

แผนธุรกิจ อารมณ์ดีดี
ธุรกิจบริการดูแลผู้ป่วยมะเร็งระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง


แผนธุรกิจ อารมณ์ดีดี ธุรกิจบริการดูแลผู้ป่วยมะเร็งระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด


ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร


ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต


วันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2566



.....
กฤษกร สุขเวชชวรกิจ
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมสารนิพนธ์


.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์


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


.....
นางสาวเมทวีย์ แคล้วโยธา
ผู้วิจัย


.....
ตรียุทธ พรหมศิริ,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์


.....
สาวิตรี สันติพิริยพร,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องแผนธุรกิจ “การดูแลผู้ป่วยระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด” ธุรกิจบริการด้านการบำบัดด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาข้อมูล โอกาส และความเป็นไปได้ของธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ สามารถนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี และสามารถทำให้ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

ผู้เขียนขอขอบคุณขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่วิทยาลัยการจัดการมหิดล ที่ให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ จนทำให้ผู้เขียนสามารถนำความรู้เหล่านี้มาปรับใช้ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมทั้งอาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการ และคณะกรรมการที่ปรึกษาสำหรับความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา การแนะนำ ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จ

สุดท้ายนี้ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้ป่วยมะเร็งต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใดในครั้งนี ทางผู้เขียนขออภัยและขออภัยเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

เมธาวิ แคล้วโยธา

บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันจำนวนผู้ป่วยโรคมะเร็งในประเทศไทยมีเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี และถือเป็นปัญหาด้านสาธารณสุขที่สำคัญของไทย จากข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นได้ว่าจำนวนผู้ป่วยมะเร็งในประเทศไทยมีโอกาที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมากและต่อเนื่องในอนาคต โดยจากการรวบรวมข้อมูลสถิติของโรคมะเร็งในประเทศไทยประจำปี 2564 พบว่ามีจำนวนผู้ป่วยรายใหม่สูงถึง 139,206 คน โดยเมื่อแยกออกตามเพศจะพบว่า โรคมะเร็งที่พบในคนไทยเพศชาย พบวันละ 173.1 ต่อประชากร 100,000 คน ในขณะที่เพศหญิงนั้นพบว่า พบวันละ 159 คน ต่อประชากร 100,000 คน และเป็นที่ทราบกันว่าผู้ป่วยมะเร็งจำเป็นต้องได้รับการรักษาอย่างเร่งด่วน ไม่ว่าจะด้วยวิธีใด ล้วนทำให้เกิดผลข้างเคียงต่อผู้ป่วยทั้งทางร่างกายและจิตใจ และจากผลการสำรวจผู้ป่วยโรคมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัดพบว่าเกิดความเครียด ความกังวลใจ ทั้งต่อตัวโรคเองและผลข้างเคียงที่เกิดจากการรักษามากที่สุด โดยจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้ป่วยมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัดที่มีอายุ ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป พบว่าผู้ป่วยเมื่อต้องได้รับการรักษาด้วยวิธีการให้คีโม จะได้รับผลข้างเคียงทางด้านร่างกายทั้งอาการปวด อาเจียน น้ำหนักลด ภูมิคุ้มกันต่ำ ผอมร่วง ทางด้านจิตใจมีความวิตกกังวลถึงสภาพร่างกายที่เปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากตัวโรคและผลข้างเคียงจากการรักษา ผู้ป่วยจึงจำเป็นต้องหาทางผ่อนคลายจิตใจด้วยวิธีการที่แตกต่างกันออกไป จากการสอบถามผู้ป่วย พบว่าวิธีการผ่อนคลาย 3 อันดับแรก คือ 1.หาวิธีผ่อนคลายอื่น ๆ ตามที่สนใจ อาทิ ฟังคลื่นเสียงจากยูทูบ 2. ฟังธรรม นั่งสมาธิ ปฏิบัติธรรม 3. ดูซีรีส์ ซึ่งหากมีกิจกรรมผ่อนคลายอื่น ๆ ที่น่าสนใจ คนกลุ่มนี้ก็พร้อมที่จะลองถ้าช่วยให้ผ่อนคลายมากขึ้น

ทางผู้จัดทำได้มองเห็นถึงช่องว่างในตลาดนี้ ที่ปัจจุบันศาสตร์การผ่อนคลายหรือกิจกรรมบำบัดอื่น ๆ ยังมีไม่มากนัก ส่วนมากจะอยู่ในโรงพยาบาลใหญ่ ๆ และยังมีไม่ครอบคลุม หากมีก็จะเป็นการจัดกิจกรรมตามความถนัดของตน ยังไม่มีธุรกิจใดที่รวมเอาศาสตร์การบำบัดหลากหลายแขนงมารวมกันในที่เดียว เพื่อความสะดวกในการค้นหา และร่วมกิจกรรม โดยการดำเนินงานจะดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก กิจกรรมแต่ละประเภทจะมีทั้งออนไลน์และจัดขึ้นในสถานที่ ซึ่งผู้ป่วยสามารถเลือกได้ตามความสะดวกของตน อีกทั้งตัวผู้จัดทำเองเป็นผู้ป่วยมะเร็งที่รับการรักษาด้วยเคมีบำบัด จึงมีความเข้าใจในตัวผู้ป่วยด้วยกันเป็นอย่างดี และได้นำ

ประสบการณ์ที่ตนประสบมาคิดต่อยอด จนตกผลึกมาเป็นธุรกิจที่รวบรวมเอาศาสตร์การบำบัดรวม มาไว้ในทีเดียว ให้ผู้ที่สนใจสามารถค้นหาได้เพียงปลายนิ้วผ่านอุปกรณ์สื่อสารของตน

เราตั้งเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจผ่อนคลายสำหรับผู้ป่วยมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด นี่คือนิยามของธุรกิจ ภายใต้ชื่อ “อารมณดีดี” ซึ่งสื่อถึงการผ่อนคลาย ผ่าน การทำกิจกรรม ทั้งศิลปะบำบัด คลื่นเสียงบำบัด การทำกิจกรรมร่วมกับนักจิตบำบัด รวมถึงการนวด บำบัดที่นักบำบัดทุกคนจะต้องผ่านการอบรมและมีใบรับรอง เพื่อความมั่นใจในทุกๆ กิจกรรม

โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของอารมณดีดี ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑลที่มีผู้ป่วยโรคมะเร็งที่กำลังรักษาด้วยเคมีบำบัดและวิธีอื่นๆ ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี มีรายได้ ตั้งแต่ 20,000 บาท

กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ผู้ป่วยด้วยโรคอื่น ๆ และบุคคลทั่วไป ที่ต้องการหากิจกรรม เพื่อผ่อนคลายความเครียด

ช่องทางรายได้ของธุรกิจจะมาจากการจัดกิจกรรมผ่อนคลายผ่านทางออนไลน์และทาง สตูดิโอ

ผู้จัดทำวางแผนที่จะเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการ ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2566 โดยตั้งเป้าหมายไว้ว่าธุรกิจจะมีการเติบโตปีละ 20% รวมถึงในอนาคตจะมีการเพิ่มกิจกรรมที่ หลากหลาย เพื่อที่จะตอบสนองผู้ป่วยและลูกค้าทั่วไปได้ดียิ่งขึ้น อาจมีการจัดกิจกรรมแบบ 2 วัน 1 คืน เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้า และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

ทางด้านการสื่อสารผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย ผู้จัดทำมีแผนในการ โพรโมท ธุรกิจอารมณดีดีทำการตลาดผ่านการ โฆษณาบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก เช่น ผ่าน ทางกลุ่มเฟสบุ๊กที่เกี่ยวกับผู้ป่วยมะเร็ง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ รวมถึง การออกนิตตามงาน สุขภาพ นอกจากนี้ยังอาศัยการรีวิวของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ(ได้รับความยินยอมจากผู้ป่วย)

ในด้านแผนการเติบโตในอนาคต ทางผู้จัดทำมีการวางแผนกิจกรรมอื่น ๆ เพิ่มเข้าไป ด้วย เพื่อให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยได้ครอบคลุม โดยแบ่งแผนออกเป็น 2 ระยะ คือระยะสั้นและระยะยาว ในส่วนของระยะสั้นมีการสร้างการรับรู้ และเป็นที่จดจำแก่ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ป่วยที่กำลังรักษาโรคมะเร็ง กระตุ้นให้เกิดความต้องการอยาก ลองใช้บริการแก่ลูกค้า และสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า ส่วนแผนงานในระยะยาว คือ เป็นผู้นำใน ตลาดอุตสาหกรรมบริการผ่อนคลายแก่ผู้ป่วยโรคมะเร็ง

ธุรกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นทุกปี มี Partner ให้บริการครอบคลุมทุกด้าน และทั่วทั้งภูมิภาค มีรายได้และผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องปีละไม่ต่ำกว่า 20% เดิมโตจนกลายเป็นธุรกิจ Startup ระดับยูนิคอนของไทย และขยายการให้บริการไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าธุรกิจจะมีผลการดำเนินงานที่ดี สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 2 ปี เนื่องจากอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ป่วยโรคมะเร็งที่เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี รวมถึงบุคคลทั่วไปที่มีภาวะเครียดจากชีวิตประจำวัน ที่ต้องการหากิจกรรมคลายเครียด โดยธุรกิจที่รวบรวมเอา กิจกรรมคลายเครียดที่หลากหลายมารวมกันไว้ที่เดียวยังมีไม่มากนักในตลาด ส่วนมากจะเป็นธุรกิจเพียงกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ผู้จัดทำจึงมองเห็นช่องว่างและโอกาสในตลาดนี้ โดยอาศัยประสบการณ์ของตัวผู้จัดทำเองที่เป็นหนึ่งในผู้ป่วยทำให้เข้าใจความต้องการของผู้ป่วยด้วยตนเองได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ผู้จัดทำได้คิดแผนสำรองฉุกเฉินไว้ ในกรณีที่เกิดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เช่น หากมีคู่แข่งหน้าใหม่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ผู้จัดทำมีแผนที่จะทำในรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคม ในการไปขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการสนับสนุนกิจกรรม และหารายได้จากช่องทางอื่น เช่นการรับจัดกิจกรรมให้แก่หน่วยงานหรือองค์กร ธุรกิจของเราไม่ได้มุ่งหวังเพียงแต่กำไรเท่านั้น แต่เรายังให้ความสำคัญกับสังคม เราจึงวางตำแหน่งเป็นธุรกิจเพื่อสังคม สำหรับผู้ที่มีรายได้น้อยหรือไม่มีรายได้ ได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรม

ผู้จัดทำมั่นใจว่าธุรกิจให้บริการดูแลผู้ป่วยมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด โดยการจัดกิจกรรมบำบัดเพื่อช่วยลดความเครียด ความวิตกกังวลที่ผู้ป่วยต้องเผชิญ จะเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน เป็นส่วนเล็ก ๆ ที่จะทำให้ผู้ป่วยมีกำลังใจที่จะต่อสู้กับโรค พร้อมรับมือกับการรักษาได้ดียิ่งขึ้น และที่สำคัญธุรกิจของเรามุ่งหวังที่จะเป็นเพื่อน เป็นพี่ เป็นน้อง เป็นครอบครัว เป็นพื้นที่ปลอดภัยให้กับทุกคน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญรูปภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและ โอกาสของแนวคิดธุรกิจ	1
บทที่ 2 ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ	8
2.1 ภาพรวมของบริษัท	8
2.2 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ	9
2.3 รูปแบบการบริการ	10
2.4 จุดแตกต่าง	15
บทที่ 3 การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด	17
3.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ	
3.1.1 ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ (Political Factor)	17
3.1.2 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)	17
3.1.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Factor)	18
3.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)	18
3.1.5 ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal Factor)	19
3.1.6 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Factor)	19
3.2 การวิเคราะห์ขนาดของตลาด	20
3.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)	23
3.3.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants)	23
3.3.2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)	24
3.3.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)	24
3.3.4 ภัยจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)	25
3.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม	26
3.4.1 คู่แข่งทางตรง	26
3.4.2 คู่แข่งทางอ้อม	28
3.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	30
3.6 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	31
บทที่ 4 แผนการตลาด	33
4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)	33
4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)	33
4.3 กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาด (Target Customer)	34
4.4 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)	35
4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)	36
บทที่ 5 แผนการดำเนินงาน	39
5.1 ทำเลที่ตั้ง	39
5.2 การวางแผนการดำเนินงาน	41
5.3 การจัดตั้งบริษัท	42
5.4 กระบวนการที่นำไปสู่การให้บริการ	42
5.5 อุปกรณ์และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	43
บทที่ 6 แผนการบริหารและการจัดการองค์กร	47
6.1 ข้อมูลบริษัท	47
6.2 รายชื่อคณะกรรมการบริษัท	47
6.3 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร	47
6.4 โครงสร้างองค์กร	47
6.5 ลักษณะงานและคุณสมบัติ	48
6.6 กลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัท	50
บทที่ 7 แผนการเงิน	52

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน	52
7.2 ที่มาของรายได้	53
7.3 การประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่าย	55
7.4 ประมาณงบการเงิน	57
7.4.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	57
7.5 การวิเคราะห์การลงทุน	58
บทที่ 8 การประเมินความเสี่ยงและแผนการรับมือ	59
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก	70

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 Business Model Canvas	16
5.1 ตารางแสดงแผนการดำเนินงานของบริษัท	41
5.2 ตารางแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์และค่าใช้จ่าย	44
6.1 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นและรายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น	47
6.2 แสดงลักษณะงานและคุณสมบัติของบุคลากร	48
7.1 แสดงเงินลงทุนในบริษัทสำหรับปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 ของการดำเนินกิจการ	52
7.2 แสดงการประมาณรายได้รวมในปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 จากกิจกรรมต่าง ๆ	54
7.3 แสดงความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน	55
7.4 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของกิจกรรมจิตบำบัด	55
7.5 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของศิลปะบำบัด	55
7.6 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของคลื่นเสียงบำบัด	56
7.7 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของนวดบำบัด	56
7.8 แสดงต้นทุนค่าบริการผันแปร ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	56
7.9 แสดงค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานในการขายและบริหาร	56
7.10 แสดงค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	57
7.11 แสดงงบกำไรขาดทุนของบริษัท	57

สารบัญรูปลูกภาพ

รูปภาพ	หน้า
1.1 จำนวนผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ จำแนกตามช่วงอายุ	1
1.2 จำนวนผู้เสียชีวิตจาก โลกมะเร็งทั่วโลก	2
2.1 แสดงตราบริษัท	9
2.2 กิจกรรมต่าง ๆ	10
2.3 รูปแบบภายในสถานที่จัดกิจกรรม	12
2.4 รูปแสดงตัวอย่างการทำกิจกรรมศิลปะบำบัด	12
2.5 รูปแสดงตัวอย่างการทำกิจกรรมคลื่นเสียงบำบัด	13
2.6 รูปแสดงตัวอย่างการทำกิจกรรมจิตบำบัดกลุ่ม	13
2.7 รูปแสดงตัวอย่างการนวดบำบัด	13
2.8 รูปแสดงตัวอย่างการทำกิจกรรมศิลปะบำบัดภายในองค์กร	14
3.1 แสดงหน้าเว็บไซต์ Chersery home ผู้ให้บริการดูแลผู้ป่วยโรคมะเร็งหลังการรักษา	21
3.2 แสดงหน้าเว็บไซต์ Miskawaan ผู้ให้บริการฟื้นฟูผู้ป่วยโรคมะเร็งหลังการรักษา	21
3.3 แสดงโปรแกรมการให้บริการฟื้นฟูสุขภาพ	22
3.4 แสดงหน้าเว็บไซต์ Manarom ผู้ให้บริการด้านจิตเวช	22
3.5 แสดงการให้บริการคลื่นเสียงบำบัดที่ RXV	23
3.6 การวิเคราะห์ Five forces model	26
3.7 ภาพเวปเพจ The Oasis	27
3.8 ภาพโรงพยาบาลมนารมย์	28
3.9 ภาพศูนย์ส่งเสริมและฟื้นฟูผู้สูงอายุ The Senizems ร่วมกับ Chersery Home	28
3.10 ภาพสถานที่ RXV Wellness	28
3.11 ภาพหน้า website HD Mall	29
3.12 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง	30
4.1 แสดง Perceptual mapping ของแต่ละแบรนด์ในตลาดกลุ่มผ่อนคลายสุขภาพ	35
5.1 แสดงพื้นที่ภายนอกอาคาร	39
5.2 พื้นที่ใช้สอยภายในสำนักงาน	40

สารบัญรูปรภาพ (ต่อ)

รูปรภาพ	หน้า
5.3 Layout ของสำนักงาน	40
6.1 ผังโครงสร้างองค์กร	48



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและโอกาสของแนวคิดธุรกิจ

ในปัจจุบัน มะเร็งได้รับการยืนยันว่าเป็นสาเหตุของอาการเจ็บป่วยและเสียชีวิตของประชาชนเป็นอันดับต้นๆ ของโลก รวมทั้งในประเทศไทยด้วย โดยในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562 ข้อมูลที่รวบรวมได้จากใบมรณะบัตรในประเทศไทยพบว่าสาเหตุการเสียชีวิตอันดับต้นๆ ได้แก่ โรคมะเร็ง โรคหลอดเลือดสมอง และโรคปอดอักเสบ โดยอัตราการเสียชีวิตจากโรคมะเร็งอยู่ที่ 107 คนต่อประชากรจำนวน 100,000 คนในปี พ.ศ. 2557 แต่ในปี พ.ศ. 2558 พบว่ามีอัตราการเสียชีวิตจากโรคมะเร็งเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 120 คนต่อประชากรจำนวน 100,000 คน (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2560) นอกจากนี้การรักษาโรคมะเร็งแบบดั้งเดิมรวมถึงเคมีบำบัด รังสีบำบัด การผ่าตัด การรักษาด้วยยาต้านมะเร็ง และการดูแลแบบประคับประคอง เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 37 (สถาบันมะเร็งแห่งชาติ, 2561) นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2563 ยังพบว่ามีแนวโน้มผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ลดลงจากเดิมในปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ 3,012 คน (สถาบันมะเร็งแห่งชาติ, 2562) เหลือเพียง 2,890 คน (สถาบันมะเร็งแห่งชาติ, 2563) แต่ในขณะเดียวกันกลับพบว่ามีแนวโน้มของผู้ป่วยรายใหม่ในกลุ่มผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้น (ภาพที่ 1.1)



ภาพที่ 1.1 จำนวนผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ จำแนกตามช่วงอายุ

ที่มา: สถาบันมะเร็งแห่งชาติ (2563)



ภาพที่ 1.2 จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคมะเร็งทั่วโลก

ที่มา: The World Health Organization (2560)

สำหรับผู้ป่วยมะเร็งส่วนใหญ่ที่นั้นมักจะใช้วิธีการรักษาด้วยเคมีบำบัดเพื่อป้องกันการกลับเป็นซ้ำของมะเร็งและการแพร่กระจายของมะเร็งหลังการผ่าตัด (Kumar et al, 2012) นอกจากนี้ยังสามารถใช้เคมีบำบัดแทนการผ่าตัดและการฉายรังสี (Chen et al, 2013; Zurrida et al, 2010) อย่างไรก็ตาม การรักษาด้วยวิธีการต่างๆ แม้จะให้ผลในการรักษาที่แตกต่างกัน แต่ก็ย่อมมีผลข้างเคียงที่ตามมา (Romiti et al, 2013) ผู้ป่วยโรคมะเร็งอย่างน้อยกว่าร้อยละ 50 พบว่ามีความเครียดทางจิตใจอย่างมีนัยสำคัญหรือความผิดปกติทางจิตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวินิจฉัยและการรักษา (Hodgson et al, 2013) นอกจากนี้ การทำเคมีบำบัดอาจทำให้เกิดปฏิกิริยาไม่พึงประสงค์ได้หลายอย่าง รวมถึงอาการปวดกระดูก ระบบทางเดินอาหารผิดปกติ ผอมลง ความวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้า ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยเป็นอย่างมาก (Hodgson et al, 2013; González-Neira, 2012) นอกจากนี้ ผู้ป่วยบางรายไม่สามารถทนต่ออาการไม่พึงประสงค์บางอย่างของเคมีบำบัดได้ ทำให้ผู้ป่วยบางรายต้องยุติการรักษา ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อประสิทธิภาพการรักษาในระยะยาว (Schmidt & Koelbl, 2012)

