

บทคัดย่อ

กระแสการดูแลสุขภาพนั้นยังคงมาแรงและน่าจับตามอง กอปรกับโครงสร้างประชากรไทยได้เริ่มเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมของผู้สูงอายุ ดังนั้น Health Mate จึงมองเห็นโอกาสทางธุรกิจที่จะตอบสนองโอกาสดังกล่าว ด้วยการเสนอบริการดูแลสุขภาพเหล่าผู้สูงอายุ และยังสามารถลดภาระให้กับประชากรในวัยแรงงานที่ไม่มีเวลาดูแลได้อีกด้วย Health Mate มุ่งเน้นที่จะเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งของผู้บริโภคในการยกระดับคุณภาพชีวิตทั้งด้านร่างกายและภาวะทางจิตใจของผู้สูงอายุให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุข ด้วยคุณภาพของบริการด้านสุขภาพที่เชื่อถือได้ ใส่ใจลูกค้า และเป็นกันเองเพื่อสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับลูกค้าควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรอย่างเหมาะสมให้แก่ผู้ถือหุ้น

ผู้บริหารของบริษัทได้กำหนดกลยุทธ์สำหรับการบริหารจัดการองค์กร โดยได้กำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กรไว้ว่าจะมุ่งเน้นในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งเป็นหลักเพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญ เน้นการสร้าง ความแตกต่างเพื่อการแข่งขัน โดยเฉพาะความแตกต่างทางด้านบริการ ควบคู่ไปกับการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่เน้นให้บริการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของ Health Mate คือคนในวัยผู้สูงอายุที่อยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป โดยจะเน้นเจาะกลุ่มที่มีรายได้สูงและรักสุขภาพ ในช่วงแรกจะจำกัดขอบเขตสำหรับกลุ่มที่อาศัยอยู่ในเขตปทุมธานี บางคอแหลม หรือบางรัก เนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก การทำการตลาดในช่วงแรกมีเป้าหมายที่จะสร้าง Brand Awareness และ Brand Knowledge ก่อนเป็นลำดับแรก จากนั้นค่อยขยายผลไปสู่การสร้าง Brand Preference และ Brand Loyalty ต่อไปโดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางห้างสรรพสินค้าและโรงพยาบาลเอกชนชื่อดัง

Health Mate วางแผนแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงเวลาการเตรียมงานก่อนการเปิดให้บริการ ซึ่งได้เลือกใช้พื้นที่เช่าของอาคารจามจุรี สแควร์ โดยแบ่งเป็นพื้นที่หน้าร้านและพื้นที่สำนักงาน การจัดหาโปรแกรมตรวจสุขภาพและรายการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นบริการหลักที่นำเสนอต่อลูกค้า การจัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย การวางแผนกำลังคนที่ใช้ในการดำเนินกิจการและจัดอบรมพนักงาน และช่วงการเปิดให้บริการ โดยรูปแบบของการให้บริการจะมี 3 รูปแบบด้วยกัน คือ การให้บริการโปรแกรมตรวจสุขภาพประจำปีสำหรับผู้สูงอายุ การให้บริการโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และบริการข้อมูลข่าวสาร

ผลการดำเนินงานของบริษัท บริษัทมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ มูลค่า 13,063,387 บาท และมีค่าตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return) เท่ากับ 44.65% ซึ่งสูงกว่าอัตราต้นทุนเงินทุนเฉลี่ยที่มีค่าเพียง 8.60% อีกทั้งระยะเวลาคืนทุนเพียง 2 ปี 10.6 เดือน โดยเป็นการประมาณค่าจากการทำตลาดเฉพาะในเขต บางรัก, บางคอแหลม และพญาไท ในช่วงปีแรก เท่านั้น ไม่ได้รวมถึงขยายไปยังส่วนอื่นๆ ของประเทศ

