

แผนธุรกิจเพื่อการต่อยอดจากธุรกิจเดิม : บริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด

Business Plan for Extending its Existing Business :

The Solution Company Limited



แผนธุรกิจเพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิม : บริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด

Business Plan for Extending its Existing Business : The Solution Company Limited



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2556



©2558

ณัฐพงษ์พาลี

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจเพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิม: บริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด

ผู้วิจัย อนุรักษ์ พงษ์พาลี

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤตภา ลิ้มลาวัลย์)

ผู้เชี่ยวชาญ

.....
(ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 2 เดือน เมษายน พ.ศ. 2558

ณัฐ พงษ์พาลี. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
เมษายน 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจเพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิม : บริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด (100 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีลาวัดย์

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิมที่เพิ่งเริ่มต้นขึ้นมาจากการที่ผู้ประกอบการได้ทราบถึงปัญหาของผู้ป่วยที่มีอาการนอนกรนและมีภาวะการหยุดหายใจขณะหลับร่วมด้วย ทำให้ส่งผลเสียต่างๆต่อร่างกายมากและยังก่อให้เกิดโรคร้ายแรงตามมาหลายโรค แต่ผู้ป่วยมักไม่ได้รับความรู้ ความเข้าใจในการใช้เครื่องมือรักษาที่เรียกว่า CPAP อย่างถูกต้อง ทำให้การรักษาไม่มีประสิทธิภาพ สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและโอกาสที่จะมีสุขภาพที่ดีขึ้น ทางผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงปัญหาและโอกาสดังกล่าวจึงได้เลือกประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่อง CPAP โดยมุ่งหวังให้ลูกค้ามีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างแท้จริง โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือผู้ที่ เป็นโรคหยุดหายใจขณะหลับและใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

● แผนธุรกิจได้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจของบริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด ที่ต้องการขยายธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพโดยมีเทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผน คือ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขัน และการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับของผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเป็นองค์ความรู้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่มีโอกาสเสี่ยงต่อโรคหยุดหายใจขณะหลับในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีรูปร่างท้วมหรืออ้วน สรีระบริเวณคางสั้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายในพบว่าบริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด มีโครงสร้างบริษัทไม่ซับซ้อนสามารถตัดสินใจและปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ แต่ขีดความสามารถในการเพิ่มยอดขายมีจำกัดและการดำเนินงานยังไม่มีมาตรฐานที่ดี ผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายนอกพบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันก่อนโรคเกิดโรคมามากขึ้นทำ

ให้มีโอกาสในการขายมากขึ้น เมื่อวิเคราะห์สภาพการแข่งขันพบว่าธุรกิจมีความได้เปรียบในด้านการให้ความรู้ความเข้าใจและการบริการที่ประทับใจ สร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ส่วนข้อเสียเปรียบคู่แข่งคือบริษัทมีขนาดเล็กและเพิ่งเริ่มดำเนินกิจการ ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามพบว่าผู้ที่มีความเสี่ยงต่อโรคจะมีอาการที่ส่งผลเสียต่อตนเองและคนรอบข้าง นอกจากนี้ยังไม่ทราบถึงอันตรายของโรคและวิธีในการแก้ไข บริษัทจึงนำองค์ความรู้ที่ได้กำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตระหนักและทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรคมมากขึ้น จนเกิดการตรวจรักษาและตัดสินใจซื้อเครื่อง CPAP ในที่สุด

คำสำคัญ : CPAP หมายถึงเครื่องอัดอากาศชนิดแรงดันบวกต่อเนื่องใช้สำหรับรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับ



Pongpalee, N. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises),

April 2015, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Extending its existing business : The Solution Company Limited (100 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Kittika Limlawan

ABSTRACT

This business plan is established for The Solution Company Limited that want developed and expand the business. The technique and method that I use for this business plan are business environment analysis, competitors analysis, and research by questionnaire about factors that effect a decision to buy sleep apnea fixing machine from whom using private hospital in Bangkok that was collected the data by use the 200 samples who be the officer randomly. Then, the statistic is basic analyze that is average.

Thus, the result of business internal environment analysis of The Solution Company Limited is not complicated business structure that make company do a quick decision and adaptive and use low costs and result of business external environment analysis of The Solution Company Limited that effected by customer factor, social factor, and technology factor. The risk that occur in business internal environment such as financial factor and marketing factor. The risk of business external environment analysis are economic and politics factor, natural factor, and substitute product factor. When compare with the competitors The Solution Company Limited focus on make the right knowledge and understanding for the customer that make sure when the customer buy product that will definitely improve their life quality and make their health better but disadvantage in competitors is we are a small size company.

Keywords : CPAP stands for Continues positive airway pressure machine that for treat patient who have sleep apneas.

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้จาก ผศ.กฤติกา ลีมีลาวัลย์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคลซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการจัดทำแผนธุรกิจงานครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

ณัฐ พงษ์พาลี



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการจัดทำแผน	15
1.3 ความสำคัญของการจัดทำแผน	16
1.4 วัตถุประสงค์ของการทำแผน	16
1.5 วิธีการศึกษา	16
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร	18
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	21
2.3 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	26
2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	30
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.1 สภาพการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน	34
3.2 คู่แข่งขันของธุรกิจ	36
3.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	41
3.4 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	43
บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	
4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	47
4.2 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	48
4.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	50
4.4 แผนงานด้านการเงินและงบประมาณแหล่งเงินทุน	65
4.5 แผนฉุกเฉิน	68

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก	70
ประวัติผู้เขียน	76
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	18
ตารางที่ 2.2: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	21
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือ เสียงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับ	57
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับ	59
ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อ ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรน และหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) โดยภาพรวม	62
ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอน การตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) ในขั้นตอนการรับรู้ปัญหา	62
ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอน การตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) ในขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล	63
ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอน การตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) ในขั้นตอนการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ	64
ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงงบประมาณการลงทุนเริ่มแรก	65
ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงการประมาณการรายได้	66
ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงการประมาณค่าใช้จ่าย	66
ตารางที่ 4.10: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน	67
ตารางที่ 4.11: ตารางแสดง ค่า NPV และ IRR	67

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: แผนที่ตั้งของร้าน	2
ภาพที่ 1.2: สาเหตุการเกิดโรคหยุดหายใจขณะหลับ	3
ภาพที่ 1.3: CPAP และหน้ากาก	5
ภาพที่ 1.4: อุปกรณ์ที่จำหน่ายพร้อมเครื่อง	6
ภาพที่ 1.5: การใช้เครื่อง CPAP	8
ภาพที่ 1.6: การใช้เครื่อง CPAP	8
ภาพที่ 1.7: ขั้นตอนการขาย	9
ภาพที่ 3.1: Five Force Model	37
ภาพที่ 3.2: แผนภาพวิเคราะห์ BCG	44
ภาพที่ 4.1: Strategy Map	49



บทที่ 1

บทนำ

1.1 แนะนำธุรกิจ

1.1.1 ประวัติความเป็นมา

บริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด เกิดมาจากการที่ผู้ประกอบการเคยมีประสบการณ์ในด้านการขายผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ที่มีปัญหาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับรวมถึงปัญหาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น การปวดหัว ง่วง เพลียในระหว่างวัน การงีบหลับขณะขับรถ หรือแม้กระทั่ง โรคความดัน และโรคทางด้านสมองและหัวใจ จึงทำให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงปัญหาหลายๆอย่างที่เกิดขึ้น เริ่มตั้งแต่การที่ผู้ป่วยไม่ทราบว่าอาการนอนกรนสามารถส่งผลให้เกิดโรคอื่นๆตามมาได้ถ้าไม่รีบแก้ไข โดยมากผู้ป่วยที่เข้ารับการตรวจรักษามักจะมีอาการของโรคอื่นๆที่แสดงผลชัดเจนแล้ว เช่น เบาหวาน ความดัน โรคหัวใจ ความจำไม่ดี หรือหลับในขณะขับรถจนเกิดอุบัติเหตุ (พวงทอง ไกรพิบูลย์, 2553)

