital

85 หน้า



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
บทที่ 2 รายละเอียดของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการ	4
รูปแบบธุรกิจ	4
วิสัยทัศน์ Vision	4
พันธกิจ Mission	4
ตราสินค้า	5
เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ	5
รูปแบบการบริการ	6
สรุปจุดแตกต่าง	7
Business Model Canvas	8
บทที่ 3 การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และการตลาด	10
การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ	10
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	13
บทสรุปวิเคราะห์อุตสาหกรรม	15
การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)	16
สรุปวิเคราะห์กลยุทธ์และความสามารถของคู่แข่ง (Competitor Analysis)	17
สรุปข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน	19
บทที่ 4 แผนการตลาด	20
เป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Goal and Objectives)	20
วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	20
	21
	21
	31
บทที่ 5	32
ทำเลที่ตั้ง	32
แผนการดำเนินงาน	34
กระบวนการในการให้บริการ	35
ตารางแสดงอุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์การให้บริการ	35
บทที่ 6	39
การบริหารและการจัดการองค์กร	39
รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร	39
โครงสร้างภายในองค์กร (Organizational Chart)	39
กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)	40
กลยุทธ์ระดับบริหาร (Business Strategy)	40
กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Strategy)	40
บทที่ 7	45
แผนการเงิน	45
โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน	45
ที่มาของรายได้	49
ประมาณการต้นทุน	50
ค่าใช้จ่าย	53
งบการเงิน	61
การวิเคราะห์ทางการเงิน	75
บทที่ 8	76
บทที่ 9	77
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	81
ภาคผนวก ข ผลสำรวจแบบสอบถาม	85
ภาคผนวก ค การวิจัยตลาด	92
ประวัติผู้วิจัย	95



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 Business canvas	8
3.1 สรุปวิเคราะห์ศักยภาพและความสามารถของกลุ่มคู่แข่ง (Competitor Analysis)	17
3.2 สรุปข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน	19
5.1 ตารางแผนการดำเนินงาน Operation Plan	34
5.2 ตารางแสดงอุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์การให้บริการ	35
6.1 แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น	39
7.1 แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น	45
7.1.1 แสดงเงินลงทุนในโครงการ	46
7.1.2 แสดงการชำระคืนเงินกู้ตลอดระยะเวลา 5 ปีของอายุสัญญาเงินกู้	46
7.2 แสดงรายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในการเริ่มต้นปีแรก	47
7.3 แสดงแพ็คเกจและราคา	49
7.4 แสดงรายการขายแพ็คเกจ(ต่อปี) : Unit sales	49
7.5 แสดงรายได้จากการขายบริการแต่ละประเภทต่อปี : Revenue	50
7.6 แสดงต้นทุนบริการต่อหน่วย	50
7.7 แสดงต้นทุนและยอดขายต่อปี	51
7.8 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)	53
7.9 แสดงค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงาน (ต่อปี)	54
7.10 แสดงค่าใช้จ่ายเงินสมทบประกันสังคม	55
7.11 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)	55
7.12 แสดงค่าใช้จ่ายสำนักงาน	56
7.13 แสดงค่าใช้จ่ายยานพาหนะ	56
7.14 แสดงเงินมัดจำเช่ารถ	57
7.15 แสดงค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	58
7.16 แสดงค่าใช้จ่ายค่าบริการรายเดือนโทรศัพท์	58
7.17 ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
7.18 แสดงค่าพัฒนาและดูแลระบบ Application	60
7.19 แสดงค่าใช้จ่ายอื่นๆ	60
7.20 แสดงงบประมาณการงบกำไรขาดทุน (ต่อปี)	61
7.21 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด (ต่อปี)	63
7.22 แสดงประมาณการงบดุล (ต่อปี)	64
7.23 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1-5 (Worst Case)	66
7.24 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1-5 (Worst Case)	68
7.25 แสดงประมาณการงบดุล ปีที่ 1-5 (Worst Case)	69
7.26 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1-5 (Best Case)	70
7.27 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1-5 (Best Case)	72
7.28 แสดงประมาณการงบดุล ปีที่ 1-5 (Best Case)	73
7.29 แสดงตัวเลขทางการเงินจากการประมาณการระยะเวลา 5 ปี	75

สารบัญรูปรภาพ

รูปภาพ	หน้า
1 แสดงตราบริษัท	5
2 แสดงบริการของ Oldcare service	6
3 แสดงหน้า Fanpage Facebook ผู้ให้บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล	12
4 แสดงหน้า Website ผู้ให้บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล	12
5 แสดงหน้าผู้ให้บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลในกลุ่มปิด Facebook	13
6 แสดงหน้าหลักของ Application Oldcare	24
7 แสดงหน้าของแพ็คเกจ	24
8 แสดงหน้าการชำระเงิน	25
9 แสดงหน้าการชำระเงินสำเร็จ	26
10 แสดงหน้าสถานะ GPS ในการเดินทางของรถตู้	26
11 แสดงหน้าพนักงานที่ให้บริการในวันนั้น	27
12 แสดงหน้าสถานะต่างๆ	27
13 แสดงหน้าวันนัดหมายและใบนัด	28
14 หน้าแสดงข้อเสนอแนะ	28
15 แสดงหน้า ห้อง Community room	29
16 แสดงวิธีการดาวน์โหลด Application	29
17 แสดงภาพอาคารสำนักงาน	32
18 แสดงภาพพื้นที่ในอาคารสำนักงาน	33
19 แสดง Layout ของ office	33
20 แสดงแผนที่ที่ตั้งสำนักงาน	33

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

จากประสบการณ์ของผู้วิจัยในขณะที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาจิตวิทยา ในชั้นปีที่ 4 ผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าฝึกงานที่หน่วยคลินิกการแพทย์ผสมผสานดูแลผู้ป่วยมะเร็งและญาติ (Palliative care) โรงพยาบาลจุฬารัตน์ เป็นเวลา 4 เดือน ตลอดระยะเวลาในการฝึกงาน ผู้วิจัยได้ฝึกการดูแลผู้ป่วยเรื่องการเยี่ยมไข้ มีโอกาสได้พูดคุย สอบถามและติดตามอาการผู้ป่วยในรวมถึงผู้ป่วยนอก และได้ออกไปเยี่ยมบ้านเพื่อเป็นการติดตามอาการอย่างต่อเนื่องพร้อมกับจิตแพทย์และพยาบาล อีกทั้งการจัดกิจกรรมเรื่องการส่งเสริมสุขภาพจิตใจให้กับผู้ป่วยและญาติของผู้ป่วย งานทุกอย่างที่ได้ปฏิบัติมีความใกล้ชิดและคลุกคลีกับการดูแลผู้ป่วยและญาติอยู่ตลอดระยะเวลาการฝึกงาน

เมื่อ 3 ปีที่ผ่านมาคุณพ่อของผู้วิจัยได้ประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์และได้เข้ารับการรักษาตัวที่โรงพยาบาลศรีนครินทร์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น และมีการติดตามอาการอย่างต่อเนื่อง จนถึงปัจจุบันผู้วิจัยเป็นผู้ดูแลและพาคุณพ่อไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาลเพื่อรักษาและติดตามอาการด้วยตนเองทุกขั้นตอน ผู้วิจัยมีประสบการณ์ในการดูแลผู้ป่วยถึง 3 ปี และในการไปโรงพยาบาลตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาคุณพ่อได้พบเจอปัญหาเมื่อไปโรงพยาบาลอยู่หลายอย่างทั้งจากผู้วิจัยได้เผชิญคล้ายๆกับผู้ป่วยคนอื่นๆที่มาหาหมอที่โรงพยาบาล เช่นเดียวกัน คนไข้ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและต้องมาพบแพทย์ที่โรงพยาบาลบางรายมีลูกหลานพามาบ้างถ้าหากลูกหลานมีเวลา แต่ส่วนใหญ่จะเดินทางมาโรงพยาบาลเพียงลำพังด้วยตนเองเพื่อเข้าพบแพทย์ตามนัด และด้วยขนาดของโรงพยาบาลเป็นโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและมีผู้เข้ารับการรักษาเป็นจำนวนมาก มีแผนกในการตรวจรักษาหลายแผนกหลายอาคาร และมีการตรวจสอบสิทธิ์หลายอย่างหลายขั้นตอน เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลไม่สามารถให้ข้อมูลได้ทันเวลาเนื่องจากผู้เข้ารับการรักษาจำนวนมาก ผู้ป่วยส่วนใหญ่สูงอายุ อาจฟังขั้นตอนไม่ชัดเจนและไม่เข้าใจบ้าง อ่านป้ายนำทางไปยังแผนกที่ต้องได้รับการตรวจอาจมีการหลงลืมไปผิดแผนก ทำให้เกิดการเสียเวลาในการเดินทางแผนก เนื่องด้วยผู้ป่วยสูงอายุอาจไม่คล่องตัวเหมือนกับคนวัยหนุ่มสาว

จากปัญหาในข้างต้นผู้วิจัยจึงมองโอกาสในการสร้างบริการรูปแบบใหม่ ในการให้บริการดูแลและรับส่งพาผู้สูงอายุไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาลที่มีจุดเด่นและจุดแตกต่าง ให้ความสำคัญ

สะดวก ให้ความปลอดภัย จากปัจจุบันที่มีอยู่ในตลาด บริการของ Oldcare service ให้บริการดูแลพาผู้สูงอายุไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล โดยมีรถผู้รับ-ส่ง ไปกลับ โรงพยาบาลพร้อมพนักงานขับรถผู้ช่วยส่วนตัวคอยบริการและอำนวยความสะดวกตลอดเวลา และมี Application รายงานสถานะและคำวินิจฉัยต่างๆ ข้อมูลการดูแลสุขภาพ ยา วิธีการรับประทานยา ใบนัดหมายในครั้งถัดไปของผู้สูงอายुरวบรวมข้อมูลไว้ใน Application เดียวเพื่อป้องกันการลืมและสูญหายของข้อมูลรายละเอียดต่างๆของผู้สูงอายุ ผู้วิจัยมีเป้าหมายอยากพัฒนาบริการของ Oldcare Service ที่เหนือระดับเพื่อเป็นการดูแลคนที่คุณรักให้มีสุขภาพที่แข็งแรงและชีวิตที่ยืนยาวต่อไปเพื่อเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในทุกด้าน โดยเฉพาะในด้านการดูแลรักษาพยาบาลผู้สูงอายุในประเทศไทย

จากการสำรวจตลาดธุรกิจผู้สูงอายุในกลุ่มธุรกิจผู้ให้บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล ปัจจุบันยังไม่มีใครเป็นผู้นำในตลาด มีเพียงผู้ให้บริการอยู่น้อยราย โดยจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม 1. ธุรกิจเปิดให้บริการดูแลผู้สูงอายุและพาไปโรงพยาบาล Zee doctor ให้บริการพาผู้ป่วยหรือผู้สูงอายุไปพบแพทย์ มีผู้ช่วยส่วนตัวคอยอำนวยความสะดวก รับฟังข้อมูลจากแพทย์เพื่อนำไปแจ้งญาติเดินทางกลับไปส่งที่บ้านพัก(หมายเหตุ: ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง(Taxi)ไปโรงพยาบาล ผู้รับบริการเป็นผู้ดูแลทั้งไปและกลับ) หรือนัดรับกันที่โรงพยาบาล (แจ้งวันที่ต้องการรับบริการล่วงหน้าอย่างน้อย 5 วันทำการ ต้องเช็คคิวว่างของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ) อัตราค่าบริการ 1,200 บาท/8 ชั่วโมง 2. กลุ่มคนรับจ้างพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลรายคน ประกาศรับงานตามกลุ่ม Facebook โดยทั้ง 2 กลุ่มมีข้อจำกัดเรื่องจำนวนคนให้บริการและข้อจำกัดของเวลาในการตรวจสอบคิวก่อนให้บริการ

ปัจจุบันประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนด้านอื่นๆพร้อมที่จะส่งเสริมบริการการดูแลของผู้สูงอายุในประเทศปัจจุบันด้วยโครงสร้างทางประชากรของประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มสูงขึ้นมีตัวเลขเทียบเท่ากับประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศซึ่งถือว่ามีอัตราการเติบโตเป็นอันดับ 3 ในทวีปเอเชีย รองมาจากประเทศเกาหลีใต้ และประเทศญี่ปุ่น โดยประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (aging society)มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และมีตัวเลขจำนวนประชากรผู้สูงอายุตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไปในปี 2564 มากถึง 13.8 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 20 และคาดว่าในปี 2574 จะมีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 28 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมสูงอายุนับว่าเร็วที่สุดอันดับ 1 ของโลกที่มีประเทศญี่ปุ่นเพียงประเทศเดียว ที่เป็นสังคมสูงอายุนับว่าเร็วที่สุด โดยประเทศญี่ปุ่น

ภายใต้สถานการณ์ที่กำลังดำเนินไปสู่ยุค “สังคมสูงอายุ” ของประเทศไทยปัญหาสุขภาพภาวะกับ ผู้สูงอายุถือได้ว่าเป็นประเด็นที่สำคัญที่ไม่อาจมองข้ามได้ อายุที่เพิ่มมากขึ้นทำให้สุขภาพของผู้สูงอายุมีโรคต่างๆเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุตามมาและสุขภาพเริ่มถดถอยลงไปตามธรรมชาติ ผู้สูงอายุจำเป็นต้องได้รับการรักษาและดูแลในทางการแพทย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการดูแลสุขภาพ

ให้แข็งแรงและชีวิตที่ยืนยาว ซึ่งในการเข้ารับการรักษาและดูแลจากทางการแพทย์ผู้สูงอายุต้องเขารับการรักษาที่โรงพยาบาล การมาพบแพทย์ที่โรงพยาบาลผู้สูงอายุบางท่านสามารถคนเดียวได้ ส่วนใหญ่หลายท่านต้องให้ลูกหลานพาไปพบแพทย์ และซึ่งผู้สูงอายุส่วนมากต้องไปพบแพทย์เป็นประจำเพื่อรักษาและติดตามอาการต่างๆของโรคอย่างต่อเนื่อง ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ลูกหลานต้องลางาน เลื่อนฐานะสำคัญต่างๆ เพื่อพาผู้สูงอายุไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาลตามความรับผิดชอบหน้าที่ของความเป็นลูกหลาน การมาโรงพยาบาลพบปัญหาเรื่องที่จ้อครดเสียเวลาในการหาที่จ้อครด และในกรณีที่ลูกหลานท่านไม่สามารถพามาพบแพทย์ที่โรงพยาบาลได้ จะไม่มีการมาพบแพทย์ตามนัดอาจส่งผลต่อสุขภาพของผู้สูงอายุเนื่องจากการรักษาไม่ต่อเนื่อง จึงมองเห็นปัญหาตรงจุดนี้ 1. เรื่องของการรักษาที่ไม่ต่อเนื่องในกรณีที่ไม่ได้มาพบแพทย์ตามกำหนดอาจส่งผลต่อสุขภาพ 2. เรื่องเวลาของผู้ที่พาผู้สูงอายุมาพบแพทย์ที่โรงพยาบาลจำเป็นต้องลางาน เลื่อนนัดสำคัญ 3. เรื่องปัญหาที่เกี่ยวกับการเกิดอุบัติเหตุและอาชญากรรมและภัยสังคมต่างๆขณะที่เดินทางมาโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านนโยบายด้วยการกำหนดนโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อให้ประชาชนมีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ในแผนที่ 13 ปี พ.ศ. (2566-2570) ในหมวดหมู่ที่ 4 เน้นพัฒนาและให้ความสำคัญกับการแพทย์และสุขภาพที่ครบวงจร ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนทำให้เห็นความชัดเจนในการสร้างธุรกิจมากขึ้น

ปัจจัยด้านการเติบโตมูลค่าตลาดในกลุ่มธุรกิจผู้สูงอายุในที่ผ่านมามูลค่าตลาดของธุรกิจผู้สูงอายุมีมูลค่าสูงถึง 107,000 ล้านบาทต่อปี แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1. Product มูลค่า 70,000 ล้านบาท และ 2. ส่วนของ Service มูลค่า 37,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

ด้วยสถานการณ์ประชากรของไทยที่มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถือได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มตลาดธุรกิจผู้สูงอายุเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงเป็นโอกาสที่น่าสนใจสำหรับการเป็นธุรกิจหน้าใหม่ด้านการบริการผู้สูงอายุในตลาดของประเทศไทยนอกจากจะเป็นการช่วยดูแลชีวิตและสุขภาพของผู้สูงอายุแล้ว ยังเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อพัฒนาและก้าวสู่ผู้นำด้านการบริการผู้สูงอายุในอนาคตอันใกล้

บทที่ 2

ภาพรวมบริษัทและรูปแบบธุรกิจ

2.1 ภาพรวมของบริษัท

ชื่อบริษัท	: OLD CARE SERVICE
รูปแบบธุรกิจ	: ธุรกิจบริการดูแลและรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล
สินค้าและบริการ	: บริการดูแลพาผู้สูงอายุไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล โดยมีรถผู้รับ-ส่งไปกลับโรงพยาบาลพร้อมพนักงานขับรถ ผู้ช่วยส่วนตัวคอยบริการและอำนวยความสะดวกตลอดเวลา และมี Application รายงานสถานะและคำวินิจฉัยต่างๆ ข้อมูลการดูแลสุขภาพ ยา วิธีการรับประทานยา ใบนัดหมายในครั้งถัดไปของผู้สูงอายรรวมข้อมูลไว้ใน Application เดียว เพื่อป้องกันการลืมและสูญหายของข้อมูลรายละเอียดต่างๆของผู้สูงอายุ
วิสัยทัศน์	: Old care service ก้าวเป็นผู้นำในตลาดด้านการบริการดูแลผู้สูงอายุที่ดีที่สุดในไทย
พันธกิจ	: <ol style="list-style-type: none"> 1. Old care service มุ่งเน้นให้บริการที่มีคุณภาพ ยึดหลักความปลอดภัย ด้วยมาตรฐานที่เหนือความประทับใจ 2. Old care service มุ่งให้บริการบนพื้นฐานของความเป็นมืออาชีพ ด้วยความห่วงใย ใส่ใจ เหมือนคนในครอบครัว 3. Old care service มุ่งพัฒนาบุคลากรให้มีความมีศักยภาพรอบด้านพร้อมให้บริการที่เหนือระดับ 4. Old care service มุ่งพัฒนาคุณภาพการบริการ มีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า และลูกค้าอยู่เสมอ และเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจในประเทศและกลุ่มประเทศในกลุ่มอาเซียน 5. Old care service มุ่งมั่นและตั้งใจในการดูแลสังคม

ตราสินค้า : ชื่อ Old care service
 โลโก้ รูปหัวใจ 3 ดวง ความหมายหัวใจ 2 ดวงด้านข้างคอยห่อหุ้มและ
 ดูแลหัวใจดวงตรงกลางคือผู้สูงอายุหรือผู้รับบริการของเรา
 โทนสี โทนสีฟ้าเป็นสีที่ให้ความรู้สึกสบายใจ ปลอดภัย ใจเย็น



รูปที่ 1 แสดงตราบริษัท

2.2 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

Old care service ก้าวเป็นผู้นำในตลาดด้านการบริการดูแลผู้สูงอายุที่ดีที่สุดในไทย โดยมีเป้าหมายการครองส่วนแบ่งทางการตลาดของตลาดธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย

2.2.1 เป้าหมายระยะสั้น

- ทำให้คนรู้จักและเป็นที่ยอมรับ
- สร้างความไว้วางใจในบริการแก่ลูกค้า

2.2.2 เป้าหมายในระยะยาว

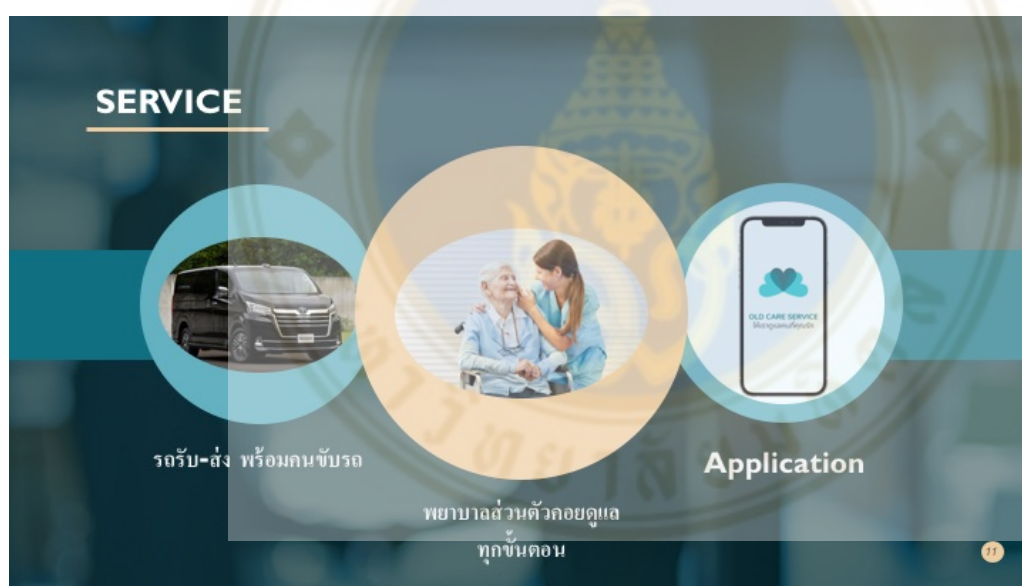
- เป็นผู้นำอุตสาหกรรมด้านการบริการการดูแลผู้สูงอายุ
- มีรายได้เติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกๆปี 20 %
- ขยายธุรกิจต่อขยายบริการให้เป็น One Stop Service สำหรับผู้สูงอายุ