ภาวะซึมเศร้าและความวิตกกังวลส่งผลต่อสัดส่วนของผู้ป่วยมะเร็งอย่างมีนัยสำคัญ (Pitman et al, 2018) โดยมีรายงานว่าผู้ป่วยมะเร็งมีแนวโน้มของการเกิดภาวะซึมเศร้าคิดเป็นร้อยละ 64 (Peng et al, 2019) ภาวะซึมเศร้าสามารถส่งผลอย่างมากต่อการลุกลามของโรคมะเร็ง (Sudarisan et al, 2019) ผู้ป่วยโรคมะเร็งจำนวนมาก รวมทั้งแพทย์เชื่อว่าสภาพจิตใจของผู้ป่วยสามารถส่งผลต่อ

ผลลัพธ์ของการรักษาได้ ผู้ป่วยโรคมะเร็งที่เป็นโรคมะเร็งที่มีอัตราการเสียชีวิตที่สูงกว่าผู้ป่วยที่ไม่เป็นโรคมะเร็ง ซึ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญของการป้องกันและรักษาสภาพจิตใจของผู้ป่วยเหล่านี้มากยิ่งขึ้น (Ritti-Dias et al, 2019; Abuelgasim et al, 2016; Bae & Park, 2016) นอกจากนี้ความเครียดของผู้ป่วยยังส่งเสริมการเจริญเติบโตและการแพร่กระจายของเซลล์มะเร็ง ความเครียดสามารถเพิ่มการผลิตฮอร์โมนความเครียด เช่น คอร์ติซอล ซึ่งจะทำให้ระบบภูมิคุ้มกันอ่อนแอลง และทำให้ร่างกายต่อสู้กับเซลล์มะเร็งได้ยากขึ้น (Bernabé et al, 2011) อย่างไรก็ตาม วิธีการรักษาแบบเสริมและทางเลือกในการบำบัดอาการซึมเศร้าและความเจ็บป่วยทางจิตได้ด้วยยา เช่น ยาต้านอาการซึมเศร้าและยาต้านความวิตกกังวล กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การฟังเพลง การนวด การทำสปา และการเล่นโยคะ เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่เป็นไปได้ในการปรับปรุงสุขภาพจิตและคุณภาพชีวิตของผู้ป่วย (Jasemi et al, 2016; Falkensteiner et al, 2011; Richard et al, 2019; Gonzalez et al, 2021) เนื่องจากกิจกรรมเหล่านี้สามารถกระตุ้นให้ร่างกายหลั่งสารเอ็นโดฟินซึ่งเป็นสารเคมีตามธรรมชาติในร่างกายที่ช่วยลดความเจ็บปวดและส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกเป็นสุข นอกจากนี้ยังสามารถช่วยลดระดับคอร์ติซอลซึ่งเป็นฮอร์โมนที่ก่อให้เกิดความเครียดและส่งผลกระทบต่อการทำงานของโรคมะเร็ง (Priscilla et al, 2014) ในทำนองเดียวกัน การใช้เทคนิคการผ่อนคลายได้รับการพิสูจน์แล้วว่าสามารถปรับปรุงผลกระทบทางสรีรวิทยาและจิตใจของภาวะสุขภาพเรื้อรัง เช่น ความดันโลหิตสูง ภาวะหัวใจล้มเหลว และโรคมะเร็ง (Brook et al, 2013; Woltz et al, 2012)

ดังนั้น การหาวิธีการผ่อนคลายให้ผู้ป่วยทำควบคู่ไปกับการรักษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้ป่วยโรคมะเร็งที่ทำการรักษาด้วยเคมีบำบัด ถือได้ว่าเป็นอนาคตของแนวทางการรักษาโรคมะเร็งและการดูแลผู้ป่วยทั้งในระหว่างการรักษาและหลังการรักษา เพื่อลดอาการเจ็บป่วยทางกายจากการให้ยาเคมีบำบัด ลดอาการป่วยทางใจและภาวะซึมเศร้า อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งของระบบการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐานที่สำคัญของผู้ป่วยโรคมะเร็ง ซึ่งในต่างประเทศได้มีการนำแนวคิดดังกล่าวไปต่อยอดเป็นธุรกิจเพื่อให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นผู้ป่วยโรคมะเร็ง โดยเฉพาะ เช่น wellspa ได้มีการให้บริการสปาแก่ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากโรคมะเร็ง ซึ่งการให้บริการดังกล่าวนี้แตกต่างจากสปาทั่วไปตรงที่โปรแกรมมากมายสอดคล้องกับผู้ป่วยมะเร็งแต่ละชนิด อีกทั้งพนักงานยังผ่านการฝึกอบรมเกี่ยวกับการดูแลผู้ป่วยมะเร็งด้วยความเชี่ยวชาญ และมีความเห็นอกเห็นใจต่อผู้ป่วย (Kossoff, 2017) และเนื่องจากประเทศไทยมีชื่อเสียงทางด้านบริการเพื่อสุขภาพในระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นการนวดแผนไทย การทำสปา และกิจกรรมการผ่อนคลายในรูปแบบอื่นๆ

จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่ได้มีการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์อย่างแพร่หลาย โดยผู้ให้บริการสามารถสร้างแพลตฟอร์มผ่าน LINE Official Account (Line OA) โดยร่วมมือกับผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับศาสตร์การผ่อนคลายและการบำบัดในด้านต่างๆ ซึ่งลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ การจองคอร์สบำบัด และการชำระเงินผ่าน Line OA เว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท โดยทางบริษัทจะทำหน้าที่เป็นผู้จัดกิจกรรมบำบัดต่าง ๆ โดยการออกแบบแต่ละกิจกรรมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละศาสตร์ อำนวยความสะดวกระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการในเครือข่าย โดยทั้งลูกค้าและผู้ให้บริการจะต้องผ่านการคัดกรอง การรับรอง และการยืนยันตัวตน เพื่อให้เกิดความมั่นใจทั้งต่อผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้มีแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการดูแลผู้ป่วยอย่างครบวงจรในระหว่างการรักษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรักษามะเร็งด้วยเคมีบำบัดเพื่อช่วยให้ผู้ป่วยมีคุณภาพชีวิตและสภาพจิตใจที่ดียิ่งขึ้น และช่วยให้ผู้ป่วยสามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันคนทั่วโลกเฉลี่ยมีโรคทางด้านสุขภาพจิตถึง 36% สูงกว่าโรคมะเร็ง (34%) ยิ่งไปกว่านั้นยังให้ความสำคัญกับปัญหาสุขภาพใจพอกับสุขภาพกายเฉลี่ยถึง 76% และล่าสุดทาง UN ได้ออกมาประกาศให้ 80% ของประเทศในเครือข่ายทั่วโลกนำการดูแลสุขภาพจิตเป็นการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐานภายในปี พ.ศ. 2573 เมื่อมองดูประเทศไทย 80.6% ของคนเมือง มีปัญหาสุขภาพจิตที่เพิ่มสูงขึ้น และมากกว่าผู้อาศัยในเขตชนบทเกือบครึ่ง (48.9%) ซึ่งให้เห็นว่าการจะทำให้คนที่อาศัยในเมืองมีสุขภาพที่ดี เราจะต้องเข้าใจและดูแลสุขภาพจิตให้เตรียมพร้อมทั้งกับหลากหลายเหตุการณ์ด้วย เช่น โรคระบาด หรือ ภาวะเศรษฐกิจไม่มั่นคง เป็นต้น

จิตบำบัด (Psychotherapy) จิตบำบัดเป็นการรักษาทางจิตชนิดหนึ่ง ด้วยการพูดคุยกับผู้ป่วยโดยผู้บำบัดวิเคราะห์สภาพปัญหาสาเหตุของปัญหาและร่วมกันในการแก้ไขสิ่งที่ปัญหาหรือความทุกข์ ความคับข้องใจของผู้ป่วย

จิตบำบัดกลุ่ม (Group Psychotherapy) ความหมายและความเป็นมาจิตบำบัดกลุ่ม หรือ Group Psychotherapy เป็นการบำบัดทางจิตชนิดหนึ่งในผู้ที่มีปัญหาทางจิตใจ อารมณ์ และพฤติกรรม ด้วยการใช้กระบวนการของกลุ่มที่มีการวางแผน โดยบุคลากรวิชาชีพเฉพาะทางที่ได้รับการศึกษาอบรมมาโดยเฉพาะ มีเป้าหมายเพื่อให้ผู้เข้ากลุ่มรู้จักตนเอง เข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่นยอมรับตนเองและผู้อื่นได้ ตลอดจนสามารถปรับเปลี่ยนความคิด เจตคติ และพฤติกรรม อันจะนำไปสู่การแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ลักษณะของกลุ่ม เป็นการจัดให้ผู้ป่วยมารวมกลุ่มกัน โดยมีผู้บำบัดและบุคลากรวิชาชีพเข้าร่วมกลุ่มด้วย กระบวนการกลุ่มเน้นการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเจตคติ และการแก้ปัญหาที่บกพร่องของผู้ป่วยในกลุ่ม หัวใจหลักของกลุ่มจิตบำบัดก็คือ การให้ผู้ป่วยช่วยกันเองในกลุ่ม ได้มีการใช้กระบวนการกลุ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1905 โดย Dr. J. Pratt นำมาใช้ในกลุ่มของผู้ป่วยวัณโรค โดยการสอนการปฏิบัติตัวและการปฏิบัติงาน

Peng และคณะ (2019) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Responses of lung cancer survivors undergoing gamma knife surgery to supportive group psychotherapy โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลของการบำบัดด้วยจิตบำบัดกลุ่มแบบประคับประคอง (supportive group psychotherapy : SGP) ต่อความวิตกกังวล ภาวะซึมเศร้า และคุณภาพชีวิตโดยรวมในผู้ป่วยมะเร็งปอดที่ได้รับการรักษาด้วยวิธีการฉายแสงด้วยรังสีแกมมา กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ป่วยมะเร็งปอด 160 รายที่ได้รับการรักษาด้วยวิธีการฉายแสงด้วยรังสีแกมมา โดยสุ่มให้อยู่ในกลุ่ม SGP (ผู้ป่วย 82 ราย) หรือกลุ่มที่ได้รับการดูแลปกติ (Care as Usual : CAU) (ผู้ป่วย 78 ราย) กลุ่ม SGP เข้ารับการบำบัดจิตแบบกลุ่ม 90 นาทีทุกสัปดาห์เป็นระยะเวลา 8 สัปดาห์ โดยพบวาระดับภาวะซึมเศร้าและความวิตกกังวลในกลุ่ม SGP ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับกลุ่ม CAU เมื่อสิ้นสุดการรักษา ผลลัพธ์คงอยู่ที่การติดตามผลที่ระยะเวลา 3 เดือน แสดงให้เห็นว่ามาตรการส่วนการทำงานที่ครอบคลุมด้านอารมณ์ การรับรู้ และสังคมได้รับการปรับปรุงอย่างมีนัยสำคัญในกลุ่ม SGP เมื่อเทียบกับกลุ่ม CAU เมื่อสิ้นสุดการบำบัดและคงอยู่ในการติดตามเป็นเวลา 3 เดือน ระดับอาการซึ่งรวมถึงความเมื่อยล้า คลื่นไส้/อาเจียน ความเจ็บปวด หายใจลำบาก นอนไม่หลับ เบื่ออาหาร และปัญหาทางการเงิน ในกลุ่ม SGP ต่ำกว่าในกลุ่ม CAU อย่างมีนัยสำคัญ ความแตกต่างยังคงอยู่ที่การติดตามเป็นเวลา 3 เดือน

ศิลปะบำบัด (Art therapy) คือ วิธีการเยียวยาด้วยการนำเทคนิคทางศิลปะที่ทำให้ได้แสดงความรู้สึกและความคิดออกมา เพื่อช่วยให้คนได้ค้นหาและเปิดรับกับสภาวะอารมณ์ของตัวเอง , ดูแลจัดการความเครียด, ความเศร้า หรือทำความเข้าใจกับประสบการณ์ความรู้สึกต่างๆ ที่เป็นปัญหา ผลการศึกษาในปี 2016 ที่ตีพิมพ์ใน Journal of the American Art Therapy Association พบว่ากิจกรรมสร้างสรรค์เพียง 45 นาทีสามารถลดความเครียดของคุณโดยไม่คำนึงถึงประสบการณ์ทางศิลปะหรือความสามารถ

Elimimian และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง A pilot study of improved psychological distress with art therapy in patients with cancer undergoing chemotherapy โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิผลของโปรแกรมศิลปะบำบัดเชิงสำรวจในการเสริมสร้างสุขภาพทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ของผู้ป่วยโรคมะเร็ง กลุ่มตัวอย่างคือผู้ป่วยมะเร็งอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่ได้รับเคมีบำบัด โดยไม่คำนึงถึงชนิดหรือระยะของมะเร็ง ผู้เข้าร่วมได้รับการร้องขอให้ตอบแบบสอบถามก่อนและหลังการบำบัดและติดตามผล 48-72 ชั่วโมงหลังการบำบัดด้วยศิลปะ 1 ชั่วโมง โดยผลการวิจัยพบว่าความเจ็บปวดและความรู้สึกซึมเศร้าที่ลดลงเท่านั้นที่ยังคงสม่ำเสมอในระหว่างการติดตาม ซึ่งแตกต่างจากความทุกข์ทางอารมณ์และความวิตกกังวล ที่น่าสนใจคือพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของภาวะซึมเศร้าพื้นฐานระหว่างผู้เข้าร่วมที่เป็นคนสเปน (32%) และคนที่ไม่ใช่คนสเปน (56%) ($p=0.009$) อย่างไรก็ตาม การบำบัดหลังศิลปะและในช่วงติดตามผล ผู้เข้าร่วมที่เป็นคนสเปนแสดงระดับของภาวะซึมเศร้าที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับคนที่ไม่ใช่คนเชื้อสายสเปน ($P=0.03$ และ $p=0.047$ ตามลำดับ)

คลื่นเสียงบำบัด (Singing Bowl Therapy) คลื่นเสียงบำบัดจากขันทิเบตจัดเป็นหนึ่งใน การแพทย์ทางเลือกของ Energy Medicines โดยใช้พลังงานจากคลื่นเสียงและความสั่นสะเทือนจาก ขันโดยหลักการทำงานของกระบวนการนี้คือ คลื่นเสียงของขันทิเบตจะเป็นตัวปรับคลื่นสมองให้ สงบอยู่ในระดับ Alpha Wave ที่ทำให้จิตใจสงบ รู้ตื่น และ Theta Wave ก่อให้เกิดความปิติสุข ทั้งหมดนี้ส่งผลต่อพลังงานชีวิต (Life Energy) ในร่างกายและเป็นกาปรับแก้ไขจุดจกระที่ไม่สมดุล ของส่งผลให้เกิดพลังกายทิพย์หรือออร่าที่ทำให้ภูมิชีวิตแข็งแรงและมีความสุข จากการวิจัยของ ประเทศสวีเดนแลนด์ และ สหรัฐอเมริกา พบว่าการบำบัดด้วยคลื่นเสียงนี้สามารถช่วยลดอาการ ปวดหลัง โรคเครียด ซึมเศร้าจากการประสบเหตุการณ์ร้ายแรง โรคการนอนไม่หลับและโรคอื่นๆ ให้มีอาการดีขึ้นส่งผลให้ผู้เข้ารับการบำบัดสามารถลดปริมาณการใช้ยาให้น้อยลงได้ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2566)

อ้างอิงจากงานวิจัย ‘Who uses digital drugs? An international survey of ‘binaural beat’ consumers’ โดยทีมวิจัยจากมหาวิทยาลัย Royal Melbourne Institute of Technology ในประเทศ ออสเตรเลีย ได้ทำแบบสำรวจชื่อ ‘Global Drug Survey 2021’ ที่เจาะลึกถึงการใช้คลื่นเสียงบำบัด สมองเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรนอนของผู้คนในปัจจุบัน พบว่ามีถึง 72 เปอร์เซ็นต์ของผู้คนใน ปัจจุบันที่ใช้คลื่นเสียงบำบัดเพื่อช่วยให้อ่อนคลายและหลับได้ในแต่ละคืน (Tamara L. Goldsby, PhD, Michael E. Goldsby, PhD, Mary McWalters, BA, and Paul J. Mills, PhD., 2016)

Lin และคณะ (2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง A randomised controlled trial of the effect of music therapy and verbal relaxation on chemotherapy-induced anxiety โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินอิทธิพลของดนตรีบำบัดและการผ่อนคลายทางวาจาต่อความวิตกกังวลชั่วคราวและอาการทางสรีรวิทยาที่เกี่ยวข้องในผู้ป่วยมะเร็งก่อนและหลังการรักษาด้วยเคมีบำบัด การวิจัยเป็นคลินิกเคมีบำบัดผู้ป่วยนอกที่บริหารงาน โดยศูนย์การแพทย์ของมหาวิทยาลัยทางตอนใต้ของไต้หวัน ผู้ป่วย 98 คน ถูกสุ่มแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม: กลุ่มดนตรีบำบัดที่เข้าร่วมดนตรี 1 ชั่วโมง; กลุ่มผ่อนคลายทางวาจาที่ได้รับประสบการณ์ช่วงผ่อนคลาย 30 นาที; และกลุ่มควบคุมที่ได้รับการดูแลตามมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าดนตรีบำบัดมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความวิตกกังวลหลังการบำบัดด้วยเคมีบำบัดมากกว่าทั้งการผ่อนคลายด้วยวาจาและกลุ่มควบคุม ดนตรีบำบัดยังส่งผลให้อุณหภูมิผิวหนังเพิ่มขึ้นอย่างมาก ที่น่าสนใจคือผู้ป่วยที่มีความวิตกกังวลในสถานะสูงที่ได้รับดนตรีบำบัดมีความวิตกกังวลหลังการทำเคมีบำบัดลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับผู้ที่อยู่ในกลุ่มย่อยความวิตกกังวลในสถานะปกติ

นวดบำบัด (Massage Therapy) การนวดเบาๆและการนวดเพื่อการผ่อนคลายเป็นการนวดที่ปลอดภัยสำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็งในทุกๆระยะแต่หมอนวดหรือเธอราพีส์ที่ทำการนวดผู้ป่วยจะต้องมีการซักประวัติของผู้ป่วย และตรวจสอบอาการเจ็บปวดของผู้ป่วยให้ชัดเจน การศึกษาที่ตีพิมพ์ในวารสาร Psychosomatic Research สถาบัน Touch Research พบว่าการนวดบำบัดสำหรับผู้ป่วยมะเร็งลดอาการซึมเศร้าและความวิตกกังวลและปรับปรุงการทำงานของระบบภูมิคุ้มกัน (Stephen M Sagar, Trish Dryden, Cynthia Myers, 2007)

อุไร ยอดแก้ว และ วิมลรัตน์ จงเจริญ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลของการนวดกดจุดสะท้อนที่ฝ่าเท้าต่อความรู้สึกปวดและความรู้สึกทุกข์ทรมานจากความปวดในผู้ป่วยโรคมะเร็ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลกระทบและประสิทธิภาพของการนวดกดจุดสะท้อนต่อการรับรู้ความเจ็บปวดและความทุกข์ทรมานของผู้ป่วยโรคมะเร็ง กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ป่วยมะเร็ง 30 ราย ที่เข้ารับการรักษาที่ศูนย์มะเร็งสุราษฎร์ธานี โดยทั้งหมดมีอาการปวดจากมะเร็งที่ไม่ลุกลาม โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ การนวด 3 วันติดต่อกัน นวดวันเว้นวัน และนวดหลอก ผลการวิจัยพบว่าการนวดกดจุดทั้ง 3 วิธี แสดงให้เห็นการลดการรับรู้ความเจ็บปวดของผู้ป่วยและความทุกข์ทรมานที่เกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการประเมินทันทีหลังการรักษาและที่ 24, 48, 72, 96 และ 120 ชั่วโมงหลังการรักษา วิธีการสามวันติดต่อกันมีประสิทธิภาพในการลดความเจ็บปวดและความทุกข์ทรมานของผู้ป่วยมากกว่าการนวดแบบหลอกและการนวดแบบอื่นๆ