ส่วนผู้ป่วยที่เข้ามารับการตรวจก็มักจะไม่เข้าใจในวิธีการรักษา ไม่เข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ ไม่เข้าใจถึงอันตรายที่เกิดจากโรค ตลอดจนไม่เข้าใจถึงความสำคัญของการรักษาจึงทำให้เมื่อผู้ป่วยซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปแล้วไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มประสิทธิภาพ หรือเมื่อมีปัญหาการใช้งานหรือใช้แล้วรู้สึกไม่สบาย กังวล ก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นได้ จนในที่สุดทำให้ผู้ป่วยไม่ยอมใช้เครื่องและไม่ยอมใช้เครื่องในที่สุด ทำให้การรักษาไม่ประสบผลสำเร็จและทำให้ผู้ป่วยมีความเสี่ยงต่อโรคต่างๆเพิ่มมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้บริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัดจึงได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2556 พร้อมกับความตั้งใจที่จะทำให้การรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ประชาชนสามารถเข้าใจในสาเหตุของการก่อให้เกิดโรค อันตรายและผลกระทบที่เกิดจากโรค รวมถึงทราบวิธีการป้องกันรักษาโรคดังกล่าว สามารถเข้าถึงการรักษาได้อย่างทั่วถึงและเป็นเรื่องง่าย คนข้างๆสามารถแนะนำคนที่นอนกรนให้แก้ไขได้อย่างถูกต้อง รวมถึงลูกค้าเมื่อมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้วสามารถใช้อย่างถูกต้อง เข้าใจ และเกิดประสิทธิภาพในการรักษา ทำให้ลูกค้ามีความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างแท้จริง ซึ่งเกิดมาจากการที่บริษัทให้ความรู้ ความเข้าใจในโรคนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ ความสำคัญของการรักษา และวิธีใช้ผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง รวมถึงการดูแลลูกค้าทั้งก่อนซื้อสินค้าให้ใช้งานได้ดี มีการปรับตั้งค่าที่เหมาะสม และอธิบายถึงผลการรักษาสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และหลังซื้อเมื่อลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้วสามารถสอบถามหรือปรึกษาปัญหาการใช้

เครื่องได้ตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าบริษัทไม่ได้ขายแค่ผลิตภัณฑ์แต่บริษัทจะเป็นผู้ให้บริการ
สุขภาพ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นกับลูกค้าและคนในครอบครัว

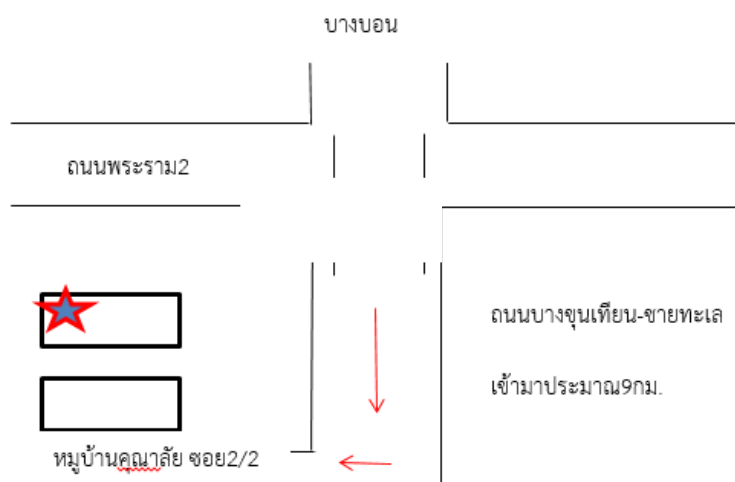
หลังจากที่บริษัทดำเนินงานมาได้ระยะเวลาหนึ่งผู้ประกอบการได้พบปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น ทั้ง
ปัญหาด้านเอกสารและปัญหาด้านระบบงานรวมถึงบริษัทยังไม่มีงบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้
ผู้ประกอบการต้องการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ขึ้นเพื่อที่จะวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นและ
หาแนวทางการแก้ไข รวมถึงใช้แผนธุรกิจฉบับนี้เป็นแนวทางในการขยายธุรกิจและดำเนินธุรกิจต่อไป
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.1.2 สถานที่ตั้ง

สำนักงานใหญ่บริษัท เดอะ โสลูชั่น จำกัดตั้งอยู่เลขที่ 694/21 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล
แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กทม. 10150 แต่เนื่องจากเป็นลักษณะธุรกิจซื้อมา-ขายไปประเภท
อุปกรณ์ทางการแพทย์ จึงมีขั้นตอนการขายเกิดขึ้น ณ ที่พักอาศัยของลูกค้าและโรงพยาบาลเป็นหลัก

แผนที่ตั้งกิจการ

ภาพที่ 1.1 : ภาพแผนที่ตั้งของบริษัท เดอะ โสลูชั่น จำกัด

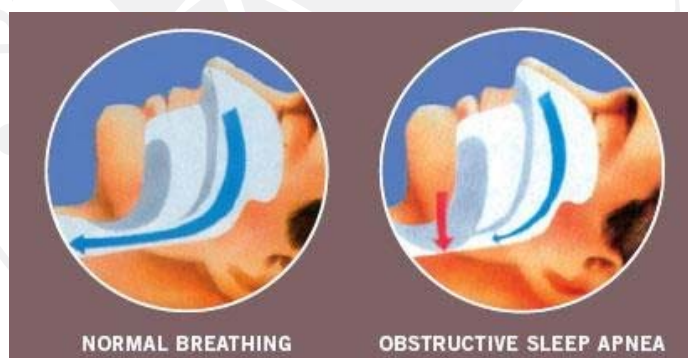


1.1.3 ประเภทของสินค้า

บริษัทเป็นธุรกิจประเภทตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบทางเดินหายใจ เป็นเครื่องช่วยหายใจขนาดเล็กสำหรับแก้ไขอาการ Sleep Apnea และ Home Ventilator เรียกว่าเครื่อง CPAP หรือเครื่องอัดอากาศชนิดแรงดันบวกต่อเนื่อง

โรคนอนหลับแล้วหยุดหายใจ (Sleep apnea หรือ Sleep-disordered breathing) คือโรคที่เมื่อนอนหลับแล้ว ร่างกายจะเกิดความผิดปกติทางการหายใจ หายใจได้เพียงสั้นๆ หรือ เกิดการหยุดหายใจเป็นพักๆตลอดทั้งคืน ทำให้ร่างกายและอวัยวะต่างๆขาดออกซิเจน และทำให้นอนหลับไม่เพียงพอซึ่งเป็นช่วงที่ร่างกายซ่อมแซมและฟื้นฟูอวัยวะต่างๆ จึงก่อให้เกิดเป็นโรคหรือมีอาการผิดปกติต่างๆตามมาหลายอย่าง (พวงทอง ไกรพิบูลย์, 2553)