Health Mate ยังได้เตรียมแผนฉุกเฉินไว้ในกรณีที่การดำเนินงานไม่ได้เป็นไปตามที่คาดไว้ ได้แก่ กรณีที่ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามที่คาดไว้ กรณีที่เกิดการแข่งขันที่รุนแรงในตลาด กรณีที่ต้นทุนการให้บริการปรับตัวสูงขึ้น กรณีที่พนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ และกรณีเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ขึ้น เช่น ภัยพิบัติต่างๆ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการแผนธุรกิจของธุรกิจบริการตรวจสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุที่จัดทำขึ้นโดยนักศึกษาปริญญาโท โครงการบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาจาก รศ.ดร.วัชณีพร เศรษฐสุสัโก อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้เสียสละเวลาทำงานอันมีค่าเพื่อคอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาและคำชี้แนะ ตลอดจนช่วยตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่อง ทำให้แผนธุรกิจฉบับนี้ สมบูรณ์ได้ในที่สุด ทางคณะผู้จัดทำจึงขอขอบคุณอาจารย์ผู้มีพระคุณด้วยความจริงใจมา ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณคณะอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่คณะผู้จัดทำมาตลอดหลักสูตรการศึกษา รวมถึง ผศ.เกษร ลำเภาทอง คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่กรุณาอนุเคราะห์ผลการศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้โครงการแผนธุรกิจนี้สำเร็จได้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ทางคณะผู้จัดทำต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นายศุภฤกษ์ ศิริจินดาเลิศ

นายเมธี จิรัฐติกาลไชย

นายวรนต์ ศรีพนัธมาศ

พ.ศ. 2552

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	-1-
กิตติกรรมประกาศ	-3-
สารบัญตาราง	-8-
สารบัญภาพ	-10-

บทที่

1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
กรอบแนวคิด	2
Vision and Corporative Objectives	2
ขอบเขตธุรกิจ	5
2. สภาพตลาดของการบริการ	7
สภาพแวดล้อมมหภาค (Macro Environment)	7
ด้านเศรษฐกิจ (Economic)	7
ด้านเทคโนโลยี (Technology)	7
ด้านการเมืองและกฎหมาย (Political & Legal)	8
ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture)	8
Product Review	9
การวิเคราะห์คู่แข่ง	15
การวิเคราะห์ความต้องการของตลาด (Demand Analysis)	21
การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรม (Five Forces Analysis)	24
การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Current Competitors)	24
ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)	24
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services)	25
อำนาจต่อรองของคู่ค้า (Bargaining Power of Suppliers)	25

อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)	25
SWOT Analysis	26
TOWS Matrix	27
 3. การวางแผนกลยุทธ์	 28
กลยุทธ์ระดับองค์กร	28
กลยุทธ์ระดับธุรกิจ	29
กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ	30
โครงสร้างการบริหาร	33
โครงสร้างเงินเดือนและผลตอบแทนพนักงาน	36
คุณสมบัติของพนักงานที่ต้องการ	36
แนวทางการจัดการทรัพยากรบุคคล	38
 4. แผนการตลาด	 42
แผนการทำวิจัยตลาด (Market Research)	42
วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objectives)	59
การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)	59
การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting)	60
การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)	61
กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy)	61
ผลิตภัณฑ์ (Product) VS คุณค่าที่ลูกค้าให้ความสำคัญ (Consumer Value)	61
ราคา (Price) VS ต้นทุนของลูกค้า (Cost)	87
การจัดจำหน่ายสินค้า (Place) VS ความสะดวกของลูกค้า (Convenience)	89
การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) VS การสื่อสาร (Communication)	94
การประเมินผลและการควบคุม (Evaluation and Control)	107
 5. แผนการปฏิบัติงาน	 108
การเตรียมงานก่อนเปิดให้บริการ	108
ช่วงการเปิดให้บริการ	113