บทที่ 2

ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ

2.1 ภาพรวมของบริษัท

ชื่อบริษัท	: บริษัทออรมนต์ดีดี
รูปแบบธุรกิจ	: ธุรกิจบริการดูแลผู้ป่วยอย่างครบวงจรในระหว่างการรักษามะเร็ง ด้วยเคมีบำบัดและการรักษาด้วยวิธีอื่น
สินค้าและบริการ	: ให้บริการผ่อนคลายแก่ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ป่วย โรคมะเร็งที่อยู่ในระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัดและรักษาด้วยวิธีอื่น รวมถึงบุคคลทั่วไปที่มีภาวะเครียด ผู้ให้บริการทำการตลาดโดยการนำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ และให้บริการผ่าน Line OA เป็นหลัก ซึ่งจะทำหน้าที่ในการรับจองคิวและชำระเงินจากลูกค้า โดยผู้ให้บริการจะทำหน้าที่เป็นจัดคอร์สกิจกรรมร่วมกับนักบำบัดในแต่ละแขนง ได้แก่การผ่อนคลายด้านต่างๆ เช่น นวดบำบัดหรือสปาบำบัด นักจิตบำบัด นักคลื่นเสียงบำบัด นักศิลปะบำบัด เป็นต้น ผู้ให้บริการระบบจะทำการคัดกรองลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการให้บริการสูงสุด มีรูปแบบการให้บริการทั้งแบบ Delivery และให้บริการแบบ On site ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับความพร้อมของผู้ให้บริการในแต่ละด้าน
วิสัยทัศน์	: บริษัทออรมนต์ดีดีก้าวเป็นผู้นำในตลาดด้านการบริการดูแลผู้ป่วยโรคมะเร็งที่ดีที่สุดในไทย
พันธกิจ	: 1. บริษัทออรมนต์ดีดีมุ่งเน้นให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพ เห็นอกเห็นใจคุณญาติมิตร 2. บริษัทออรมนต์ดีดียกระดับการบริการเหนือกว่ามาตรฐาน เพื่อสร้างประสบการณ์พิเศษแก่ลูกค้า

3. บริษัทอารมณดีดีให้ความสำคัญกับการพัฒนาแพลตฟอร์ม และบุคลากร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
4. บริษัทอารมณดีดีดำเนินธุรกิจไปพร้อมกับความรับผิดชอบต่อสังคม
5. บริษัทอารมณดีดีมุ่งเน้นการให้บริการด้วยความปลอดภัย

ตราสินค้า

ชื่อ บริษัทอารมณดีดี

โลโก้รูปคนยกแขนชูขึ้นเหนือศีรษะเปรียบได้กับผู้ป่วยที่มีจิตใจเบิกบานจากการให้บริการของเรา เพื่อบรรเทาความเจ็บปวดทางกายและใจในระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด ห้อมล้อมด้วยใบไม้สีเขียวล้อมรอบที่ให้ความรู้สึกเบา สบาย ผ่อนคลายอารมณ์



อารมณดีดี

ภาพที่ 2.1 แสดงตราบริษัท

2.2 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทอารมณดีดีจะต้องเป็นธุรกิจที่ผู้ป่วยโรคมะเร็งและผู้ที่ต้องการพักผ่อนและผ่อนคลายถึงเป็นอันดับแรก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำในตลาดบริการด้านดูแลผู้ป่วยให้มีสุขภาพจิตที่ดียิ่งขึ้นหลังการรักษาด้วยเคมีบำบัดและวิธีอื่น

2.2.1 เป้าหมายระยะสั้น

- สร้างการรับรู้และเป็นที่จดจำแก่ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ป่วยที่กำลังรักษาโรคมะเร็ง

- กระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากลองใช้บริการแก้ลูกค้ำ
- สร้างความไว้วางใจแก้ลูกค้ำ

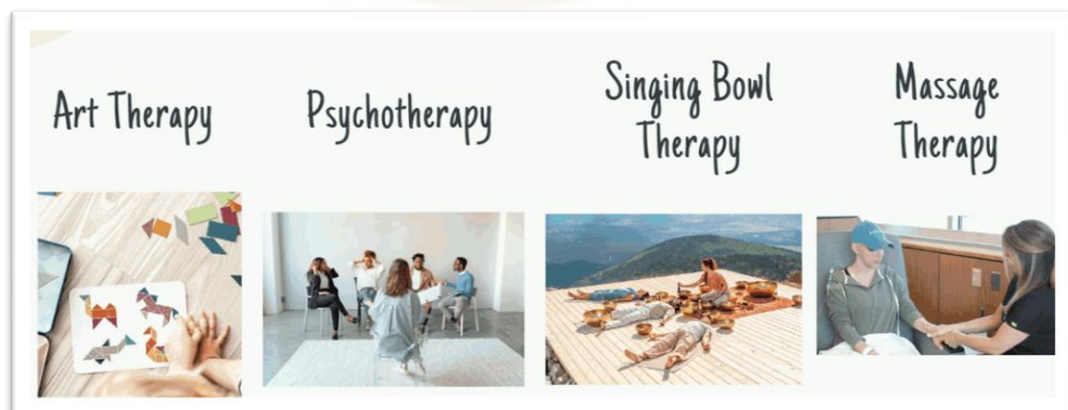
2.2.2 เป้าหมายระยะยาว

- เป็นผู้นำในตลาดอุตสาหกรรมบริการผ่อนคลายแก่ผู้ป่วยโรคมะเร็ง
- ธุรกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นทุกปี
- มี Partner ให้บริการครอบคลุมทุกด้าน และทั่วทั้งภูมิภาค
- มีรายได้และผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องปีละไม่ต่ำกว่า 20%
- เติบโตจนกลายเป็นธุรกิจ Startup ระดับยูนิคอนของไทย
- ขยายการให้บริการไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้

2.3 รูปแบบการบริการ

2.3.1 รายละเอียดของบริการของบริษัทอาร์มณต์ดีดี

1. ให้บริการทั้งแบบ Delivery และแบบ On site ผ่าน Line OA
2. บริการศิลปะบำบัด
3. บริการด้านจิตบำบัด
4. บริการคลื่นเสียงบำบัด
5. บริการนวดผ่อนคลาย



ภาพที่ 2.2 กิจกรรมต่าง ๆ

โดยทุก ๆ กิจกรรมจะให้บริการโดยผู้เชี่ยวชาญในกิจกรรมนั้น ๆ ซึ่งผู้นำกิจกรรมต้องได้รับการรับรองจากสถาบันที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ

2.3.1 รายละเอียดของบริการของบริษัทอาร์มดีดี

บริษัทอาร์มดีดี มีการให้บริการ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่ม B2C และ B2B โดยในระยะแรกจะเน้นไปที่กลุ่มผู้ใช้บริการในกลุ่ม B2C

โดยกลุ่ม B2C มีบริการดังต่อไปนี้

1. นวดผ่อนคลาย ราคา 990 บาท/ชั่วโมง
2. จิตบำบัดกลุ่ม ราคา 1,500 บาท/ครั้ง (1-2 ชั่วโมง)
3. คลื่นเสียงบำบัด ราคา 1,500 บาท/ครั้ง (1-2 ชั่วโมง)
4. ศิลปะบำบัด ราคา 1,500 บาท/ครั้ง (1-2 ชั่วโมง)

2.3.1.1 รูปแบบกิจกรรม

บริการนวดผ่อนคลายจะให้บริการในรูปแบบบริการถึงบ้านเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ในขณะที่จิตบำบัดกลุ่ม คลื่นเสียงบำบัด และศิลปะบำบัดจะให้บริการทั้ง 2 รูปแบบ คือ ทั้งทางออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom และจัดที่สถานที่จัดกิจกรรม โดยคอร์สศิลปะบำบัดทางออนไลน์ ทางบริษัทอาร์มดีดี จะส่งอุปกรณ์ศิลปะบางส่วนให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และผู้เข้าร่วมต้องเตรียมเองบางส่วน

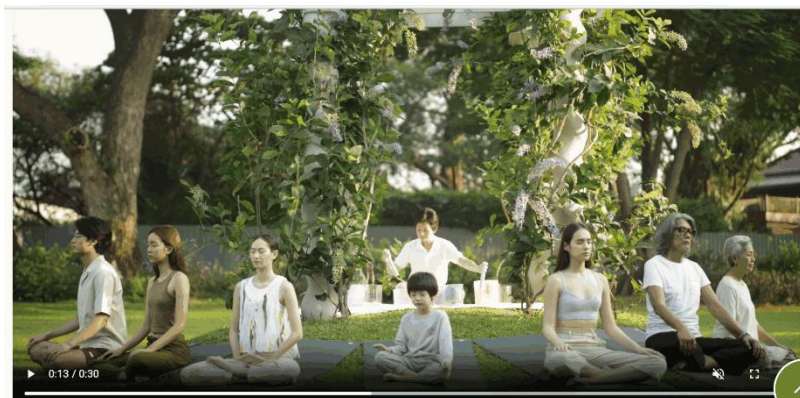
สถานที่จัดกิจกรรม ตั้งอยู่ในออฟฟิศของบริษัทอาร์มดีดี ที่มีขนาดการใช้งานขนาด 77 ตารางเมตร ในแต่ละกิจกรรมสามารถรับได้ 20 – 25 คน โดยคำนวณจากขนาดพื้นที่เกณฑ์มาตรฐานในการวิเคราะห์พื้นที่อาคาร ที่กำหนดขนาดพื้นที่ทำกิจกรรมอยู่ที่ 1.5 ตารางเมตรต่อคน สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในสถานที่จัดกิจกรรม เช่น ที่จอดรถ ลิฟท์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องดื่ม อาทิ ชา กาแฟ น้ำดื่ม



ภาพที่ 2.3 รูปแบบภายในสถานที่จัดกิจกรรม



ภาพที่ 2.4 รูปแสดงตัวอย่างการทำกิจกรรมศิลปะบำบัด



ภาพที่ 2.5 รูปแสดงตัวอย่างการทำกิจกรรมคลื่นเสียงบำบัด



ภาพที่ 2.6 รูปแสดงตัวอย่างการทำกิจกรรมจิตบำบัดกลุ่ม



ภาพที่ 2.7 รูปแสดงตัวอย่างการนวดบำบัด

กลุ่ม B2B

ให้บริการรูปแบบการจัดกิจกรรมให้แก่องค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงการจัดในรูปแบบ social enterprise ภายใต้การร่วมมือกับ สสส. และบริษัทฯ อาหารเสริมสำหรับผู้ป่วยมะเร็งที่ยินดีให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคม



ภาพที่ 2.8 รูปแสดงตัวอย่างการทำกิจกรรมศิลปะบำบัดภายในองค์กร

2.3.2 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ

- อารมณ์ดีดี ไม่ได้เป็นเพียงผู้จัดกิจกรรมผ่อนคลายในหลากหลายรูปแบบสำหรับผู้ป่วยมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัดเท่านั้น แต่เรามุ่งมั่นที่จะเป็นที่พักใจ เป็นครอบครัว เป็นเพื่อน เป็นพี่ เป็นน้อง เป็นชุมชนเล็ก ๆ ที่จะเป็นที่ปลอดภัยให้แก่ผู้ป่วย
- นักบำบัดหรือผู้นำกิจกรรมแต่ละกิจกรรม ได้รับการฝึกอบรมและได้รับการรับรองจากสถาบันที่เชื่อถือได้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้เข้ารับบริการจะได้ประโยชน์สูงสุดจากการเข้าร่วมกิจกรรม
- กิจกรรมของอารมณ์ดีดี เป็นกิจกรรมที่คิดค้นขึ้น โดยอาศัย Knowhow และประสบการณ์ตรงจากตัวเจ้าของ ที่เป็นผู้ป่วยมะเร็งที่ได้รับการรักษาด้วยเคมีบำบัด ทำให้เข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการของผู้ป่วย จึงได้คัดสรรกิจกรรมที่จะช่วยตอบโจทย์ในการให้บริการด้านการผ่อนคลายแก่ผู้ป่วยได้ดีที่สุด

2.3.3 ระบบดูแลลูกค้าสัมพันธ์

ให้บริการลูกค้าผ่านระบบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationship management: CRM) ทั้งในส่วนของการรับจองคิวและการชำระเงินผ่านช่องทาง Line official account (Line OA)

2.4 สรุปจุดแตกต่าง

1. ความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา
2. ความปลอดภัยในการคัดกรองผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ
3. มาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเชี่ยวชาญเฉพาะทาง
4. มีการติดตามและตรวจสอบการให้บริการ
5. การเลือกซื้อกิจกรรมสามารถทำได้ง่ายผ่านโทรศัพท์มือถือ

ตารางที่ 2.1 Business Model Canvas

Partner - โรงพยาบาล - นักจิตบำบัด - นักศิลปะบำบัด - นักเคลื่อนไหวบำบัด - นักสรีรบำบัด - สสส.	Key Activity - ขายคอร์สบำบัดและ ผ่อนคลายสำหรับผู้ป่วย โรคมะเร็ง - บริการแบบ Online/ onsite - ทำการตลาดผ่านการ โฆษณาบนแพลตฟอร์ม สื่อสังคมออนไลน์เป็น หลัก - ระบบติดตามผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการ - เก็บรักษาข้อมูลส่วน บุคคลด้วยความปลอดภัย สูงสุด - ติดตามและประเมิน ความพึงพอใจ	Value - บริการคอร์สผ่อนคลาย สำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็ง ทั้งแบบ Delivery และ แบบ on site ผ่าน Line OA - มีความปลอดภัยสูง - มีความสะดวกและ รวดเร็ว - มีความยืดหยุ่น - ให้การดูแลสุขภาพและ ผ่อนคลาย - สร้างความเข้มแข็งทาง กายและจิตใจให้กับลูกค้า - เพิ่มประสิทธิภาพการ รักษาโรคมะเร็ง	Customer Relationship - ระบบสมาชิก - ระบบสะสมคะแนนการใช้ บริการ - เจ้าหน้าที่ติดตามการ ให้บริการอย่างใกล้ชิดทั้ง ระหว่าง/หลังใช้บริการผ่าน การโทรศัพท์และ Line OA - สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า/ ใหม่ เป็นประจำทุกเดือน - ระบบแสดงความคิดเห็น และรีวิวการใช้บริการ - มีระบบ CRM เก็บข้อมูล	Customer Segments B2C Primary Target - ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานครและ ปริมณฑลที่มีผู้ป่วย โรคมะเร็งที่กำลัง รักษาด้วยเคมีบำบัด และวิธีอื่นๆ - อายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป - มีฐานะปานกลางขึ้นไป Secondary Target - ผู้ป่วยด้วยโรคอื่น ๆ และบุคคลทั่วไป B2B - องค์กรหรือหน่วย งานที่ต้องการให้เรา จัดกิจกรรม
Cost Structure - ค่าจ้างบุคลากร - ค่าบริการสมาชิก Line OA - ค่าการตลาด - ค่าสาธารณูปโภค - ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์สำหรับจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าและผู้ประกอบการ - ค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการ		Revenue - ขายคอร์สการให้บริการของบริษัทอากรมณีดีดี - ค่าโฆษณาสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ประกอบการรายอื่น ที่ต้องการเข้ามาเป็น partner ร่วมกัน		

บทที่ 3

การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด

3.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ

3.1.1 ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ (Political Factor)

ในปัจจุบัน ภาครัฐได้มุ่งเน้นที่จะส่งเสริมนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้นผ่านโครงการส่งเสริมสุขภาพต่างๆ ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพได้อย่างง่ายดายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ภาครัฐยังผลักดันนโยบายการเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มากยิ่งขึ้น เนื่องจากประเทศไทยมีระบบบริการสาธารณสุขที่มีมาตรฐานการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพ อีกทั้งราคาที่มีความเหมาะสมผลไม่สูงจนเกินไป จึงเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องกับโปรแกรมการรักษาที่ต้องใช้เวลาอย่างยาวนาน จึงได้มีการอนุมัติวีซ่าเพื่อการรักษาพยาบาล (Medical Treatment Visa) เป็นระยะเวลา 1 ปี เพื่อดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพและมีกำลังใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลเข้าสู่ประเทศไทย (Royal Thai government, 2565) จึงเป็นโอกาสให้บริษัทอาร์มดีดีสามารถขยายการให้บริการทั้งผู้ป่วยโรคมะเร็งทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการฟื้นฟูสุขภาพระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัดได้มากยิ่งขึ้น

3.1.2 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทั่วโลกเริ่มคลี่คลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยที่ได้มีฟื้นเศรษฐกิจโดยการผ่อนคลายมาตรการป้องกันและควบคุมโรคโควิด-19 ตลอดจนการเปิดรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยและทั่วโลกเริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัวมากยิ่งขึ้น โดยเศรษฐกิจของไทยในไตรมาสที่ 4 มีแนวโน้มการขยายตัวร้อยละ 1.9 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ส่งผลให้ประชาชนมีสภาพคล่องทางการเงินที่ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ป่วย

โรคมะเร็งที่กำลังอยู่ในระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีกำลังซื้อที่เพียงพอต่อการใช้บริการธุรกิจบริการดูแลผู้ป่วยอย่างครบวงจรในระหว่างการรักษามะเร็งด้วยเคมีบำบัด จึงเป็นโอกาสสำคัญให้บริษัทอรรถมนต์ดีดีเกิดการขยายธุรกิจให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งไม่เพียงแต่การให้บริการในไทยเท่านั้น แต่ยังสามารถขยายการให้บริการไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ในอนาคต

3.1.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social factor)

ในปัจจุบันโครงสร้างทางสังคมกำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยซึ่งกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ในขณะเดียวกันสังคมไทยยังคงถูกหล่อหลอมให้ลูกหลานมีความกตัญญูต่อบิดา มารดา หรือแม่กระทั่งคนที่เรารัก ดังนั้น เมื่อบุคคลอันเป็นที่รักกลายเป็นผู้ป่วยโรคมะเร็งที่กำลังรักษา ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าการรักษาโรคมะเร็งด้วยเคมีบำบัดนั้นก่อให้เกิดความเจ็บปวดและทรมานเป็นอย่างมาก ดังนั้น การมอบทางเลือกในการผ่อนคลายความเจ็บปวดจากการรักษาด้วยธุรกิจบริการดูแลผู้ป่วยอย่างครบวงจรในระหว่างการรักษามะเร็งด้วยเคมีบำบัด จึงเสมือนเป็นการเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับบุคคลที่เรารัก ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ผู้ป่วยผ่อนคลายความเจ็บปวดได้แล้วนั้น ยังช่วยให้ประสิทธิภาพในการรักษาโรคมะเร็งดียิ่งขึ้น เนื่องจากสภาพร่างกายและจิตใจของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการจะได้รับการฟื้นฟูให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งบริษัทอรรถมนต์ดีดีสามารถจัดแคมเปญเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยได้ เช่น การจัดโปรโมชั่นสำหรับบุคคลที่เรารักในวันสำคัญต่างๆ และนอกจากนี้ในปัจจุบันผู้คนรุ่นใหม่มี Lifestyle ที่มีพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากยิ่งขึ้น จึงเป็นโอกาสของบริษัทอรรถมนต์ดีดีที่จะสามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว

3.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology factor)