ภาพที่1.2 : สาเหตุการเกิดโรคหยุดหายใจขณะหลับ



สาเหตุหรือปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคนอนหลับแล้วหยุดหายใจ ได้แก่ โรคนี้พบได้สูงขึ้นเมื่ออายุมากขึ้นจากการเสื่อมของเซลล์ต่างๆจึงส่งผลให้ทางเดินหายใจตีบแคบลงเมื่อนอนหลับ สามารถพบโรคในผู้ชายได้สูงกว่าในผู้หญิงเพราะลำคอของผู้ชายหนาและสั้นกว่า ผู้ที่เป็นโรคอ้วนและน้ำหนักตัวเกินเพราะเกิดไขมันสะสมมาก หรือในคนที่คอสั้นหรือมีผนังลำคอหนา มีความผิดปกติของจมูก เช่น ผนังจมูกคด มีลิ้นขนาดใหญ่ มีรูปร่างและลักษณะขากรรไกรหรือเพดานปากผิดปกติ เป็นต้น (พวงทอง ไกรพิบูลย์, 2553)

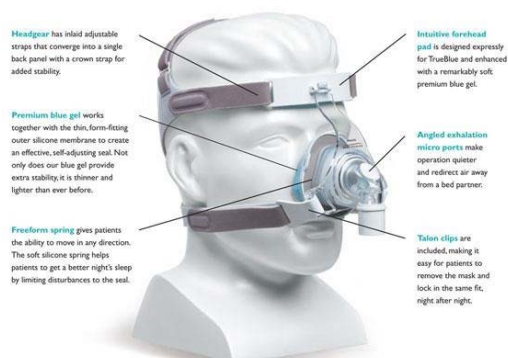
อาการสำคัญของโรคนอนหลับแล้วหยุดหายใจ คือ ส่วนใหญ่จะมีอาการนอนกรน นอนสะดุ้ง ตื่นบ่อยๆ แต่ผู้ป่วยมักไม่รู้ตัว แต่รู้ได้จากคนที่นอนด้วย กลางวันง่วงนอนมากโดยหาสาเหตุไม่ได้ หลับ โดยไม่รู้ตัว ปวดศีรษะในตอนเช้า อาจมีความจำสั้น ขาดสมาธิ สมาธิสั้น สับสนง่าย อารมณ์แปรปรวน ง่าย หงุดหงิดง่าย และซึมเศร้าง่าย (พวงทอง ไกรพิบูลย์, 2553)

โรคนอนหลับแล้วหยุดหายใจจัดเป็นโรครุนแรง ถ้าช่วงระยะเวลาที่หยุดหายใจนานอาจทำให้ เสียชีวิตได้ และการง่วงนอนมากจนนอนหลับไม่รู้ตัวในช่วงกลางวัน เป็นสาเหตุให้เกิดอุบัติเหตุรุนแรง ได้เมื่อกำลังขับรถหรือทำงานกับเครื่องจักรต่างๆ นอกจากนั้นยังอาจก่อให้เกิดโรคเรื้อรังได้หลายโรค เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดหัวใจ และโรคหลอดเลือดสมอง ความรู้สึก ทางเพศลดลง (พวงทอง ไกรพิบูลย์, 2553)

1.1.4 รายละเอียดของสินค้า/บริการ

บริษัทจำหน่ายเครื่องอัดอากาศต่อเนื่องชนิดแรงดันบวกหรือ CPAP สำหรับรักษาอาการนอน กรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับที่เกิดจากกล้ามเนื้ออุดกั้นทางเดินหายใจ ทำให้เกิดความเสี่ยง ในการเป็น โรคหัวใจ โรคเบาหวาน ความดัน และหลอดเลือดอุดตัน และเป็นสาเหตุของอาการง่วง ซึม ปวดหัว ใจบหลับ หงุดหงิด สมาธิสั้น หรือรู้สึกพักผ่อนไม่เพียงพอในตอนกลางวัน

ภาพที่ 1.3 : CPAP และหน้ากากใช้ร่วมกับเครื่อง CPAP ของ PHILIPS RESPIRONICS



โดยบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยี่ห้อ PHILIPS RESPIRONICS ซึ่งมียอดขายเป็นอันดับ 1 ของโลก ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 4 รุ่นดังนี้

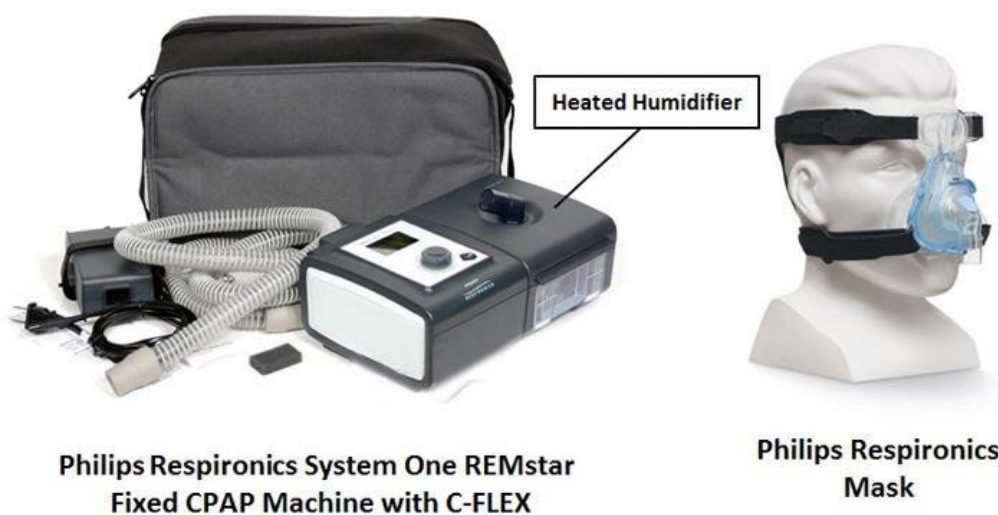
ภาพที่ 1.5 : รายละเอียดสินค้า

ชื่อรุ่น	REMStar	REMStar PLUS	REMStar PRO	REMStar AUTO
การตั้งค่าแรงดัน	การตั้งค่าแรงดัน ตั้งแต่ 4-20 เซนติเมตรน้ำ	การตั้งค่าแรงดัน ตั้งแต่ 4-20 เซนติเมตรน้ำ	การตั้งค่าแรงดัน ตั้งแต่ 4-20 เซนติเมตรน้ำ	แรงดันสามารถ ปรับรักษาผู้ใช้ได้ อัตโนมัติเพื่อให้ได้ ค่าแรงดันรักษาที่ เหมาะสมที่สุด
ระบบ Flex *	ไม่มี	C Flex	C Flex+	A Flex
การอ่านผลข้อมูล	สามารถรายงาน ชั่วโมงการใช้งาน	สามารถรายงาน ชั่วโมงการใช้งาน	สามารถรายงาน ชั่วโมงการใช้งาน ,แรงดัน ,ลมรั่ว และอาการหยุด หายใจในรูปแบบ กราฟและตัวเลข	สามารถรายงาน ชั่วโมงการใช้งาน ,แรงดัน ,ลมรั่ว และอาการหยุด หายใจในรูปแบบ กราฟและตัวเลข
การรับประกัน	2 ปี	2 ปี	2 ปี	2 ปี
ราคารวมอุปกรณ์ พร้อมใช้งาน	25,000 บาท	35,000 บาท	45,000 บาท	65,000 บาท

* ข้อมูลเรื่องระบบ Flex สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ในหัวข้อจุดเด่นและนวัตกรรม