รูปแบบของการให้บริการ	114
เงื่อนไขและการบริการเสริมอื่นๆ	116
ขั้นตอนการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น	117
แนวทางในการพัฒนาการให้บริการ	118
 6. แผนการเงิน	 120
ข้อสมมติฐานของการพยากรณ์ตัวแปรทางการเงิน	120
ข้อสมมติฐานในการจัดทำแผนการเงิน	122
นโยบายทางการเงินและบัญชีและการเงิน	139
งบกำไรขาดทุน งบดุล งบกระแสเงินสด ประจำปี 2009 – 2013	139
เครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน	144
ผลประโยชน์โครงการ	147
การวิเคราะห์ทางการเงินในกรณีต่างๆ (Scenario Analysis)	147
 7. แผนฉุกเฉิน	 151
ความเป็นไปได้ทางปฏิบัติ	151
ความเป็นไปได้ทางการตลาด	151
แผนฉุกเฉิน	152
 ภาคผนวก	 156
ก.) ผู้สูงวัย กับ โรคเรื้อรัง	156
ข.) ปัจจัยกำหนดสุขภาพ	178
ค.) อาหารและโภชนาการ	180
ง.) การออกกำลังกายของผู้สูงอายุ	185
จ.) การอยู่ในสภาพอากาศที่ดี	189
ฉ.) อารมณ์ของผู้สูงวัย	192
ช.) งานอดิเรกของผู้สูงวัย	193
ซ.) การสร้างความอบอุ่น	194
ณ.) การวิเคราะห์แนวโน้มของการเติบโตตลาดสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงวัย	195

ญ.) จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร แบ่งตามเพศและเขต	196
ฎ.) แบบสัมภาษณ์	199
ฎ.) รายละเอียด Package ตรวจสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำต่างๆ	215
บรรณานุกรม	220

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ลักษณะของกลุ่มผู้สูงวัยและลักษณะของบริการที่ต้องการ	10
2.2 รายละเอียดราคาโปรแกรมทัวร์ของบริษัท รุ่งทรัพย์ แกรนด์ทัวร์	18
2.3 รายละเอียดราคาโปรแกรมทัวร์ของบริษัท เถลิงทัวร์	19
2.4 รายละเอียดราคาโปรแกรมทัวร์ของบริษัท หนู่มสาวทัวร์	21
2.5 TOWS Matrix	27
3.1 ตำแหน่งผู้บริหารและหน้าที่ความรับผิดชอบของ บริษัท Health Mate จำกัด	34
3.2 โครงสร้างเงินเดือนของพนักงาน บริษัท Health Mate จำกัด	36
3.3 คุณสมบัติและหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงาน บริษัท Health Mate จำกัด	36
4.1 ร้อยละของความสำคัญของปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการเลือกซื้อบริการ	50
4.2 รายละเอียดราคา Package ต่างๆ ของ Health Mate	89
5.1 แสดงจำนวนพนักงานในส่วนของการบริการต่อจำนวนลูกค้า	113
6.1 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน	121
6.2 แสดงแหล่งใช้ไปของเงินทุน	121
6.3 แสดงการชำระหนี้เงินกู้ในระยะยาวเวลา 5 ปี	122
6.4 แสดงราคาบริการของ Health Mate	124
6.5 แสดง Margin Ratio ของ Package Grand และ Royal	124
6.6 แสดงรายละเอียดยอดขายของ Health Mate ในแต่ละปี	124
6.7 แสดงรายละเอียดต้นทุนการบริการด้านต่างๆ (ต่อหน่วย)	125
6.8 แสดงรายละเอียดต้นทุนการบริการด้านต่างๆ	126
6.9 แสดงต้นทุนจากสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนประเภทค่าเสื่อมรถยนต์	127
6.10 แสดงต้นทุนจากสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนประเภทเครื่องคอมพิวเตอร์ในสำนักงาน	127
6.11 แสดงต้นทุนจากสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนประเภทอุปกรณ์สำนักงาน	128
6.12 แสดงต้นทุนจากสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนประเภทค่าตกแต่งอาคารและสถานที่	128
6.13 แสดงต้นทุนเงินเดือนในส่วนของการให้บริการ	129
6.14 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน	129
6.15 แสดงค่าใช้จ่ายในค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	130
6.16 แสดงค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคภายในบริษัท	131

6.17 แสดงค่าใช้จ่ายด้านค่าสวัสดิการพนักงาน	132
6.18 แสดงค่าใช้จ่ายอื่นๆ	132
6.19 แสดงต้นทุนจากค่าใช้จ่ายทางการตลาด	133
6.20 แสดงรายละเอียดของต้นทุนจากการส่งเสริมการตลาดใน 5 ปี	134
6.21 แสดงการวิเคราะห์การลงทุนของโครงการบริการตรวจสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุ	147
6.22 แสดงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่กระทบต่อกำไรสุทธิหลังหักภาษี	149
6.23 แสดงการเปลี่ยนแปลงของ NPV, IRR และ Pay Back Period ของโครงการ ในสถานการณ์ ต่างๆ	149