ประเทศไทยและทั่วโลกกำลังเข้าสู่เทคโนโลยีดิจิทัลในทุกกิจกรรมการดำเนินชีวิตมากยิ่งขึ้น การใช้เครือข่ายไร้สายอย่าง 5G ส่งผลให้ผู้คนเข้าถึงข่าวสารและการให้บริการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วไร้รอยต่อ สอดคล้องกับการให้บริการของบริษัทอรรถมนต์ดีดีที่มุ่งเน้นการให้บริการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่าง Line OA ซึ่งสามารถตอบโต้พรีการใช้งานแก่กลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ป่วยโรคมะเร็งที่กำลังอยู่ในระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัดนั้นอาจมีความไม่สะดวกในการค้นหาการให้บริการผ่อนคลายอาการเจ็บปวดจากการรักษาด้วยเคมีบำบัด ซึ่งบริษัทอรรถมนต์ดีดี

จะรวมการให้บริการผ่อนคลายเป็นวงจรไว้ในทีเดียว (One stop service) ด้วยความเป็นมืออาชีพ ดังนั้น จึงเป็นการอำนวยความสะดวกให้กลุ่มผู้ป่วยได้เข้าถึงการให้บริการผ่อนคลายเป็นสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้นทุกที่ทุกเวลา

3.1.5 ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal Factor)

ตามที่พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 ได้กล่าวถึงสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ป่วยที่จะสามารถเข้าถึงการรักษาตามมาตรฐานทางการแพทย์ โดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ บริษัท อารมณดีดีได้ดำเนินกิจการ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานทางกฎหมายทุกประการที่จะให้บริการแก่ผู้ป่วยด้วยความเห็นอกเห็นใจ มีมาตรฐานในการให้บริการ และเน้นย้ำถึงการใส่ใจรายละเอียดเล็กน้อยอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับการเจ็บป่วยและการบำบัดรักษาของลูกค้า ด้วยมาตรฐานการรักษาข้อมูลขั้นสูงสุด จะไม่มีการเปิดเผยหรือการนำข้อมูลของผู้ป่วยไปใช้โดยไม่ได้แจ้งให้ทราบล่วงหน้าตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562

3.1.6 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Factor)

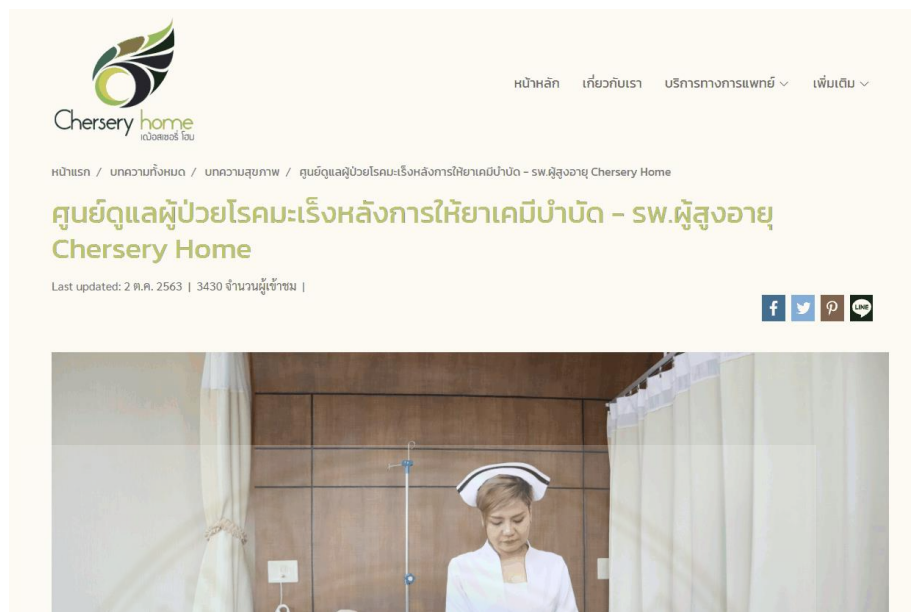
กรุงเทพมหานครและปริมณฑลนั้นมีระบบขนส่งมวลชนที่มีความหลากหลายตลอดจนเส้นทางคมนาคมที่มีความสะดวก ดังนั้น การให้บริการช่วงแรกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจึงเป็น โอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น ลูกค้าสามารถเข้าถึงการให้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

จากการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจที่พิจารณาจากปัจจัยภายนอกทั้ง 6 ประการ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่สามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัท อารมณดีดีเนื่องจากประเทศไทยได้มีการส่งเสริมนโยบายการเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ ดังนั้น ไม่ว่าจะกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นผู้ป่วยชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามารักษาในประเทศไทย ก็ยังสามารถใช้บริการ บริษัท อารมณดีดีเพื่อช่วยให้ผู้ป่วยผ่อนคลายเป็นความเจ็บปวดและจิตใจให้ดีขึ้น และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างเสรีและมีพฤติกรรมกรบริโภคและการใช้บริการผ่านระบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็น โอกาสทางธุรกิจจากปัจจัยดังกล่าว

3.2 การวิเคราะห์ขนาดของตลาด

จำนวนผู้ป่วยโรคมะเร็งทั่วโลกนั้นพบว่ามีมากกว่า 18.1 ล้านคนในปี 2020 ในจำนวนนี้ 9.3 ล้านรายเป็นชายและ 8.8 ล้านรายในหญิง (World cancer research center, 2020) และเมื่อพิจารณาสถิติผู้ป่วยโรคมะเร็งในประเทศไทยจะพบว่ามีจำนวนผู้ป่วยกว่า 122,757 คน (ปัทมา พลอยสว่าง และคณะ, 2564) และคาดว่าในอนาคตจะมีแนวโน้มผู้ป่วยโรคมะเร็งเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษ ความเครียด และการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกหลักโภชนาการ ซึ่งเมื่อพิจารณาร่วมกับแนวโน้มผู้ป่วยโรคมะเร็งจากทั่วโลก ก็จะพบว่ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน ดังนั้น จึงมีขนาดของตลาดที่ค่อนข้างใหญ่เป็นอย่างมาก ซึ่งการให้บริการไม่จำกัดแต่ในกลุ่มผู้ป่วยชาวไทยเพียงเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงกลุ่มผู้ป่วยชาวต่างชาติที่มีความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อเข้ารับบริการรักษาโรคมะเร็งในไทยเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ชาวต่างชาติกลุ่มดังกล่าวยังสามารถยื่นขอวีซ่าเพื่อการรักษาได้ยาวนานถึง 1 ปี โดยชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในไทยนั้น ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ด้านเวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพมากเป็นอันดับ 1 ในขณะที่การรักษาโรคมะเร็งอยู่ในอันดับที่ 6 ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มาจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง กลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งจีน เอเชียใต้ และออสเตรเลีย ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) ดังนั้นเมื่อรวมกับกลุ่มผู้ป่วยโรคมะเร็งชาวไทยจึงส่งผลให้มูลค่าของตลาดบริการเพื่อสุขภาพสูงกว่า 65,000 ล้านบาท ในปี 2564 (ประชาชาติธุรกิจ, 2565)

ความน่าสนใจของธุรกิจดังกล่าวยังไม่มีการให้บริการบนแพลตฟอร์มอย่างครบวงจร ซึ่งจากการสืบค้นข้อมูลผ่าน search engine (Google) พบว่าในปัจจุบันมีเพียงผู้ให้บริการผ่อนคลายในรูปแบบของโรงพยาบาลเท่านั้น และมักจะมีบริการเฉพาะด้าน ไม่มีความหลากหลายมากนัก เช่น บริการธาราบำบัด บริการธรรมชาติบำบัด โปรแกรมการฟื้นฟูสมรรถภาพและการพักผ่อน และศูนย์ดูแลผู้ป่วยโรคมะเร็งหลังการให้ยาเคมีบำบัด เป็นต้น อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ให้บริการในปัจจุบันยังไม่มีแพลตฟอร์มสำหรับให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง โดยส่วนใหญ่มักเป็นการให้บริการในรูปแบบของ walk-in หรือการลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ และบางแห่งจะต้องเดินทางไปใช้บริการตามโปรแกรมการฟื้นฟูในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งนอกจากจะมีค่าใช้จ่ายสูงยังอาจไม่สะดวกสำหรับผู้ป่วยในการเดินทางหรือการพักอาศัยต่างถิ่นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่สำคัญ

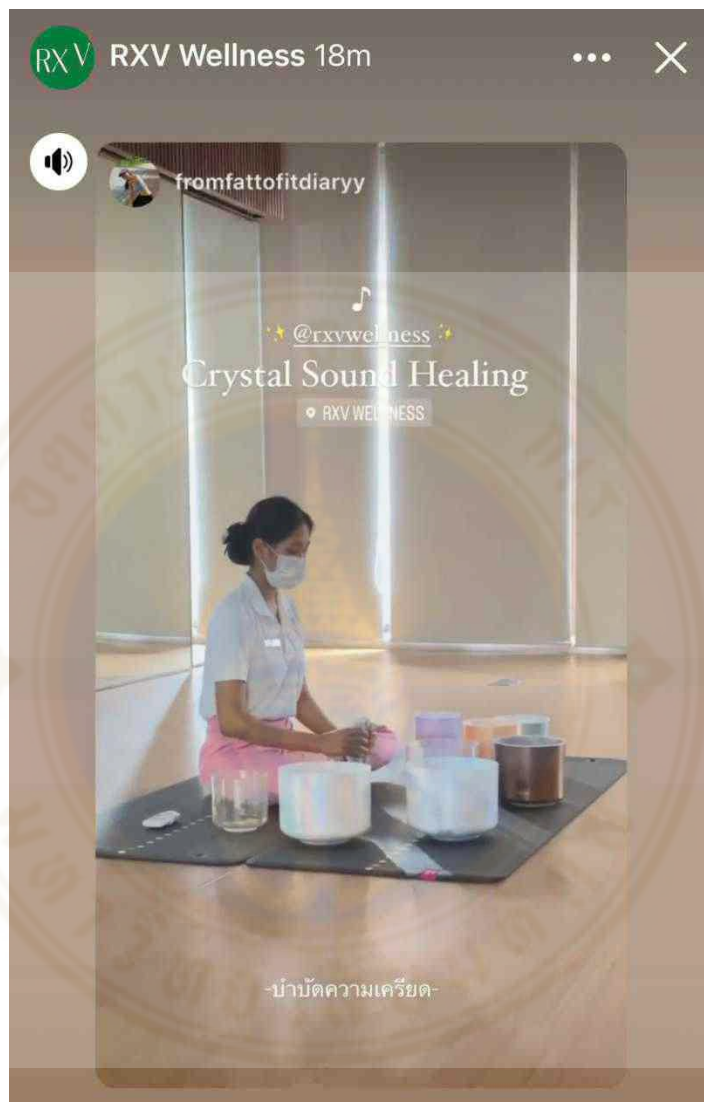


ภาพที่ 3.1 แสดงหน้าเว็บไซต์ Chersery home ผู้ให้บริการดูแลผู้ป่วยโรคมะเร็งหลังการรักษา



ภาพที่ 3.2 แสดงหน้าเว็บไซต์ Miskawaan ผู้ให้บริการฟื้นฟูผู้ป่วยโรคมะเร็งหลังการรักษา

บริการบำบัด ฟันฟูผู้ป่วยจิตเวชด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งศิลปะ ดนตรี และกิจกรรมอื่น ๆ ส่วนอัตราค่าบริการสำหรับผู้ป่วยนอกครั้งแรกจะอยู่ราว ๆ 1,000-3,000 บาท ไม่รวมค่ายาและค่าตรวจเพิ่มเติม



ภาพที่ 3.5 แสดงการให้บริการคลื่นเสียงบำบัดที่ RXV

3.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

การวิเคราะห์แรงกดดันทั้ง 5 (The five forces model of competition)

3.3.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants) - ปานกลาง

การเข้ามาใหม่ของผู้เล่นรายใหม่ในช่วงเวลานี้อาจยังเป็นเรื่องยาก เนื่องจากในปัจจุบันยังธุรกิจฟ่อนคลายสำหรับผู้ป่วยมะเร็งยังถือเป็นเรื่องใหม่ และการเข้าสู่ตลาดเป็นเจ้าแรกยังช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจ อีกทั้งยังสามารถรวบรวมกลุ่มผู้ให้บริการได้ก่อนผู้เล่นรายใหม่ ซึ่งการมีฐานข้อมูลทั้งในส่วนของลูกค้าและผู้ให้บริการจะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่เนื่องจากยังเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่ ดังนั้นจึงอาจเกิดข้อบกพร่องในการให้บริการ จึงอาจเกิดข้อเปรียบเทียบซึ่งผู้เล่นรายใหม่สามารถนำกรณีศึกษาจากข้อบกพร่องของเรามาใช้เป็นจุดแข็งในการให้บริการที่สร้างความแตกต่างได้ในอนาคต นอกจากนี้ในระยะยาวอาจมีผู้เล่นรายใหม่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ให้บริการเดิมที่ให้บริการในลักษณะของ offline อาจมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการมายัง online มากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ผู้เล่นรายเดิมที่ให้บริการในรูปแบบ offline ส่วนใหญ่ยังเป็นการให้บริการในสถานที่ตั้งของตนซึ่งอาจยังไม่ครอบคลุมการให้บริการมากนักเมื่อเทียบกับการให้บริการของบริษัทอรรถนิติที่มุ่งเน้นการให้บริการผ่านออนไลน์ ซึ่งจะสามารถกำหนดพื้นที่และช่วงเวลาให้บริการที่สอดคล้องกันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการ

3.3.2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier) - ต่ำ

ด้วยความที่เป็นแพลตฟอร์มแรกทีรวบรวมผู้ให้บริการฟ่อนคลายสำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็ง ดังนั้น จึงมีความน่าสนใจอย่างมากต่อผู้ใช้บริการ ที่สามารถเลือกกิจกรรมที่ตนสนใจได้ภายในที่เดียว ซึ่งทางแพลตฟอร์มจะทำหน้าที่จัดกิจกรรมและแจ้งตารางกิจกรรมผ่านทางหน้าเฟซบุ๊กและ Line official (Line OA) ส่งผลให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ซึ่งก็คือผู้ให้บริการฟ่อนคลายอิสระสำหรับผู้ป่วยมะเร็งที่มีต่อบริษัทอรรถนิติจึงอยู่ในระดับต่ำ

3.3.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer) - ต่ำ

บริษัทอรรถนิติถือได้ว่าเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มผู้ป่วยโรคมะเร็งที่กำลังอยู่ในช่วงการรักษาด้วยเคมีบำบัด ให้สามารถเข้าถึงการบริการฟ่อนคลายความเจ็บปวดทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากการรักษาด้วยเคมีบำบัดได้ ช่วยให้ผู้ป่วยสามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว โดยในปัจจุบันมีผู้ให้บริการเฉพาะสำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็งเพียงไม่กี่รายเท่านั้น และส่วนใหญ่ยังไม่มีการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบและครอบคลุมมากนัก ดังนั้นลูกค้าจึงมีความ

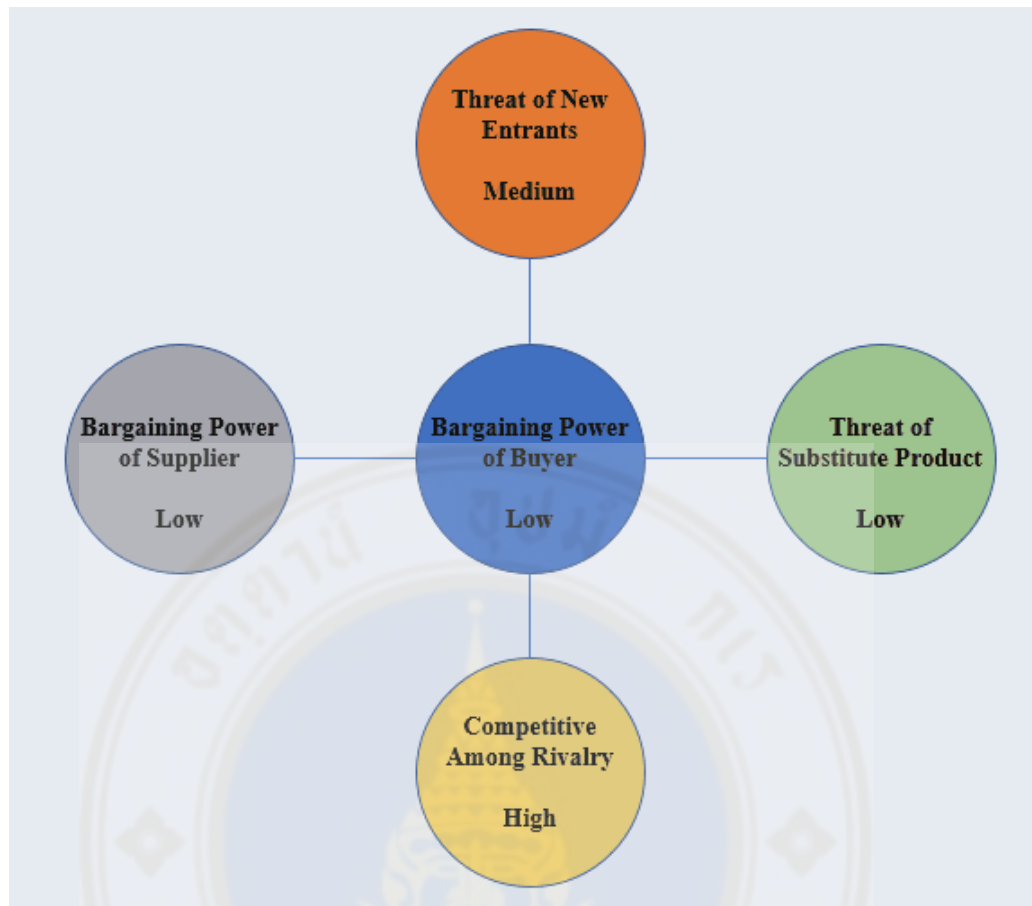
สะดวกในการใช้บริการบริษัทอรรถมนต์ดีดีมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ดังนั้น อำนาจการต่อรองของ ลูกค้าที่มีต่อบริษัทอรรถมนต์ดีดีจึงอยู่ในระดับต่ำ

3.3.4 ภัยจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product) - ต่ำ

การผ่อนคลายสำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็งนั้นมีหลายวิธีด้วยกันตามคำแนะนำของแพทย์ ซึ่งในปัจจุบันมีอุปกรณ์ที่หลากหลายในการผ่อนคลายความเจ็บปวด และผ่อนคลายความเครียดซึ่งเป็นผลกระทบมาจากการรักษามะเร็งด้วยเคมีบำบัด แต่การให้บริการผ่อนคลายส่วนใหญ่นั้นจะมุ่งเน้นไปที่การนวดผ่อนคลาย การทำสปา ธาราบำบัด และบริการด้านจิตเวช ซึ่งต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ด้านต่างๆ ในการให้บริการ และจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในโรคมะเร็งและธรรมชาติของผู้ป่วยที่อยู่ในระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด ดังนั้น การหาสินค้าทดแทนการให้บริการผ่อนคลายสำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็งอย่างครบวงจรและมีประสิทธิภาพนั้นจึงเป็นไปได้ยาก ส่งผลให้ภัยจากสินค้าทดแทนที่มีต่อบริษัทอรรถมนต์ดีดีอยู่ในระดับต่ำ

3.3.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Among Rivalry) - สูง

ตลาดอุตสาหกรรมบริการและเวชศาสตร์ฟื้นฟูนั้นถือได้ว่าเป็นตลาดที่ใหญ่ และมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการสำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็งที่กำลังรักษาด้วยเคมีบำบัด ซึ่งโรงพยาบาลที่รับการรักษาโรคมะเร็งมักจะมีฟองการให้บริการฟื้นฟูสุขภาพ นอกจากนี้แนวโน้มผู้ป่วยโรคมะเร็งมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อาจมีผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้น แม้บริษัทอรรถมนต์ดีดีจะเป็นธุรกิจที่ให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และเข้าสู่ตลาดเป็นเจ้าแรก แต่ในอนาคตอาจมีผู้เล่นรายใหม่มองเห็นช่องทางการให้บริการและเข้าสู่การแข่งขันทางธุรกิจ อีกทั้งการส่งเสริมนโยบายท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาครัฐและแนวโน้มของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเชิงการแพทย์เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมมีความรุนแรงสูง



ภาพที่ 3.6 การวิเคราะห์ Five forces model

3.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

3.4.1 คู่แข่งทางตรง

The Oasis

ที่ตั้ง 1408/41 ถนนพหลโยธิน แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

ให้บริการทางจิตเวช โดยนักจิตบำบัด หรือจิตแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ดูแลครอบคลุมทั้งบริการทางจิตเวชทั่วไปในเด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ ให้คำปรึกษาในกลุ่มอาการหลากหลายที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน ตั้งแต่กลุ่มอาการเครียด เช่น วิตกกังวล คิดวกวน ไม่มีเรี่ยวแรง นอนไม่หลับ หงุดหงิดง่าย หรือแพนิค (อาการตื่นตระหนกโดยไม่มีสาเหตุ) มีการรักษาด้วยยา และการทำจิตบำบัด โดยมีกิจกรรม อาทิ จิตบำบัด ศิลปะบำบัด เปิดให้บริการผ่านทางออนไลน์และที่ร้าน ราคาเริ่มตั้งแต่ 2,000 – 2,500 บาท



ภาพที่ 3.7 ภาพเวปเพจ The Oasis

Manarom Hospital

ที่ตั้ง เลขที่ 9 ถนนสุขุมวิท 70/3 แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โรงพยาบาลเอกชนเฉพาะทางด้านสุขภาพจิต มีการให้บริการด้าน ศิลปะบำบัด ดนตรีบำบัด ละครบำบัด การเล่นเกมบำบัด จิตบำบัด เปิดให้บริการที่โรงพยาบาลเพียงอย่างเดียว ราคาเริ่ม 800 – 3,000บาท

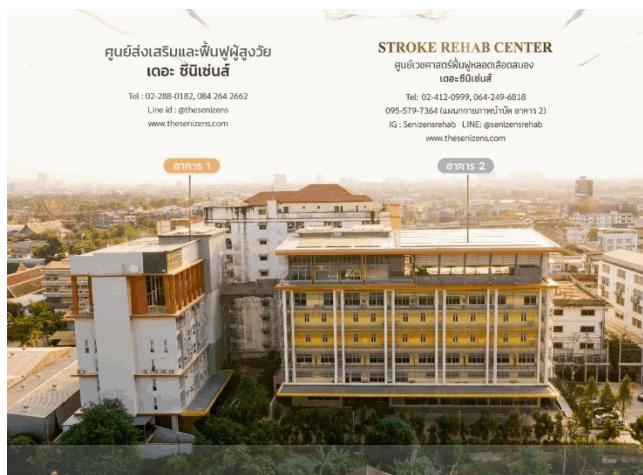


ภาพที่ 3.8 ภาพ โรงพยาบาลมนารมย์

Chersery Home

ที่ตั้ง 446 อาคาร The Senizens ถ.บางแวก แขวงบางแวก เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

ดูแลผู้ป่วยโรคมะเร็ง หลังการให้ยาเคมีบำบัด หรือหลังการให้คีโม โดยให้บริการการดูแลเพื่อบรรเทาอาการข้างเคียงจากการให้ยาเคมีบำบัด มีกิจกรรมดนตรีบำบัด ธาราบำบัด จิตบำบัด ให้บริการที่ศูนย์ดูแล ราคากิจกรรมละ 1,500 บาท และให้บริการแบบเป็นคอร์ส ประจำและไปกลับ



ภาพที่ 3.9 ภาพศูนย์ส่งเสริมและฟื้นฟูผู้สูงอายุ The Senizems ร่วมกับ Chersery Home

RXV Wellness Village

ที่ตั้ง 88 หมู่ 2 ตำบลยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73110

ให้บริการผ่อนคลายในทุกรูปแบบ ศิลปะบำบัด คลื่นเสียงบำบัด นวดบำบัด Reiki ที่ช่วยดูแล ฟันฟู และปรับสมดุลใหม่ให้ทั้งร่างกายและจิตใจไปพร้อมกัน พร้อมผ่อนคลายจิตใจในทุกรูปแบบผ่านการกินอาหารที่ดี กิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ที่ออกแบบมาเพื่อทุกเพศทุกวัย ให้บริการที่โรงแรมเท่านั้น โดยราคาจะเป็นรูปแบบ One Day trip 2,900 บาท



ภาพที่ 3.10 ภาพสถานที่ RXV Wellness

3.4.2 คู่แข่งทางอ้อม

HD MALL

ที่ตั้ง <https://hdmall.co.th/>

แพลตฟอร์มที่รวบรวมกิจกรรมทั้งด้านสุขภาพ ความงาม หลากหลายรูปแบบ โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ มีกิจกรรมนวดผ่อนคลาย ศิลปะบำบัดราคา 1,900 บาทขึ้นไป








ภาพที่ 3.11 ภาพหน้า website HD Mall

สิ่งที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับบริษัทอรรถมณีดีดี

จากการเปรียบเทียบธุรกิจอรรถมณีดีดีกับคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยคู่แข่งทางตรงคือธุรกิจที่ให้บริการดูแลจิตใจและผ่อนคลาย คู่แข่งทางอ้อมคือแพลตฟอร์ม Market Place ที่รวบรวมบริการสุขภาพไว้ในแพลตฟอร์ม การเปรียบเทียบคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม วัตถุประสงค์คือให้แต่ละลูกค้า แบ่งออกเป็น 5 ข้อ ดังนี้

- Friendly อรรถมณีดีดี มีการบริการที่หลากหลายสำหรับผู้ป่วย โดยกิจกรรมได้ถูกคัดสรรมาอย่างดีว่าสามารถช่วยให้ผู้ป่วยผ่อนคลายจิตใจ ช่วยลดความเครียด พนักงานและผู้สอนมีความเข้าใจผู้เข้าร่วมกิจกรรม พื้นที่ทำกิจกรรมมีความปลอดภัย และสถานพยาบาลที่ใกล้ที่สุดในรัศมี 5 กิโลเมตร
- Easy สามารถเดินทางมายังที่จัดกิจกรรมได้ง่ายด้วยรถไฟฟ้าได้ดินสถานีหัวลำโพง รวมถึงยังมีที่จอดรถรองรับสำหรับผู้เดินทางด้วยรถส่วนตัว
- Many Activities รวบรวมกิจกรรมหลากหลายชนิดมาไว้ในที่เดียว สร้างความสะดวกสบายด้วยกิจกรรมที่เพลิดเพลินเหมาะกับผู้ป่วยได้เป็นอย่างดี สามารถเลือกคอร์สที่กำลังจะเกิดขึ้นที่จัดที่ออฟฟิศหรือทางออนไลน์ และจองเข้าร่วมได้ทาง Line OA

COMPETITOR

BRAND	The Oasis	Manarom	CHersery home	RXV	อารณชิตดี
PHOTO					
กิจกรรม	จิตบำบัด ศิลปะบำบัด	ศิลปะบำบัด ดนตรีบำบัด ละครบำบัด การเล่นบำบัด จิตบำบัด	ดนตรีบำบัด ธาราบำบัด จิตบำบัด	ศิลปะบำบัด คลื่นเสียงบำบัด ขวดบำบัด Reiki	จิตบำบัด ศิลปะบำบัด คลื่นเสียงบำบัด ขวดบำบัด
ระยะเวลา	50 นาที	-	60	One day	1-2 ชั่วโมง
ราคา	2,000-2,500 THB	800 - 3,000 THB	1,500 THB	2,900 THB	1,500 THB
รูปแบบบริการ	Online, Onsite	Onsite	Onsite	Onsite	Online, Onsite
สถานที่	ลาดพร้าว	บางนา	บางแค	สามพราน	หัวลำโพง

รูปภาพ 3.12 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง

3.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้บริการ

ปัจจุบันจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาวะโรคระบาด ฝุ่น ควัน ก่อให้เกิดความเครียด ความกังวลที่ ส่งผลต่อผู้ป่วยที่กำลังรับการรักษา ประกอบกับความเครียดจากโรคที่ตนเองกำลังเผชิญอยู่ ทำให้กลุ่มผู้ป่วยเริ่มมองหากิจกรรมที่ช่วยให้ผ่อนคลายในรูปแบบต่าง ๆ โดยการสนใจเข้าร่วมกิจกรรมนั้นมีทั้งการเข้าร่วมผ่านทางออนไลน์และการเข้าร่วมแบบออนไซต์ การเดินทางสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีกิจกรรมให้เลือกหลากหลาย ราคาจับต้องได้ ที่สำคัญคือความง่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม

3.6 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนของธุรกิจ (SWOT Analysis)

Strength (จุดแข็ง – ปัจจัยภายใน)

- การให้บริการด้วยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์สูง
- การให้บริการที่มีมาตรฐานและความปลอดภัย
- สามารถเข้าถึงการบริการได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านแพลตฟอร์ม Line OA
- สามารถประเมินค่าใช้จ่ายล่วงหน้าได้
- เป็นผู้ให้บริการรายแรกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
- มีฐานข้อมูลลูกค้าและผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก

Weakness (จุดอ่อน – ปัจจัยภายใน)

- การสร้างการรับรู้ (Brand awareness) ยังต้องใช้เวลาและต้นทุนในการโฆษณา
- ผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการรับรองและมีประสบการณ์ในการให้บริการแก่ผู้ป่วยโรคมะเร็งยังมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการ
- การให้บริการยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่
- การสร้างความไว้วางใจในช่วงเริ่มต้นของธุรกิจต้องใช้ทรัพยากรเป็นจำนวนมาก

Opportunity (โอกาส – ปัจจัยภายนอก)

- พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์มากยิ่งขึ้น
- ภาครัฐส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub)
- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเชิงการแพทย์ในไทยมากยิ่งขึ้น

- ภาครัฐได้มีการอนุมัติวีซ่าเพื่อการศึกษาให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นระยะเวลา 1 ปี
- แนวโน้มผู้ป่วยโรคมะเร็งทั้งในไทยและทั่วโลกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Threat (อุปสรรค – ปัจจัยภายนอก)

- การให้บริการรูปแบบใหม่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Line OA ซึ่งอาจยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก
- ปัญหาמינציפใช้ช่องทางออนไลน์หรือ Line ปลอม ในการหลอกลวงผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดความกังวลต่อลูกค้า
- ผู้ให้บริการอื่นๆ อาจมองเห็นโอกาสในการเข้าสู่อุตสาหกรรมเช่นเดียวกัน ก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง

บทที่ 4 แผนการตลาด

4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)

เป้าหมายทางการตลาดของ บริษัทอาร์มดีดี ในช่วงระยะแรกนั้นจะมุ่งเน้นไปที่การให้บริการแก่กลุ่มผู้ป่วยโรคมะเร็งที่กำลังรักษาด้วยเคมีบำบัด ซึ่งเป็นการให้บริการรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นหลัก เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการในการเข้าถึงการบริการเพื่อผ่อนคลายความเจ็บปวดในระหว่างการรักษาโรคมะเร็งได้อย่างสะดวก รวดเร็ว การบริการที่หลากหลาย พร้อมด้วยผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการรับรองและมาตรฐานความปลอดภัยในการให้บริการสูงสุด

4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

- สร้าง Storytelling ถึงความเป็นมาของแบรนด์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจแรกจากเรื่องราวการดำเนินธุรกิจ
- สร้าง content ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อนำเสนอ Storytelling ออกมาในรูปแบบของคลิปวิดีโอสั้นๆ
- ใช้ User Generate Content โดยผู้ใช้บริการจริง ทำให้เกิดการบอกต่อ
- สร้าง brand awareness เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงแบรนด์ พร้อมทั้งสร้างการจดจำผ่าน Corporate identity ของแบรนด์ให้สามารถจดจำได้ง่ายยิ่งขึ้น
- สร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างแบรนด์และลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แบบ 2 ways communication
- สร้างช่องทางการขายที่มุ่งเน้นช่องทางออนไลน์เป็นหลัก พร้อมกับช่องทางออฟไลน์ผ่านความร่วมมือกับแพทย์ โรงพยาบาล หรือศูนย์การแพทย์ต่างๆ

- สร้างการบริการรูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการและความสะดวกสบายของลูกค้าในกลุ่มผู้ป่วยโรคมะเร็งกำลังรักษาด้วยวิธีเคมีบำบัดและวิธีอื่นๆ เช่น ฉายแสง ผ่าตัด ยาพุ่งเป้า วัฒนธรรมชาติ

4.3 กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาด (Target Customer)

ทำการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยใช้ STP (Segmentation Targeting Positioning) เป็นเครื่องมือในการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation) คัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Targeting) และกำหนดตำแหน่งของการบริการ (Positioning) ดังนี้

4.3.1 การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation)

1. ด้านประชากรศาสตร์

- ทุกเพศ
- อายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป
- อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- รายได้ในระดับปานกลางถึงระดับสูง ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป

2. ด้านภูมิภาค

- พื้นที่ให้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

4.3.2 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

ด้าน B2C (Business to Customer) สัดส่วน 90% คือ กลุ่มคนวัยทำงานไปจนถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นผู้ป่วยหรือมีสมาชิกในครอบครัวที่ป่วยเป็นโรคมะเร็งและกำลังอยู่ในระหว่างการรักษาด้วยวิธีเคมีบำบัด ผ่าตัด ฉายแสง ยาพุ่งเป้า รักษาด้วยวิธีทางธรรมชาติ อายุ 35 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ใช้ smartphone

ด้าน B2B (Business to Business) สัดส่วน 10% ได้แก่ ศูนย์การแพทย์ สถานพยาบาล โรงพยาบาล คลินิก ที่ให้คำแนะนำและให้การรักษาโรคมะเร็งด้วยวิธีเคมีบำบัด ผ่าตัด ฉายแสง ยาพุ่งเป้า รักษาด้วยวิธีทางธรรมชาติ และเป็นผู้ใช้ smartphone

4.3.3 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

ผู้ป่วยโรคโรคมะเร็งที่กำลังรักษาและไม่ได้ทำการรักษาแต่ยังสามารถช่วยเหลือตัวเองได้เป็นอย่างดี ผู้ป่วยโรคไม่ติดต่่อื่นๆ และผู้ที่ต้องการผ่อนคลายจากความเครียดหรือความเหนื่อยล้าจากการดำเนินชีวิตประจำวัน รวมถึงกลุ่มชาวต่างชาติ ที่เข้ามารับการรักษาในไทย และเป็นผู้ที่ใช้โทรศัพท์มือถือ (Smart phone)

4.4 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)

การวิเคราะห์ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาดของ บริษัทออรမ်ดีดี โดยใช้ Perceptual mapping



ภาพที่ 4.1 แสดง Perceptual mapping ของแต่ละแบรนด์ในตลาดกลุ่มผ่อนคลายสุขภาพ

จากภาพที่ 4.1 จะพบว่า บริษัทออร่มดีดี จะเป็นแบรนด์ที่สร้างความแตกต่างในการให้บริการผ่อนคลายแก่ผู้ป่วยมะเร็ง เนื่องจากส่วนใหญ่จะเน้นการให้บริการแบบ on site เช่น โรงพยาบาลและศูนย์การแพทย์ อีกทั้งยังมีราคาสูงกว่า และส่วนใหญ่ยังให้บริการแบบ offline ในขณะที่ บริษัทออร่มดีดี จะให้บริการค้นหา จองคิว และชำระค่าบริการผ่านแพลตฟอร์ม Line OA อย่างครบวงจร เพื่อให้สะดวกแก่ผู้ใช้บริการซึ่งสามารถเลือกรับบริการได้ทั้งแบบ Delivery และ

แบบ On site อีกทั้งยังเป็นการรวบรวมเครือข่ายผู้ให้บริการผ่อนคลายมะเร็งอย่างครบวงจรและครอบคลุมทุกกิจกรรมการผ่อนคลาย นอกจากนี้ยังให้บริการด้วยผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ในการให้บริการแก่ผู้ป่วยโรคมะเร็งโดยเฉพาะ มีการตรวจสอบประวัติของผู้สอนเพื่อเพิ่มความปลอดภัยสูงสุด

4.5 กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)

ผู้วิจัยดำเนินกลยุทธ์การตลาดแบบ 5A model ดังนี้

1. Brand awareness (รับรู้ว่ามีบริการนี้อยู่) เป็นขั้นตอนแรกในการสร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทราบถึงการมีอยู่ของธุรกิจ บริษัทารมณ์ดีดี และทราบว่าสามารถเข้าถึงการให้บริการและสอบถามข้อมูลต่างๆ ได้ผ่านช่องทาง Line OA และเนื่องจากการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ ดังนั้น จึงสามารถทำการโฆษณาผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่คนทั่วไปและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการทำตลาดผ่านช่องทางออฟไลน์ ดังนี้

1.1 ช่องทางออนไลน์ ประกอบด้วย

- การซื้อโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Twitter, Google และ YouTube เป็นต้น
- การสร้าง Facebook Page และ Official account ของสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ (Instagram, Twitter, YouTube) เพื่อนำเสนอข่าวสาร ข้อมูล เกร็ดความรู้ และการประชาสัมพันธ์ต่างๆ
- Line official สำหรับเป็นช่องทางการสื่อสารหลักและการเข้าถึงการให้บริการ

1.2 ช่องทางออฟไลน์

- การออกบูธตามงานแสดงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ
- การออกบูธตามโรงพยาบาลหรือศูนย์การแพทย์
- โบรชัวร์ตามโรงพยาบาลและศูนย์การแพทย์

2. Appeal (ดึงดูดใจ) เมื่อดำเนินการสร้างการรับรู้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและคนทั่วไปแล้วนั้น ในขั้นตอนต่อไปก็ต้องสร้างความดึงดูดใจให้เป็นที่จดจำการให้บริการของ บริษัท อารมณ์ดีดี โดยจะต้องทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอยากรู้จักและอยากได้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจมากยิ่งขึ้น โดยในขั้นตอนนี้จะดำเนินการสร้าง content ที่อาจก่อให้เกิดความประทับใจ หรือการใช้ Influencer ที่มีชื่อเสียงเข้ามารีวิวการให้บริการ

3. Ask (สอบถาม) ภายหลังจากการทำตลาดในระยะหนึ่งจนธุรกิจเริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ลูกค้ามีความต้องการข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการให้บริการเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจก่อนใช้บริการ ซึ่งในขั้นตอนนี้ดังกล่าวอาจเป็นการสร้าง community เพื่อให้ผู้ที่เคยใช้บริการเข้ามาแลกเปลี่ยนข้อมูลการใช้บริการ หรือการรีวิวการใช้บริการ เพื่อให้ผู้ที่กำลังตัดสินใจสามารถตัดสินใจได้ง่ายยิ่งขึ้น.