โดยทั้ง 4 รุ่นมีรูปร่างหน้าตา ลักษณะภายนอกของสินค้าที่เหมือนกันตามภาพที่ 1.3 และอุปกรณ์ที่จำหน่ายพร้อมเครื่อง ประกอบด้วย สายไฟและหม้อแปลงกันไฟกระชาก ท่ออากาศ หน้ากาก แผ่นกรองอากาศเข้าเครื่องมี 2 ชั้น สำหรับกรองฝุ่นและกรองแบคทีเรีย และกระเป๋ใส่ อุปกรณ์สำหรับเดินทาง และสามารถสั่งซื้ออุปกรณ์ต่างๆเพิ่มเติมได้

ภาพที่ 1.4 : อุปกรณ์ที่จำหน่ายพร้อมเครื่อง



1.1.5 จุดเด่นของสินค้า

1. ตราสินค้า PHILIPS มีความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภคโดยทั่วไปและต่อบุคลากรทางการแพทย์
2. สินค้าประเภท CPAP ของ PHILIPS มียอดขายเป็นอันดับ 1 ของโลก
3. สินค้ามีขนาดเล็ก กะทัดรัด พกพาสะดวก น้ำหนักเบา ทนทาน และเสียงเงียบ
4. สินค้าใช้งานง่าย ควบคุมด้วยปุ่มเดียว
5. สินค้าได้รับการรับรองจาก FDA (องค์การอาหารและยาของประเทศสหรัฐอเมริกา)
6. หน้ากากที่จำหน่ายพร้อมเครื่อง CPAP มีความนุ่มสบายต่อผู้ใช้

1.1.6 นวัตกรรมของสินค้า

1. มีระบบ Flex ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของ PHILIPS เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานมีความสบายสูงสุด โดยระบบ Flex จะช่วยลดแรงดันขณะผู้ใช้หายใจออก เพื่อให้ผู้ใช้ไม่ต้องหายใจด้านเครื่อง และจะมีจังหวะการรอให้ผู้สูดหายใจเข้า เครื่องถึงจะเพิ่มระดับแรงดันเป็นปกติทำให้เสมือนการหายใจจริง

มากที่สุดโดยลดแรงดันตามการหายใจจริงของผู้ใช้ โดยภายในตัวเครื่องจะมีระบบตรวจจับการหายใจของผู้ใช้ทุกการหายใจเข้าออก

2. การอ่านผลการใช้เครื่องสามารถทำได้ละเอียด ทำให้ผู้ใช้ที่ต้องการติดตามผลการตรวจรักษาหรือมีนัดหมายกับแพทย์ไม่ต้องทำการตรวจใหม่ สามารถนำผลที่เครื่องเก็บบันทึกข้อมูล พิมพ์เป็นรายงานนำไปให้แพทย์ที่ตรวจรักษาได้ ซึ่งผลข้อมูลจะแสดงจำนวนชั่วโมงและเวลาที่ใช้งานในแต่ละวันในรูปแบบของกราฟและตัวเลข แสดงค่าแรงดันที่ใช้งานจริงในแต่ละวัน แสดงการปรับรักษาของเครื่อง แสดงค่าการหยุดหายใจแบบละเอียด แสดงลมรั่วที่เกิดจากการสวมหน้ากากและมีโปรแกรมสำหรับให้ลูกค้าติดตั้งที่บ้านโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่ม หรือสามารถดูผลแบบตัวเลขได้จากเครื่องโดยตรง

3. หน้ากากที่จำหน่ายพร้อมเครื่อง มีคุณภาพ มาตรฐานการผลิต และรายละเอียดสูง (ผลิตจากประเทศสหรัฐอเมริกา) ซึ่งผ่านการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการนำวัสดุที่เป็นทั้งเจลและซิลิโคนมาใช้ร่วมกันทำให้ผิวสัมผัสมีความนุ่มและทนทานไม่ก่อให้เกิดการแพ้ ตัวโครงทำจากพลาสติกคุณภาพสูงและซิลิโคนทำให้มีความทนทานและยืดหยุ่นทำให้ผู้ใช้งานไม่รู้สึกเจ็บเวลาสวมหน้ากากและสายรัดศีรษะผลิตจากผ้าหลายชั้นทำให้มีความนุ่มสบาย

1.1.7 ลักษณะการใช้งานสินค้า

ภาพรวมการใช้งานสินค้าจะประกอบด้วยตัวเครื่องขนาดเล็กเหมือนเครื่องใช้ไฟฟ้าทั่วไปเสียบกับปลั๊กไฟบ้านเพื่อให้เครื่องทำงาน อีกด้านหนึ่งของเครื่องจะมีท่อลมที่เครื่องปล่อยออกมาเพื่อรักษาอาการ โดยนำหน้ากากและท่อลมต่อกับท่อลมของเครื่องและสวมใส่ตอนนอน

ภาพที่1.5 : การใช้เครื่อง CPAP

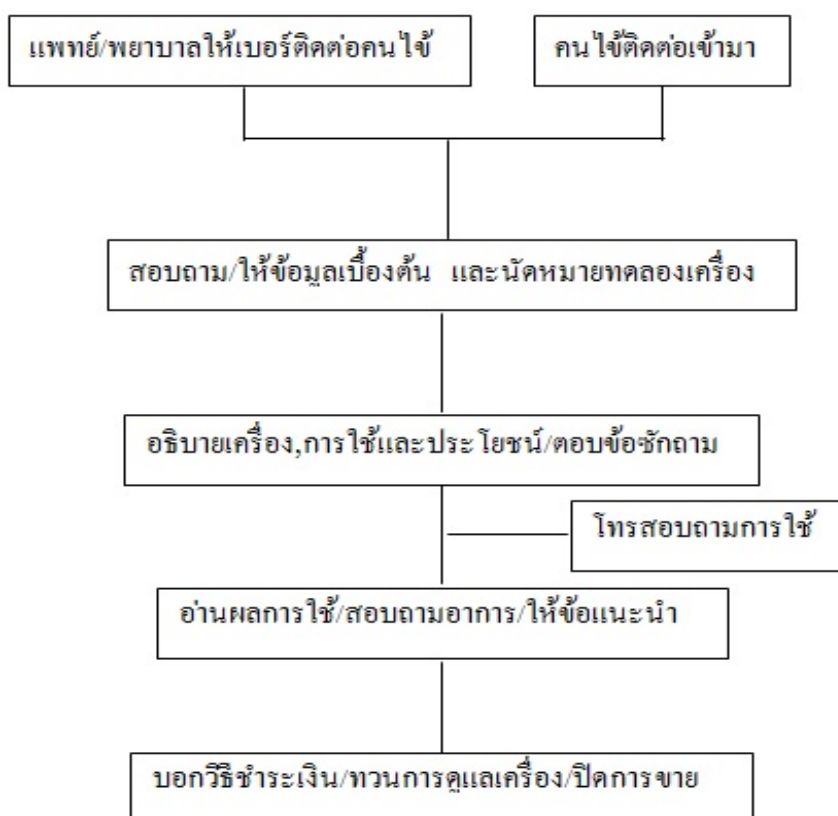


ภาพที่1.6 : การใช้เครื่อง CPAP (2)