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดของธุรกิจ	2
3.1 โครงสร้างการบริหาร บริษัท Health Mate จำกัด	35
4.1 ร้อยละของการใช้บริการตรวจสุขภาพประจำปีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
4.2 ร้อยละของลักษณะของการใช้บริการตรวจสุขภาพประจำปี	49
4.3 ร้อยละของลักษณะของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ท่านเคยใช้บริการ	49
4.4 ร้อยละของความพึงพอใจของการใช้บริการตรวจสุขภาพประจำปีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	50
4.5 ร้อยละของสถานที่รับบริการตรวจสุขภาพประจำปี	51
4.6 ร้อยละของความพึงพอใจถึงบริการตรวจสุขภาพประจำปีที่มีบริการรถรับส่งพร้อมผู้ดูแล	51
4.7 ร้อยละของระดับราคาสูงสุดสำหรับบริการตรวจสุขภาพประจำปีที่มีบริการรถรับส่งพร้อมผู้ดูแล (ในโรงพยาบาลเอกชน เช่น บำรุงราษฎร์, สมิติเวช, กรุงเทพ)	52
4.8 ร้อยละของสถานที่ที่ต้องการไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	52
4.9 ร้อยละของความพึงพอใจถึงบริการบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด	53
4.10 ร้อยละของราคาสูงสุดสำหรับบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด สำหรับบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภายในประเทศ (เชียงใหม่ 5 วัน 4 คืน พักโรงแรมระดับ 5 ดาว)	53
4.11 ร้อยละของราคาสูงสุดสำหรับบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด สำหรับบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่างประเทศ (ญี่ปุ่น 6 วัน 5 คืน พักโรงแรมระดับ 5 ดาว)	54
4.12 ร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการสุขภาพซึ่งประกอบด้วยบริการตรวจสุขภาพประจำปีที่มีรถรับส่งพร้อมผู้ดูแล (ในโรงพยาบาลเอกชน เช่น บำรุงราษฎร์, สมิติเวช, กรุงเทพ) + บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด + ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพที่ท่านจะปรึกษาเรื่องสุขภาพได้ตลอดอายุ Package + นิตยสารข้อมูลสุขภาพเชิงลึกแบบรายเดือน	54

4.13 ร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาสูงสุดของบริการสุขภาพซึ่งประกอบด้วย บริการตรวจสุขภาพประจำปีที่มีรถรับส่งพร้อมผู้ดูแล (ในโรงพยาบาลเอกชน เช่น บำรุงราษฎร์, สมิติเวช, กรุงเทพ) + บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภายในประเทศ (เชียงใหม่ 5 วัน 4 คืน พักโรงแรมระดับ 5 ดาว) ที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพคอย ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด + ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพที่ท่านจะปรึกษาเรื่องสุขภาพ ได้ตลอดอายุ Package + นิตยสารข้อมูลสุขภาพเชิงลึกแบบรายเดือน	55
4.14 ร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาสูงสุดของบริการสุขภาพซึ่งประกอบด้วย บริการตรวจสุขภาพประจำปีที่มีรถรับส่งพร้อมผู้ดูแล (ในโรงพยาบาลเอกชน เช่น บำรุงราษฎร์, สมิติเวช, กรุงเทพ) + บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่างประเทศ (ญี่ปุ่น 6 วัน 5 คืน พักโรงแรมระดับ 5 ดาว) ที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพคอย ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด + ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพที่ท่านจะปรึกษาเรื่องสุขภาพ ได้ตลอดอายุ Package + นิตยสารข้อมูลสุขภาพเชิงลึกแบบรายเดือน	56
4.15 ร้อยละของระดับในเรื่องของการใส่ใจสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	58
5.1 อาคารจามจุรีสแควร์ (Chamchuri Square Office Building)	109
5.2 พื้นที่เช่าสำนักงานอาคารจามจุรีสแควร์	110
5.3 แผนที่เส้นทางจามจุรีสแควร์	110
5.4 ตัวอย่างบุรุษ Health Mate ประจำโรงพยาบาล	112