- หาพันธมิตรทางธุรกิจ
- นำธุรกิจ Oldcare service เข้าตลาดหลักทรัพย์

2.3 รูปแบบการบริการ

2.3.1 รายละเอียดของบริการ Old care service

1. รถตู้รับ-ส่งพร้อมพนักงานขับรถ
2. ผู้ช่วยส่วนตัวคอยอำนวยความสะดวกและบริการทุกขั้นตอนตลอดเวลา
3. Application Old care Service เพื่อดูสถานะและรายงานข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผู้สูงอายุ



รูปที่ 2 แสดงบริการของ Oldcare service

2.3.2 ระบบดูแลลูกค้าสัมพันธ์ด้วยระบบ Customer Relationship Management : CRM โดยฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

2.4 สรุปจุดแตกต่าง

1. ให้เรื่องความปลอดภัย มีมาตรฐานในการบริการ
2. ให้ความสะดวกสามารถตรวจสอบและติดตามสถานะต่างๆได้ใน Application เดียว
3. มีรถตู้ให้บริการที่มีมาตรฐาน



Partner	Key Activities	Value	Customer Relationship	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> - โรงพยาบาล - สถาบันสอนพยาบาล - บริษัทให้บริการเช่ารถ - บริษัทประกัน - บริษัทอสังหาริมทรัพย์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ขาย Package Old care - ติดตามและประเมินผล - พาไปโรงพยาบาล ไป-กลับ - Advertising - Marketing - Tracking on App - เก็บข้อมูลลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - บริการพาผู้สูงอายุไปพบแพทย์แบบ Premium สามารถ Tracking ผู้สูงอายุได้ตลอดเวลา - มีความปลอดภัย - ให้ความอุ่นใจ - มีความสะดวกสบาย - ให้การดูแลสุขภาพ - ให้ Community ของลูกค้า - สร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - Membership - ให้เอกสิทธิ์ลูกค้า Privilege - Call center ติดตามอยู่เป็นประจำ - ลูกค้าเก่าลดราคา - Community ของลูกค้า - Line official เพื่อให้ลูกค้าติดต่อ - มีบริการครอบคลุมเพื่อบริการลูกค้าอย่างครบถ้วน 	<ul style="list-style-type: none"> - คนทำงานที่มีรายได้สูงในเขต กทม. และปริมณฑลที่มีผู้สูงอายุอยู่ในการดูแล - ผู้สูงอายุที่ไม่มีคนดูแลและมีกำลังซื้อ - บริษัทประกันสุขภาพ , โรงพยาบาล ในเครือ BDMS โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์และโรงพยาบาลชั้นนำต่างๆ , บริษัท แสตนลิริ จำกัด
	<p style="text-align: center;">Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> - สำนักงาน - พนักงาน - เงินทุน - Application - Application developer 	<p style="text-align: center;">Distribution Channel</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกบูชเจอลูกค้าตามห้าง,โรงพยาบาล - บริษัทประกัน - ผ่านโรงพยาบาล Package - Application , Facebook - Line official 		

	- Research & Developer		- Call center - Real estate for Elder	
Cost		Revenue		
<ul style="list-style-type: none"> - ค่าจ้างพนักงาน - ค่าพัฒนาและดูแล Application - ค่าการตลาด - ค่าเช่ารถ - ค่าสาธารณูปโภค - ค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน 		<ul style="list-style-type: none"> - ขาย Package การให้บริการของ Oldcare service 		

ตารางที่ 2.1 Business Model Canva

บทที่ 3

การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด

3.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ

3.1.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎหมายของภาครัฐ (Political Factor)

- ปัจจุบันนโยบายภาครัฐเน้นการสนับสนุนและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการสร้างปัจจัยและสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดสุขภาวะที่ดีแก่คนไทย
- แผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 13 มิติที่ 1 พัฒนาการผลิตและบริการเป้าหมาย ในหมวดหมายที่ 4 การแพทย์และสุขภาพครบวงจร ส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพและการสร้างมูลค่าเศรษฐกิจจากสินค้าและบริการสุขภาพ

3.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

- อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับธุรกิจผู้สูงอายุมีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้นเป็นไปตามโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มสูงขึ้น
- อัตราการเติบโตของอัตราการจ้างงาน

3.1.3 ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม (Social Factor)

- โครงสร้างประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น
- วัฒนธรรมที่ถูกหลานต้องกตัญญูต่อพ่อแม่
- Lifestyle ของคนในยุคปัจจุบันมีพฤติกรรมที่คุ้นชินกับการใช้ Platform online ต่างๆ

3.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)

- การพัฒนาเครือข่าย 5G ทำให้เกิดการพัฒนาระบบใหม่ๆ
- การเข้าถึงเทคโนโลยีของคนในประเทศอย่างเสรีและไร้ขีดจำกัด

3.1.5 ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal Factor)

- กฎหมายคุ้มครองผู้สูงอายุ(สบส.)
- กฎหมายแรงงาน
- กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศไทย

3.1.6 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Factor)

- ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางภูมิศาสตร์และลักษณะทางธรรมชาติของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสะดวกต่อการให้บริการ ทั้งเส้นทางและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างอื่น

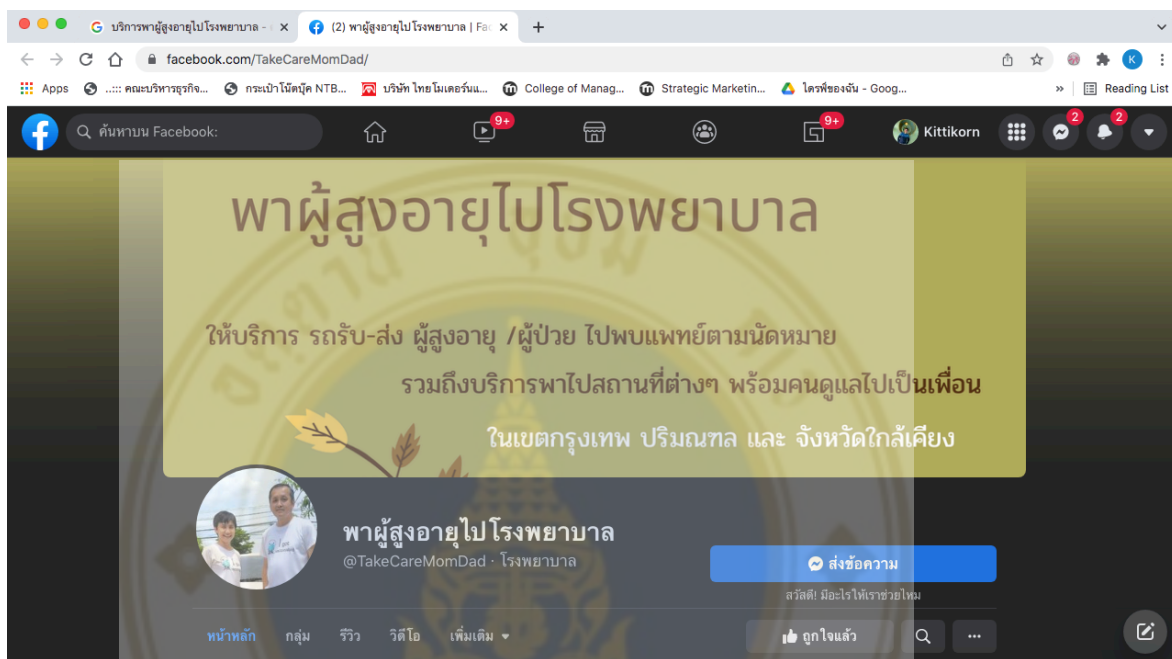
จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกทั้ง 6 ด้าน ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่สนับสนุนต่อธุรกิจ Oldcare Service ทั้งด้านดีและด้านที่เป็นโอกาสทางธุรกิจ ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบอีกทั้งจากการสนับสนุนจากทางภาครัฐในเรื่องกฎหมายและนโยบายที่เอื้อต่อผู้สูงอายุมากขึ้น และอีกเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและทันสมัยประชาชนเข้าถึงเทคโนโลยีได้อย่างเสรีและมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคและการใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมผู้วิจัยจึงเห็น โอกาสทางธุรกิจจากปัจจัยดังกล่าว

3.2 การวิเคราะห์ขนาดของตลาด

Market Size

สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประมาณการณ์ประชากรไทยจะเพิ่มขึ้น จาก 66.5 ล้านคน ในปี 2563 เป็น 67.2 ล้านคน ในปี 2571 และลดลงในอัตราร้อยละ -0.2 ต่อปี ซึ่งในปี 2583 คาดลดลงร้อยละ -0.2 ต่อปี คาดมีประชากรทั้งหมดราว 65.4 ล้านคนด้วยสถานการณ์ของประเทศไทยที่จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงถือได้ว่าผู้บริโภครวมผู้สูงอายุเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง และมีความต้องการครอบคลุมอยู่ในหลายธุรกิจ "ศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล" กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. เฮลท์ซัน ออคาไนเซอร์ จำกัด กล่าวว่า ขณะนี้มีผู้ประกอบการจำนวนมากให้ความสำคัญกับตลาดผู้สูงอายุมากขึ้น ส่งผลให้ที่ผ่านมามูลค่าตลาดในกลุ่มผู้สูงอายุสูงถึง 107,000 ล้านบาทต่อปี แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ Product มูลค่าเกือบ 70,000 ล้านบาท และที่เหลือเป็นมูลค่าตลาดด้าน Service ประมาณ 37,000 ล้านบาท

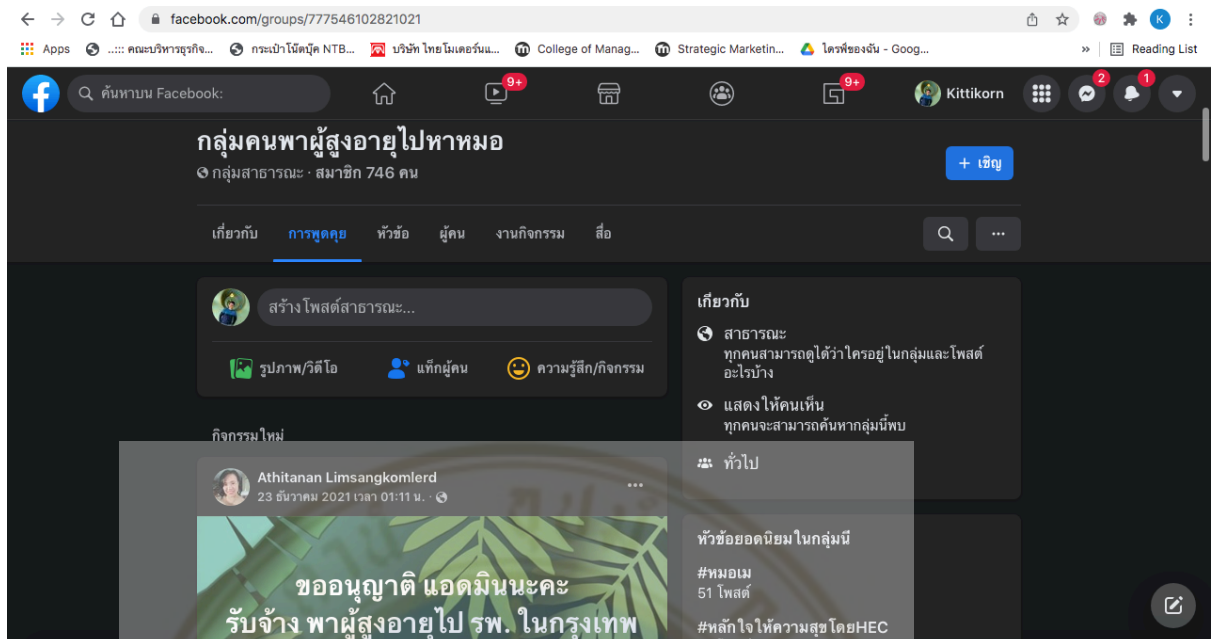
จุดที่น่าสนใจในตลาดปัจจุบันยังไม่มีคนทำมากนักจากการสำรวจผ่าน Search engine เพื่อหาผู้ให้บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล ผู้วิจัยพบว่า มี Fanpage ใน Facebook ใช้ชื่อว่า พาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล กลุ่มใน Facebook ใช้ชื่อว่า กลุ่มคนพาผู้สูงอายุไปหาหมอ และผู้ให้บริการพาผู้สูงอายุอย่าง Zeedoctor ที่เป็นผู้ให้บริการที่มียอดคนใช้บริการมากที่สุด ถึงแม้จะมีผู้ให้บริการจำนวนมากก็ตามยังมีจุดอ่อนในเรื่องไม่มี Platform ในการติดตามและรายงานสถานะต่างๆ



รูปที่ 3 แสดงหน้า Fanpage Facebook ผู้ให้บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล



รูปที่ 4 แสดงหน้า Website ผู้ให้บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล



รูปที่ 5 แสดงหน้าผู้ให้บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลในกลุ่มปิด Facebook

3.3 วิเคราะห์อุตสาหกรรม

The Five Forces Model of Competition

BARGAINING POWER : LOW

- เนื่องด้วยในปัจจุบันผู้ให้บริการด้านการดูแลรับส่งผู้สูงอายุไปหาหมอที่โรงพยาบาลที่มีการให้บริการแบบ Full service มีผู้ช่วยส่วนตัว พร้อมทั้งคนขับรถ Application ที่สามารถตรวจสอบสถานะต่างๆแบบ Real-time ได้ทั้งในเรื่องของ GPS Tracking ข้อมูล คำวินิจฉัย คำแนะนำในการดูแลผู้สูงอายุ และเรื่องวิธีการทานยาระหว่างที่อยู่บ้าน ในกรณีที่ถูกค่าที่ต้องการใช้บริการ Full service Operation แบบ Oldcare service ยังไม่มีผู้ให้บริการเจ้าอื่นในตลาดมีให้บริการและให้ลูกค้าเลือกซื้อบริการ มีเพียงผู้ให้บริการดูแลรับส่งที่เป็นผู้รับจ้างทั่วไปและไม่มีระบบที่สามารถตรวจสอบสถานะได้

POWER OF SUPPLIERS : HIGH

- ซัพพลายเออร์หลักของ Oldcare service คือบริษัทที่ให้บริการรถเช่าเพื่อนำรถมาให้บริการลูกค้าของ Oldcare service อัตราค่าเช่ารถอาจมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ เบี่ยงประกันรถยนต์ปรับตัวสูงขึ้น
- สถาบันสอนการพยาบาลในปัจจุบันอาจผลิตบุคลากรออกมาได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดแรงงาน

THREAT OF NEW ENTRANTS : HIGH

- โรงพยาบาลในไทยที่มีความพร้อมในด้านทรัพยากร เทคโนโลยี พันธมิตรทางธุรกิจและมีฐานลูกค้าจำนวนมากสามารถสร้างบริการแบบ Full service operation ได้อย่างง่ายและมีความน่าเชื่อถือ

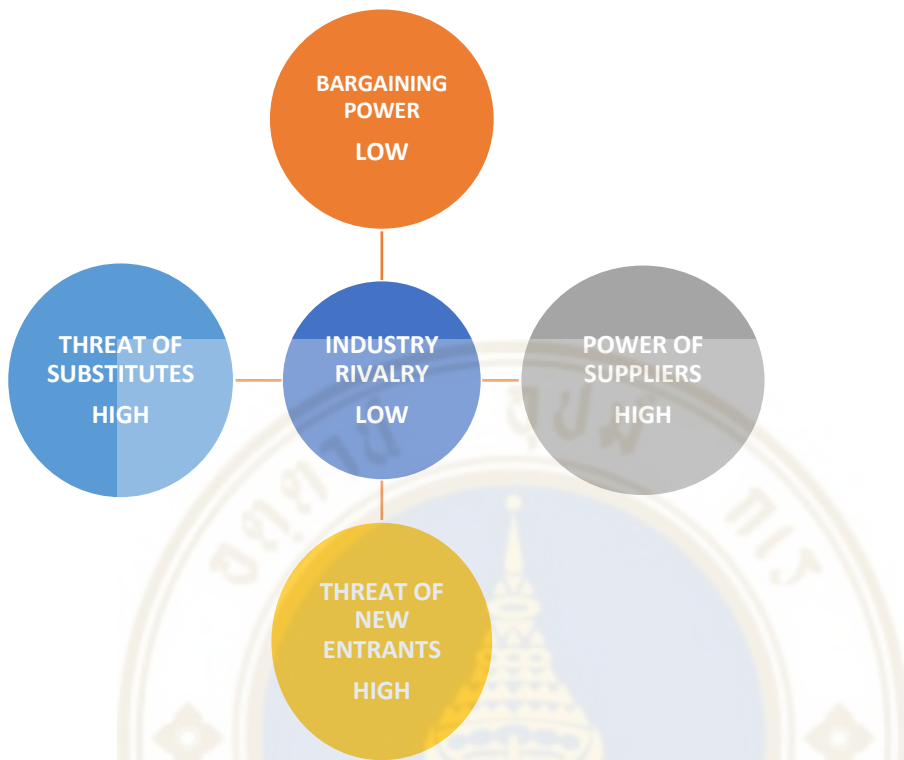
INDUSTRY RIVALRY : LOW

- Oldcare service ให้บริการแบบ Full service ที่มีผู้ช่วยส่วนตัว คนขับรถพร้อมรถรับส่ง และมี Application ที่สามารถตรวจสอบและแสดงสถานะ GPS , การเข้ารับบริการต่างๆที่โรงพยาบาล คำวินิจฉัย คำแนะนำของแพทย์ และการทานยา ซึ่งปัจจุบันมีเพียงผู้ให้บริการไม่มกรายนัก เช่น Zee Doctor!และผู้รับจ้างพาผู้สูงอายุไปหาหมอทั่วไปเป็นบริการที่ไม่ครอบคลุมเหมือน Oldcare service

THREAT OF SUBSTITUTES : HIGH

- เนื่องจากยุคโรคระบาดโควิดหลายโรงพยาบาลมีการปรับตัวในด้านต่างๆเพื่อให้บริการผู้ป่วยได้อย่างสะดวกมากขึ้น ทางโรงพยาบาลมีระบบในการปรึกษาแพทย์แบบออนไลน์ เป็นระบบ Telemedicine เช่น ระบบ Siriraj Connect ของโรงพยาบาลศิริราช ,ระบบ Samitivej Virtual Hospital ของเครือโรงพยาบาลสมิติเวช อาจทำให้อัตราการใช้บริการของลูกค้าลดลง

บทสรุปการวิเคราะห์ The Five Forces Model



SWOT Analysis

Strength (จุดแข็ง – ปัจจัยภายใน)

- บริการที่ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย
- สามารถ TRACKING ได้ตลอดเวลา
- เจ้าหน้าที่ให้บริการผ่านการอบรมที่ได้มาตรฐาน (พยาบาลวิชาชีพ)

Weakness (จุดอ่อน – ปัจจัยภายใน)

- มีต้นทุนที่สูงเรื่องของการพัฒนา APPLICATION
- BRAND AWEARNESS ยังไม่เป็นที่รับรู้มากนัก
- การตลาดในช่วงแรกอาจจะต้องใช้เม็ดเงินในการลงทุนสูง
- เจ้าหน้าที่ในการให้บริการในช่วงแรกยังไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า

Opportunity (โอกาส – ปัจจัยภายนอก)

- ด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตของคนที่เปลี่ยนไปในยุคTECHNOLOGYเร่งรีบในปัจจุบัน
- คนในยุคปัจจุบันส่วนใหญ่คุ้นชินกับการทำธุรกรรมต่างๆผ่าน PLATFORM ONLINE

Threat (อุปสรรค – ปัจจัยภายนอก)

- ด้วยเป็น PLATFORM ใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักและลูกค้าอาจจะยังไม่ไว้วางใจให้มาดูแลผู้สูงอายุได้เลย
- ค่านิยมของคนไทยจะถูกปลูกฝังเรื่องทดแทนบุญคุณกตัญญูโดยตัวบุญหลานเอง

3.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

คู่แข่งทางตรง Direct Competitor

- Zeedoctor
- Unity nurse
- คนที่รับจ้างพาผู้สูงอายุไปหาหมอ

คู่แข่งทางอ้อม Indirect Competitor

- Siriraj Connect
- Samitiveg Virtual Hospital
- Raksa
- Ooca
- Chiwii
- Doctorme
- ไก่ส้มมือหมอ