1.1.8 ขั้นตอนการขาย

ภาพที่ 1.7 : ขั้นตอนการขาย



จากภาพเป็นแผนผังที่อธิบายถึงขั้นตอนการขายของบริษัท ซึ่งมีความแตกต่างจากการขายสินค้าประเภทอื่นๆ กล่าวคือโดยส่วนใหญ่บริษัทจะต้องเข้าไปติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับแพทย์และพยาบาลหรือบุคลากรของโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องเช่น แผนกเครื่องมือแพทย์ แผนกการเงิน เป็นต้น เมื่อมีคนไข้มาทำการตรวจรักษาโรคหยุดหายใจขณะหลับหรือโรคอื่นๆที่เกี่ยวข้องเช่น โรคเบาหวาน ความดัน โรคหัวใจ โรคสมองบางประเภท โรคหลอดเลือด หรือมีอาการปวดหัว งีบหลับขณะหลับรถหรือพักผ่อนไม่เพียงพอ เมื่อแพทย์วินิจฉัยแล้วว่าคนไข้มีอาการของโรคหยุดหายใจขณะหลับ ก็จะทำการติดต่อมายังบริษัทให้นำเครื่อง CPAP ไปให้ลูกค้าทดลองใช้ เมื่อลูกค้าทดลองใช้แล้วก็จะเข้าพบแพทย์หรือตัดสินใจซื้อเครื่อง CPAP ต่อไป

1.1.9 วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นอันดับ 1 ของประเทศในด้านการแก้ไขปัญหาเรื่อง Sleep Apnea ในใจลูกค้าและแพทย์”

โดยบริษัท เดอะ โชลูชั่น จำกัด เริ่มต้นมาพร้อมกับความตั้งใจที่ว่า “เราไม่ได้ให้บริการเครื่อง CPAP แต่เราให้บริการคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นกับลูกค้า” เราจึงมุ่งหวังให้ลูกค้าได้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับโรคนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับรวมถึงวิธีการรักษา ตลอดจนได้รับความประทับใจในการบริการของทางเรา และเกิดความเชื่อมั่นที่วัดผลได้จากสุขภาพที่ดีขึ้น และมุ่งหวังจะเป็นบริษัทที่เมื่อลูกค้านึกถึงการรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับก็จะนึกถึงบริษัท เดอะ โชลูชั่น และสิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างฐานลูกค้าที่มั่นคงและก่อให้เกิดลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องทำให้บริษัทก้าวไปสู่การเป็นอันดับที่ 1 ของประเทศทั้งในด้านของความเชื่อมั่นจากลูกค้าและยอดขาย

1.1.10 พันธกิจ (Mission)

“เป็นผู้ให้บริการและจำหน่ายเครื่องรักษาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ และเครื่องช่วยหายใจสำหรับใช้ที่บ้าน ที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับหนึ่งทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและการบริการที่ประทับใจ”

การจะเป็นบริษัทที่อยู่ในใจลูกค้าจำเป็นจะต้องพัฒนาทั้งในเรื่องของการขายและการขยายตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และเป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่ รวมไปถึงการพัฒนาปรับปรุงในส่วนของการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยบริษัทมีพันธกิจดังนี้

ในส่วนของการขายและการขยายตลาด

1. บริษัทจะรักษาฐานลูกค้าโรงพยาบาลเดิม โดยการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อลดการเข้ามาของคู่แข่งโดยการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอยู่เสมอและสร้างความประทับใจจากการปฏิบัติงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2. บริษัทจะต่อยอดการขายจากลูกค้าโรงพยาบาลเดิม เพื่อเชื่อมโยงไปยังแผนกอื่นๆหรือสาขาอื่นๆโดยการหาข้อมูลจากโรงพยาบาลนั้น คัดเลือกและจัดตารางเวลาเข้าไปนำเสนอสินค้า
3. บริษัทจะต่อยอดการขายจากหุ้นส่วนซึ่งเป็นพยาบาล และมีสายสัมพันธ์ในวงการแพทย์ โดยการสอบถามข้อมูลจากหุ้นส่วน วางแผนและจัดตารางเวลาเข้าไปแนะนำบริษัท
4. บริษัทจะต่อยอดการขายจากลูกค้าเดิมที่เป็นผู้ใช้งานสินค้าโดยกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อ และแนะนำสินค้าโดยจะมีลดส่วนหรือของแถมเพิ่มเติมให้แก่ลูกค้า
5. บริษัทจะขยายตลาดโดยการหาลูกค้าโรงพยาบาลใหม่ๆเพิ่มเติม โดยจะวางแผนและคัดเลือกโรงพยาบาลจากระยะการเดินทางและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูง และคู่แข่งชั้นน้อยราย
6. บริษัทจะขยายตลาดโดยการหาช่องทางการขายใหม่ๆเพิ่มเติมโดยจะพิจารณาจากช่องทางที่มีประสิทธิภาพ ลงทุนต่ำและบริษัทมีความพร้อมที่จะดำเนินงานได้อย่างดี เช่น การขายผ่านอินเทอร์เน็ต การฝากขายกับร้านขายยา ศูนย์ดูแลผู้ป่วย หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
7. บริษัทจะขยายตลาดโดยการหาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้อมาเพิ่มเติม เช่น เครื่องผลิตออกซิเจน เตียงผู้ป่วย รถเข็น เครื่องวัดคาร์บอนไดออกไซในเลือด เป็นต้น

ในส่วนของการพัฒนาการบริการ

1. บริษัทจะพัฒนาการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยที่ใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด โดยการจัดทำแผนผังขั้นตอนการดำเนินงานของระบบต่างๆ เช่น การนำเสนอสินค้า การทดลองสินค้า การขาย และระบบคลังสินค้า เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์หาวิธีการที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพและประหยัดทรัพยากรที่สุด

2. บริษัทจะพัฒนาระบบเอกสาร บัญชี การเงินและภาษี เพื่อลดขั้นตอนและตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยการจัดทำแผนผังขั้นตอนการดำเนินงาน กำหนดมาตรฐานของงานในด้านเวลาและมีการวัดผลเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาต่อไป
3. บริษัทจะพัฒนาเอกสารและอุปกรณ์ที่ช่วยในการขาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขายและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าโดยการจัดทำแผนพับ และหาสื่อในการนำเสนอลูกค้าแบบใหม่ๆที่น่าสนใจสามารถก่อให้เกิดความต้องการซื้อได้มากที่สุด
4. บริษัทจะสร้างมาตรฐานของระบบงานต่างๆ เพื่อให้สามารถตรวจสอบ แก้ไข และพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องโดยการจัดทำและกำหนดขั้นตอนการทำงานในแต่ละส่วนงานอย่างชัดเจน มีการกำหนดเวลาในการดำเนินงาน โอกาสในการปิดการขาย และมีการวัดผลเพื่อวิเคราะห์แก้ไขปัญหาหรือหาแนวทางในการพัฒนาต่อไป
5. บริษัทจะพัฒนาและสร้างระบบการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่พนักงานใหม่ เพื่อที่จะรักษาการบริการที่ประทับใจ โดยการจัดทำเป็นรูปแบบขั้นตอนที่ชัดเจนและมีการติดตามวัดผลจากยอดขายและการทดสอบความรู้

1.1.11 เป้าหมาย

ระยะสั้น (ภายในระยะเวลา 1 ปี)

1. รับสมัครพนักงานขายเพื่อช่วยในการขยายตลาดและเพิ่มยอดขายประมาณ 1-3 คน ภายในระยะเวลา 2 เดือน
2. ฝึกอบรมพนักงานขายเพื่อให้สามารถสร้างยอดขายได้คนละ 200,000 – 300,000 บาท ต่อเดือนภายในระยะเวลา 3 เดือน
3. มุ่งเน้นในด้านการบริหารและพัฒนาองค์กรเช่นการจัดทำระบบขั้นตอนในการดำเนินงานของส่วนงานต่างๆโดยทุกส่วนงานได้แก่ การคัดเลือกและการรับสมัครพนักงาน การ