4. Act (ซื้อ) ในขั้นตอนนี้ลูกค้าจะมีการตัดสินใจใช้บริการ บริษัท อารมณ์ดีดี ซึ่งจะต้องทำการเพิ่มจำนวนฐานลูกค้ารายใหม่ให้มีการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น พร้อมกับการรักษาฐานลูกค้าเดิมให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องผ่านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P ดังนี้

4.1 Product นำเสนอการให้บริการที่มีความสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย การให้บริการที่หลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มอาการ ให้บริการที่มีความยืดหยุ่นทั้งแบบ on site และ delivery โดยผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการรับรองเฉพาะด้าน ผ่านการตรวจสอบประวัติอาชญากรรม ส่งผลให้ Product ของ บริษัท อารมณ์ดีดี อยู่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

4.2 Price การกำหนดราคาจะพิจารณาจากหลายปัจจัยซึ่งจะแตกต่างกันไปตามรูปแบบการให้บริการ เช่น การให้บริการแบบ delivery จะพิจารณาจากระยะทางที่ผู้ให้บริการจะต้องเดินทางไปยังบ้านหรือที่พักของลูกค้า โดยการกำหนดราคาที่มีความหลากหลายสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการ และระยะเวลาการให้บริการที่มีความเหมาะสม

4.3 Place เนื่องจากเป็นการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ ดังนั้น ลูกค้าจึงมีความสะดวกในการเข้าถึงการให้บริการได้ตลอดเวลาผ่านแอปพลิเคชัน Line OA ซึ่งสามารถเลือกใช้บริการได้ทั้งแบบ Delivery และแบบ On site

4.4 Promotion มีการออกโปรโมชั่นในการจูงใจลูกค้าใหม่ให้เข้าใช้บริการ เช่น คุปองลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าใหม่ และ โปรโมชั่นสำหรับลูกค้าเก่า เช่น ระบบสะสมแต้ม (Reward card) ใน Line OA หลังการใช้บริการทุกครั้ง ซึ่งสามารถนำแต้มมาแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดหรือบริการพิเศษอื่นๆ ตลอดจนคุปองส่วนลดต่างๆ เป็นต้น

4.5 People มีการฝึกอบรมแอดมินในการสนทนากับลูกค้า การให้คำแนะนำ และการตอบคำถามที่มีความสุภาพ นอบน้อม และให้บริการอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีการอบรมผู้ให้บริการที่จะต้องคำนึงถึงสภาพจิตใจของผู้ป่วย และเข้าใจถึงธรรมชาติของผู้ป่วย เพื่อให้การให้บริการแก่ผู้ป่วยโรคมะเร็งได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้หากพบปัญหาการให้บริการ พนักงานจะต้องสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว

4.6 Process มีกระบวนการให้บริการที่รวดเร็วและมีความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ระบบการชำระเงินที่มีความปลอดภัยและมีช่องทางการชำระเงินที่มีความหลากหลาย เช่น การชำระเงินผ่าน QR code, Rabbit line pay, True money และพร้อมเพย์ เป็นต้น

4.7 Physical Evidence การสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ในการให้บริการให้แก่ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เช่น การเดินทางมาถึงก่อนเวลาให้บริการ การเพิ่มเวลาให้บริการเป็นพิเศษ เป็นต้น

5. Advocate (การแนะนำหรือบอกต่อสินค้า) จากการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P ร่วมกับ 5A model ก่อให้เกิดคุณภาพการบริการในทุกมิติในมาตรฐานสูง ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจจนกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง พร้อมกับระบบ community ที่เปิดให้เฉพาะลูกค้าที่เคยใช้บริการให้สามารถกลับมาบอกกริวิงเพื่อบอกเล่าความประทับใจเพื่อนำไปสู่การจูงใจและบอกต่อแก่ลูกค้าใหม่ให้มีการตัดสินใจใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีการติดตามหลังการขายผ่านระบบ CRM (Customer Relationship Management) เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการได้ทุกมิติ

บทที่ 5

แผนการดำเนินงาน

บริษัทอรรถมณีดีดีเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่มุ่งเน้นความสะดวกสบายในการให้บริการ ผ่อนคลายจากความเจ็บปวดและความกังวลใจของผู้ป่วย โรคมะเร็งจากการรักษาด้วยเคมีบำบัด ซึ่งเป็นการให้บริการผ่าน Line OA แบบครบวงจร โดยระบบจะเป็นตัวกลางในการคัดเลือกผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญศาสตร์การบำบัดเฉพาะด้าน และมีประสบการณ์ในการให้บริการแก่ผู้ป่วย โรคมะเร็งด้วยความเป็นมืออาชีพ ทั้งแบบ Delivery และแบบ On site ในพื้นที่ให้บริการที่ใกล้เคียงกับตำแหน่งของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งลูกค้าสามารถจองคิวใช้บริการล่วงหน้าพร้อมทั้งระบบการชำระเงินและ GPS tracking ที่มีความปลอดภัย อีกทั้งยังอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าอย่างครบวงจร

5.1 ทำเลที่ตั้ง

อาคารตั้งฮั่วป๊ก ชั้น 10

ที่อยู่: 320 ถนนพระราม 4 แขวงมหาพฤฒาราม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

พื้นที่ใช้สอยรวม 77 ตารางเมตร สำหรับพนักงาน 2 คนและทำกิจกรรม ราคาเช่า 30,000 บาท/เดือน



ภาพที่ 5.1 แสดงพื้นที่ภายนอกอาคาร



ภาพที่ 5.2 พื้นที่ใช้สอยภายในสำนักงาน



ภาพที่ 5.3 Layout ของสำนักงาน

No.	รายละเอียด	เม.ษ. 2566	พ.ค. 2566	มิ.ย. 2566	ก.ค. 2566	ส.ค. 2566	ก.ย. 2566	ต.ค. 2566	พ.ย. 2566
9	การสร้างการรับรู้ผ่าน Social media								
10	การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด								
11	ทดสอบการให้บริการเต็มรูปแบบ								
12	เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการ								
13	เริ่มดำเนินกิจการ								

5.3 การจัดตั้งบริษัท

การจัดตั้งบริษัทมีขั้นตอนดังนี้

- จองชื่อบริษัทที่เว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยใช้ชื่อ “บริษัทอาร์มดีดี”
- จดทะเบียนคำขอจดทะเบียนนิติบุคคลออนไลน์ โดยมีข้อมูลที่ต้องเตรียมพร้อม ได้แก่ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน สำเนาทะเบียนบ้านของผู้ประกอบการ โดยต้องไปจดทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันที่ได้เริ่มกิจการ
- หลังจากได้ไปทะเบียนพาณิชย์ ต้องแสดงใบทะเบียนพาณิชย์ไว้ ณ สำนักงานในที่เปิดเผยและเห็นง่าย
- เมื่อเอกสารทุกอย่างครบ นำไปจดทะเบียนที่สำนักพัฒนาธุรกิจการค้า

5.4 กระบวนการที่นำไปสู่การให้บริการ

1) ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจจากการประชาสัมพันธ์ในช่องทางใดช่องทางหนึ่ง




- 2) ลูกค้าให้ความสนใจและติดต่อเข้ามาเพื่อสอบถามข้อมูลจากเจ้าหน้าที่
- 3) เจ้าหน้าที่แนะนำบริการต่างๆ ตลอดวิธีการใช้บริการ
- 4) ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการใดบริการหนึ่งจากบริษัทอรรถมนต์ดี
- 5) หลังจากการให้บริการเสร็จสิ้น ลูกค้าจะได้รับแบบฟอร์มประเมินความพึงพอใจหลังใช้บริการ หรือ ได้รับการติดต่อจากบริษัทเกี่ยวกับความพึงพอใจและข้อบกพร่องหลังใช้บริการ
- 6) บริษัทนำความคิดเห็นของลูกค้าไปพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องการให้บริการ ให้ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.5 อุปกรณ์และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

การจัดตั้งบริษัทอรรถมนต์ดีจำเป็นต้องมีอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินงาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ภายในสำนักงานเป็นหลัก โดยรายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายจะแสดงให้เห็นตารางที่ 5.2 ดังนี้

ตารางที่ 5.2 รายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์และค่าใช้จ่าย

อุปกรณ์	ภาพ	รายละเอียด	ราคาต่อหน่วย (บาท)
คอมพิวเตอร์ รุ่น Acer Aspire C22-1650		สำหรับใช้ใน ส่วนงานฝ่าย บัญชี และ การเงิน ฝ่าย บุคคล ฝ่าย ประชาสัมพันธ์ และ แอดมิน Line OA	25,990
คอมพิวเตอร์ รุ่น Acer Aspire C22-1650		สำหรับใช้ใน ส่วนงานฝ่าย บัญชี และ การเงิน ฝ่าย บุคคล ฝ่าย ประชาสัมพันธ์ และ แอดมิน Line OA	25,990
Apple iPhone 14 Plus 128GB		สำหรับใช้ใน งานด้านบริการ ลูกค้าสัมพันธ์	35,900

อุปกรณ์	ภาพ	รายละเอียด	ราคาต่อหน่วย (บาท)
Canon Printer Laser Image CLASS MF3010		สำหรับใช้ในการพิมพ์เอกสารและถ่ายเอกสารในสำนักงาน	5,200
อุปกรณ์เครื่องเขียนภายในสำนักงาน		สำหรับใช้ในงานเอกสารและงานทั่วไปในสำนักงาน	6,000
เอกสาร โถง 4 ชั้น เซอร์รี่-ดำ MONO C150-WCS/F		สำหรับใช้ในงานเอกสารและเก็บเอกสารทั่วไปในสำนักงาน	8,000

อุปกรณ์	ภาพ	รายละเอียด	ราคาต่อหน่วย (บาท)
ชุดทำงานโต๊ะเก้าอี้UTESPELARE อูเตสเป็ยลาเร่ / HELMER เฮล์มเมอร์		สำหรับใช้ในสำนักงาน	20,000
โต๊ะประชุม		สำหรับประชุมงาน	15,000

บทที่ 6

แผนการบริหารและการจัดการองค์กร

6.1 ข้อมูลบริษัท

บริษัทอาร์มณดีดี จำกัด ทุนจดทะเบียน 1,500,000 บาท

ตั้งอยู่ที่ 320 ถนนพระราม 4 แขวงมหาพฤฒาราม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

6.2 รายชื่อคณะกรรมการบริษัท

นางสาวเมธาวิ แคล้วโยธา

6.3 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

บริษัทอาร์มณดีดี ได้รับการจัดตั้งเป็นบริษัทนิติบุคคล ซึ่งเจ้าของเป็นผู้ก่อตั้งและลงทุน แต่เพียงผู้เดียว

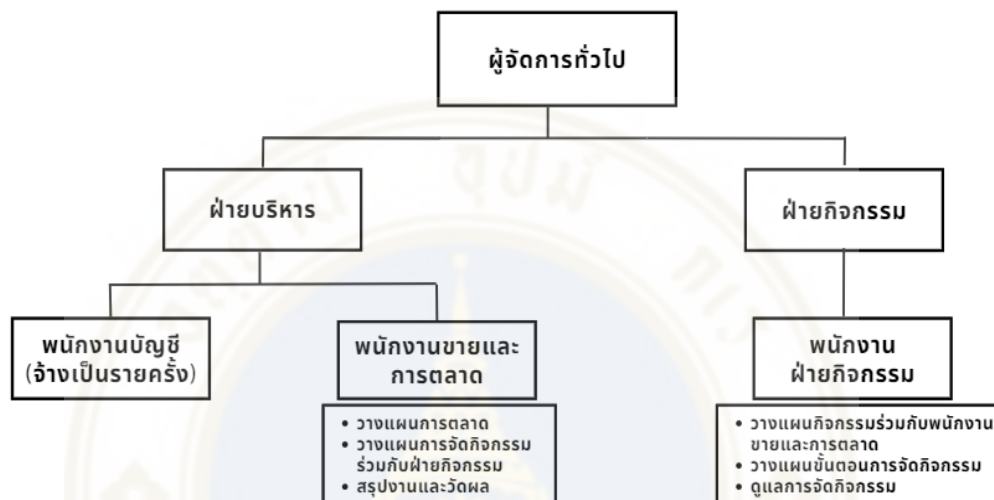
ตารางที่ 6.1 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นและรายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น (หุ้น)	อัตราส่วนถือ ครองหุ้น	เงินลงทุน (บาท)
1	นางสาวเมธาวิ แคล้วโยธา	15,000	100%	1,500,000

6.4 โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากบริษัทอาร์มณดีดีเป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นใหม่ ซึ่งในช่วงแรกนั้นยังมีจำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงานไม่มากนัก จึงมีการกำหนดโครงสร้างองค์กรแบบตามแนวนอน (Horizontal structure) ซึ่งมีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบให้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญงานแต่ละด้านอย่าง

ชัดเจน และบริหารงานแบบกระจายอำนาจให้แก่พนักงานที่ได้รับมอบหมายงานได้มีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเต็มที่ (Decentralization) ช่วยให้พนักงานมีอิสระในการคิด การตัดสินใจ และการประสานงานทั้งการพัฒนาและการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ได้อย่างเต็มที่และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ช่วยให้สามารถขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างรวดเร็ว ทันท่วงทีต่อการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของตลาด



ภาพที่ 6.1 ผังโครงสร้างองค์กร

6.5 ลักษณะงานและคุณสมบัติ

ตารางที่ 6.2 ลักษณะงานและคุณสมบัติของบุคลากร

ฝ่าย	ลักษณะงาน	คุณสมบัติ
Customer Service & Activities	<ul style="list-style-type: none"> - แอดมินผู้ดูแลระบบผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line OA, Facebook page, Instagram เป็นต้น - ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ โปรโมชัน และสิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า - ตอบข้อซักถามลูกค้าเกี่ยวกับการบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - Founder รับผิดชอบ - มีใจรักในงานบริการ น้ำเสียงนุ่มนวลเหมาะสมกับงานบริการ - มีทักษะการสื่อสารที่ดี - มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ที่ดี มีความอดทนและรับฟังคำวิจารณ์จากลูกค้าได้

ฝ่าย	ลักษณะงาน	คุณสมบัติ
	<ul style="list-style-type: none"> - ติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้ากับผู้เชี่ยวชาญ - วางแผนและดูแลการจัดกิจกรรม - ติดตามและประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบและผู้เชี่ยวชาญ - รับคำติชมจากลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีและรวดเร็ว - สามารถให้ข้อมูลการบริการของธุรกิจได้เป็นอย่างดี - เงินเดือน 30,000 บาท
Sale and marketing	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและแนวทางการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย - กำหนดกลยุทธ์สร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลทั่วไป - วางแผนจัดทำโปรโมชันและกิจกรรมประจำเดือน ประจำปี และประจำวันสำคัญต่างๆ - กำหนดราคาการให้บริการแก่ลูกค้าในอัตราที่เหมาะสม - กำหนดค่าบริการให้แก่ผู้เชี่ยวชาญตามความเหมาะสม - ศึกษาตลาด คู่แข่ง และภัยคุกคามทั้งเก่าและใหม่อยู่ตลอดเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> - เพศชาย/หญิง อายุ 25 ปีขึ้นไป - การศึกษาระดับปริญญาตรี การตลาด - มีความเข้าใจในธุรกิจการให้บริการด้านสุขภาพและการผ่อนคลาย - มีความเข้าใจธุรกิจออนไลน์ - มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อธุรกิจ เช่น Line OA เป็นต้น - มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถเจรจาต่อรองได้ดี - เงินเดือน 15,000 บาท
Financial Accounting (เจ้าหน้าที่บัญชี)	<ul style="list-style-type: none"> - วางระบบบัญชีของบริษัท - บันทึกข้อมูลงบการเงินตามระบบบัญชีของบริษัท - จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ของบริษัท - ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารทางบัญชีของบริษัท - บันทึกธุรกรรมทางการเงินของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> - เพศชาย/หญิง อายุ 25 ปีขึ้นไป - การศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบัญชี - มีประสบการณ์งานบัญชีมากกว่า 1 ปี - มีความรับผิดชอบสูง อดทน ต่อแรงกดดันได้ดี - มีความละเอียดรอบคอบ

ฝ่าย	ลักษณะงาน	คุณสมบัติ
	<ul style="list-style-type: none"> - ทำงบดุล รวบรวมรายงานการเงินตามระยะเวลาที่กำหนด - จัดแสดงรายรับรายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท - ทำรายงานปิดงบการเงินประจำเดือนให้กับบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดรับความคิดเห็นและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับใช้กับงานด้านบัญชี - มีความซื่อสัตย์ รักษาความลับของบริษัทเป็นอย่างดี - สามารถใช้คอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีได้เป็นอย่างดี - จ้างเป็นรายครั้ง/เดือน

6.6 กลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัท

6.6.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

บริษัทอาร์มดีดี ดำเนินกลยุทธ์การเติบโตแบบเร่งรัด (Intensive growth strategies) เป็นกลยุทธ์ระดับองค์กรที่มุ่งเน้นไปที่การเพิ่มการเติบโตของบริษัทด้วยวิธีการภายใน เช่น การขยายสู่ตลาดใหม่ การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการเพิ่มยอดขายให้กับลูกค้าที่มีอยู่เดิม กลยุทธ์การเติบโตแบบเร่งรัดทั่วไป ได้แก่

1) การเจาะตลาด: เป็นการเพิ่มยอดขายบริการที่มีอยู่ของบริษัทไปยังฐานลูกค้าเดิม ซึ่งสามารถทำได้ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การเพิ่มความพยายามทางการตลาด การส่งเสริมการขาย การปรับปรุงกระบวนการขาย และเสนอโปรโมชันต่างๆ ให้กับลูกค้า

2) การพัฒนาตลาด: เป็นการขยายการดำเนินงานของบริษัทไปสู่ตลาดใหม่หรือกลุ่มลูกค้าใหม่ ซึ่งสามารถทำได้ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การจัดตั้งพันธมิตรกับบริษัทหรือผู้ประกอบการดั้งเดิมในท้องถิ่นที่ดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการผ่อนคลาย โดยการอบรมหรือเพิ่มทักษะการให้บริการแก่ผู้ป่วยโรคมะเร็งที่กำลังรักษาด้วยเคมีบำบัดเป็นการเฉพาะ เป็นต้น

6.6.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

เป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับวิธีการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพในตลาดด้านธุรกิจบริการ ผ่อนคลายแก่ผู้ป่วยโรคมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทของบริการที่ธุรกิจควรนำเสนอ ลูกค้าเป้าหมายที่ธุรกิจควรให้บริการ และช่องทางที่ธุรกิจควรใช้เพื่อเข้าถึงลูกค้าเหล่านั้น ได้แก่

1. ตลาดเป้าหมาย (Target market): เป็นการระบุถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะที่ธุรกิจจะมุ่งเน้นไปที่การให้บริการ ซึ่งในที่นี้คือกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นผู้ป่วยโรคมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด

2. คุณค่าที่นำเสนอ (Value proposition): ข้อได้เปรียบของธุรกิจที่นำเสนอให้กับลูกค้า ซึ่งในที่นี้คือบริการผ่อนคลายความเจ็บปวดและความวิตกกังวลจากการเจ็บป่วยด้วยโรคมะเร็ง และผลกระทบจากการรักษาด้วยเคมีบำบัด

3. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage): เป็นความได้เปรียบเฉพาะที่ธุรกิจมีเหนือคู่แข่งในตลาด เช่น ต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำกว่าเนื่องจากการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ (Line OA) ที่มีความสะดวกและรวดเร็ว การให้บริการที่เต็มเปี่ยมไปด้วยคุณภาพผ่านผู้เชี่ยวชาญศาสตร์การผ่อนคลายความเจ็บปวดทางร่างกาย เช่น การนวด เป็นต้น และความเจ็บป่วยทางจิตใจผ่านนักจิตบำบัด เป็นต้น และการบริการลูกค้าด้วยความสุภาพเป็นกันเองดูแลเอาใจใส่ เป็นต้น

6.6.3 กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Strategy)

เป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมหรือหน้าที่เฉพาะภายในธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งบริษัทอาร์มดีดีได้ระบุถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการจัดสรรทรัพยากร เช่น ทรัพยากรบุคคลและอุปกรณ์ ให้เหมาะสมกับงาน

บทที่ 7

แผนการเงิน

7.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

จากการประเมินเงินลงทุน รายได้ และค่าใช้จ่ายของกิจการ พบว่า บริษัทอรรถมณีดีดี ต้องใช้เงินลงทุนเริ่มต้นเป็นจำนวนทั้งสิ้น 1,494,788 บาท โดยมีโครงสร้างในการลงทุน โดยมีแหล่งที่มาของเงินทุนเพียงแหล่งเดียวคือ

1. ทุนจดทะเบียนจากเงินทุนของผู้ก่อตั้งบริษัท จำนวน 1 คน คิดเป็นเงินลงทุนจำนวน 1.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 100