ตารางที่ 3.1

3.5 สรุปวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าและความสามารถของคู่แข่ง (Competitor Analysis)

ตารางแสดงข้อมูลการให้บริการ กลุ่มลูกค้า คุณค่าที่มอบให้ลูกค้า อัตราค่าบริการ ช่องทางการขาย จุดแข็งและจุดอ่อนของผู้ให้บริการรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลในตลาด ณ ปัจจุบัน ทั้งเป็นผู้ให้บริการโดยตรงและมีบริการให้คำปรึกษาของแพทย์ผ่านระบบ Online ของโรงพยาบาล สมิติเวช ซึ่งแต่ละผู้ให้บริการมีการบริการที่แตกต่างกันดังตารางดังต่อไปนี้

หัวข้อ	OLDCARE SERVICE	Zee Doctor	บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลทั่วไป	Samitivej Virtual Hospital
คุณค่า	บริการพาไปพบแพทย์ด้วยความปลอดภัย ได้มาตรฐานที่สามารถติดตามได้ตลอดเวลาใน Application เจ้าหน้าที่ให้บริการผ่านการอบรมและมีรถบริการ	บริการที่พาไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล	บริการที่พาไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล	ช่องทางหาหมอออนไลน์ สมิติเวช ไม่จำกัดเวลาเมื่อรู้สึกเจ็บป่วยต้องการปรึกษาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ป่วยสามารถติดต่อกับแพทย์ผ่านช่องทาง Samitivej Plus ผ่านไลน์ และเว็บไซต์ของสมิติเวช
สินค้าและบริการ	บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล	บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล	บริการพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล	ปรึกษาแพทย์เมื่อรู้สึกต้องการหรือมีอาการเจ็บป่วย
กลุ่มลูกค้า	คนทำงานที่มีรายได้สูงในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว(แต่ไม่เวลาร่างพาผู้สูงอายุหาหมอ)	คนทั่วไป / ผู้สูงอายุที่ต้องการใช้บริการพาไปพบแพทย์	คนทั่วไป / ผู้สูงอายุที่ต้องการใช้บริการพาไปพบแพทย์	คนทั่วไปที่ต้องการปรึกษาแพทย์

ราคาขาย	3,000 บาท / ครั้ง	1,200 บาท / ครั้ง (8 ชม.) ไม่รวมค่ารถ	1,200 บาท / ครั้ง (8 ชม.) ไม่รวมค่ารถ	15 นาที / 500 บาท
ช่องทางการขาย	Oldcare / โรงพยาบาล/ บริษัท ประกัน	Zee doctor	ติดต่อผ่าน Fanpage / ติดต่อ ส่วนตัว	App Samitivej Plus
จุดแข็ง	บริการที่ให้ความสะดวก ปลอดภัย ได้มาตรฐาน สามารถติดตามได้ จนท.พยาบาลผ่านการอบรม	บริการที่ให้ความ สะดวก ปลอดภัย จนท.ในสายทาง การแพทย์	บริการที่ให้ความ สะดวก ปลอดภัย	สะดวกในเวลาที่ต้องการ ปรึกษาแพทย์
จุดอ่อน	จนท.ไม่เพียงพอในการ ให้บริการในช่วงเริ่มต้น	ต้องใช้เวลาในการ นัดหมายล่วงหน้า อย่างน้อย 5 วัน	ต้องนัดหมาย ล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วัน คน ดูแลไม่ได้ผ่าน การอบรม	ราคาสูงไม่สามารถตรวจ ร่างกายได้ทันที(อาจเกิด ความผิดพลาด หรือ คลาดเคลื่อนในการวินิจฉัย ของหมอ)

ตารางที่ 3.2

3.6 สรุปข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตารางแสดงข้อมูลการบริการของผู้ให้บริการรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล 3 ผู้ให้บริการ 1. ZeeDoctor 2. Oldcare Service และ 3. ผู้รับจ้างอิสระทั่วไป ซึ่งแต่ละผู้ให้บริการมีการบริการที่แตกต่างกัน ดังข้อมูลในตารางต่อไปนี้

บริการ	ZeeDoctor	Oldcare service	ผู้รับจ้างทั่วไป
- รถรับ-ส่ง	•	•	•
- ผู้ช่วยส่วนตัว	•	•	•
- รายงานอาการและประวัติ	•	•	•
- Application Real-time Tracking		•	
- ประกันอุบัติเหตุ		•	
- ระยะเวลานัดหมายใช้บริการ	- ล่วงหน้าอย่างน้อย 5 วัน	- 1 วัน	- 1 – 2 วัน
- ช่องทางการติดต่อ	- Line official - Call center - Application	- Line personal - Facebook - Tel	- ติดต่อส่วนตัวตามประกาศในกลุ่ม Facebook

บทที่ 4 แผนการตลาด

4.1 เป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Goal and Objectives)

เป้าหมายทางการตลาดของ Oldcare service สร้างบริการใหม่ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและสร้างภาพลักษณ์ที่อบอุ่นของธุรกิจดูแลรับ-ส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลอย่างครบวงจร One stop service

4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

- สร้าง Brand Awareness ให้ลูกค้ารับรู้
- สร้าง Brand image โดยใช้ Storytelling ผ่านการเล่าเรื่องให้คนจดจำ
- สร้างช่องทางการขายและติดต่อกับลูกค้าผ่านออนไลน์และออฟไลน์
- สร้างบริการใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า

4.3 กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาด (Target Customer)

Segmentation Targeting Positioning

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

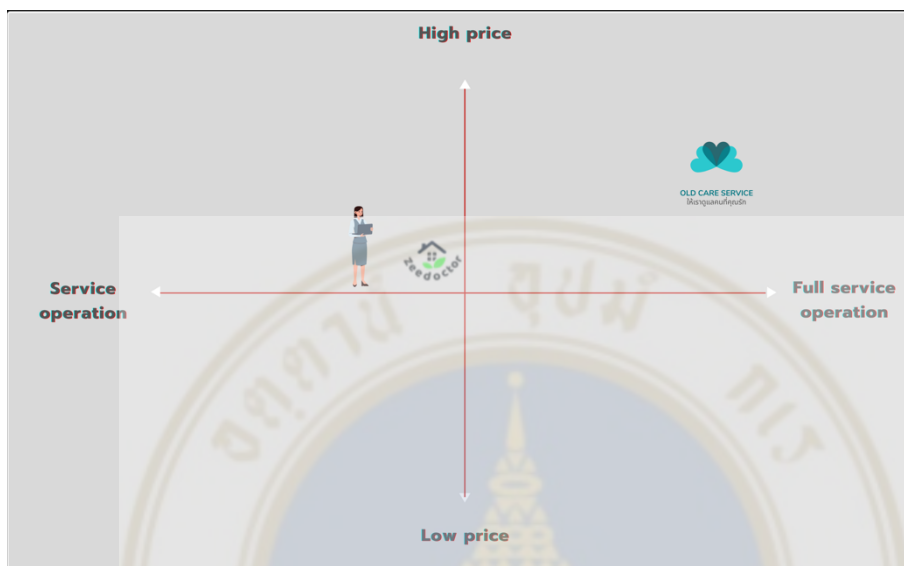
- B2C กลุ่มคนวัยทำงาน รายได้สูงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และมีผู้สูงอายุที่ต้องพาไปพบแพทย์อยู่เป็นประจำ(ไม่มีเวลาว่าง)
- B2B บริษัทประกันสุขภาพ , โรงพยาบาลในเครือ BDMS โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และโรงพยาบาลชั้นนำต่างๆ , บริษัท แसनสิริ จำกัด
- กลุ่มคนวัยทำงาน ไม่มีเวลาว่าง อยากรสบาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง

- ผู้สูงอายุที่ต้องดูแลตัวเองและคนที่ไม่ได้อยู่กับครอบครัวที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้เพียงเล็กน้อยและใช้สมาร์ทโฟน

4.4 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (BRAND POSITIONING)

ตำแหน่งทางการตลาดของ Oldcare โดยอธิบายผ่าน Perceptual mapping ต่อไปนี้
แก้ไขรูปถ่าย



4.5 กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)

แผนการตลาด 5A Model ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. Aware (รับรู้ว่ามีบริการนี้อยู่)

ขั้นตอนนี้เป็นส่วนแรกที่ต้องทำให้ลูกค้ารู้จักและรับรู้ คือการทำให้ลูกค้าทุกคนมองเห็นความมีตัวตนของบริการ Old care service และรับรู้ว่ามีแอปพลิเคชันการให้บริการประเภทนี้อยู่ ซึ่งในยุคปัจจุบันคนส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟน และออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมงอยู่แล้ว เราจะใช้ช่องทาง เช่น โซเชียลมีเดียทุกช่องทาง เว็บไซต์ หรือการโฆษณาทางออนไลน์และออฟไลน์ ให้ลูกค้ารู้ว่ามีการ Oldcare service อยู่แล้วและทำให้เห็นบ่อยๆแล้วคนก็จะเริ่มจดจำ

โดยสื่อในชุดแรกเป็นการแนะนำบริการทั้งหมดของ Oldcare

ช่องทางออนไลน์และสื่อประเภทต่างๆ

- Advertising (Facebook , YouTube , Instagram , Google Ads)
- Social Media (Facebook)
- Line official

ช่องออฟไลน์

- ออกบูธ ตามห้างสรรพสินค้าต่างๆและโรงพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑลโดยทีมการตลาด

2. Appeal (ดึงดูใจ)

ขั้นตอนที่สองหลังจากทำให้ลูกค้าเห็นและจดจำบริการของ Old care service ของเรา
ได้แล้ว ขั้นตอนต่อมาทำให้ลูกค้าอยากรู้จักบริการของเราให้มากขึ้น โดยการสื่อสารไปยังลูกค้าโดย
การสร้างคอนเทนต์ที่ดึงดูดลูกค้า ทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภครู้สึกไว้วางใจในบริการของเรา ใช้ Brand
Ambassador , Influencer หรือคาราที่ต้องดูแลพ่อแม่และครอบครัวเพื่อดึงดูใจของผู้บริโภคให้มี
สนใจและอารมณ์ร่วมกับบริการของเรา

สื่อชุดที่ 2 โดยใช้ Brand Ambassador เข้ามาเป็นผู้สื่อสารในสื่อไปยังลูกค้า

ช่องทางออนไลน์และสื่อประเภทต่างๆ

- Advertising (Facebook , YouTube , Instagram , Google Ads)
- Social Media (Facebook)
- Line official

ช่องออฟไลน์

- ออกบูธ ตามห้างสรรพสินค้าต่างๆและโรงพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑลโดยทีมการตลาด

3. Ask (สอบถาม)

หลังจากที่ลูกค้าเห็นความมีตัวตนของบริการ และเริ่มสนใจในบริการของ Old care
service ลูกค้าจะเริ่มต้องการข้อมูลด้วยตนเองเพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนซื้อบริการซึ่งเป็นส่วนที่
สำคัญลูกค้าต้องการได้ข้อมูลที่ตรง ชัดและตอบโจทย์กับความต้องการที่ลูกค้าต้องการ ทางเราจึง
เลือกใช้ Brand Ambassador เพื่อช่วยเป็นผู้ตอบคำถามและกระตุ้นความต้องการของลูกค้าผ่านสื่อ

โฆษณา รวมถึงการสอบถามข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับบริการทั้งในช่องทาง Website Fanpage Call center และ Line official แต่ในขั้นตอนนี้ “ลูกค้าจะยังไม่ซื้อ” ทำให้ต้องวางแผนการตลาดในขั้นตอนนี้ต่อไป เพื่อให้เราประสบความสำเร็จในการขาย

สื่อชุดที่ 3 โดยใช้ Brand Ambassador เข้ามาเป็นผู้สื่อสารในสื่อไปยังลูกค้า

ช่องทางออนไลน์และสื่อประเภทต่างๆ

- Advertising (Facebook , YouTube , Instagram , Google Ads)

- Social Media (Facebook)

ช่องออฟไลน์

- ออกบูธ ตามห้างสรรพสินค้าต่างๆและโรงพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑลโดยทีมการตลาด

4. Act (ซื้อ)

มาถึงขั้นตอนที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อบริการ Old care service เราใช้กลยุทธ์ 4Pมาช่วยในการเพิ่มยอดขาย

1. Product คิว Service ของเราเหนือกว่าคู่แข่งในตลาด มีการบริการที่มีมาตรฐานปลอดภัยไว้ใจได้และสามารถ Tracking สถานะต่างๆได้ทุกอย่างรายงานผลใน Application บน Smartphone หรือ Device ของท่าน ได้ทุกที่ทุกเวลา

2. Price ในส่วนเรื่องของราคาจากการสำรวจผู้คนส่วนใหญ่ยอมรับและยินดีที่จะเงินซื้อบริการดังต่อไปนี้

1. Silver – package 18,000

2. Gold – package 42,000

3. Platinum - package 60,000

3. Place ในส่วนของสถานที่เนื่องด้วยบริการนี้สามารถเลือกซื้อบริการได้ใน Application บน Device หรือ Smartphone ของลูกค้าเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าได้อย่างไร้ขีดจำกัด

4. Promotion มีการออก Package โดยการแถมให้ทดลองฟรีตั้งแต่ซื้อครั้งแรก

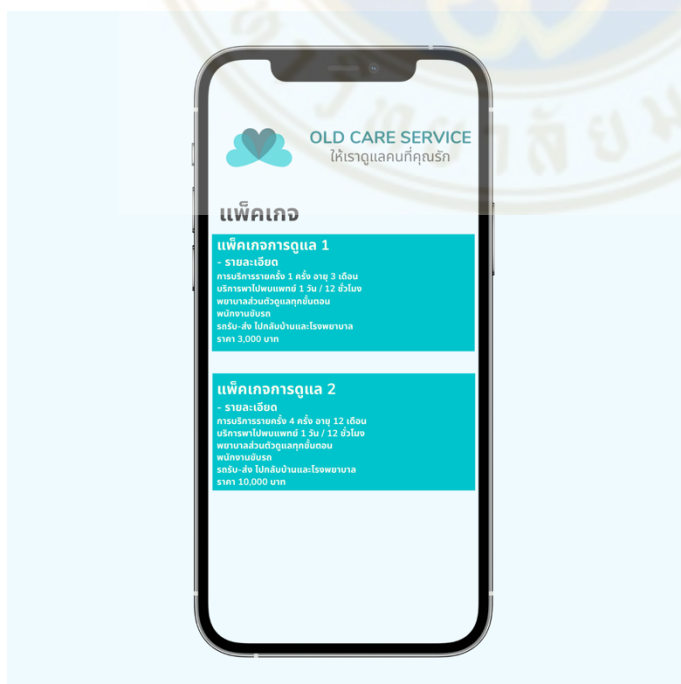
Product & Service



รูปที่ 6 แสดงหน้าหลักของ Application Oldcare

1. หน้าหลักของ Application Oldcare สามารถดาวน์โหลดได้ใน App Store และ Play

Store



รูปที่ 7 แสดงหน้าของแพ็คเกจ

2. หน้าเลือกซื้อแพ็คเกจในการใช้บริการ มี 3 แบบดังนี้

2.1 แพ็คเกจ Silver – program ราคา 18,000 บาท

2.2 แพ็คเกจ Gold – program ราคา 42,000 บาท

2.3 แพ็คเกจ Platinum – program ราคา 60,000 บาท

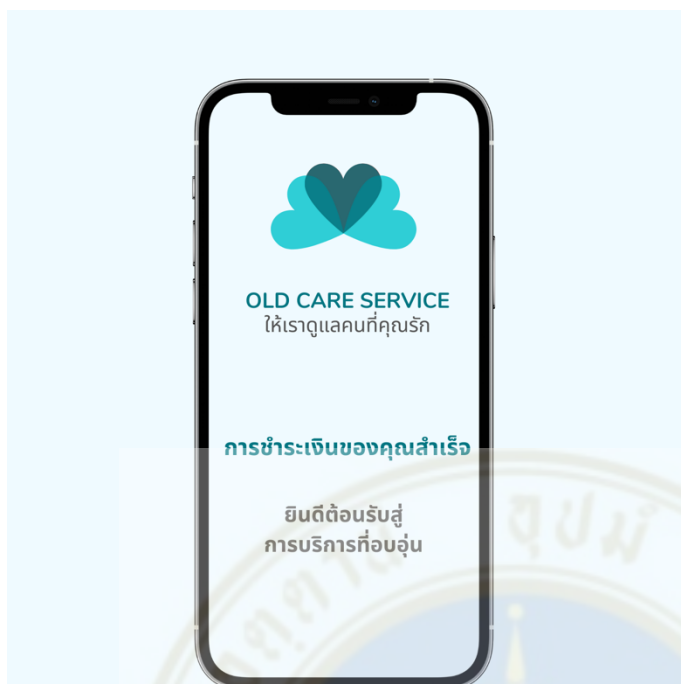


รูปที่ 8 แสดงหน้าการชำระเงิน

3. การชำระเงิน ลูกค้าสามารถเลือกชำระใน 2 รูปแบบ

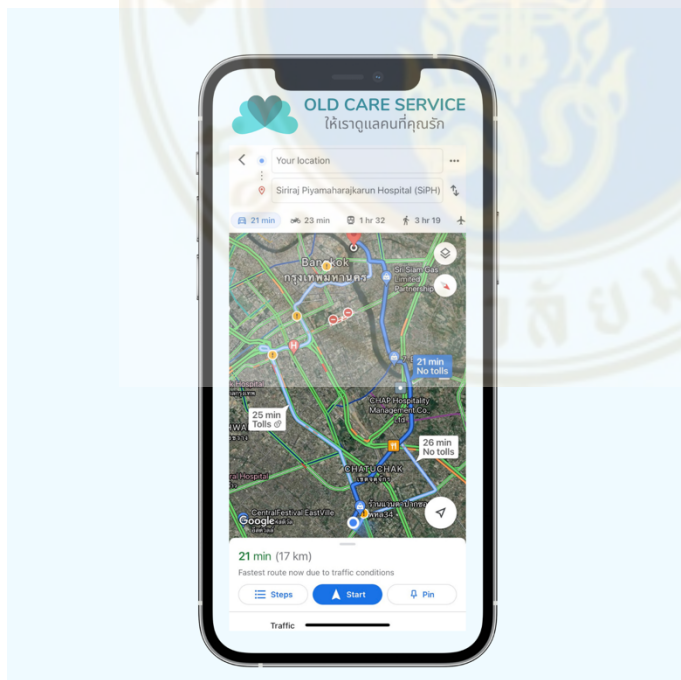
1.การ โอนผ่าน Mobile banking

2.ชำระด้วยบัตรเครดิต



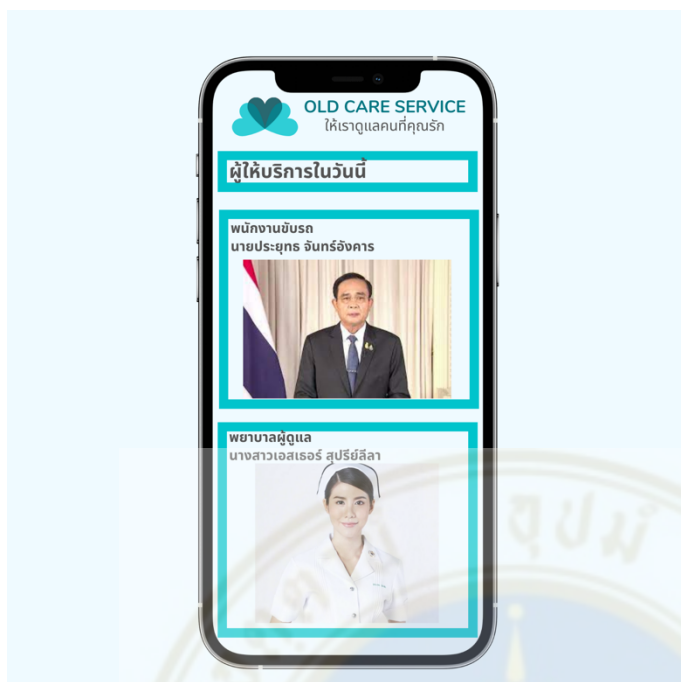
รูปที่ 9 แสดงหน้าการชำระเงินสำเร็จ

4. แจ้งการสั่งซื้อและชำระเงินสำเร็จ



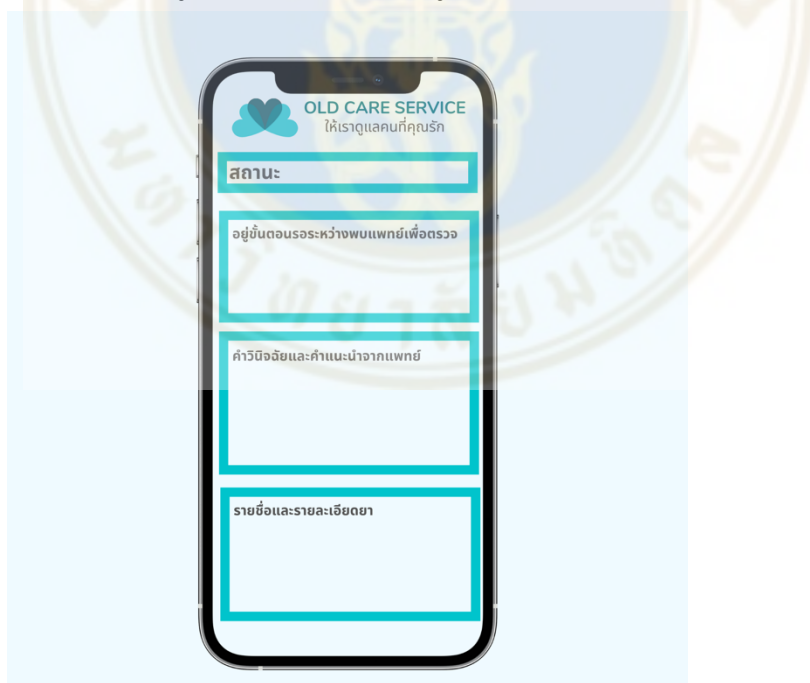
รูปที่ 10 แสดงหน้าสถานะ GPS ในการเดินทางของรถตู้