ฝึกอบรมพนักงาน การขาย การขยายตลาด คลังสินค้า การเงินและบัญชี รวมถึงระบบเอกสารต่างๆจะต้องมีขั้นตอนที่ชัดเจน มีมาตรฐานสามารถวัดผลได้ภายในระยะเวลา 4 เดือน

4. ติดต่องานและหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆเพิ่มเติมเช่นการหาช่องทางการขายใหม่ๆ เช่น การติดต่อกับหน่วยงานราชการ เป็นต้น ภายในระยะเวลา 12 เดือน
5. เพิ่มยอดขายจาก 200,000 – 300,000 บาทเป็น 800,000 – 1,000,000 บาทต่อเดือน จากพนักงานขายที่เพิ่มขึ้นกำหนดระยะเวลาภายใน 9 เดือน

ระยะกลาง (ภายในระยะเวลา 3-5 ปี)

1. เป็นผู้ผลิตเครื่อง CPAP คุณภาพสูงเจ้าแรกในประเทศไทยเพื่อจำหน่ายภายในและต่างประเทศโดยหาผู้ผลิตและแพทย์ผู้ร่วมดำเนินงานวิจัยกำหนดระยะเวลาภายใน 3 ปี

1.1.12 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1. ยอดขายเติบโตขึ้นเป็น 300% จาก 200,000 – 300,000 บาทเป็น 800,000 – 1,000,000 บาทต่อเดือน
2. รักษาฐานลูกค้าและต่อยอดการขายและขยายตลาดเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ๆ

1.1.13 ทุนจดทะเบียน

จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดในชื่อบริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2556 โดยมีรายชื่อหุ้นส่วน หรือผู้ถือหุ้น สัดส่วนหุ้นที่ถือครองและมีราคาหุ้นที่ 1,000 บาทต่อหุ้นดังนี้

ภาพที่1.10 : รายละเอียดผู้ถือหุ้น

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	จำนวนหุ้น	สัดส่วน (%)
1	นายณัฐ พงษ์พาลี	ทุกอย่าง	9,998	99.98%
2	นางสายพิน พงษ์พาลี	-	1	0.01%
3	นางพรศรี สติรมน	-	1	0.01%

1.1.14 ส่วนงานและจำนวนพนักงาน

เนื่องจากกิจการเพิ่งเริ่มก่อตั้งและมีขนาดเล็กจึงดำเนินงานโดยเจ้าของกิจการเพียงคนเดียวมาโดยตลอด แต่ได้มีการแบ่งส่วนงานเพื่อความเป็นระบบในการจัดการงานและภาระหน้าที่ในด้านต่างๆได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ จึงแบ่งส่วนงานด้านต่างๆเป็นดังนี้

1. บริหารและการตลาด
2. ขายและบริการ
3. การเงิน, บัญชีและการจัดการ
4. จัดซื้อและขนส่ง

ภาพที่1.11 : แผนผังส่วนงานของกิจการ



1.1.15 รายงานผู้ปฏิบัติงานและภาระหน้าที่

นายณัฐพงษ์ พงษ์พาลี ทำหน้าที่

1. บริหารและการตลาด โดยกำหนดกลยุทธ์และตั้งเป้าหมายของกิจการ
2. ขายและบริการ โดยนำเสนอสินค้า, ปิดการขายและบริการหลังการขาย
3. การเงิน, บัญชีและการจัดการ โดยจัดทำระบบ, ลงบันทึกข้อมูลและเอกสารต่างๆ ทั้งระบบคลังสินค้า, บัญชี, ภาษีมูลค่าเพิ่มและติดต่อกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง
4. จัดซื้อและขนส่ง โดยจัดซื้อสินค้าสำหรับขายและใช้ในการดำเนินธุรกิจ

1.1.16 ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

ตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2556 กิจการมียอดขายเฉลี่ยอยู่ที่ 200,000-300,000 บาทต่อเดือนจากสินค้าเครื่อง CPAP รุ่น RemStar Auto 4 เครื่อง โดยเฉลี่ยมาจากโรงพยาบาลนครธน, โรงพยาบาลธนบุรี และโรงพยาบาลสมิติเวชศรีนครินทร์

1.2 ที่มาของการจัดทำแผน

หลังจากที่บริษัทดำเนินงานมาได้ระยะเวลาหนึ่งผู้ประกอบการได้พบปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น ทั้งปัญหาด้านเอกสารและปัญหาด้านระบบงานต่างๆ รวมถึงบริษัทยังไม่มี การเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการจึงต้องการที่จะขยายธุรกิจที่ดำเนินการ โดยได้จัดทำแผนธุรกิจนี้ขึ้นเพื่อกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถรองรับการขยายตัวของธุรกิจที่กำลังจะเกิดขึ้น

1.3 ความสำคัญของการจัดทำแผน

เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อขยายธุรกิจจากการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และนำเสนอผ่านรูปแบบการวิเคราะห์เชิงการตลาดได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์คู่แข่งและสภาพการแข่งขัน และจัดทำแบบสอบถามโดยอ้างอิงจากทฤษฎีขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และกำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดและจัดทำเป็นแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 วัตถุประสงค์ของการทำแผน

1. ต้องการนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ
2. ต้องการนำไปใช้เป็นแบบแผนในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายได้อย่างถูกต้องและมีทิศทางที่ชัดเจน
3. ต้องการทบทวนการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาและเก็บแผนธุรกิจไว้เป็นฐานข้อมูลของบริษัทเพื่อสามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงต่อไป

1.5 วิธีการศึกษา

1.5.1 ค้นคว้าจากแนวคิด

1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

1.5.2 การดำเนินการวิจัย

-วิธีการดำเนินการ

แจกแบบสอบถาม (Questionnaire)

-เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

-ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา

กลุ่มผู้ที่มีโอกาสเสี่ยงต่อโรคหูดหายใจขณะหลับและใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน
ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

-จำนวนตัวอย่าง

200 คน

-วิธีการสุ่ม/เลือกตัวอย่าง

แบบเจาะจง โดยคัดเลือกจากผู้ที่มรูปร่างท้วมหรืออ้วน สรีระบริเวณคางสั้น และใช้
บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

-สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยและ
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน



บทที่ 2
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร

จุดแข็ง (Strength)

1. ผู้ก่อตั้งมีประสบการณ์อยู่ในวงการ CPAP ในหลากหลายลักษณะงาน เช่น การขาย การติดต่อกับต่างประเทศ การถ่ายทอดความรู้ต่อพนักงานและลูกค้า
2. ผู้ก่อตั้งมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มีประสบการณ์ในวงการ CPAP ทั้งในและนอกบริษัท
3. ผู้ก่อตั้งมีประสบการณ์ทำงานในเชิงบริหารและการตลาดจากธุรกิจอื่น
4. บริษัทขนาดเล็กทำให้สามารถยืดหยุ่น ลดขั้นตอน และเปิดรับกลยุทธ์ใหม่ได้รวดเร็ว
5. บริษัทมีฐานลูกค้าเดิมจากผู้ก่อตั้ง และมีความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทคู่ค้า
6. ใช้เงินลงทุนจากเงินเก็บส่วนตัวทำให้ลดความเสี่ยงด้านการเงิน
7. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงและมีชื่อเสียง

จุดอ่อน (Weakness)