นอกจากนี้ยังมีความร่วมมือกับ โรงพยาบาลและสถานพยาบาลต่างๆ ตลอดจนองค์กรภาครัฐ เอกชน ในการบรรยายพิเศษเกี่ยวกับการดูแลรักษาผู้ป่วยโรคมะเร็ง ซึ่งเป็นการบรรยายเพื่อเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจทั้งต่อผู้ป่วยและผู้ดูแลในรูปแบบของการไม่แสวงหากำไร โดยขอความร่วมมือจากหน่วยงานเหล่านี้ในการใช้สถานที่เพื่อเป็นการตอบแทนสังคม ดังนั้นจึงช่วยให้บริษัทสามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้

ตารางที่ 7.1 แสดงเงินลงทุนในบริษัทสำหรับปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 ของการดำเนินกิจการ

รายละเอียดเงินลงทุนในบริษัท	จำนวนเงิน	แหล่งที่มาของเงินทุน (บาท)	
		เงินลงทุน	เงินกู้
อุปกรณ์สำนักงาน	142,080	142,080	-
ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าดูแลระบบ ซอฟต์แวร์ Line OA	94,308	94,308	-
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์	120,000	120,000	-
ค่าจ้างพนักงาน	570,000	570,000	-
ค่าโทรศัพท์	8,400	8,400	-
เงินทุนหมุนเวียน	200,000	200,000	-

รายละเอียดเงินลงทุนในบริษัท	จำนวนเงิน	แหล่งที่มาของเงินทุน (บาท)	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ค่าเช่าสำนักงาน	360,000	360,000	-
รวม	1,494,788	1,494,788	-

จากตาราง 7.1 แสดงค่าใช้จ่ายตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 บริษัทอาร์มดีดี ลงทุนเช่าออฟฟิศ ซึ่งจะใช้เป็นสถานที่ทำกิจกรรมด้วย และจะมีในส่วนที่ต้องลงทุนเป็นสินทรัพย์ถาวรในการเริ่มบริษัท ได้แก่ อุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ อยู่ที่ 142,080 บาท และเงินทุนหมุนเวียนในแต่ละเดือน ซึ่งได้แก่ เงินเดือนพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและระบบ ค่าโทรศัพท์ อยู่ที่ 96,059 บาท และเงินทุนหมุนเวียนอยู่ที่ 200,000 บาท

7.2 ที่มาของรายได้

รายได้หลักของบริษัทจะมาจากค่าบริการในการให้บริการแต่ละครั้งของผู้ให้บริการผ่าน 4 บริการหลัก ประกอบด้วย นวดผ่อนคลาย นักจิตบำบัด คลื่นเสียงบำบัด และศิลปะบำบัด คิดเป็น 50% ของค่าบริการ ซึ่งรายได้เพิ่มขึ้นในแต่ละปีโดยเฉลี่ย 20% ต่อปี

การประมาณการทางการเงินของธุรกิจผ่าน Project Cashflow Analysis

ประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า A-จิตบำบัด					
ประมาณการยอดขายต่อปี (ชิ้น)	480	576	691	829	995
ราคาต่อชิ้น	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
ต้นทุนต่อชิ้น	700	700	700	700	700
สินค้า B- ศิลปะบำบัด					
ประมาณการยอดขายต่อปี (ชิ้น)	480	576	691	829	995
ราคาต่อชิ้น	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
ต้นทุนต่อชิ้น	700	700	700	700	700
สินค้า C- คลื่นเสียงบำบัด					
ประมาณการยอดขายต่อปี (ชิ้น)	480	576	691	829	995
ราคาต่อชิ้น	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
ต้นทุนต่อชิ้น	700	700	700	700	700
สินค้า D-นวดบำบัด					
ประมาณการยอดขายต่อปี (ชิ้น)	720	864	1,037	1,244	1,493
ราคาต่อชิ้น	990	990	990	990	990
ต้นทุนต่อชิ้น	400	400	400	400	400
รายได้อื่นๆ					
รายได้อื่นๆ (บาท)					
ต้นทุน (บาท)					

ตาราง 7.2 แสดงการประมาณรายได้รวมในปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 จากกิจกรรมต่าง ๆ

รายได้ (ต่อปี)		หน่วย :				
	ชื่อบริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการที่ 1	จิตบำบัด	720,000	864,000	1,036,800	1,244,160	1,492,992
บริการที่ 2	ศิลปะบำบัด	720,000	864,000	1,036,800	1,244,160	1,492,992
บริการที่ 3	คลื่นเสียงบำบัด	720,000	864,000	1,036,800	1,244,160	1,492,992
บริการที่ 4	นวดบำบัด	712,800	855,360	1,026,432	1,231,718	1,478,062
	รวม	2,872,800	3,447,360	4,136,832	4,964,198	5,957,038
	รายได้ต่อเดือน	239,400	287,280	344,698	413,683	496,419

ปีที่ 1 ประมาณการรายได้แบบ Average case คือ กำหนดให้มีการจัดกิจกรรมแต่ละกิจกรรมเดือนละ 2 ครั้ง/กิจกรรมและนวดบำบัดเฉลี่ย 60 คน/เดือน

จิตบำบัด ราคาอยู่ที่ 1,500 บาท/คน มีจำนวนลูกค้าประมาณ 20 คน/ครั้ง โดยจัดเดือนละ 2 ครั้ง รายได้ต่อปีอยู่ที่ 720,000 บาท

ศิลปะบำบัด ราคาอยู่ที่ 1,500 บาท/คน มีจำนวนลูกค้าประมาณ 20 คน/ครั้ง โดยจัดเดือนละ 2 ครั้ง รายได้ต่อปีอยู่ที่ 720,000 บาท

คลื่นเสียงบำบัด ราคาอยู่ที่ 1,500 บาท/คน มีจำนวนลูกค้าประมาณ 20 คน/ครั้ง โดยจัดเดือนละ 2 ครั้ง รายได้ต่อปีอยู่ที่ 720,000 บาท

นวดบำบัด ราคาอยู่ที่ 990 บาท/คน มีจำนวนลูกค้าประมาณ 60 คน/เดือน รายได้ต่อปีอยู่ที่ 712,800 บาท

ดังนั้นในปีที่ 1 รายได้รวมต่อปีอยู่ที่ 2,872,800 บาท

โดยในปีที่ 2 คาดการณ์ว่าลูกค้ามีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณ 20% รายได้รวมต่อปีอยู่ที่ 3,447,360 บาท

โดยในปีที่ 3 คาดการณ์ว่าลูกค้ามีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณ 20% รายได้รวมต่อปีอยู่ที่ 4,136,832 บาท

โดยในปีที่ 4 คาดการณ์ว่าลูกค้ามีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณ 20% รายได้รวมต่อปีอยู่ที่ 4,964,198 บาท

โดยในปีที่ 5 คาดการณ์ว่าลูกค้ามีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณ 20% รายได้รวมต่อปีอยู่ที่ 5,957,038 บาท

ตาราง 7.3 แสดงความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน

ความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน			
	ชื่อบริการ	จำนวนคน/เดือน	หน่วย
บริการ 1	จิตบำบัด	40	คน
บริการ 2	ศิลปะบำบัด	40	คน
บริการ 3	คลื่นเสียงบำบัด	40	คน
บริการ 4	นวดบำบัด	60	คน
	รวม	180	คน

7.3 การประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่าย

ในส่วนของต้นทุนการดำเนินงานนั้น ในปีที่ 1 จะมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด แต่ในส่วนของปีที่ 2-5 นั้น จะไม่มีค่าใช้จ่ายในส่วนของค่ามัดจำสำนักงาน และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

7.3.1 ต้นทุนผันแปร

ตาราง 7.4 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของกิจกรรมจิตบำบัด

บริการ 1	จิตบำบัด		บาท/คน
ต้นทุน 1	ค่าวิทยากร	500	บาท/คน
ต้นทุน 2	ค่าอุปกรณ์	200	บาท/คน
	รวม	700	

ตาราง 7.5 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของศิลปะบำบัด

บริการ 2	ศิลปะบำบัด		บาท/คน
ต้นทุน 1	ค่าวิทยากร	500	บาท/คน
ต้นทุน 2	ค่าอุปกรณ์, ทำความสะอาด	200	บาท/คน
	รวม	700	

ตาราง 7.6 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของคลื่นเสียงบำบัด

บริการ 3	คลื่นเสียงบำบัด		บาท/คน
ต้นทุน 1	ค่าวิทยากร	500	บาท/คน
ต้นทุน 2	ค่าอุปกรณ์, ทำความสะอาด	200	บาท/คน
	รวม	700	

ตาราง 7.7 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของนวดบำบัด

บริการ 4	นวดบำบัด		บาท/คน
ต้นทุน 1	Therapist	300	บาท/คน
ต้นทุน 2	ค่าอุปกรณ์	100	บาท/คน
	รวม	400	

ตาราง 7.8 แสดงต้นทุนค่าบริการผันแปร ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

หน่วย : บาท

	ชื่อบริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการ 1	จิตบำบัด	336,000	403,200	483,840	580,608	696,730
บริการ 2	นวดบำบัด	336,000	403,200	483,840	580,608	696,730
บริการ 3	ศิลปะบำบัด	336,000	403,200	483,840	580,608	696,730
บริการ 4	นวดบำบัด	288,000	345,600	414,720	497,664	597,197
	รวม	1,296,000	1,555,200	1,866,240	2,239,488	2,687,387

7.3.2 ต้นทุนคงที่

ได้แก่ 1. ค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานในการขายและบริหาร 2. ค่าเช่าสำนักงาน 3. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด มีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 7.9 แสดงค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานในการขายและบริหาร

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน ปีที่ 1	จำนวนคน ปีที่ 2	จำนวนคน ปีที่ 3	จำนวนคน ปีที่ 4	จำนวนคน ปีที่ 5
30,000	ผู้จัดการ	1	1	1	1	1
15,000	Sales & Marketing	1	1	1	1	1
2,500	ค่าจ้างทางบัญชี (1 ครั้ง/เดือน)	1	1	1	1	1
	ค่าแรงในการขายและบริหาร	570,000	570,000	570,000	570,000	570,000

ตาราง 7.10 แสดงค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าสื่อโฆษณา	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าอินเทอร์เน็ต	900	900	900	900	900
ค่าดูแลระบบ	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Line OA Premium	38.25	38.25	38.25	38.25	38.25
Software	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
ค่าโทรศัพท์	700	700	700	700	700
รวม	217,659	217,659	217,659	217,659	217,659

7.4 ประเมินการงบการเงิน

7.4.1 ประเมินการงบกำไรขาดทุน

ตาราง 7.11 แสดงงบกำไรขาดทุนของบริษัท

	หน่วย : พันบาท						
	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1 รายได้	-	2,873	3,447	4,137	4,964	5,957	
2 ต้นทุนขาย	-	(1,296)	(1,555)	(1,866)	(2,239)	(2,687)	
3 ค่าไรซันด์	-	1,577	1,892	2,271	2,725	3,270	
4 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	-	(1,153)	(1,153)	(1,153)	(1,153)	(1,153)	
5 ค่าเสื่อมราคา	-	(68)	(68)	(68)	(68)	(68)	
6 EBIT	-	356	671	1,049	1,504	2,049	
7 ภาษีเงินได้	-	(71)	(134)	(210)	(301)	(410)	
8 Unlevered Net Income	-	285	537	840	1,203	1,639	
9 บวก : ค่าเสื่อมราคา	-	68	68	68	68	68	
10 ลบ : เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	(342)	-	-	-	-	-	
11 ลบ : เงินทุนหมุนเวียนสุทธิส่วนเพิ่ม	-	(431)	(86)	(103)	(124)	745	
12 บวก : มูลค่าคงเหลือของสินทรัพย์ถาวร	-	-	-	-	-	2	
13 Free Cash Flow	(342)	(78)	519	805	1,147	2,454	
ดอกเบียจ่าย	-	-	-	-	-	-	
Cummulative CF	(342)	(420)	99	904	2,051	4,505	
Count Payback	-	1	-	-	-	-	

	หน่วย : พันบาท						
	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
14 เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ	-	431	517	621	745	894	
15 เงินทุนหมุนเวียนสุทธิส่วนเพิ่ม	-	431	86	103	124	149	

7.5 การวิเคราะห์การลงทุน

ตาราง 7.12 แสดงผลวิเคราะห์การลงทุนของบริษัท

Net Present Value	2,387.5 พันบาท
Internal Rate of Return	100 %
Profitability Index	7.98
Payback Period	2 ปี



บทที่ 8

การประเมินความเสี่ยงและแผนการรับมือ

บริษัท อารมณดีดี เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นการบริการผ่อนคลายแก่กลุ่มลูกค้า โรคมะเร็งที่อยู่ ในระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญในการให้บริการเป็นพิเศษ บน พื้นฐานของการให้บริการคุณภาพดี เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจมากที่สุด ดังนั้นจึงต้องมีการคำนึงถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต รวมไปถึงการวางแผนเพื่อรองรับ สถานการณ์ความเสี่ยงต่างๆ อย่างรัดกุมมากที่สุด เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมี ประสิทธิภาพมากที่สุด

8.1 ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

มีความเสี่ยงภายนอกหลายประการที่อาจเกิดขึ้นจากบริษัท อารมณดีดี ดังนี้

1. ความเสี่ยงทางการเงิน

การให้บริการที่ผ่อนคลายแก่ผู้ป่วยมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัดอาจมี ความไม่ยั่งยืนทางการเงินหากลูกค้ายังมีไม่มากพอและไม่สอดคล้องกับรายจ่ายของธุรกิจ ทั้งในส่วน ของรายจ่ายด้านค่าเช่าสถานที่ เงินเดือนพนักงาน และวัสดุสิ้นเปลือง หากค่าใช้จ่ายในการให้บริการ มีมากกว่ารายได้ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ นอกจากนี้หากใน อนาคตมีการแข่งขันที่สูงขึ้นก็อาจนำไปสู่การแข่งขันด้านราคาซึ่งอาจส่งผลเสียต่อรายได้ของธุรกิจ

ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงทางการเงิน สิ่งสำคัญคือต้องทำการวิจัยตลาดอย่างระมัดระวัง เพื่อให้แน่ใจว่ามีความต้องการเพียงพอสำหรับบริการของบริษัท อารมณดีดี และเพื่อจัดการต้นทุน อย่างรอบคอบเพื่อให้แน่ใจว่ารายได้ของธุรกิจเกินมีมากกว่าค่าใช้จ่ายและหนี้สิน นอกจากนี้ยัง อาจเป็นประโยชน์ในการกระจายแหล่งรายได้และมีแผนฉุกเฉินในกรณีที่มีความท้าทายทางการเงิน ที่ไม่คาดคิด

2. ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน

ความเสี่ยงด้านการแข่งขันคือโอกาสที่จะเกิดอันตรายต่อบริษัทออร์มอนด์ดีดีอันเป็นผลมาจากการแข่งขันจากธุรกิจอื่นที่นำเสนอการบริการที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งความเสี่ยงด้านการแข่งขันอาจมาจากหลายแหล่ง ได้แก่

2.1 คู่แข่งโดยตรง: ธุรกิจอื่นๆ เช่น โรงพยาบาลและสถานพยาบาลต่างๆ อาจเพิ่มการให้บริการฟ่อนคลายที่มีความคล้ายคลึงกันสำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็งที่กำลังรักษาด้วยเคมีบำบัดสามารถแข่งขันกับบริษัทออร์มอนด์ดีดีได้โดยตรง

2.2 คู่แข่งทางอ้อม: ธุรกิจที่ให้บริการประเภทต่างๆ ซึ่งรองรับฐานลูกค้าที่มีความใกล้เคียงกันกับบริษัทออร์มอนด์ดีดีเช่น สปาหรือศูนย์สุขภาพ อาจก่อให้เกิดภัยคุกคามต่อบริษัทออร์มอนด์ดีดีได้เช่นกันในอนาคต

2.3 การบริการทดแทน: ลูกค้าอาจเลือกใช้บริการทดแทนที่ตรงกับความต้องการแทนการใช้บริษัทออร์มอนด์ดีดีตัวอย่างเช่น ลูกค้าอาจเลือกที่จะหาข้อมูลการฟ่อนคลายความเจ็บปวดและความเครียดจากแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง เป็นต้น

เพื่อลดความเสี่ยงด้านการแข่งขัน สิ่งสำคัญคือต้องทำการวิจัยตลาดอย่างรอบคอบเพื่อทำความเข้าใจแนวการแข่งขันและระบุวิธีที่จะทำให้บริษัทออร์มอนด์ดีดีแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งอาจรวมถึงการเสนอบริการหรือประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร การกำหนดเป้าหมายเฉพาะเจาะจงภายในตลาด หรือการเสนอบริการลูกค้าที่เหนือกว่า การประเมินและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมออาจเป็นประโยชน์เพื่อนำหน้าคู่แข่งอยู่เสมอ

3. ความเสี่ยงด้านกฎหมาย

อาจมีข้อบังคับใช้กฎหมายที่ควบคุมการให้บริการที่ฟ่อนคลายแก่ผู้ป่วยโรคมะเร็ง ดังนั้น สิ่งสำคัญคือต้องแน่ใจว่าบริษัทออร์มอนด์ดีดีจะสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบและรักษามาตรฐานเหล่านี้ได้อย่างเคร่งครัด

3.1 กฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัย: บริษัทออร์มอนด์ดีดีอาจอยู่ภายใต้กฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัย เช่น ข้อกำหนดสำหรับการรักษาสุขภาพแวดล้อมที่สะอาดและปลอดภัย เพื่อปกป้องสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ป่วยโรคมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด

3.2 ใบอนุญาตธุรกิจและการจดทะเบียน: ผู้บริหารหรือ Founder อาจต้องได้รับใบอนุญาตหรือจดทะเบียนธุรกิจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยโรคมะเร็งซึ่งมีความอ่อนไหวด้านสุขภาพ ดังนั้น กระบวนการขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจอาจมีความยุ่งยากและซับซ้อนมากขึ้น

3.3 กฎหมายคุ้มครองข้อมูล: บริษัทอาร์มดีดีจะต้องมีการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลจากลูกค้าซึ่งเป็นผู้ป่วยโรคมะเร็ง ดังนั้นจึงทำให้ธุรกิจต้องอยู่ภายใต้กฎหมายคุ้มครองข้อมูลที่ควบคุมการใช้และการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด

3.4 กฎหมายต่อต้านการเลือกปฏิบัติ: บริษัทอาร์มดีดีจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น เชื้อชาติ ศาสนา เพศ และความทุพพลภาพ เป็นต้น

เพื่อลดความเสี่ยงทางกฎหมาย สิ่งสำคัญคือต้องแน่ใจว่าธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ซึ่งอาจขอคำแนะนำทางกฎหมาย การขอใบอนุญาตและหนังสือรับรองที่จำเป็น และการนำนโยบายและขั้นตอนไปใช้เพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติตาม สิ่งสำคัญคือต้องตรวจสอบและอัปเดตความพยายามในการปฏิบัติตามกฎหมายให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่าธุรกิจยังคงปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่อาจเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

4. ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง

ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงคือโอกาสที่จะเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงของธุรกิจอันเป็นผลมาจากการที่ลูกค้าได้รับประสบการณ์เชิงลบจากการให้บริการ อาจนำไปสู่การวิจารณ์เชิงลบบนสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ หรือคำแนะนำแบบปากต่อปากที่อาจทำลายชื่อเสียงของธุรกิจได้ นอกจากนี้ปัญหาด้านคุณภาพที่อาจไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ อันเนื่องมาจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้บริการแต่ละรายที่อยู่ในเครือข่ายไม่ปฏิบัติตามเอกสารคู่มือการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedure: SOP) อาจนำไปสู่มุมมองธุรกิจในแง่ลบ และเมื่อเหตุการณ์เชิงลบดึงดูดความสนใจจากสื่อก็จะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของธุรกิจในระยะยาว

ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงด้านชื่อเสียง สิ่งสำคัญคือต้องมุ่งเน้นการให้บริการและประสบการณ์คุณภาพสูงแก่ลูกค้า โดยอาจมีการสอบถามความคิดเห็นก่อนและหลังการให้บริการจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ ตลอดจนการใช้นโยบายและขั้นตอนเพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทอาร์มดีดีจะมอบประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมอย่างสม่ำเสมอ สิ่งสำคัญ

คือต้องมีแผนรองรับสถานการณ์เชิงลบ เช่น การตอบกลับรีวิวเชิงลบหรือการจัดการปัญหาด้านคุณภาพอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพซึ่งจะแสดงถึงความเป็นมืออาชีพของธุรกิจได้ในระยะยาว

5. ความเสี่ยงจากเหตุการณ์ภายนอก

ความเสี่ยงจากเหตุการณ์ภายนอกคือผลกระทบทางลบต่อธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นสถานการณ์ที่อยู่นอกเหนือการควบคุม ได้แก่ ภัยธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหว พายุ หรือน้ำท่วม วิกฤตด้านสาธารณสุขดังเช่นกรณีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่เกิดการแพร่ระบาดไปทั่วโลก อาจนำไปสู่การปิดชั่วคราวหรือความต้องการใช้บริการของคุณลดลง และความไม่แน่นอนทางการเมืองหรือเศรษฐกิจ อาจส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจหยุดชะงักและส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจโดยตรง

ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงจากเหตุการณ์ภายนอก สิ่งสำคัญคือต้องมีแผนฉุกเฉินพร้อมระดับขั้นตอนในการดำเนินการในกรณีที่เกิดการหยุดชะงักหรือความเสียหายจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ซึ่งอาจรวมถึงมาตรการต่างๆ เช่น การมีกองทุนฉุกเฉินเพื่อครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่ไม่คาดคิด การมีประกันเพื่อป้องกันการสูญเสียสภาพคล่องทางการเงินและกระแสเงินสด และการพัฒนาแหล่งรายได้ทางเลือกหรือรูปแบบธุรกิจที่สามารถนำไปใช้ได้อย่างรวดเร็วในกรณีที่เกิดการหยุดชะงัก สิ่งสำคัญคือต้องทบทวนและอัปเดตแผนฉุกเฉินของธุรกิจเป็นประจำเพื่อให้แน่ใจว่ายังคงมีประสิทธิภาพในการจัดการกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

8.2 ความเสี่ยงจากอุตสาหกรรม

มีความเสี่ยงเฉพาะอุตสาหกรรมหลายประการที่บริษัทที่มั่งคั่งดีอาจเผชิญ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงในความชอบของลูกค้า: ความชอบของลูกค้าสำหรับบริการผ่อนคลายอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการในบริการของธุรกิจในอนาคต

2. การเปลี่ยนแปลงการรักษาทางการแพทย์: ความก้าวหน้าในการรักษาทางการแพทย์สำหรับโรคมะเร็งอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวิธีการให้เคมีบำบัดที่ช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับร่างกายและจิตใจของผู้ป่วยให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการบริการเพื่อการผ่อนคลายในอนาคต

3. การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพ: เช่น การเปลี่ยนแปลงความคุ้มครองการประกันภัยหรือนโยบายการเบิกจ่ายอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถของลูกค้าซึ่งเป็นผู้ป่วยโรคมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัดในการชำระค่าบริการผ่อนคลาย

4. การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ: ภาวะเศรษฐกิจถดถอยหรือภาวะถดถอยส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งต้องใช้เงินสำหรับการรักษาโรคมะเร็งด้วยเคมีบำบัดเป็นอย่างมาก และอาจทำให้ความสามารถในการใช้จ่ายส่วนอื่นๆ ลดลง เป็นผลให้การใช้บริการธุรกิจเพื่อการผ่อนคลายจากการการรักษาโรคมะเร็งด้วยเคมีบำบัดลดลง

ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงจากอุตสาหกรรมเหล่านี้ สิ่งสำคัญคือต้องประเมินและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาด ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการกระจายช่องทางรายได้ของธุรกิจ ติดตามข่าวสารล่าสุดเกี่ยวกับแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม และมีความยืดหยุ่นและปรับตัวได้กับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังอาจเป็นประโยชน์หากมีแผนฉุกเฉินในกรณีที่มีความท้าทายที่ไม่คาดคิด

8.3 ความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน

มีปัจจัยภายในหลายประการที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อบริษัทอาร์มดีดีดังนี้

1. ทักษะการจัดการไม่เพียงพอ: หากทีมผู้บริหารขาดทักษะหรือความเชี่ยวชาญที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ อาจนำไปสู่ความท้าทายในการดำเนินงานหรือการสูญเสียสภาพคล่องทางการเงิน

2. การจัดการทางการเงินไม่ดี: การจัดการทางการเงินที่ไม่เพียงพอ เช่น การจัดการต้นทุนที่ไม่ถูกต้องหรือการไม่สามารถติดตามรายได้และค่าใช้จ่ายได้อย่างถูกต้อง อาจนำไปสู่การประสบปัญหาทางการเงิน

3. ขาดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ชัดเจน: หากไม่มีกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ชัดเจน อาจเป็นเรื่องยากที่จะกำหนดเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและปัญหาการตัดสินใจอย่างรอบคอบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ระยะยาวของธุรกิจ

4. ขวัญกำลังใจของพนักงาน: ขวัญกำลังใจของพนักงานที่อยู่ในระดับต่ำอาจนำไปสู่การลาออกของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจลดลง

5. ทรัพยากรจำกัด: ทรัพยากรของบริษัทมีไม่เพียงพอ เช่น เงินทุนหรือบุคลากร อาจส่งผลให้เกิดการจำกัดการเติบโตและการพัฒนาของธุรกิจ

ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในเหล่านี้ สิ่งสำคัญคือต้องมีทีมผู้บริหารที่แข็งแกร่งพร้อมด้วยทักษะและความเชี่ยวชาญที่จำเป็น เพื่อใช้แนวทางการจัดการทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ มีกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ชัดเจน ให้ความสำคัญกับขวัญและกำลังใจของพนักงาน และเพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทมีทรัพยากรอย่างเพียงพอที่จะสนับสนุนการเติบโตและการพัฒนาธุรกิจ



บรรณานุกรม

- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน. (2017). สถิติสาธารณสุข ปี พ.ศ. 2563. กรุงเทพฯ : กระทรวงสาธารณสุข.
- สถาบันมะเร็งแห่งชาติ. (2561). ทะเบียนมะเร็งระดับโรงพยาบาล พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ : กระทรวงสาธารณสุข.
- สถาบันมะเร็งแห่งชาติ. (2563). ทะเบียนมะเร็งระดับโรงพยาบาล พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ : กระทรวงสาธารณสุข.
- สถาบันมะเร็งแห่งชาติ. (2562). ทะเบียนมะเร็งระดับโรงพยาบาล พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ : กระทรวงสาธารณสุข.
- Epstein, R. M., & Street, R. L. (2011). The values and value of patient-centered care. *The Annals of Family Medicine*, 9(2), 100-103.
- Ferrante, J. M., Balasubramanian, B. A., Hudson, S. V., & Crabtree, B. F. (2010). Principles of the patient-centered medical home and preventive services delivery. *The Annals of Family Medicine*, 8(2), 108-116.
- Song, Q. H., Xu, R. M., Zhang, Q. H., Ma, M., & Zhao, X. P. (2013). Relaxation training during chemotherapy for breast cancer improves mental health and lessens adverse events. *International journal of clinical and experimental medicine*, 6(10), 979.
- Kumar, M., Nagpal, R., Hemalatha, R., Verma, V., Kumar, A., Singh, S., ... & Yadav, H. (2012). Targeted cancer therapies: the future of cancer treatment. *Acta Biomed*, 83(3), 220-233.
- Chen, Y., Yan, J., Yuan, Z., Yu, S., Yang, C., Wang, Z., & Zheng, Q. (2013). A meta-analysis of the relationship between lymphatic microvessel density and clinicopathological parameters in breast cancer. *Bulletin du Cancer*, 100(3), E1-E10.

- Zurrída, S., Leonardi, M. C., Del Castillo, A., Lazzari, R., Arnone, P., & Caldarella, P. (2012). Accelerated partial breast irradiation in early breast cancer: focus on intraoperative treatment with electrons (ELIOT). *Women's Health*, 8(1), 89-98.
- Peng, W., Zhang, H., & Li, Z. (2019). Responses of lung cancer survivors undergoing gamma knife surgery to supportive group psychotherapy. *Medicine*, 98(9).
- Elimimian, E. B., Elson, L., Stone, E., Butler, R. S., Doll, M., Roshon, S., ... & Nahleh, Z. A. (2020). A pilot study of improved psychological distress with art therapy in patients with cancer undergoing chemotherapy. *BMC cancer*, 20, 1-11.
- Lin, M. F., Hsieh, Y. J., Hsu, Y. Y., Fetzer, S., & Hsu, M. C. (2011). A randomised controlled trial of the effect of music therapy and verbal relaxation on chemotherapy-induced anxiety. *Journal of clinical nursing*, 20(7-8), 988-999.
- Romiti, A., Cox, M. C., Sarcina, I., Di Rocco, R., D'Antonio, C., Barucca, V., & Marchetti, P. (2013). Metronomic chemotherapy for cancer treatment: a decade of clinical studies. *Cancer chemotherapy and pharmacology*, 72(1), 13-33.
- Hodgson, K. D., Hutchinson, A. D., Wilson, C. J., & Nettelbeck, T. (2013). A meta-analysis of the effects of chemotherapy on cognition in patients with cancer. *Cancer treatment reviews*, 39(3), 297-304.
- González-Neira, A. (2012). Pharmacogenetics of chemotherapy efficacy in breast cancer. *Pharmacogenomics*, 13(6), 677-690.
- Schmidt, M., & Koelbl, H. (2012). Adjuvant chemotherapy in early breast cancer. *Minerva ginecologica*, 64(1), 53-65.
- Pitman, A., Suleman, S., Hyde, N., & Hodgkiss, A. (2018). Depression and anxiety in patients with cancer. *Bmj*, 361.
- Peng, Y. N., Huang, M. L., & Kao, C. H. (2019). Prevalence of depression and anxiety in colorectal cancer patients: a literature review. *International journal of environmental research and public health*, 16(3), 411.
- Jasemi, M., Aazami, S., & Zabihi, R. E. (2016). The effects of music therapy on anxiety and depression of cancer patients. *Indian journal of palliative care*, 22(4), 455.

- Falkensteiner, M., Mantovan, F., Müller, I., & Them, C. (2011). The use of massage therapy for reducing pain, anxiety, and depression in oncological palliative care patients: a narrative review of the literature. *International Scholarly Research Notices*, 2011.
- Richard, A., Harbeck, N., Wuerstlein, R., & Wilhelm, F. H. (2019). Recover your smile: Effects of a beauty care intervention on depressive symptoms, quality of life, and self-esteem in patients with early breast cancer. *Psycho-Oncology*, 28(2), 401-407.
- Gonzalez, M., Pascoe, M. C., Yang, G., de Manincor, M., Grant, S., Lacey, J., ... & Sarris, J. (2021). Yoga for depression and anxiety symptoms in people with cancer: a systematic review and meta-analysis. *Psycho-Oncology*, 30(8), 1196-1208.
- Brook, R. D., Appel, L. J., Rubenfire, M., Ogedegbe, G., Bisognano, J. D., Elliott, W. J., ... & Rajagopalan, S. (2013). Beyond medications and diet: alternative approaches to lowering blood pressure: a scientific statement from the American Heart Association. *Hypertension*, 61(6), 1360-1383.
- Woltz, P. C., Chapa, D. W., Friedmann, E., Son, H., Akintade, B., & Thomas, S. A. (2012). Effects of interventions on depression in heart failure: a systematic review. *Heart & Lung*, 41(5), 469-483.
- Sudarisan, S. S. P., Abraham, B., & George, C. (2019). Prevalence, correlates of depression, and its impact on quality of life of cancer patients attending a palliative care setting in South India. *Psycho-Oncology*, 28(6), 1308-1313.
- Ritti-Dias, R. M., Cucato, G. G., de Matos, L. D. N. J., Cendoroglo, M. S., Nasri, F., Wolosker, N., ... & Gazelato de Mello Franco, F. (2019). Depression and cancer were independently associated with quality of life in Brazilian older people. *Australasian Journal on Ageing*, 38(1), E7-E11.
- Abuelgasim, K. A., Ahmed, G. Y., Alqahtani, J. A., Alayed, A. M., Alaskar, A. S., & Malik, M. A. (2016). Depression and anxiety in patients with hematological malignancies, prevalence, and associated factors. *Saudi medical journal*, 37(8), 877.
- Bae, H., & Park, H. (2016). Sexual function, depression, and quality of life in patients with cervical cancer. *Supportive care in cancer*, 24(3), 1277-1283.

- Kossoff, L. (2017). Offering Spa Services to Clients Affected by Cancer. Retrieved November 2, 2022, from <https://shorturl.asia/jVOhH>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สี่ ทั้งปี 2564 และแนวโน้มปี 2565. สืบค้นวันที่ 16 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://shorturl.asia/iyXbQ>
- World Cancer Research Center. (2020). Worldwide cancer data. Retrieved November 16, 2022, from <https://www.wcrf.org/cancer-trends/worldwide-cancer-data/>
- ปัทมา พลอยสว่าง, อมรรัตน์ ฐีสวัสดิ์, ปภาวีน แจ่มศรี, ปรีณดา แพ่งเมือง และ ศุภพิร แสงกระจ่าง. (2564). การประเมินความรู้ด้านโรคมะเร็งของเจ้าหน้าที่กรมการแพทย์. วารสารโรคมะเร็ง, 41(1), 12-23.
- Royal Thai government. (2565). กรม. มีมติเห็นชอบค่าธรรมเนียมวีซ่า เพื่อการรักษาพยาบาล ระยะเวลา 1 ปี ครั้งละไม่เกิน 90 วัน (Medical Treatment Visa) รายละ 5,000 บาท. สืบค้นวันที่ 16 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://shorturl.asia/9zBFu>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565). wellness บุมแสนล้าน กลุ่มทุนคนไทย ขึ้นแท่นอับสุขภาพ. สืบค้นวันที่ 16 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://shorturl.asia/VsZke>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). 12 สาขา การแพทย์ศัลยกรรมสูง ต่างชาติรับบริการในไทย. สืบค้นวันที่ 16 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://shorturl.asia/olfMe>
- ThaiPR. (2563). 4 องค์กรหลักจับมือเผยผลวิจัย "อนาคตสุขภาพจิตสังคมไทย พ.ศ. 2576 จับสัญญาณอนาคตสุขภาพจิตสังคมไทยในอีก 10 ปีข้างหน้า. สืบค้นวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.ryt9.com/s/prg/3410684>
- Doohealthy. (2555). จิตบำบัด (Psychotherapy). สืบค้นวันที่ 1 มีนาคม 2566, จาก <http://www.doohealthy.com/article/disease/mental/88-health.html>
- อุไร ยอดแก้ว และ วิมลรัตน์ จงเจริญ (2559) ผลของการนวดกดจุดสะท้อนที่ฝ่าเท้าต่อความรู้สึกปวดและความรู้สึกทุกข์ทรมานจากความปวดในผู้ป่วยโรคมะเร็ง. วารสารสภาการพยาบาล, 38(4), 5-19.

Verywellmind. (2023). The Benefits of Art Therapy for Mental Health By Elizabeth Scott, PhD.

Retrieved March 30, 2023 from

<https://shorturl.asia/jVOHhttps://www.verywellmind.com/art-therapy-relieve-stress-by-being-creative-3144581>

กรุงเทพธุรกิจ. (2566). รู้จัก “เสียงบำบัด” จาก “ขั้นทีเบต” แนวทางการใช้เสียงและสมาธิช่วย “บำบัดจิตใจ”. สืบค้นวันที่ 10 เมษายน 2566, จาก

<https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1045941>

Tamara L. Goldsby, PhD, Michael E. Goldsby, PhD, Mary McWalters, BA, and Paul J. Mills, PhD. (2016). Effects of Singing Bowl Sound Meditation on Mood, Tension, and Well-being: An Observational Study. Retrieved April 25, 2023, from

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5871151/>

Stephen M Sagar, Trish Dryden, Cynthia Myers. (2007). Research on therapeutic massage for cancer patients: potential biologic mechanisms. Retrieved April 25, 2023, from

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19087759/>

เรืองชัย จรุงศิริวัฒน์. เทคนิคการวิเคราะห์การใช้พื้นที่อาคาร. สืบค้นวันที่ 25 เมษายน 2566,

<http://202.28.24.118/web/Upload/.pdf>

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพในกลุ่มผู้ป่วยมะเร็งที่ในการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ธุรกิจการให้บริการผ่อนคลายแก่ผู้ป่วยมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจบริการการจัดกิจกรรมผ่อนคลายแก่ผู้ป่วยมะเร็งที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยเคมีบำบัด เพื่อหา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลที่ได้รับจะถูกนำมาประมวลผลและนำไปใช้สนับสนุนการทำแผนธุรกิจของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจสุขภาพ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้จัดทำขอความร่วมมือจากท่านในการตอบคำถาม โปรดตอบบทสัมภาษณ์ตามข้อเท็จจริง ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

แบบสัมภาษณ์ประกอบไปด้วย 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตและครอบครัว
- ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับข้อมูลกิจกรรมที่ผู้ป่วยเข้าร่วม
- ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมบำบัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ.....ปี
- 1.3 ระดับการศึกษา
- 1.4 จำนวนสมาชิกในครอบครัว.....คน
- 1.5 จังหวัดที่อาศัย
- 1.6 อาชีพ

1.7 รายได้ครอบครัวเฉลี่ย/ เดือน.....บาท

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตและครอบครัว

2.1 ในบ้านท่านมีผู้ป่วยมะเร็งหรือไม่

.....

2.2 หากมี เป็นมะเร็งชนิดใดและได้รับการรักษาด้วยวิธีใด

.....

2.3 เมื่อทราบว่า เป็นมะเร็งท่านมีความรู้สึกเช่นใดและมีวิธีการรับมืออย่างไรบ้าง

.....

2.4 ท่านคิดว่าปัญหาสำคัญสำหรับผู้ป่วยมะเร็งทั้งด้านร่างกายและจิตใจมีอะไรบ้าง

.....

2.5 ท่านหรือคนในครอบครัวมีวิธีดูแลจิตใจผู้ป่วยอย่างไร

.....

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับข้อมูลกิจกรรมที่ผู้ป่วยเข้าร่วม

3.1 ท่านได้ทำกิจกรรมผ่อนคลายเพื่อช่วยผ่อนคลายจิตใจบ้างหรือไม่

.....

3.2 กิจกรรมที่ท่านชอบทำเป็นประจำมีอะไรบ้าง

.....

3.3 เมื่อท่านได้เข้าร่วมทำกิจกรรมผ่อนคลายด้วยวิธีต่าง ๆ ท่านรู้สึกอย่างไรบ้าง

.....

3.4 หลังจากท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมผ่อนคลายด้วยวิธีต่าง ๆ แล้วท่านยังมีความกังวลอยู่หรือไม่ ในระดับใด

.....

3.5 ท่านใช้งบประมาณในการเข้าร่วมกิจกรรมโดยเฉลี่ยต่อเดือนเป็นจำนวนเท่าไร

.....

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมบำบัด

4.1 ท่านรู้จักกิจกรรมบำบัดประเภทใดบ้าง

.....

4.2 ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับบริการด้านกิจกรรมบำบัด

.....

4.3 ถ้ามีการพัฒนารูปแบบกิจกรรมบำบัดที่หลากหลายรวบรวมไว้ในเพจเดียวท่านจะสนใจใช้บริการหรือไม่

.....

4.4 ท่านอยากให้จัดกิจกรรมผ่อนคลายในรูปแบบใดบ้าง

.....

4.5 ท่านคิดว่าราคาที่เหมาะสมในการจัดกิจกรรมอยู่ที่เท่าไร

.....