5.แจ้งสถานะของรถ Tracking Gps ขณะเดินทางไป-กลับ โรงพยาบาล



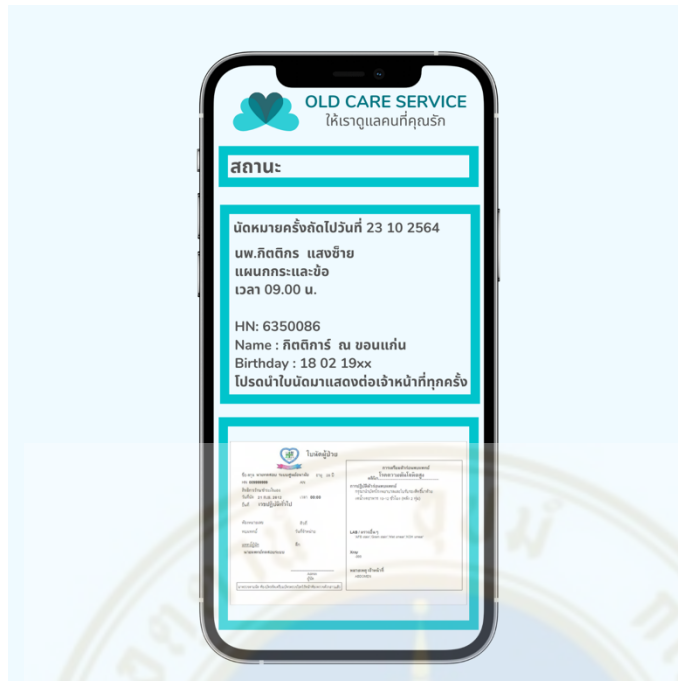
รูปที่ 11 แสดงหน้าพนักงานที่ให้บริการในวันนั้น

6. แจ้งข้อมูลพนักงานขับรถ และผู้ช่วยส่วนตัวที่ให้บริการ



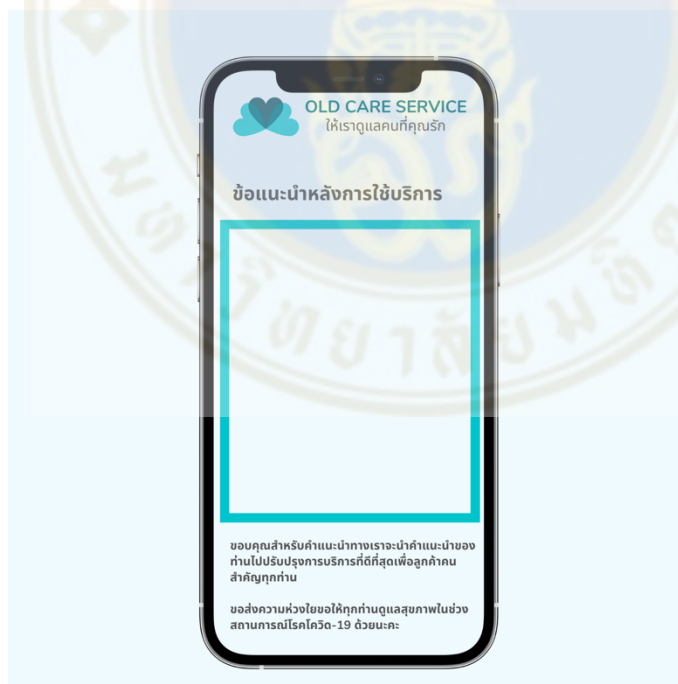
รูปที่ 12 แสดงหน้าสถานะต่างๆ

7. แจ้งสถานะต่างๆ ตั้งแต่ขั้นตอนการยื่นบัตรนัด วัดความดัน รอดตรวจ คำวินิจฉัยและคำแนะนำต่างๆของแพทย์ การแนะนำวิธีการรับประทานยา



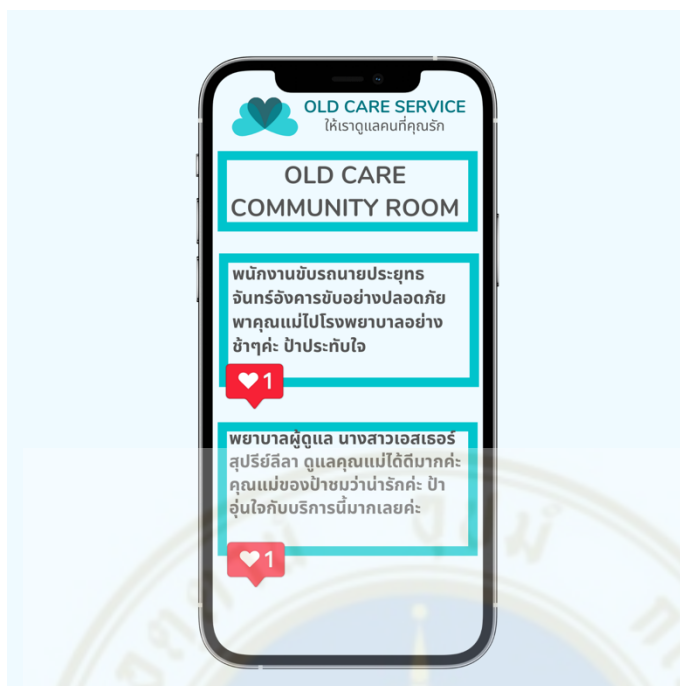
รูปที่ 13 แสดงหน้าวันนัดหมายและใบนัด

8. แจ้งเตือนการนัดในครั้งถัดไปและไฟล์รูปภาพใบนัด



รูปที่ 14 หน้าแสดงข้อเสนอแนะ

9. ข้อเสนอแนะ คำติชมการให้บริการของ Oldcare service



รูปที่ 15 แสดงหน้า ห้องCommunity room

10. ฟังก์ชันห้อง Community room สำหรับแลกเปลี่ยนข้อมูลในการดูแลผู้ป่วยและการให้บริการของคุณค่า

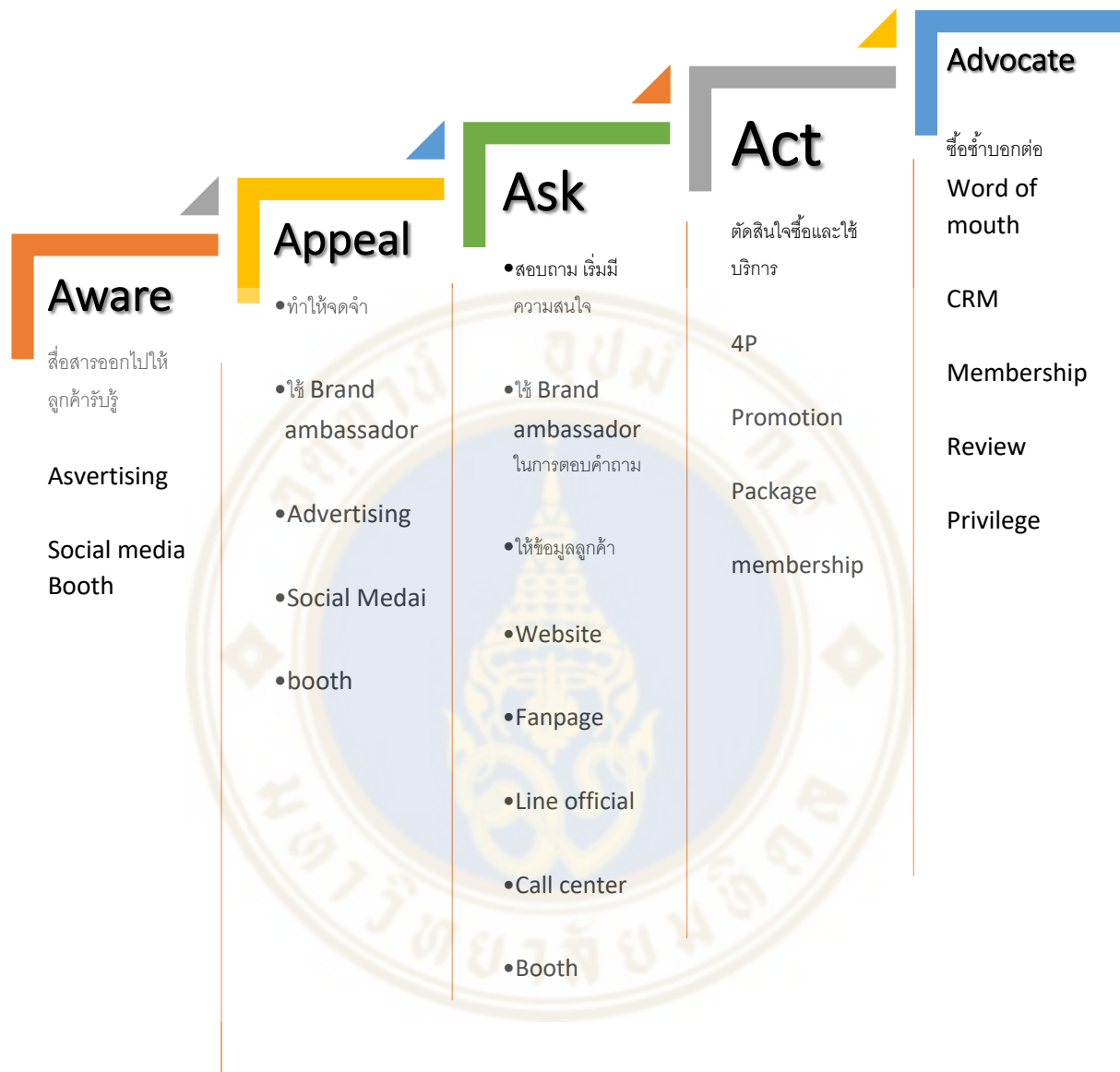


รูปที่ 16 แสดงวิธีการดาวน์โหลด Application

5. Advocate (การแนะนำหรือบอกต่อสินค้า)

Old care service เราให้ความสำคัญของลูกค้ามาเป็นอันดับแรกเสมอ ลูกค้ามีความคาดหวังกับทั้งบริการและบริการหลังการขาย ถ้าซื้อแล้วใช้ดี มีบริการที่น่าประทับใจ ลูกค้าในยุคปัจจุบันจึงชอบที่จะบอกต่อจนกลายเป็น Word of mouth และการบอกต่อนี้เองที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวบริการของ Old car service รวมทั้งเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ ซึ่งการเพิ่มส่วนของการรีวิวในโซเชียลมีเดียหรือเว็บไซต์ให้ลูกค้าเข้ามาเขียนก็เป็นการบอกต่อที่เราไม่ต้องเพิ่มต้นทุนให้มากมาย แต่ทั้งนี้ความจริงใจที่เรามอบให้ลูกค้ายังสำคัญ ผู้ประกอบการจึงต้องมีบริการหลังการขายที่ดี เราจึงนำเอาระบบ (CRM: Customer Relationship Management) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเข้ามาเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และไปพัฒนาให้ทันต่อความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และมีการมอบสิทธิให้ลูกค้าโดยระบบ Membership สามารถนำคะแนนจากยอดใช้จ่ายในการซื้อบริการของเราไปใช้แลกหรือใช้บริการกับบริษัทคู่ค้าทางธุรกิจได้อีกด้วย

จากข้อมูลข้างต้น สามารถอธิบายได้จาก Customer Journey ต่อไปนี้



บทที่ 5 แผนการดำเนินงาน

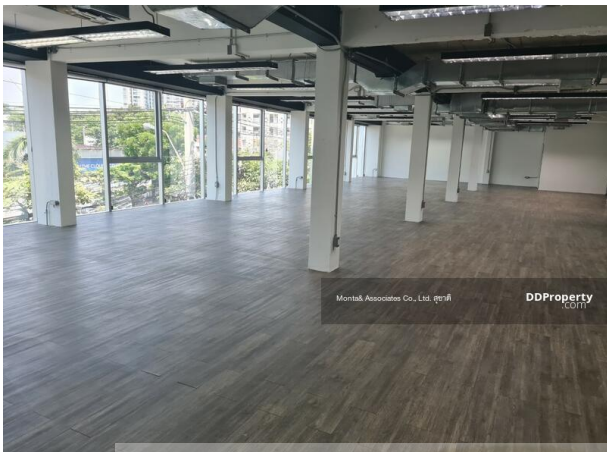
บริษัท OLDCARE SERVICE เป็นธุรกิจเปิดใหม่ ให้บริการการดูแลและรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลให้บริการดูแลและรับส่งพาผู้สูงอายุไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล โดยมีรถผู้รับ-ส่งไปกลับโรงพยาบาลพร้อมพนักงานขับรถ ผู้ช่วยส่วนตัวคอยบริการและอำนวยความสะดวกตลอดเวลา และมี Application รายงานสถานะและคำวินิจฉัยต่างๆ ข้อมูลการดูแลสุขภาพ ยา วิธีการรับประทาน ยา ใบนัดหมายในครั้งถัดไปของผู้สูงอายुरวบรวมข้อมูลไว้ใน Application เดียว

5.1 ทำเลที่ตั้ง

- 4366/1-6 อาคารมณฑาชั้น 1 และ 2 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขต คลองเตย กรุงเทพมหานคร
- พื้นที่ 430 ตารางเมตร พร้อมที่จอดรถ ราคาเช่าอยู่ที่ 172,000 บาท/เดือน



รูปที่ 17 แสดงภาพอาคารสำนักงาน



รูปที่ 18 แสดงภาพพื้นที่ในอาคารสำนักงาน



รูปที่ 19 แสดง Layout ของ office



รูปที่ 20 แสดงแผนที่ที่ตั้งสำนักงาน

5.4 กระบวนการในการให้บริการ

1. ลูกค้าให้ความสนใจและเลือกซื้อบริการ
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์โทรแนะนำวิธีการให้บริการ
3. ลูกค้ารับบริการ ไป-กลับ โรงพยาบาล
- 4.เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์โทรสอบถามความพึงพอใจหลังการใช้งาน
5. ลูกค้าให้คำแนะนำและนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาการบริการ

ตารางที่ 5.2

5.5 ตารางแสดงอุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์การให้บริการ

ตารางแสดงข้อมูลรายละเอียดของอุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์ในการให้บริการ
ลูกค้ารายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ชื่ออุปกรณ์	คำอธิบาย	ภาพ	ราคาต่อหน่วย (บาท)
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ DELL DESKTOP AIO INSPIRON 5400- W266156200THHS BLACK	ใช้สำหรับการใช้ งาน ของฝ่าย บุคคล บัญชี ใน สำนักงาน		25,900
เครื่องปริ้นเตอร์ เลเซอร์ Brother HL- L3270CDW	ใช้สำหรับการปริ้น เอกสารใน สำนักงาน		9,900

<p>MacBook Pro M1 รุ่น13 256 GB</p>	<p>ใช้สำหรับการ ออกแบบงานโป รโมทบริการ</p>		<p>42,900</p>
<p>โทรทัศน์ LG ทีวี UHD LED ปี 2021 (55", 4K, Smart) รุ่น 55UP7750PTB.ATM</p>	<p>ใช้สำหรับในห้อง ประชุม+สำนักงาน</p>		<p>25,900</p>
<p>IPAD MINI 64 GB Wifi+Cellular</p>	<p>ใช้สำหรับ เจ้าหน้าที่ฝ่าย บริการลูกค้า</p>		<p>23,400</p>
<p>IPAD PRO รุ่น 11 นิ้ว 128 GB Wifi+Cellular</p>	<p>ใช้สำหรับฝ่าย การตลาดและฝ่าย ขาย</p>		<p>32,900</p>

<p>IPHONE 12 MINI</p> <p>64 GB</p>	<p>ใช้สำหรับฝ่าย ลูกค้าสัมพันธ์</p>		<p>21,900</p>
<p>ชุดโต๊ะประชุม</p>	<p>ใช้สำหรับการ ประชุมใน สำนักงาน</p>		<p>40,000</p>
<p>ชุดโต๊ะ เก้าอี้สำนักงาน</p>	<p>ใช้ในการนั่งทำงาน ในสำนักงาน</p>		<p>15,000</p>
<p>อุปกรณ์เครื่องเขียน</p>	<p>ใช้สำหรับ</p>		<p>5,000</p>

รถตู้ Aplhard	ใช้สำหรับการ ให้บริการรับส่ง ลูกค้า		3,890,000
ชุดเครื่องหอม และครีมบำรุงมือ (Welcome set)	ใช้สำหรับการมอบ ให้ลูกค้าในการรับ บริการ		150

บทที่ 6 การบริหารและจัดการองค์กร

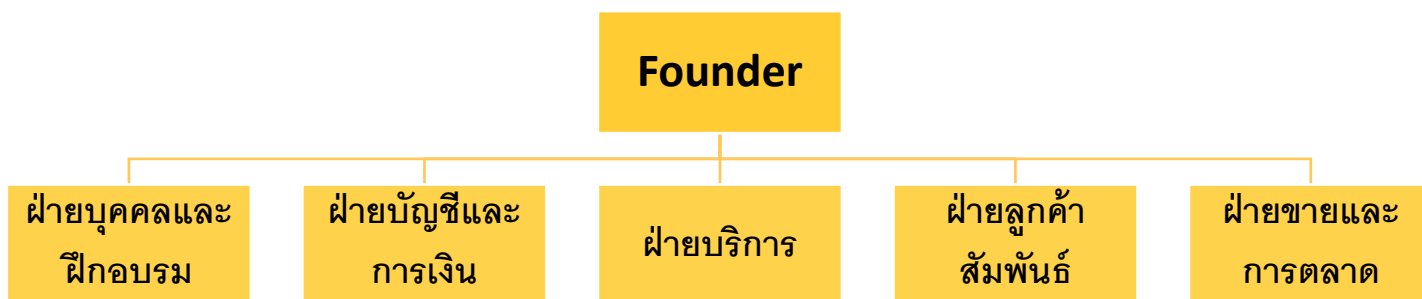
6.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

ตารางที่ 6.1 แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น

รายนามผู้ถือหุ้น	จำนวนเงินลงทุน	อัตราส่วนถือครองหุ้น
1. นายกิตติกร แสงชัย	5,000,000	33%
2. นายธนวัฒน์ เรียวเรืองแสงกุล	2,500,000	17%
3. นายอนุวัติ ริวน	2,500,000	17%
4. นายอักรินทร์ ขจรกุลวิชัย	2,500,000	17%
5. นางสาวมิ่งโกมล ศรีสารคาม	2,500,000	17%
รวม	15,000,000	100%

6.2 โครงสร้างภายในองค์กร (Organizational Chart)

บริษัท OLDCARE SERVICE เป็นบริษัทเปิดใหม่จึงวางแผนผังในการบริหารงานเป็นแบบการกระจายอำนาจ (Decentralization) เพื่อกระจายอำนาจในการตัดสินใจให้ระดับปฏิบัติการ อีกทั้งยังลดเวลาขั้นตอนในการติดต่อประสานงานการตัดสินใจ เพื่อให้ทันต่อการพัฒนาและการแข่งขันของตลาด



กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

Oldcare ใช้กลยุทธ์เน้นการเติบโต (Intensive Growth Strategy) เราดำเนินธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและมั่นคง โดยการขยายตลาดเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและก้าวเป็นผู้นำในตลาดด้านการบริการดูแลผู้สูงอายุที่ดีที่สุดในไทย

กลยุทธ์ระดับบริหาร (Business Strategy)

เราใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในการสร้างและพัฒนาบริการที่เหนือระดับกว่าเจ้าอื่นๆในตลาด โดยบริการของเราสามารถ Tracking สถานะและแสดงผลใน Application บน Smartphone หรือ Device ของลูกค้าได้ตลอดเวลาไร้ขีดจำกัด และอีกเรื่องความรวดเร็วในการตอบสนองได้ทันตามความต้องการของลูกค้าบริการของเรานำข้อมูลมาพัฒนาจุดแตกต่างในการบริการให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากที่สุด

กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Strategy)

ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขาย

ลักษณะงาน - วางกลยุทธ์ด้านการตลาด และกิจกรรมส่งเสริมการขาย

- วางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขายโฆษณาประชาสัมพันธ์
- ประสพการณ์ด้านการตลาดอย่างน้อย 1-2 ปี ด้านการตลาด

คุณสมบัติ - เพศชาย/หญิง อายุไม่เกิน 35 ปี

- วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาการตลาด
- มีประสบการณ์ด้านการดูแลจัดการด้าน Social Media เช่น Website, Facebook, Line@, IG

เงินเดือน : 30,000 บาท

ฝ่ายบริการ

ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริการ

ลักษณะงาน - บริการดูแลผู้สูงอายุทั้งกายและใจด้วยความใส่ใจ

- มีหน้าที่บันทึกข้อมูลต่างๆของผู้สูงอายุขณะที่รับบริการที่โรงพยาบาล

คุณสมบัติ - จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการพยาบาล

- มีประสบการณ์ อย่างน้อย 1-3 ปี

- มีใจรักงานบริการ

- มีมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพที่ดี

- มีความละเอียดรอบคอบ ช่างสังเกตและมีความซื่อสัตย์ สุจริตต่อหน้าที่

เงินเดือน : 18,000 บาท

พนักงานขับรถ

ลักษณะงาน - ขับรถรับ-ส่งให้บริการลูกค้า

- ทำความสะอาดรถ

- ตรวจสอบเช็คสภาพรถ/ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย

- มีทักษะในการบำรุงรักษาและดูแลรถยนต์เบื้องต้นได้

คุณสมบัติ - เพศ : ชาย

- อายุ 25 – 35 ปี

- ระดับการศึกษา ม.6 หรือ ปวช.