1. บริษัทขนาดเล็ก ทุนจำนวนน้อย มีคนปฏิบัติงานคนเดียว
2. บริษัทเพิ่งเริ่มก่อตั้งจึงยังไม่เป็นที่รู้จักและยังไม่มีความน่าเชื่อถือมากนัก

ตารางที่ 2.1: แสดงปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
1. ปัจจัยด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการ	ผู้ประกอบการมีประสบการณ์และความรู้ความสามารถในทุกๆส่วนงานที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจ ได้แก่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ด้านการขาย การบริการ มีประสบการณ์ในด้านการบริหารและการตลาด และมีความสามารถในการเรียนรู้ปรับตัวอยู่เสมอ เนื่องจากผู้ประกอบการเคยทำงานกับบริษัทนำเข้าเครื่อง CPAP ของ PHILIPS เป็นระยะเวลา 2 ปี โดยในช่วงปีแรกทำงานใน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1(ต่อ): แสดงปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
1.ปัจจัยด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการ (ต่อ)	ตำแหน่ง Product Specialist ซึ่งมีหน้าที่ศึกษา รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ในทุกแง่มุมจนสามารถ นำเสนอกับลูกค้าได้ในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับองค์กร เช่น โรงพยาบาล จนมาถึงการแก้ไขปัญหาให้กับ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปใช้ตามบ้าน ตลอดจนถ่ายทอด ความรู้ต่างๆให้กับคนในองค์กรได้ เช่น ให้ข้อมูล รายละเอียดผลิตภัณฑ์และฝึกอบรมพนักงานขายได้ และในปีต่อมาได้รับมอบหมายตำแหน่งงานเพิ่มเติม คือได้รับตำแหน่งงาน Sale Representative เพิ่มเติม ทำให้มีประสบการณ์ในด้านการขายเพิ่มเติม และได้มีโอกาสติดต่อกับลูกค้าและสำรวจสภาพการ แข่งขันเพิ่มขึ้น
2.ปัจจัยด้านพันธมิตรทางธุรกิจ	ธุรกิจมีความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทคู่ค้าซึ่งเป็นบริษัท นำเข้าขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศสำหรับผลิตภัณฑ์ เครื่องรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับ นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้นำเข้ารายอื่นๆด้วย เนื่องจากผู้ประกอบการได้มีโอกาสทำงานร่วมกับคู่ค้า ต่างๆมาก่อน
3.ปัจจัยด้านขนาดของธุรกิจ	ธุรกิจเป็นกิจการขนาดเล็ก ในปัจจุบันดำเนินการด้วย เจ้าของเพียงคนเดียว มีข้อดีคือทำให้การตัดสินใจทำได้ง่ายคล่องตัว ไม่ต้องแบกรับภาระต้นทุน แต่ก็มี ข้อเสียเช่นกันคือมีต้นทุนหรือทรัพยากรที่น้อยกว่า คู่แข่งขัน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1(ต่อ): แสดงปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
4.ปัจจัยด้านองค์ความรู้ของธุรกิจ	พนักงานมีความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์และสภาพการแข่งขันรวมถึงผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งค่อนข้างมาก นอกจากนี้ยังมีฐานลูกค้าเดิมอยู่แล้ว ทำให้ช่วยลดความเสี่ยงของธุรกิจและบริษัทยังมีวิธีการเข้าถึงข้อมูลในทั้งด้านผลิตภัณฑ์และตลาดจากความสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆได้ตลอดเวลา
5.ปัจจัยด้านเงินทุน	เนื่องจากธุรกิจใช้เงินลงทุนจากเจ้าของธุรกิจเพียงแหล่งเดียวทำให้มีข้อดีคือ ไม่ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายด้านต้นทุน แต่ก็มีข้อเสียคือทำให้มีเงินทุนที่จำกัด โดยผู้ประกอบการใช้เงินสดเริ่มต้นเพียง 400,000 บาท
6.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	บริษัทเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ PHILIPS เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ราคาสินค้าน่าเชื่อถือ รูปลักษณ์และคุณสมบัติสินค้าเหนือกว่าคู่แข่ง แต่ก็มีราคาต้นทุนที่สูงและบริษัทเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ PHILIPS เพียงตราสินค้าเดียว ทำให้มีข้อดีคือง่ายต่อการบริหารจัดการ และมีข้อเสียคือทำให้มีทางเลือกให้กับลูกค้าไม่มากเท่าการจำหน่ายหลายตราสินค้า
7.ปัจจัยด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ธุรกิจเป็นกิจการที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งมาประมาณ 1-2 ปีทำให้เสียเปรียบคู่แข่งที่ดำเนินกิจการมานานแล้ว

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1(ต่อ): แสดงปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
7.ปัจจัยด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ (ต่อ)	เพราะนอกจากจะมีฐานลูกค้าและประสบการณ์ที่มากกว่าธุรกิจเครื่องมือแพทย์ยังจำเป็นต้องอาศัยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อโรงพยาบาลและบุคลากรในโรงพยาบาลที่เป็นทั้งลูกค้าและคู่ค้าซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาที่ยาวนาน

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร

โอกาส (Opportunities)

1. สภาพสังคมเมืองและพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันทำให้มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดโรคมามากขึ้นเรื่อยๆ
2. กระแสการรักษาสุขภาพกำลังได้รับความนิยมและคนยอมจ่ายเงินจำนวนมากเพื่อซื้อสุขภาพที่ดี
3. มีผู้คนที่เริ่มต้นตัวกับโรคนอนกรนมากขึ้นเรื่อยๆ
4. โรงพยาบาลและแพทย์ให้ความสำคัญกับโรคนี้น่ามากขึ้น มีสถานที่ตรวจและแพทย์ผู้รักษาเพิ่มมากขึ้น
5. ข้าราชการและบริษัทบางแห่งสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการตรวจและค่าเครื่อง CPAP ได้
6. อาการนอนกรนส่งผลกระทบต่อบุคคลที่นอนข้างๆ ทำให้เป็นโอกาสที่จะดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดกับกลุ่มที่เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อเพิ่มโอกาสในการซื้อให้มากขึ้น
7. ปัจจุบันในประเทศไทยการตรวจรักษาโรคหยุดหายใจขณะหลับโดยมากแพทย์ด้านอายุรกรรมจะเป็นผู้ตรวจรักษา แต่ในต่างประเทศโรคหยุดหายใจขณะหลับแพทย์อีกหลายแผนกเช่น แพทย์ทางด้านปอด ทันตแพทย์ แพทย์ทางด้านสมอง แพทย์ทางด้านหัวใจ สามารถทำการตรวจรักษาได้เช่นกันจึงเป็นโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ สำหรับประเทศไทย

อุปสรรค (Threats)

1. เนื่องจากเป็นสินค้านำเข้าจึงมีต้นทุนค่าขนส่งประกอบกับภาษีนำเข้าเครื่องมือแพทย์ค่อนข้างสูง ทำให้มีต้นทุนสูง

2. ลูกค้าสามารถสั่งซื้อจากเว็บไซต์ของต่างประเทศหรือสามารถเดินทางไปซื้อในต่างประเทศได้เองในราคาที่ต่ำกว่า
3. กฎหมายการห้ามโฆษณาเครื่องมือแพทย์
4. แพทย์บางกลุ่มยังเน้นการผ่าตัดรักษามากกว่าการให้ผู้ป่วยใช้เครื่อง CPAP รักษาและแพทย์ที่ทำการตรวจรักษาโดยตรงและมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางยังมีจำนวนน้อย
5. อุตสาหกรรมประเภทเครื่องมือแพทย์มีสภาพการแข่งขันที่มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ของพนักงานขายกับลูกค้าโรงพยาบาลซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาที่ยาวนาน ทำให้เป็นการยากที่จะขยายหรือแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่ง