- รู้จักเส้นทางในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และ ตจว. เป็นอย่างดี

- สามารถทำงานล่วงเวลาได้ มีวินัย ตรงต่อเวลา

- มีใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคล

- มีประสบการณ์จะพิจารณาเป็นพิเศษ

เงินเดือน : 15,000 บาท

ฝ่ายบุคคลและฝึกอบรม

ลักษณะงาน - ทำงานเชิงรุก เป็นระบบ และมี passion ในการบรรลุเป้าหมาย

- มีความคิดสร้างสรรค์ และปรับปรุงกระบวนการทำงานตลอดเวลา
- มีทักษะการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์
- สรรหาบุคคล ฝึกอบรม และตรวจสอบมาตรฐานการบริการ
- วางแผนด้านทรัพยากรบุคคลในองค์กร
- จัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับคนในองค์กร(เน้นการบริการ)
- ประเมินผลและด้านแรงงานสัมพันธ์

คุณสมบัติ - เพศชาย/หญิงอายุไม่เกิน 30 ปี

- ปริญญาตรีด้านการบริหาร/พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
- ประสบการณ์ด้าน Recruit อย่างน้อย 2 ปี และ Training 1 ปี (พิจารณาเป็นพิเศษ)
- มีทักษะการสรรหา และสัมภาษณ์ตาม Role base competency

เงินเดือน : 25,000

ฝ่ายบัญชีและการเงิน

ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บัญชี

ลักษณะงาน - บันทึก และตรวจสอบข้อมูลทางด้านบัญชี

- จัดทำใบสำคัญรับ-จ่าย และบันทึกบัญชีประจำวัน
- งานธุรการที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย
- บันทึกข้อมูลแยกประเภท สรุปรายรับ-จ่ายประจำเดือน
- งานอื่นๆที่ได้รับมอบหมาย
- บัญชีต้นทุนสินค้า

คุณสมบัติ - เพศ : ชาย/หญิง

- อายุ : 25 – 30 ปี
- วุฒิกการศึกษาปริญญาตรี สาขาบัญชี
- ประสบการณ์ 1ปีขึ้นไป

เงินเดือน : 25,000 บาท

ตำแหน่งเจ้าหน้าที่การเงิน

ลักษณะงาน - ควบคุมการรับเงินสดและเช็ค โดยตรวจสอบการออกใบเสร็จรับเงิน การลงบันทึกรายการรับและการนำฝากธนาคาร

- ควบคุมการจ่ายเงินสดและเช็ค รวมทั้งเงินสดย่อย โดยตรวจสอบเอกสารการเบิกจ่าย ให้เป็นไปตามระเบียบบริษัท

- จัดลำดับการเบิกจ่ายเงิน โดยตรวจสอบเงื่อนไขระยะเวลาเครดิตที่ได้รับ และกำกับดูแลให้เป็นไปตามวันที่กำหนด

- บริหารเงินหมุนเวียน โดยรวบรวมข้อมูลเงินเข้า-ออก วิเคราะห์สถานะทางการเงินของบริษัท

- รับผิดชอบรวบรวมและพัฒนารายงานการเงินที่มีคุณภาพให้ถูกต้องตามเวลาที่กำหนดภายใต้เงื่อนไขขององค์กร

- ทำให้แน่ใจว่ามีแผนการเงิน (รวมถึงเรื่องการตรวจสอบ) ของโครงการ และแผนฯ ได้นำมาปฏิบัติพร้อมปรับปรุงอยู่เสมอ

- อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

คุณสมบัติ เพศ : ชาย/หญิง

- อายุ : 25 – 30 ปี

- วุฒิการศึกษาปริญญาตรี สาขาการเงิน

- ประสบการณ์ 1ปีขึ้นไป

เงินเดือน : 25,000 บาท

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

ลักษณะงาน - ให้บริการด้านข้อมูลการให้บริการแก่ลูกค้า

- เสนอสิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า
- ติดตามและทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจกับบริการ
- ติดต่อประสานงานกับลูกค้า

คุณสมบัติ อายุ 25-35 ปี (เพศชาย / เพศหญิง)

- สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาใดก็ได้
- สามารถใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ได้ดี
- มีทักษะในการเจรจาที่ดี
- มีปฏิภาณไหวพริบ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และรับมือกับคำวิพากษ์วิจารณ์ของ

ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

- สามารถวิเคราะห์ข้อมูลจากการติดต่อของลูกค้า เพื่อนำมาแก้ไขปัญหา หรือนำเสนอสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า
- มีใจรักงานด้านบริการ น้ำเสียงนุ่มนวล ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความอดทน และควบคุมอารมณ์ได้ดี ใจเย็น และรู้จักกาลเทศะ
- สามารถรับผิดชอบงานได้ด้วยตนเอง และเข้าใจหลักการของงานบริการ
- หากมีหลักฐานการอบรม หรือมีประสบการณ์ ด้านการนำเสนอสินค้า หรือการบริการ จะพิจารณาเป็นพิเศษ

เงินเดือน : 15,000 บาท

บทที่ 7 แผนการเงิน

7.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

โครงสร้างเงินลงทุนในโครงการ

จากการประเมินเงินลงทุน รายได้ และค่าใช้จ่ายของกิจการ พบว่า Oldcare service ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 33,700,276 บาท โดยมีโครงสร้างในการลงทุน โดยมีแหล่งที่มาของเงินทุน 2 แหล่งคือ

1. ผู้ถือหุ้นจำนวน 5 ราย จำนวน 5 ล้านบาท 1 ราย จำนวนรายละ 2.5 ล้านบาท 4 ราย รวม 15 ล้านบาท มีนโยบายจ่ายปันผล 20 % ในปีที 4 และ 5

2. เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินจำนวน 18.7 ล้านบาทด้วยอัตราดอกเบี้ย 5.6 % โดยทำการผ่อนชำระเป็นระยะเวลา 5 ปี นัดชำระปีละ 2 ครั้ง

ตารางที่ 7.1 แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น

รายนามผู้ถือหุ้น	จำนวนเงินลงทุน	อัตราส่วนถือครองหุ้น
1. นายกิตติกร แสงชัย	5,000,000	33.33%
2. นายชนวัฒน์ เรียวเรืองแสงกุล	2,500,000	16.67%
3. นายอนุวัติ ริวน	2,500,000	16.67%
4. นายอักรินทร์ ขจรกุลวิชัย	2,500,000	16.67%
5. นางสาวมิ่งโกมล ศรีสารคาม	2,500,000	16.67%
รวม	15,000,000	100%

ตารางที่ 7.1.1 แสดงเงินลงทุนในโครงการ

เงินลงทุนในโครงการ	รวม(บาท)	แหล่งที่มาเงินทุน	
		เงินลงทุน(บาท)	เงินกู้(บาท)
ค่ามัดจำเช่าสำนักงานล่วงหน้า 3 เดือน	516,000	516,000	0
ค่าตกแต่งสำนักงาน	450,000	450,000	0
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	777,700	777,700	0
เงินวางมัดจำการเช่ารถ	250,000	250,000	0
ค่าออกแบบพัฒนาและดูแลระบบ Application	2,000,000	2,000,000	0
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	50,000	50,000	0
เงินทุนหมุนเวียน	29,656,576	10,956,300	18,700,276
รวม	33,700,276	15,000,000	18,700,276

ตารางที่ 7.1.2 แสดงการชำระคืนเงินกู้ตลอดระยะเวลา 5 ปีของอายุสัญญาเงินกู้ หน่วย: บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดเงินกู้คงเหลือ (ต้นปี)	18,700,276	14,960,221	11,220,166	7,480,110	3,740,055
จ่ายเงินคืน งวดแรก	1,870,028	1,870,028	1,870,028	1,870,028	1,870,028
ยอดเงินกู้คงเหลือ (กลางปี)	16,830,248	13,090,193	9,350,138	5,610,083	1,870,028
จ่ายเงินคืน งวดที่ 2	1,870,028	1,870,028	1,870,028	1,870,028	1,870,028
ยอดเงินกู้คงเหลือ (ปลายปี)	14,960,221	11,220,166	7,480,110	3,740,055	-
รวมดอกเบี้ย (บาท)	994,855	785,412	575,969	366,525	157,082

ตารางที่ 7.2 แสดงรายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในการเริ่มต้นปีแรก

หน่วย : บาท

รายการ : อุปกรณ์สำนักงาน	จำนวน	ราคาต่อ/หน่วย	รวม
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	5	25,000	129,500
เครื่องปริ้นเตอร์	1	9,900	9,900
ชุดโต๊ะ+เก้าอี้สำนักงาน	10	15,000	150,000
ชุดโต๊ะประชุม	1	40,000	40,000
โทรทัศน์	2	25,900	51,800
Macbook Pro	1	42,900	42,900
IPAD PRO	2	32,900	65,800
IPHONE	2	21,900	43,800
อุปกรณ์เครื่องเขียน	1	5,000	5,000
รวม			538,700
รายการ : อุปกรณ์ในการบริการ			
IPAD MINI	10	23,900	239,000
รวม			239,000
รายการ : ยานพาหนะ			
เงินวางมัดจำการเช่ารถ	5	50,000	250,000
รวม			250,000
รายการ : ค่าเช่าสำนักงาน			
เงินวางมัดจำค่าเช่าสำนักงานล่วงหน้า 3 เดือน	1	516,000	516,000
รวม			516,000
รายการ : ตกแต่งสำนักงาน			
ค่าตกแต่งสำนักงาน	1	450,000	450,000
รวม			450,000

รายการ : ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินกิจการ			
ค่าจดทะเบียนบริษัทและอื่นๆ	1	50,000	50,000
รวม			50,000
รายการ : ค่าออกแบบพัฒนาและดูแลระบบ			
ค่าออกแบบพัฒนาและดูแลระบบ Application	1	2,000,000	2,000,000
รวม			2,000,000
รวม			4,043,700

ข้อมูลในตารางที่ 7.2 แสดงค่าใช้จ่ายตามประเภทต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ค่าจัดซื้ออุปกรณ์สำนักงานสำหรับการเริ่มต้นกิจการ
2. ค่าจัดซื้ออุปกรณ์ในการให้บริการลูกค้า
3. ค่าเงินวางมัดจำเช่ารถในการบริการลูกค้า
4. ค่าออกแบบพัฒนาและดูแลระบบ Application
5. ค่าตกแต่งสำนักงาน
6. ค่าเงินวางมัดจำเช่าสำนักงาน
7. ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินกิจการ

7.2 ที่มาของรายได้

Oldcare service รายได้มาจากการขายแพ็คเกจการให้บริการดูแลและรับส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล มีแพ็คเกจทั้งหมด 3 แพ็คเกจรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7.3 แสดงแพ็คเกจและราคา

แพ็คเกจ	ราคาขายต่อหน่วย	จำนวนครั้ง	รถผู้รับส่ง	ผู้ช่วยส่วนตัว	ประกันอุบัติเหตุ
Silver – package	18,000	3 ครั้ง	✓	✓	600,000
Gold – package	42,000	6 ครั้ง	✓	✓	1,000,000
Platinum - package	60,000	12 ครั้ง	✓	✓	2,000,000

7.2.1 การประมาณการรายได้

ตารางที่ 7.4 แสดงรายการขายแพ็คเกจ(ต่อปี) : Unit sales

หน่วย : แพ็คเกจ

แพ็คเกจ	ราคาขายต่อหน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Silver – package	18,000 บาท	200	240	288	346	415
Gold – package	42,000 บาท	400	480	576	691	829
Platinum - package	60,000 บาท	1,400	1,680	2,016	2,419	2,903
รวม		2,000	2,400	2,880	3,456	4,147

จากการประมาณการยอดขายรวม ทั้ง 3 แพ็คเกจ โดยคิด Unit sales คิดจาก จำนวนประชากรผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานครประมาณ 1,063,871 คน (ตามการรายงานสถิติของกรมกิจการผู้สูงอายุ) Oldcare เลือกจับกลุ่มเพียง 0.002 % หรือประมาณ 2,000 คน จากประชากรผู้สูงอายุทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร จากการเก็บแบบสำรวจและการสัมภาษณ์คนที่ไปใช้บริการโรงพยาบาล 3 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลปิยะเวท โรงพยาบาลพญาไท2 และ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีนครินทร์ ส่วน

ใหญ่ให้ความสนใจในแพ็คเกจ Platinum เป็นอันดับที่ 1 คนส่วนใหญ่เลือกความคุ้มค่า รองลงมา เป็นแพ็คเกจ Gold เป็นอันดับที่ 2 หลายคนยังคงตัดสินใจอยากซื้อแพ็คเกจ Platinum แต่ขอเลือกแพ็คเกจ Gold ในการทดลองใช้งานก่อน และ อันดับสุดท้ายแพ็คเกจ Silver เป็นส่วนน้อย คิดสัดส่วนประยุกต์ตามทฤษฎี ABC Analysis จัดการสินค้าคงคลัง กลุ่มบริการ A B และ C ที่ได้รับความนิยมเป็น 70 : 20 : 10 ตามลำดับ และประมาณการเติบโตปีละ 20 % ในทุกๆปี

ตารางที่ 7.5 แสดงรายได้จากการขายบริการแต่ละประเภทต่อปี : Revenue

หน่วย : บาท

แพ็คเกจ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Silver – package	3,600,000	4,320,000	5,184,000	6,228,000	7,470,000
Gold – package	16,800,000	20,160,000	24,192,000	29,022,000	34,818,000
Platinum - package	84,000,000	100,800,000	120,960,000	145,140,000	171,180,000
รวม	104,400,000	125,280,000	150,336,000	180,403,000	216,484,000

การประมาณการยอดขายต่อปีจากการตั้ง Unit sales จากตารางที่ 7.4 และ มีการประมาณการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 20 % จึงคิดคำนวณตัวเลขมาเป็นรายได้ดังตารางที่ 7.5

7.2.2 การประมาณการต้นทุน

ตารางที่ 7.6 แสดงต้นทุนบริการต่อหน่วย

แพ็คเกจ	ราคาขายต่อหน่วย	ราคาต้นทุนต่อหน่วย
Silver – package	18,000	10,800
Gold – package	42,000	22,800
Platinum - package	60,000	48,000

ต้นทุนคิดของแพ็คเกจแต่ละประเภทจากตารางที่ 7.7 คิดคำนวณต้นทุนจาก

1. จากค่าน้ำมันรถ
2. ค่าตอบแทนพนักงานผู้ให้บริการ

3. ค่าเช่ารถ
4. ค่าชุด Welcome set สำหรับบริการลูกค้า
5. ค่าเบี้ยประกัน (แตกต่างกันแต่ละทุนประกันของแต่ละแพ็คเกจ)

ตารางที่ 7.7 แสดงต้นทุนและยอดขายต่อปี

แพ็คเกจ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Silver – package : Unit sales					
	200	240	288	346	415
ต้นทุน:หน่วย	10,800	10,800	10,800	10,800	10,800
ราคาขาย:หน่วย	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
ต้นทุนรวม	2,160,000	2,592,000	3,110,400	3,732,480	4,478,976
ยอดขาย	3,600,000	4,320,000	5,184,000	6,220,800	7,464,960
Percentage of sales-volume	10%	10%	10%	10%	10%
Percentage of sales	3.4%	3.4%	3.4%	3.4%	3.4%
Gold – package : Unit sales					
	400	480	576	691	829
ต้นทุน:หน่วย	22,800	22,800	22,800	22,800	22,800
ราคาขาย:หน่วย	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000
ต้นทุนรวม	9,120,000	10,944,000	13,132,800	15,759,360	18,911,232
ยอดขาย	16,800,000	20,160,000	24,192,000	29,030,400	34,836,480

Percentage of sales- voloume	20%	20%	20%	20%	20%
Percentage of sales	16.1%	16.1%	16.1%	16.1%	16.1%
Platinum - package : Unit sales	1,400	1,680	2,016	2,419	2,903
ต้นทุน:หน่วย	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
ราคาขาย:หน่วย	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ต้นทุนรวม	67,200,000	80,640,000	96,768,000	116,121,600	139,345,920
ยอดขาย	84,000,000	100,800,000	120,960,000	145,152,000	174,182,400
Percentage of sales- voloume	70%	70%	70%	70%	70%
Percentage of sales	80.5%	80.5%	80.5%	80.5%	80.5%
Unit sales : จำนวนยอดขายรวมต่อปี	2,000	2,400	2,880	3,456	4,147
ต้นทุนรวม	78,480,000	94,176,000	113,011,200	135,613,440	162,736,128
ยอดขายรวม	104,400,000	125,280,000	150,336,000	180,403,200	216,483,840

7.3 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 7.8 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร
(ต่อปี)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสำนักงาน	2,064,000	2,064,000	2,064,000	2,064,000	2,064,000
ค่าน้ำ ค่าไฟ	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าการตลาด	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
เงินเดือนพนักงาน	4,968,000	5,580,000	6,672,000	7,680,000	8,688,000
ค่าใช้จ่ายสมทบ ประกันสังคม	189,000	216,000	261,000	306,000	351,000
ค่าเช่ารถ	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
เงินวางมัดจำการเช่ารถ	0	50,000	100,000	100,000	100,000
ค่าน้ำมันรถ	900,000	1,080,000	1,440,000	1,800,000	2,160,000
ค่าเสื่อมราคา	245,540	255,100	264,660	279,000	293,340
ค่าของเบ็ดเตล็ด	300,000	360,000	432,000	518,400	622,080
ค่าบริการรายเดือน โทรศัพท์	96,000	108,000	120,000	138,000	156,000
ค่าพัฒนาและดูแลระบบ Application	2,000,000	2,500,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
ค่าอื่นๆ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
รวม	16,822,540	18,273,100	20,413,660	21,945,400	23,494,420

จากตาราง 7.8 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารยอดรวมต่อปี ซึ่งจะแสดงที่มาของข้อมูลและการคำนวณตัวเลขค่าใช้จ่ายแต่ละประเภทดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7.9 แสดงค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงาน (ต่อปี)

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
35,000	ผู้บริหาร	1	1	1	1	1
18,000	เจ้าหน้าที่บริการ	8	10	12	15	18
15,000	พนักงานขับรถ	5	6	8	10	12
30,000	ฝ่ายการตลาด	1	1	1	1	1
25,000	ฝ่ายขาย	1	1	2	2	2
25,000	ฝ่ายบุคคลและ ฝึกอบรม	1	1	1	1	1
25,000	ฝ่ายบัญชี	1	1	1	1	1
25,000	ฝ่ายการเงิน	1	1	1	1	1
15,000	ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	2	2	2	2	2
	ต่อเดือน	414,000	465,000	556,000	640,000	724,000
	ต่อปี	4,968,000	5,580,000	6,672,000	7,680,000	8,688,000

Oldcare service ประมาณการการเติบโตของยอดขายในปีที่ 2 – 5 ตามปีละ 20 % ลำดับตั้งแต่ปีที่ 2 เป็นต้นไปจึงมีการจ้างพนักงานในส่วนของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าและพนักงานขับรถเพิ่มเพื่อให้พอต่อการให้บริการลูกค้า

ตารางที่ 7.10 แสดงค่าใช้จ่ายเงินสมทบประกันสังคม

ค่าใช้จ่ายสมทบ
ประกันสังคม

ค่าใช้จ่ายสมทบ ประกันสังคม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนพนักงาน	21	24	29	34	39
รายจ่ายเงินสมทบต่อคน	750	750	750	750	750
ต่อเดือน	15,750	18,000	21,750	25,500	29,250
รวมต่อปี	189,000	216,000	261,000	306,000	351,000

จ่ายเงินสมทบประกันสังคมให้พนักงานตามอัตรากำหนดสูงสุดของกองทุน
ประกันสังคม เดือนละ 750 บาท

ตารางที่ 7.11 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด
(ต่อปี)

ค่าการตลาด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Online	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
Exhibition	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
สื่อโฆษณาผ่านรายการ	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Promotion	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
รวม	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000

Oldcare service ใช้ช่องทางการตลาด 4 ประเภท โดยใช้งบประมาณในแต่ละประเภท
ดังต่อไปนี้

1. การตลาดช่องทาง Online 400,000 บาท/ปี
2. การออกงาน Exhibition 800,000 บาท/ปี

3. การตลาดผ่านสื่อโฆษณาผ่านรายการ 1,000,000 บาท/ปี

4. การส่งเสริมการขาย 800,000 บาท/ปี

ตารางที่ 7.12 แสดงค่าใช้จ่ายสำนักงาน

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ

สำนักงาน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสำนักงานต่อเดือน	172,000	172,000	172,000	172,000	172,000
ค่าเช่าสำนักงานต่อปี	2,064,000	2,064,000	2,064,000	2,064,000	2,064,000
ค่าน้ำ ค่าไฟ รายเดือน	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าน้ำ ค่าไฟต่อปี	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000

ค่าเช่าสำนักงานราคาเดือนละ 172,000 บาท และประมาณการค่าน้ำ ค่าไฟเดือนละ 20,000 บาท

ตารางที่ 7.13 แสดงค่าใช้จ่ายยานพาหนะ

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ

ยานพาหนะ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนรถที่เช่า	5	6	8	10	12
ค่าเช่ารถรายเดือน : คัน	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000
ค่าเช่ารถต่อปี	2,700,000	3,240,000	4,320,000	5,400,000	6,480,000
ค่าน้ำมันรถรายเดือน:คัน	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่าน้ำมันรถต่อปี	900,000	1,080,000	1,440,000	1,800,000	2,160,000

ค่าเช่ารถตู้ในการให้บริการ ราคาเช่าเดือนละ 45,000 บาท

ค่าน้ำมันรถตู้คิดประมาณการจากการใช้งานจริง ระยะทางในเขตกรุงเทพมหานครเพื่ออัตราสิ้นเปลืองการบริโภคน้ำมันในการจราจรที่ติดขัด เฉลี่ย 9 - 10 กม./ลิตร และระยะทางเฉลี่ยจากบ้านบริเวณกรุงเทพมหานครชั้นนอกที่เป็นชุมชนอาศัยหมู่บ้านถึงโรงพยาบาลกรุงเทพชั้นใน เฉลี่ย 30-35 กิโลเมตรต่อเที่ยว ซึ่งต้องเดินทาง 4 เที่ยว ประมาณ 120-140 กิโลเมตร

1. จากสำนักงาน ไปบ้านผู้รับบริการ

2. รับจากบ้านไปโรงพยาบาล

3. รับจากโรงพยาบาลไปส่งที่บ้าน

4. จากบ้านผู้รับบริการกลับสำนักงาน

เฉลี่ยค่าน้ำมันรถวันละ 500 บาท ราคาน้ำมันลิตรละ 32 บาท จะได้น้ำมันประมาณ 15.625 ลิตร คิดจากอัตราสิ้นเปลืองจะได้ระยะทางที่รถวิ่งได้จากการเติมน้ำมันรถ 140 – 155 กิโลเมตร ต่อการเติมน้ำมัน 500 บาท

ตารางที่ 7.14 แสดงเงินมัดจำเช่ารถ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนรถเช่าในการให้บริการ	5	6	8	10	12
จำนวนรถเช่าในการให้บริการส่วนเพิ่ม	0	1	2	2	2
เงินมัดจำต่อคัน	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
รวมเงินวางมัดจำ	0	50,000	100,000	100,000	100,000
จำนวนรถให้บริการ	5	6	8	10	12
ค่าน้ำมันรถต่อคัน	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
รวมเงินค่าน้ำมันรถต่อเดือน	75,000	90,000	120,000	150,000	180,000
รวมเงินค่าน้ำมันรถต่อปี	900,000	1,080,000	1,440,000	1,800,000	2,160,000

เงินวางมัดจำรถคันละ 50,000 บาท ในปีที่ 1 5คัน จากการประมาณการการเติบโตของยอดขาย จึงต้องวางเงินมัดจำในการเช่ารถเพิ่มตั้งแต่วันที่ 2 – 5 เช่าเพิ่มจำนวน 1,2,2 และ 2 คัน ตามลำดับ

ตารางที่ 7.15 แสดงค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับของ

เบ็ดเตล็ด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวน Welcome set	2000	2400	2880	3456	4147
ราคาต่อ : ชุด	150	150	150	150	150
รวมค่าของเบ็ดเตล็ด	300,000	360,000	432,000	518,400	622,050

ชุด Welcome set เป็นชุดเครื่องหอมและครีมบำรุงมือ ใช้สำหรับการมอบให้ลูกค้าในการรับบริการสั่งผลิตตามจำนวน 2,000 ชุดในปีที่ 1 และเพิ่มขึ้นตามการประมาณการปีละ 20 % ในปีที่ 2 – 5 จำนวนสั่งผลิตตามลำดับข้างต้นในตาราง ราคาต่อชุดจากการสอบถาม ผู้ผลิตราคาชุดละ 150 บาท พร้อมแพ็คเกจ

ตารางที่ 7.16 แสดงค่าใช้จ่ายค่าบริการรายเดือนโทรศัพท์

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าบริการรายเดือนโทรศัพท์

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Call center ถูกค่าสัมพัทธ์	2	2	2	2	2
ราคาต่อ : เดือน	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
รวมต่อ : เดือน	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
สำหรับ IPADในการให้บริการ	8	10	12	15	18
ราคาต่อ : เดือน	500	500	500	500	500
รวมต่อ : เดือน	4,000	5,000	6,000	7,500	9,000
รวมค่าใช้จ่ายบริการรายเดือนต่อปี	96,000	108,000	120,000	138,000	156,000

ค่าบริการโทรศัพท์รายเดือน แบ่งออกเป็น 2 รายการดังนี้

1. ค่าโทรศัพท์สำหรับฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ใช้สำหรับติดต่อและให้ข้อมูลกับลูกค้าโดยตรง จำนวน 2 หมายเลข เดือนละ 2,000 บาท/หมายเลข
2. ค่าบริการ Internet รายเดือนสำหรับชมการ์ตูนของ Ipad ที่ใช้สำหรับการให้บริการลูกค้า จำนวน 8 หมายเลข ในปีที่ 1 และการคาดการณ์ยอดขายเติบโตขึ้น ตั้งแต่ปีที่ 2 – 5 เพิ่มขึ้นเป็น 10 , 12 , 15 , 18 หมายเลข ตามลำดับ

ตารางที่ 7.17 ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา

ค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หมวดตงตงตงตงตงตงตง	450,000				
ค่าเสื่อมราคาตงตงตงตงตงตงตงต่อปี	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
หมวดตงตงตงตงตงตงตง	777,700				
ค่าเสื่อมราคาตงตงตงตงตงตงตงต่อปี	155,540	155,540	155,540	155,540	155,540
หมวดตงตงตงตงตงตงตงตงตงตง					
จำนวน IPAD ในการให้บริการ: เครื่อง	0	2	2	3	3
ราคาต่อหน่วย	23,900	23,900	23,900	23,900	23,900
รวม	0	47,800	47,800	71,700	71,700
ค่าเสื่อมราคาตงตงตงตงตงตงตงตงตงตง	0	9,560	9,560	14,340	14,340
รวมค่าเสื่อมราคาต่อปี	245,540	255,100	264,660	279,000	293,340

Oldcare service มีการเติบโตตามการประมาณการตั้งแต่ปีที่ 2 – 5 ตามลำดับ จึงมีการจัดหาอุปกรณ์ในการให้บริการจึงมีค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นไปในแต่ละปีตามลำดับ (ใช้ค่าเสื่อมราคาเฉลี่ย 5 ปี)

ตารางที่ 7.18 แสดงค่าพัฒนาและดูแลระบบ Application

ค่าพัฒนาและดูแลระบบ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าพัฒนาและดูแลระบบ Application	2,000,000	2,500,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
รวม	2,000,000	2,500,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000

จากการสอบถามข้อมูลจาก บริษัท ทิงค์เน็ต จำกัด สำหรับค่าออกแบบ พัฒนาและดูแลระบบ Application ตามจำนวนผู้ใช้งาน 2,000 User ตามการประมาณการในปีแรก ค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 2,000,000 บาท และเพิ่มขึ้นตามจำนวนผู้ใช้งานในปีที่ 2 – 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.19 แสดงค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
รวม	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เตรียมไว้สำหรับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากการดำเนินงาน ไว้ที่เดือนละ 10,000 บาท

7.3 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 7.20 แสดงงบประมาณการงบกำไรขาดทุน (ต่อปี)

ต้นทุนขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	104,400,000	125,280,000	150,336,000	180,403,200	216,483,840
ต้นทุนรวม	78,480,000	94,176,000	113,011,200	135,613,440	162,736,128
กำไรขั้นต้น	25,920,000	31,104,000	37,324,800	44,789,760	53,747,712
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน					
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	4,043,700				
ค่าเช่าสำนักงาน	2,064,000	2,064,000	2,064,000	2,064,000	2,064,000
ค่าน้ำ ค่าไฟ	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าการตลาด	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
เงินเดือนพนักงาน	4,968,000	5,580,000	6,672,000	7,680,000	8,688,000
ค่าใช้จ่ายสมทบประกันสังคม	189,000	216,000	261,000	306,000	351,000
ค่าเช่ารถ	2,700,000	3,240,000	4,320,000	5,400,000	6,480,000
เงินวางมัดจำการเช่ารถ	0	50,000	100,000	100,000	100,000
ค่าน้ำมันรถ	900,000	1,080,000	1,440,000	1,800,000	2,160,000
ค่าเสื่อมราคา	245,540	255,100	264,660	279,000	293,340
ค่าของเบ็ดเตล็ด	300,000	360,000	432,000	518,400	622,050
ค่าโทรศัพท์รายเดือน	96,000	108,000	120,000	138,000	156,000
ค่าพัฒนาและดูแลระบบ Application	0	2,500,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
ค่าอื่นๆ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	18,866,240	18,813,100	22,033,660	24,645,400	27,274,390
กำไรจากการดำเนินงาน	7,053,760	12,290,900	15,291,140	20,144,360	26,473,322
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน					

หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	994,855	785,412	575,969	366,525	157,082
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	6,058,905	11,505,488	14,715,171	19,777,835	26,316,240
ภาษี					
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%	1,211,781	2,301,098	2,943,034	3,955,567	5,263,248
กำไรสุทธิ	4,847,124	9,204,391	11,772,137	15,822,268	21,052,992
หัก-เงินปันผลจ่าย	0.00	0.00	0.00	3,164,454	4,210,598
กำไรหลังจ่ายเงินปันผล	4,847,124	9,204,391	11,772,137	12,657,814	16,842,393
กำไรสะสม	4,847,124	14,051,515	25,823,652	38,481,466	55,323,860
	5%	11%	17%	21%	26%

7.4 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 7.21 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด (ต่อปี)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินทุน					
เงินลงทุน	15,000,000	-	-	-	-
เงินกู้ยืม	18,700,276	-	-	-	-
ยอดขาย	104,400,000	125,280,000	150,336,000	180,403,200	216,483,840
เจ้าหน้าที่การค้า	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	138,100,276	125,280,000	150,336,000	180,403,200	216,483,840
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	1,277,700	1,325,500	1,325,500	1,349,400	1,349,400
ต้นทุนขาย-ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	78,480,000	94,176,000	113,011,200	135,613,440	162,736,128
ค่าใช้จ่ายในการขาย-ไม่รวมค่าเสื่อม	14,822,540	18,813,100	22,033,660	24,645,400	27,274,390
ดอกเบี้ยจ่าย	994,855	785,412	575,969	366,525	157,082
ภาษีเงินได้	1,211,781	2,301,098	2,943,034	3,955,567	5,263,248
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
ชำระคืนเงินกู้	3,740,055	3,740,055	3,740,055	3,740,055	3,740,055
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	100,526,931	121,141,164	143,629,418	169,670,388	200,520,303
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	37,573,345	41,712,181	48,418,763	59,151,575
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก-ข)	37,573,345	4,138,836	6,706,582	10,732,812	15,963,537
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	37,573,345	41,712,181	48,418,763	59,151,575	75,115,112

7.5 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 7.22 แสดงประมาณการงบดุล (ต่อปี)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการ เทียบเท่าอื่นๆ	37,573,345	41,712,181	48,418,763	59,151,575	75,115,112
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	37,573,345	41,712,181	48,418,763	59,151,575	75,115,112
สินทรัพย์ถาวร					
ตกแต่งและปรับปรุง สำนักงาน	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000
อุปกรณ์ในการ ให้บริการ	777,700	825,500	825,500	849,400	849,400
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,227,700	1,275,500	1,275,500	1,299,400	1,299,400
หัก ค่าเสื่อมราคา	245,540	255,100	264,660	279,000	293,340
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	982,160	1,020,400	1,010,840	1,020,400	1,006,060
รวมสินทรัพย์	38,555,505	42,732,581	49,429,603	60,171,975	76,121,172
หนี้สินและส่วนของ เจ้าของ					
หนี้สินหมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	18,700,276	14,960,221	11,220,166	7,480,110	3,740,055
รวมหนี้สิน	18,700,276	14,960,221	11,220,166	7,480,110	3,740,055
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
เงินลงทุน	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000
กำไรสะสม	4,847,124	14,051,515	25,823,652	38,481,466	55,323,860
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	19,847,124	29,051,515	40,823,652	53,481,466	70,323,860

รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	38,547,400	44,011,736	52,043,818	60,961,577	74,063,915
--------------------------------	------------	------------	------------	------------	------------

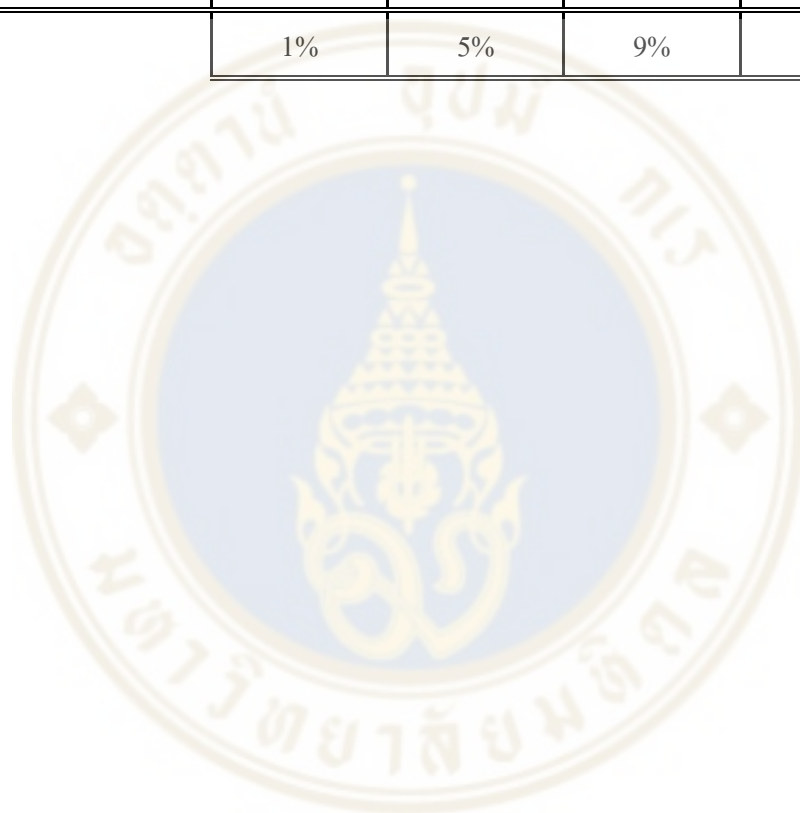


7.6 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Worst Case)

ตารางที่ 7.23 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1-5 (Worst Case)

ต้นทุนขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	83,520,000	100,224,000	120,268,800	144,322,560	173,187,072
ต้นทุนรวม	62,784,000	75,340,800	90,408,960	108,490,752	130,188,902
กำไรขั้นต้น	20,736,000	24,883,200	29,859,840	35,831,808	42,998,170
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน					
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	4,043,700				
ค่าเช่าสำนักงาน	2,064,000	2,064,000	2,064,000	2,064,000	2,064,000
ค่าน้ำ ค่าไฟ	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าการตลาด	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
เงินเดือนพนักงาน	4,968,000	5,580,000	6,672,000	7,680,000	8,688,000
ค่าใช้จ่ายสมทบประกันสังคม	189,000	216,000	261,000	306,000	351,000
ค่าเช่ารถ	2,700,000	3,240,000	4,320,000	5,400,000	6,480,000
เงินวางมัดจำการเช่ารถ	0	50,000	100,000	100,000	100,000
ค่าน้ำมันรถ	900,000	1,080,000	1,440,000	1,800,000	2,160,000
ค่าเสื่อมราคา	245,540	255,100	264,660	279,000	293,340
ค่าของเบ็ดเตล็ด	300,000	360,000	432,000	518,400	622,050
ค่าโทรศัพท์รายเดือน	96,000	108,000	120,000	138,000	156,000
ค่าพัฒนาและดูแลระบบ Application	0	2,500,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
ค่าอื่นๆ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	18,866,240	18,813,100	22,033,660	24,645,400	27,274,390
กำไรจากการดำเนินการ	1,869,760	6,070,100	7,826,180	11,186,408	15,723,780
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน					
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	994,855	785,412	575,969	366,525	157,082

กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	874,905	5,284,688	7,250,211	10,819,883	15,566,697
ภาษี					
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%	174,981	1,056,938	1,450,042	2,163,977	3,113,339
กำไรสุทธิ	699,924	4,227,751	5,800,169	8,655,906	12,453,358
หัก-เงินปันผลจ่าย	0.00	0.00	0.00	1,731,181	2,490,672
กำไรหลังจ่ายเงินปันผล	699,924	4,227,751	5,800,169	6,924,725	9,962,686
กำไรสะสม	699,924	4,927,675	10,727,844	17,652,569	27,615,255
	1%	5%	9%	12%	16%



7.7 ประมาณการงบกระแสเงินสด (Worst Case)

ตารางที่ 7.24 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1-5 (Worst Case)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินทุน					
เงินลงทุน	15,000,000	-	-	-	-
เงินกู้ยืม	18,700,276	-	-	-	-
ยอดขาย	83,520,000	100,224,000	120,268,800	144,322,560	173,187,072
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	117,220,276	100,224,000	120,268,800	144,322,560	173,187,072
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	1,277,700	1,325,500	1,325,500	1,349,400	1,349,400
ต้นทุนขาย-ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	62,784,000	75,340,800	90,408,960	108,490,752	130,188,902
ค่าใช้จ่ายในการขายฯ-ไม่รวมค่าเสื่อม	14,822,540	18,813,100	22,033,660	24,645,400	27,274,390
ดอกเบี้ยจ่าย	994,855	785,412	575,969	366,525	157,082
ภาษีเงินได้	174,981	1,056,938	1,450,042	2,163,977	3,113,339
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
ชำระคืนเงินกู้	3,740,055	3,740,055	3,740,055	3,740,055	3,740,055
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	83,794,131	101,061,804	119,534,186	140,756,109	165,823,169
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	33,426,145	32,588,341	33,322,955	36,889,405
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก-ข)	33,426,145	-837,804	734,614	3,566,451	7,363,903
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	33,426,145	32,588,341	33,322,955	36,889,405	44,253,308

7.8 ประมาณการงบดุล (Worst Case)

ตารางที่ 7.25 แสดงประมาณการงบดุล ปีที่ 1-5 (Worst Case)

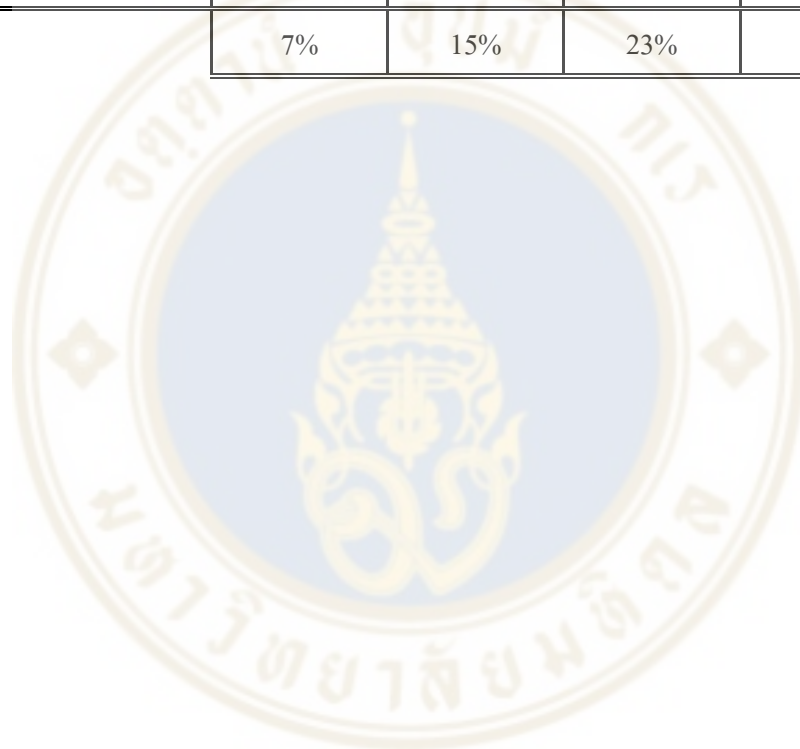
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการ เทียบเท่าอื่นๆ	33,426,145	32,588,341	33,322,955	36,889,405	44,253,308
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	33,426,145	32,588,341	33,322,955	36,889,405	44,253,308
สินทรัพย์ถาวร					
ตกแต่งและปรับปรุง สำนักงาน	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000
อุปกรณ์ในการ ให้บริการ	777,700	825,500	825,500	849,400	849,400
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,227,700	1,275,500	1,275,500	1,299,400	1,299,400
หัก ค่าเสื่อมราคา	245,540	255,100	264,660	279,000	293,340
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	982,160	1,020,400	1,010,840	1,020,400	1,006,060
รวมสินทรัพย์	34,408,305	33,608,741	34,333,795	37,909,805	45,259,368
หนี้สินและส่วนของ เจ้าของ					
หนี้สินหมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	18,700,276	14,960,221	11,220,166	7,480,110	3,740,055
รวมหนี้สิน	18,700,276	14,960,221	11,220,166	7,480,110	3,740,055
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
เงินลงทุน	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000
กำไรสะสม	699,924	4,927,675	10,727,844	17,652,569	27,615,255
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	15,699,924	19,927,675	25,727,844	32,652,569	42,615,255
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ ถือหุ้น	34,400,200	34,887,896	36,948,010	40,132,679	46,355,310

7.9 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Best Case)

ตารางที่ 7.26 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1-5 (Best Case)

ต้นทุนขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	125,280,000	150,336,000	180,403,200	216,483,840	259,780,608
ต้นทุนรวม	94,176,000	113,011,200	135,613,440	162,736,128	195,283,354
กำไรขั้นต้น	31,104,000	37,324,800	44,789,760	53,747,712	64,497,254
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน					
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	4,043,700				
ค่าเช่าสำนักงาน	2,064,000	2,064,000	2,064,000	2,064,000	2,064,000
ค่าน้ำ ค่าไฟ	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าการตลาด	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
เงินเดือนพนักงาน	4,968,000	5,580,000	6,672,000	7,680,000	8,688,000
ค่าใช้จ่ายสมทบประกันสังคม	189,000	216,000	261,000	306,000	351,000
ค่าเช่ารถ	2,700,000	3,240,000	4,320,000	5,400,000	6,480,000
เงินวางมัดจำการเช่ารถ	0	50,000	100,000	100,000	100,000
ค่าน้ำมันรถ	900,000	1,080,000	1,440,000	1,800,000	2,160,000
ค่าเสื่อมราคา	245,540	255,100	264,660	279,000	293,340
ค่าของเบ็ดเตล็ด	300,000	360,000	432,000	518,400	622,050
ค่าโทรศัพท์รายเดือน	96,000	108,000	120,000	138,000	156,000
ค่าพัฒนาและดูแลระบบ Application	0	2,500,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
ค่าอื่นๆ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	18,866,240	18,813,100	22,033,660	24,645,400	27,274,390
กำไรจากการดำเนินงาน	12,237,760	18,511,700	22,756,100	29,102,312	37,222,864
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน					

หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	994,855	785,412	575,969	366,525	157,082
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	11,242,905	17,726,288	22,180,131	28,735,787	37,065,782
ภาษี					
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%	2,248,581	3,545,258	4,436,026	5,747,157	7,413,156
กำไรสุทธิ	8,994,324	14,181,031	17,744,105	22,988,629	29,652,626
หัก-เงินปันผลจ่าย	0.00	0.00	0.00	4,597,726	5,930,525
กำไรหลังจ่ายเงินปันผล	8,994,324	14,181,031	17,744,105	18,390,903	23,722,101
กำไรสะสม	8,994,324	23,175,355	40,919,460	59,310,364	83,032,464
	7%	15%	23%	27%	32%



7.10 ประมาณการงบกระแสเงินสด (Best Case)

ตารางที่ 7.27 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1-5 (Best Case)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินทุน					
เงินลงทุน	15,000,000	-	-	-	-
เงินกู้ยืม	18,700,276	-	-	-	-
ยอดขาย	125,280,000	150,336,000	180,403,200	216,483,840	259,780,608
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	158,980,276	150,336,000	180,403,200	216,483,840	259,780,608
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	1,277,700	1,325,500	1,325,500	1,349,400	1,349,400
ต้นทุนขาย-ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	94,176,000	113,011,200	135,613,440	162,736,128	195,283,354
ค่าใช้จ่ายในการขายฯ-ไม่รวมค่าเสื่อม	14,822,540	18,813,100	22,033,660	24,645,400	27,274,390
ดอกเบี้ยจ่าย	994,855	785,412	575,969	366,525	157,082
ภาษีเงินได้	2,248,581	3,545,258	4,436,026	5,747,157	7,413,156
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
ชำระคืนเงินกู้	3,740,055	3,740,055	3,740,055	3,740,055	3,740,055
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	117,259,731	141,220,524	167,724,650	198,584,666	235,217,438
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	41,720,545	50,836,021	63,514,571	81,413,745
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก-ข)	41,720,545	9,115,476	12,678,550	17,899,174	24,563,170
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	41,720,545	50,836,021	63,514,571	81,413,745	105,976,915

7.11 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 7.28 แสดงประมาณการงบดุล ปีที่ 1-5 (Best Case)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการ เทียบเท่าอื่นๆ	41,720,545	50,836,021	63,514,571	81,413,745	105,976,915
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	41,720,545	50,836,021	63,514,571	81,413,745	105,976,915
สินทรัพย์ถาวร					
ตกแต่งและปรับปรุง สำนักงาน	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000
อุปกรณ์ในการ ให้บริการ	777,700	825,500	825,500	849,400	849,400
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,227,700	1,275,500	1,275,500	1,299,400	1,299,400
หัก ค่าเสื่อมราคา	245,540	255,100	264,660	279,000	293,340
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	982,160	1,020,400	1,010,840	1,020,400	1,006,060
รวมสินทรัพย์	42,702,705	51,856,421	64,525,411	82,434,145	106,982,975
หนี้สินและส่วนของ เจ้าของ					
หนี้สินหมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	18,700,276	14,960,221	11,220,166	7,480,110	3,740,055
รวมหนี้สิน	18,700,276	14,960,221	11,220,166	7,480,110	3,740,055
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
เงินลงทุน	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000
กำไรสะสม	8,994,324	23,175,355	40,919,460	59,310,364	83,032,464

รวมส่วนของเจ้าของ	23,994,324	38,175,355	55,919,460	74,310,364	98,032,464
รวมหนี้สินและส่วนของ เจ้าของ	42,694,600	53,135,576	67,139,626	81,790,474	101,772,519



7.12 การประเมินโครงการ

บริษัท Oldcare service จำกัด จากการประมาณการใช้จ่ายเงินลงทุนทั้งสิ้นประมาณ 33,700,276 บาท โดยมีโครงสร้างในการลงทุนโดยมีแหล่งที่มาของเงินทุน 2 แหล่งคือ 1.ผู้ถือหุ้น จำนวน 15,000,000บาท 2.เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินจำนวน 18,700,276 บาท ทั้งนี้คาดว่าจะสามารถสร้างรายได้ในปีที่ 1 ประมาณ 104,400,000 บาทและเพิ่มขึ้นเรื่อยๆในทุกปี โดยจากการประมาณการโครงการในเวลา 5 ปี โครงการแผนธุรกิจ Oldcare service จะมีมูลค่าโครงการสุทธิสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 49,317,753.2 บาท และให้ผลตอบแทนภายใน (IRR) ร้อยละ 95% ระยะเวลาคืนทุนภายใน 3 ปี

ตารางที่ 7.29 แสดงตัวเลขทางการเงินจากการประมาณการระยะเวลา 5 ปี

Net Present Value =	49,317,753.2	บาท
Internal Rate of return =	95%	
Profitability Index =	41.17	
Payback Period ภายใน	3	ปี

บทที่ 8 แผนงานในอนาคต

แผนปีที่ 6-10

จากการวางแผนธุรกิจของ Oldcare service ไว้ระยะ 5 ปีแรกถ้าหากเป็นไปได้ตามการคาดการณ์ซึ่งในระยะเวลา 5 ปีแรก ได้เป็นที่รู้จักในตลาดและใช้บริการ Oldcare service มองในอนาคตธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ตามโครงสร้างทางประชากรผู้สูงอายุที่มีจำนวนสูง Oldcare service อยากพัฒนาไปเพิ่มธุรกิจใหม่ให้เป็นธุรกิจที่ครบวงจรสำหรับผู้สูงอายุ นำเอาข้อมูลของผู้สูงอายุที่เข้ารับบริการตลอด 5 ปี เพื่อนำ Insight มาวิเคราะห์และพัฒนาเป็น One stop service สำหรับผู้สูงอายุมาครบจบที่ Oldcare service ที่เดียว และขยายธุรกิจไปสู่หัวเมืองใหญ่ตามภูมิภาคต่างๆของประเทศไทย

บทที่ 9 ความเสี่ยงและแผนการรับมือ

Oldcare service ให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าเป็นสำคัญ มีการวางแผนเพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆที่อาจเกิดได้

9.1 ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

เนื่องด้วยปัจจุบันยังเผชิญกับโรคระบาดโควิด – 19 การบริการของ Oldcare เป็นบริการที่ใกล้ชิดกับผู้สูงอายุ รถยนต์ที่ให้บริการ อุปกรณ์ทุกชิ้น ผ่านการฆ่าเชื้อก่อนนำไปให้บริการ บุคลากรผู้ให้บริการทางเรามีการตรวจหาเชื้อโควิดอยู่เป็นประจำ โดยเจ้าหน้าที่สถานพยาบาล และรายงานผลอยู่เสมอ

9.2 ความเสี่ยงจากอุตสาหกรรม

ความเสี่ยงจากคู่แข่งทางธุรกิจหลังจากเริ่มการดำเนินธุรกิจย่อมมีคู่แข่งอยู่เสมอบริษัทได้เตรียมแผนฉุกเฉินไว้สำหรับปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินกิจการไปตามสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นนอกเหนือจากแผนที่วางไว้

1. สำรวจตลาดอยู่เสมอเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการบริการ
2. การตลาดเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างในกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น
3. การบริการสำรวจหาจุดบกพร่องของบริการหรือบริการที่ลูกค้าต้องการที่แท้จริงเพื่อพัฒนาการบริการให้เกิดการบริการที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า
4. ด้านราคามีการจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อให้เพิ่มยอดขายและฐานลูกค้า
5. เสริมกลยุทธ์ที่ทำให้เราชนะใจคล่องใจและส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของกิจการ
6. รับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาและต่อยอดทางธุรกิจต่อไป เพราะเราให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าเป็นสำคัญ

9.3 ความเสี่ยงจากปัจจัยภายในองค์กร

ทำการตรวจสอบสถานะทางการเงินที่ถูกต้อง ทั้งหมดทุกรายการเป็นประจำ รวมทั้งสรุปผลการทำงานและรายละเอียดการดำเนินงานทั้งหมด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประมาณการ หรือการวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินของทางบริษัท ซึ่งถือเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อแก้ไขปัญหา หรือป้องกันปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

มาตรฐานการให้บริการของพนักงาน บริษัททำการตรวจสอบมาตรฐานและอบรมพนักงานเป็นประจำเพื่อให้มาตรฐานการบริการอยู่ในระดับที่สูงให้ลูกค้าไว้วางใจและเชื่อมั่นในบริการ



บรรณานุกรม

- รับจ้างพาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลบริการใหม่ในยุคสังคมสูงวัย. (2564). สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564 , จาก <https://peacefuldeath.co/%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%88%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%B2%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B8/>
- พาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล ธุรกิจแห่งความใส่ใจ ที่ไม่ใช่ใครก็ทำแทนกันได้. (2564). สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564 , จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/963007>
- ตลาดผู้สูงอายุแนวโน้มนับเติบโตทะลุ 2 แสนล้านบาท. (2564). สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564 , จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/903290>
- บริการพาไปพบแพทย์/รับ-ส่งยา/จองคิว/รับผลตรวจ/ดูแลผู้สูงอายุ-ผู้ป่วย 24 ชม. (2564). สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564 , จาก <https://www.facebook.com/Caregiverthai/>
- พาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล. (2564). สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564 , จาก <https://www.facebook.com/TakeCareMomDad/>
- ตลาดผู้สูงอายุขุมทอง SME ไทย. (2564). สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564 , จาก https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Aging-Market_SME-Treasure_2018.pdf
- จับตาตลาดอุปกรณ์ผู้สูงวัย สดใสรับสังคมผู้สูงอายุ. (2564). สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564 , จาก <https://www.posttoday.com/finance-stock/columnist/662196>
- ใส่ใจ I Care . (2564). สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564 , จาก <https://www.saijai-icare.com/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B9%89%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3/>
- “พาผู้สูงอายุไปโรงพยาบาล” บริการรับจ้าง ตอบโจทย์สังคมสูงวัย” . (2564). สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564 , จาก https://www.sentangedtee.com/exclusive/article_116267
- ต้องเทรนด์ Aged Society ธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุที่มีแต่มูลค่าเพิ่มในอนาคต. (2564). สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2564 , จาก

บรรณานุกรม(ต่อ)

<https://www.tot.co.th/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81/SME-tips/2021/02/19/%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%99%E0%B8%94%E0%B9%8C-aged-society-%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B9%81%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B8%84%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%95>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรม ความพึงพอใจของการตัดสินใจซื้อบริการ การรับ-ส่งและดูแล
ผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลแบบเต็มรูปแบบ (Full service)

แบบสอบถามจะมีทั้งหมด 2 ส่วน จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 16 ข้อ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรม ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม 9 ข้อ

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาภาวะ
ผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ในรายวิชา
MGMG611 Business Model and Strategy Development โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา
พฤติกรรม ความพึงพอใจของการตัดสินใจซื้อบริการ การรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุไป
โรงพยาบาลแบบเต็มรูปแบบ (Full service) ในประเทศไทย

ผู้ศึกษาวิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ และขอขอบคุณท่านที่
เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ผลการศึกษาวินิจฉัยจะนำไปใช้เพื่อให้เกิด
ประโยชน์ทางวิชาการต่อไป ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจากการตอบแบบสอบถามจะถูกเก็บ
ไว้เป็นความลับ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ

1. ท่านเคยใช้บริการ รับ-ส่งผู้ป่วยหรือผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านไปโรงพยาบาล
ผ่าน Application หรือไม่

- เคย
- ไม่เคย

2. เพศ

- ชาย
- หญิง
- อื่นๆ โปรดระบุ

3. อายุ

- ต่ำกว่า 25 ปี
- 25 – 35 ปี
- 36 – 45 ปี
- 46 – 55 ปี
- 56 ปีขึ้นไป

4. อาชีพ

- ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ
- อื่นๆ โปรดระบุ

5. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
- ระดับปริญญาตรี
- ระดับปริญญาโท
- ระดับปริญญาเอก
- อื่นๆ โปรดระบุ

6. รายได้

- ต่ำกว่า 40,000 บาท
- 40,000 – 60,000 บาท
- 60,001 - 80,000 บาท
- 80,001 – 100,000 บาท
- 100,000 บาทขึ้นไป

7. ท่านดูแลรับผิดชอบสมาชิกผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านกี่คน

- 1 คน
- 2 คน
- 3 คน
- 4 คน
- โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรม ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม 9 ข้อ
 กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ

1. ถ้าหากมีบริการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านไปโรงพยาบาล ซึ่งสามารถติดตามคุณสถานะการดูแลได้ อาทิ ระหว่างการเดินทางไปพบแพทย์ ระหว่างฟังคำวินิจฉัยของแพทย์ได้ แบบ Real-time ผ่าน Application ท่านจะเลือกใช้บริการหรือไม่

- เลือกใช้บริการ
- ยังไม่เลือกใช้บริการในตอนี้
- ไม่เลือกใช้บริการ

2. ถ้าหากท่านไม่สามารถพาพ่อแม่หรือผู้สูงอายุไปหาหมอตามที่หมอนัดได้ ท่านให้ใครพาพ่อแม่หรือผู้สูงอายุของท่านไปพบแพทย์พี่น้อง

- ญาติ
- จ้างคนดูแล
- ไม่พาไปโรงพยาบาลตามนัด ไปเมื่อท่านสะดวก

3. ปัจจัยใดบ้างที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อ/ใช้บริการ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)การบริการที่มีมาตรฐาน ปลอดภัย และไว้ใจได้

- ความสะดวกในการให้บริการ
- อัตราค่าบริการ
- โปรโมชัน
- อื่นๆ โปรดระบุ

4. ท่านทราบข้อมูลค่าบริการรับ-ส่งผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลต่อครั้งหรือไม่

- ทราบ
- ไม่ทราบ

5. ท่านคิดว่าราคาค่าบริการในการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล” โดยทั่วไป”อยู่ที่ระดับราคาใดต่อ/ครั้ง (8 ชั่วโมง)

- 1,200 – 1,800 บาท
- 1,801 – 2,400 บาท
- 2,401 – 3,000 บาท

6. ท่านยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อการให้บริการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงในครอบครัวของท่านไปโรงพยาบาลแบบเต็มรูปแบบ(Full service)หรือไม่

- ยินดีที่จะซื้อการให้บริการ
- ไม่ยินดีที่จะซื้อการให้บริการ

7. ท่านคิดว่าค่าบริการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านไปโรงพยาบาลแบบเต็มรูปแบบ(Full service)ควรอยู่ที่ระดับราคาเท่าใด

- 3,000 บาท
- 3,500 บาท
- 4,000 บาท
- 4,500 บาท

8. ท่านคาดหวังอะไรกับการใช้ Application การให้บริการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลแบบเต็มรูปแบบ(Full service) (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ความปลอดภัย
- ความตรงต่อเวลา
- การดูแลอย่างมืออาชีพ
- ส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป
- อื่น โปรดระบุ

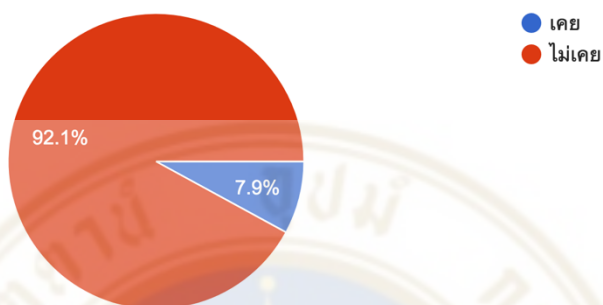
9. ความถี่ในการไปพบแพทย์ตามแพทย์นัดที่โรงพยาบาลของพ่อแม่ของท่าน

- 2 สัปดาห์ / ครั้ง
- 1 เดือน / ครั้ง
- 2 เดือน / ครั้ง
- 3 เดือน / ครั้ง
- 4 เดือน / ครั้ง
- 6 เดือน / ครั้ง
- อื่นๆ โปรดระบุ

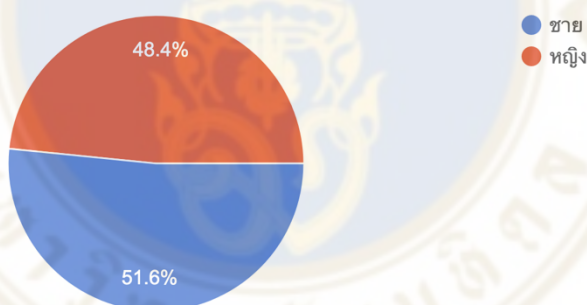
ภาคผนวก ข

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

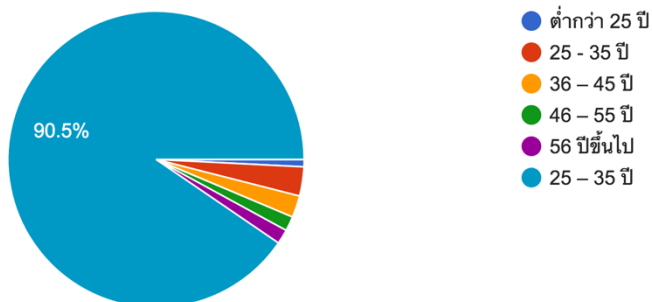
1. ท่านเคยใช้บริการ รับ-ส่งผู้ป่วยหรือผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านไปโรงพยาบาลผ่าน Application หรือไม่
คำตอบ 126 ข้อ



2. เพศ
คำตอบ 126 ข้อ

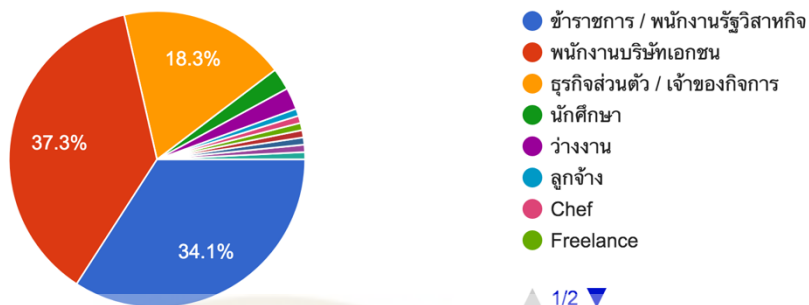


3. อายุ
คำตอบ 126 ข้อ



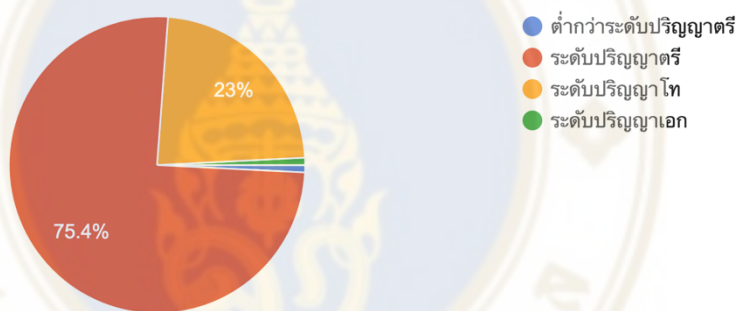
4. อาชีพ

คำตอบ 126 ข้อ



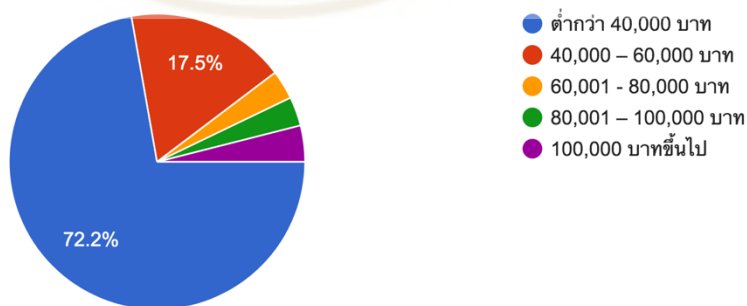
5. ระดับการศึกษา

คำตอบ 126 ข้อ

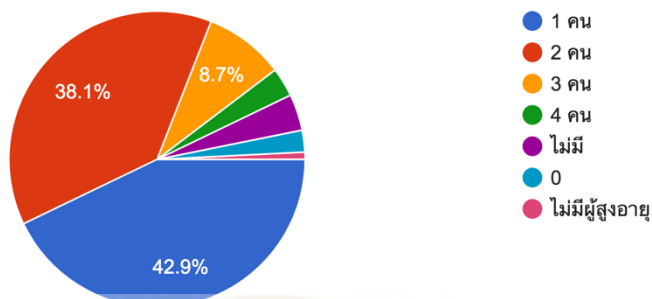


6. รายได้

คำตอบ 126 ข้อ

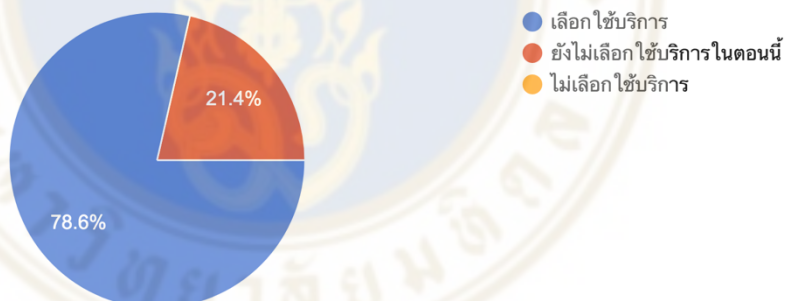


7. ท่านดูแลรับผิดชอบสมาชิกผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านกี่คน
คำตอบ 126 ข้อ

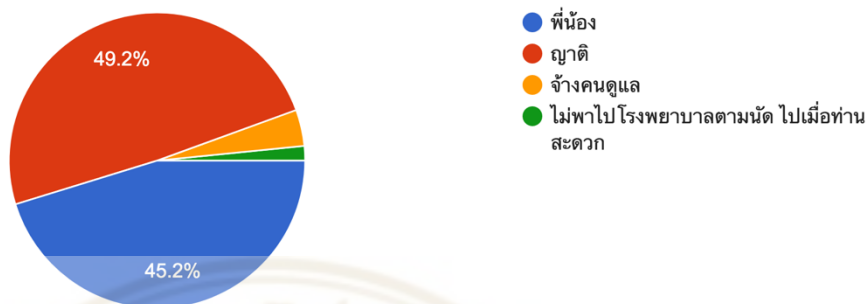


ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรม ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม 9 ข้อ

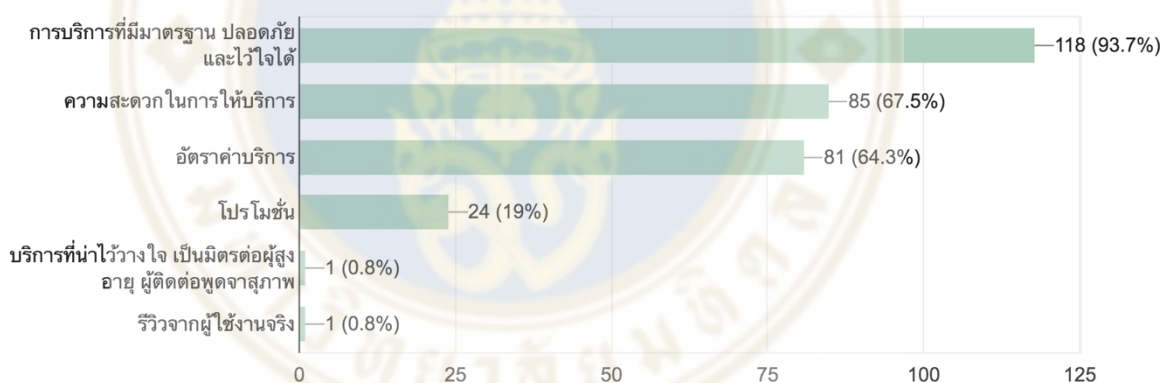
1. ถ้าหากมีบริการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านไปโรงพยาบาล ซึ่งสามารถติดตามดูสถานะการดูแลได้ อาทิ ระหว่างการเดิน...I-time ผ่าน Application ท่านจะเลือกใช้บริการหรือไม่
คำตอบ 126 ข้อ



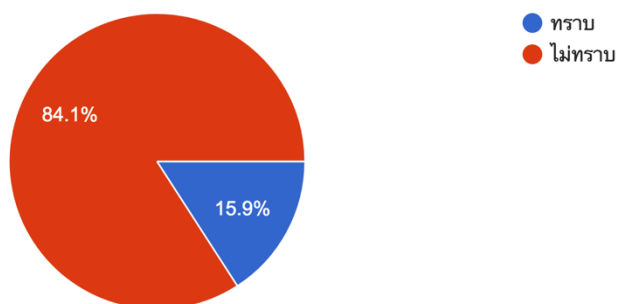
2. ถ้าหากท่านไม่สามารถพาพ่อแม่หรือผู้สูงอายุไปหาหมอตามที่หมอนัดได้
ท่านให้ใครพาพ่อแม่หรือผู้สูงอายุของท่านไปพบแพทย์
คำตอบ 126 ข้อ



3. ปัจจัยใดบ้างที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อ/ใช้บริการ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
คำตอบ 126 ข้อ

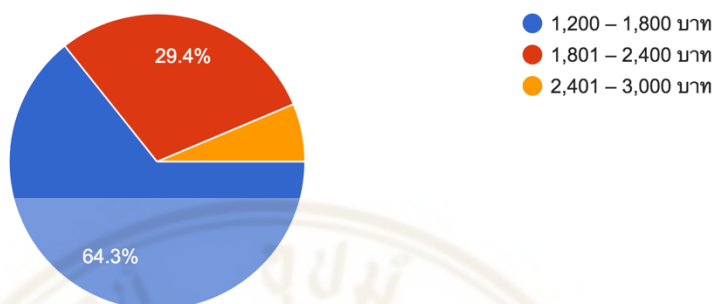


4. ท่านทราบข้อมูลค่าบริการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลต่อครั้งหรือไม่
คำตอบ 126 ข้อ



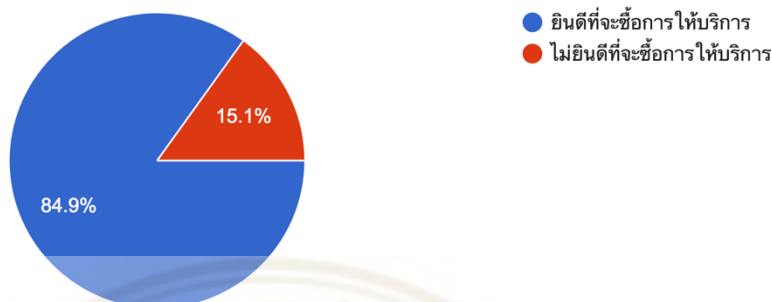
5.

ท่านคิดว่าราคาค่าบริการในการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุไป...บาล” โดยทั่วไป”อยู่ที่ระดับราคาใดต่อ/ครั้ง (8 ชั่วโมง)
คำตอบ 126 ข้อ



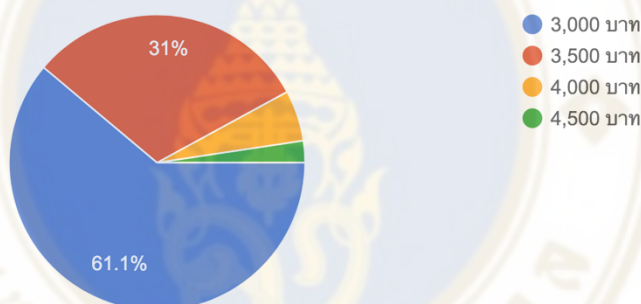
6.

ท่านยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อการให้บริการรับ-ส่งแล...ของท่านไปโรงพยาบาลแบบเต็มรูปแบบ(Full service)หรือไม่
คำตอบ 126 ข้อ



7. ท่านคิดว่าค่าบริการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านไปโรงพยาบาลแบบเต็มรูปแบบ(Full service)ควรมีอยู่ที่ระดับราคาเท่าใด

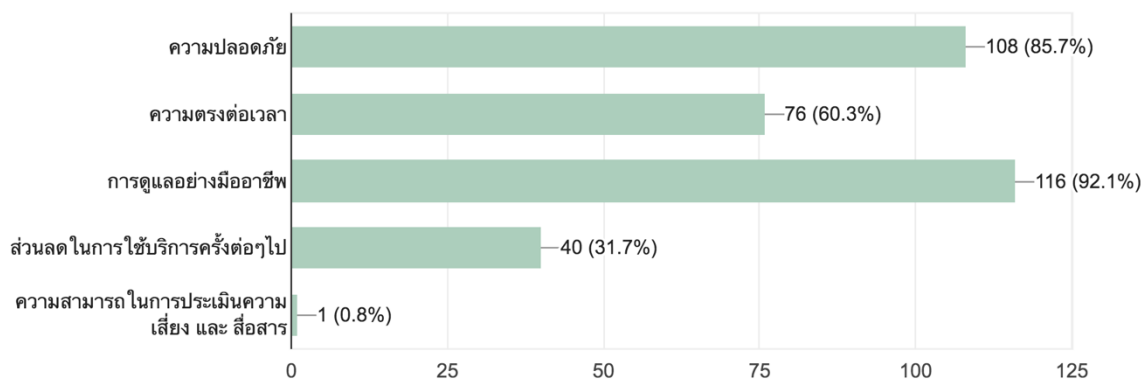
คำตอบ 126 ข้อ



8. ท่านคาดหวังอะไรกับการใช้ Application

การให้บริการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุไปโรงพยาบาลแบบเต็มรูปแบบ(Full service) (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

คำตอบ 126 ข้อ



9. ความถี่ในการไปพบแพทย์ตามแพทย์นัดที่โรงพยาบาลของพ่อแม่ของท่าน

คำตอบ 126 ข้อ



▲ 1/2 ▼

ภาคผนวก ค

วิธีดำเนินการวิจัย

วิจัยทางการตลาด แบบวิจัยปฐมภูมิ (Primary research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เดี่ยวด้วยคำถามแบบแสดงความคิดเห็น (Open-ended conversation) โดยการเลือกกลุ่มเป้าหมายจากผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีชื่อเสียงและมีผู้เข้ารับบริการอย่างต่อเนื่องเป็น โรงพยาบาลที่ใกล้เคียงกับหมู่บ้านและมีคนอาศัยอยู่จำนวนมาก

สัมภาษณ์และทดลองขายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวแพ็คเกจบริการ

สถานที่ 3 แห่ง ดังต่อไปนี้

1. โรงพยาบาลพญาไท 2
2. โรงพยาบาลปิยะเวท
3. โรงพยาบาลสมิติเวชศรีนครินทร์

ขั้นตอนในการสัมภาษณ์

1. ผู้สัมภาษณ์แนะนำตัวและโชว์บัตรนักศึกษา
2. ผู้สัมภาษณ์สอบถามความสะดวกกับผู้ถูกสัมภาษณ์ข้อมูล
3. ผู้สัมภาษณ์เตรียมใบปลิวขายบริการของ Oldcare service ที่ได้ทำการออกแบบ
4. ผู้สัมภาษณ์พูดคุยทั่วไปและกล่าวขอบคุณ

ข้อคำถามและการสัมภาษณ์

1. มีบริการดูแลผู้สูงอายุให้คุณพ่อคุณแม่มาเสนอขายสนใจมั๊ย
2. มีอะไรแนะนำเพิ่มเติมกับบริการนี้มั๊ย

สถานที่สัมภาษณ์โรงพยาบาลพญาไท 2

คนที่ 1 เพศหญิง อายุ 29 ปี อาชีพเกษตรกร

“สนใจเลือกแพ็คเกจแบบ 1 ปี อยากซื้อบริการให้แม่ แม่ป่วยด้วยโรคมะเร็งและต้องไปโรงพยาบาล ให้ลิโมอยู่เป็นประจำ พี่ก็ไม่ค่อยมีเวลาต้องสลับกับน้องชายตอนพาแม่ไปหาหมอ บริการนี้ดีนะ แต่อยากให้มีทดลองใช้ฟรีให้คนได้มาลองใช้กันดู”

คนที่ 2 เพศชาย อายุ 35 ปี อาชีพวิศวกร

“ผมว่ามันน่าสนใจนะ ถ้าเป็นผมผมจะเลือก แบบ 6 เดือนอยากให้มีแม่ลองใช้ ถ้าคิดใจค่อยซื้อใช้ บริการใหม่”

คนที่ 3 เพศหญิง อายุ 32 ปี อาชีพข้าราชการ

“เราชอบนะ อยากซื้อให้แม่ตอนแม่มาหาหมอ สะดวกเราด้วย เราชักสบาย เป็นเราเราเลือกแบบ 1 ปี ซื้อของให้แม่ซื้อได้อยู่แล้วต่อให้มีเงินไม่เยอะแต่ถ้ามันซื้อความสะดวกสบายของทั้ง คุณแม่ของตัวเองได้และได้ความปลอดภัยด้วย เราพร้อมที่เสียเงินซื้อใช้บริการ เพราะบางทีที่แม่ไปหาหมอกคนเดียว เวลาหมอสั่ง กินยาอันนี้ ห้ามกินอะไร เราถามแม่ บ่อย บางครั้งแม่จำไม่ได้ ถ้ามีการเตือนเหมือนในระบบทำให้ชีวิตเราง่ายขึ้น”

คนที่ 4 เพศหญิง อายุ 28 พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

“พี่ว่าน่าสนใจนะ ดีเลยแหละ แม่พี่ 63 ปีแล้ว ถ้าไม่คิดทำงานก็จะพาแม่ไปหาหมอแต่ส่วนใหญ่จะ คิดบินถ้ามีแบบนี้ก็ดีเลย พี่เลือกแบบ 1 ปี กะเอาคุ้มไว้ก่อน วันนี้ไม่มีทำงานเลยพาแม่ มาหาหมอพอดี”

“แม่ว่าดี แม่จะได้มีเพื่อนเวลามาหาหมอ อยากให้เค้าไปทำงานไม่ต้องเหนื่อยพาแม่มาเอง”

คนที่ 5 เพศหญิง อายุ 37 พนักงานฝ่ายบัญชี บริษัทเอกชน

“พี่ว่าดีนะ พี่ไม่เคยเห็นมาก่อน เคยแต่เห็นที่หาพยาบาลรับจ้างดูแล พี่ว่า 3 แบบมันไม่ค่อยต่าง นอกจากเงินประกัน พี่ขอเลือกแบบ 3 เดือน พี่อยากให้มีแบบ Fast พอถึงโรงพยาบาล แล้วไม่ต้องรอดติดต่อแล้วเข้าหาหมอเลย อยากให้ทางน้องติดต่อโรงพยาบาลไว้เลยมาถึง ไม่ต้องเสียเวลา ถ้ามีแบบนี้พี่จะซื้อบริการอีก ”

สถานที่สัมภาษณ์โรงพยาบาลปิยะเวท

คนที่ 6 เพศหญิง อายุ 56 ปี อาชีพแม่บ้าน

“ป้ามาหาหมอเบาหวาน ลูกอยู่ต่างประเทศเค้าก็ห้วงเวลามาโรงพยาบาลคนเดียว แต่ป้ามาได้ อันนี้ป้า ว่าดีเลยลูก ป้าจะได้มีเพื่อนมาหาหมอ ป้าอยากได้เพื่อนมาหาหมอ หาหมอเสร็จมีเพื่อน

นั่งกินกาแฟด้วย ดีเหมือนกันไม่ต้องคอยเรียกรถมาเอง มีคนมารับ-ส่ง ป้าซื้อแบบ 1 ปี
ป้ามาโรงพยาบาลทุกเดือน ลูกๆเค้าจ่ายให้เดี๋ยวถือสายบอกเค้าก็ได้แล้ว ”

คนที่ 7 เพศชาย อายุ 33 ปี อาชีพที่ปรึกษาด้านการลงทุน

“ผมมองว่าเป็นเรื่องที่ดีนะ มีบริการที่ให้ความสะดวกสบาย บางที่ผมไปนัดคุยกับลูกค้าไปออกรอบดี
กอล์ฟอยู่เป็นประจำ บางทีก็มาส่งแม่ไว้ที่โรงพยาบาลแล้วผมก็ไปออกรอบต่อจากลับ
แม่กลับบ้านเอง มีแบบบริการแบบนี้ผมอุ่นใจเลย หายห่วง มีประกันอุบัติเหตุให้ด้วย ผม
เลือกอันที่คุ้มค่าที่สุด เอแบบ 1 ปี ”

คนที่ 8 เพศหญิง อายุ 39 ปี อาชีพเจ้าของกิจการร้านอาหาร

“สนใจค่ะ พี่อยากซื้อให้พ่อ ยุ่งทำงาน คูร้าน ลูกน้อง แล้วก็ต้องเลี้ยงลูกดูแลครอบครัวด้วย อยู่คน
ละบ้านกับพ่อพี่ต้องไปรับ-ส่ง มันหลายทางเคยคิดจะจ้างคนพาไปบ้างแต่ก็ไม่ไว้ใจกับ
หายากด้วยค่ะ พี่ต้องพามาเองเหมือนเดิม ถ้าบริการที่น้องเสนอเป็นแบบนี้จริงๆ พี่โอเค
เลย มีคนมาช่วยจัดการดูแลด้วย พี่ฝากเรื่องของกินทุกครั้งเวลามาหาหมอฟีจะพาพ้อมา
ที่ Starbucks อยากให้พ่อได้กินพ็อที่ชอบ พี่เลือกแบบ 6 เดือนลองดูก่อน ถ้าบริการดีพี่
ซื้อเพิ่ม”

สถานที่สัมภาษณ์โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีนครินทร์

คนที่ 9 เพศหญิง อายุ 42 ปี อาชีพ เบื้องหลังกองละคร

“ดูน่าสนใจดีนะค่ะ ถ้าทำให้พี่มั่นใจได้ว่าปลอดภัย มีการบริการที่ดีให้กับแม่พี่แล้วเป็นในรูปแบบที่
เราเสนอพี่มา พี่ยินดีจ่ายเงินซื้อค่ะ พี่ขอเลือกแบบ 6 เดือนดูก่อนค่ะ”

คนที่ 10 เพศชาย อายุ 30 ปี อาชีพที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์และวางแผน

“สนใจแบบ 3 เดือนก่อนครับ ซื้อไว้ให้แม่ ส่วนตัวคิดว่าราคาค่อนข้างสูงในแบบที่ผมเลือกแต่แลก
กับบริการที่ดี ความสะดวกสบายของแม่ผมยินดีจ่ายครับ ผมมองว่าต้องค่อยๆให้คน
ลองใช้อาจจะต้องมีปรับบริการให้ตรงตามความต้องการของคนอยู่เรื่อยๆในช่วงแรก
เปิดให้บริการไปจะได้ insight จากผู้ใช้บริการอีกเยอะครับ”