ตารางที่ 2.2: แสดงปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
1. ปัจจัยด้านสภาพสังคม	สภาพสังคมในปัจจุบันมีความเป็นสังคมเมืองมากขึ้น มีปัญหาการจราจร มีปัญหาจากการทำงานและปัญหาค่าครองชีพ ทำให้เกิดความเครียดซึ่งเป็นสาเหตุของโรคต่างๆ ทำให้ประชาชนมีโอกาสเป็นโรคหุดหทัยใจขณะหลับมากขึ้น
2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	พฤติกรรมของผู้คนในปัจจุบันมีความเร่งรีบ ใช้ชีวิตเร่งด่วน ทำให้รับประทานอาหารไม่ตรงเวลาหรือพักผ่อนไม่เพียงพอ ขาดการออกกำลังกาย นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านหลังเลิกงานหรือสังสรรค์ ซึ่งเป็นสาเหตุของการก่อโรคต่างๆทำให้มีโอกาสเป็นโรคหุดหทัยใจขณะหลับในช่วงอายุที่ต่ำลงมา ซึ่งโดยปกติการเป็นโรคหุดหทัยใจขณะหลับจะพบได้มากขึ้นในบุคคลที่มีอายุเพิ่มขึ้น (ศาสตราจารย์เกียรติคุณ และพญ. พวงทอง ไกรพิบูลย์, ปี2553)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2(ต่อ): แสดงปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
3.ปัจจัยด้านกระแสนิยม	กระแสการดูแลสุขภาพทำให้คนในประเทศให้ความสนใจกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น เป็นสาเหตุให้ธุรกิจโรงพยาบาลเติบโตและในด้านการรักษาโรคหุดหายใจขณะหลักก็สามารถพบเห็นได้มากขึ้นตามโรงพยาบาลต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น ป้ายโฆษณาการตรวจรักษาอาการนอนกรนและหุดหายใจขณะหลักที่บริเวณทางขึ้นที่จอดรถของโรงพยาบาลนครธน
4.ปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้บริโภค	ปัจจุบันผู้บริโภคมีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อจำนวนมาก และหลากหลายช่องทาง รวมถึงการตรวจรักษาของโรงพยาบาลในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นการตรวจสุขภาพโดยรวมหลายๆโรคพร้อมกันหรือมีการส่งต่อผู้ป่วยไปยังแผนกที่เกี่ยวข้อง และทางโรงพยาบาลในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการทำสื่อเพื่อสร้างการรับรู้ต่อผู้บริโภคมากขึ้น และผู้คนเริ่มรู้จักโรคนอนกรนหรือโรคหุดหายใจขณะหลักมากขึ้น ทั้งจากการบอกต่อและสื่อทางโทรทัศน์ที่มีรายการหรือช่วงแทรกเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีผู้มีชื่อเสียงที่เป็นโรคหุดหายใจขณะหลักและใช้ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าของ PHILIPS หลายท่าน
5.ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	อุตสาหกรรมโรงพยาบาลเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอีกมากหลังจากมีการเปิด AEC

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2(ต่อ): แสดงปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
6.ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ	<p>ปัจจุบันแพทย์ในประเทศไทยที่ศึกษาด้านโรคหุดหายใจขณะหลับมีมากขึ้น รวมถึงแพทย์ที่จบโดยตรงด้านโรคหุดหายใจขณะหลับจากต่างประเทศมีจำนวนมากขึ้นเช่นกัน แพทย์ที่เริ่มให้ความสนใจตรวจรักษา ด้านโรคหุดหายใจขณะหลับเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงใน ส่วนของพยาบาลมีความรู้เกี่ยวกับโรคหุดหายใจขณะหลับและการรักษามากขึ้น ทั้งจากการให้ข้อมูลของทาง บริษัท ประสบการณ์การทำงานหรือจากการจัดอบรมของโรงพยาบาลเกี่ยวกับโรคหุดหายใจขณะหลับ โดยตรงซึ่งมีขึ้นเป็นประจำทุกปี บุคลากรที่เข้ารับการอบรมจะได้รับใบรับรองด้วย ความสำคัญของโรคหุดหายใจขณะหลับมีมากขึ้นเรื่อยๆจนได้มีการจัดตั้ง สมาคมโรคหุดหายใจขณะหลับของประเทศไทยขึ้น</p>
7.ปัจจัยด้านนโยบายรัฐ	<p>พนักงานราชการสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษา รวมถึงค่าเครื่อง CPAP ได้จำนวนหนึ่ง โดยใช้ใบรับรองแพทย์ร่วมกับใบเสร็จของสินค้าในการเบิกค่าใช้จ่าย ส่งผลให้ในบางบริษัทที่มีสวัสดิการการ รักษาพยาบาลแก่ลูกจ้างสามารถเบิกค่าตรวจรักษาและค่าเครื่อง CPAP ได้เช่นกัน ขึ้นกับนโยบายของแต่ละบริษัท ยกตัวอย่างเช่น บริษัทในเครือข่ายของสหพัฒน์สามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้เต็มจำนวนเนื่องจากมีงบด้านการรักษาพยาบาลให้แก่พนักงานปีละ 100,000 บาท ต่อคน</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2(ต่อ): แสดงปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
8.ปัจจัยด้านส่วนตลาดใหม่	<p>ณ สภาพการแข่งขันในปัจจุบันยังมีส่วนตลาดใหม่ที่ยังไม่มีใครเข้าไปทำการตลาดอีกมากทั้งในช่องทางเดิม กล่าวคือยังมีโรงพยาบาลที่ยังไม่มีบริษัทเข้าไปนำเสนอเกี่ยวกับโรคหยุดหายใจขณะหลับ การตรวจรักษา และเครื่องมือที่ใช้ในการรักษาอีกหลายแห่ง นอกจากนี้ช่องทางใหม่ๆที่ยังไม่ค่อยมีธุรกิจให้ความสนใจก็คือการขายกับร้านขายยาหรือในห้างร้านต่างๆ ซึ่งในอเมริกาหรือบางประเทศสามารถทำได้เป็นเรื่องปกติ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มแพทย์บางสาขาที่บริษัทส่วนใหญ่ในประเทศไทยยังไม่ทราบหรือไม่เห็นถึงความสำคัญ เช่น สาขาทันตแพทย์ แพทย์ทางด้านหัวใจ และแพทย์ทางด้านสมอง ซึ่งตลาดในบางประเทศให้ความสำคัญมากและสามารถทำได้จริงในประเทศไทย</p>
9.ปัจจัยด้านลำดับขั้นของห่วงโซ่ทางธุรกิจ	<p>เนื่องจากบริษัทไม่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้าเอง ต้องมีการซื้อสินค้ามาจากบริษัทนำเข้าสินค้าจากบริษัทผู้ผลิตในต่างประเทศจึงทำให้มีต้นทุนที่สูงและไม่สามารถควบคุมต้นทุนบางส่วนได้ต้องขึ้นกับการกำหนดราคาของผู้ผลิต อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราและการกำหนดราคาจากผู้นำเข้า</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2(ต่อ): แสดงปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
10. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	เทคโนโลยีทำให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลของทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ง่ายจึงทำให้ลูกค้าบางกลุ่มเลือกสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศซึ่งราคาถูกกว่าถือว่าเป็นคู่แข่งทางอ้อมของบริษัทและคู่แข่งในส่วนของเทคโนโลยีการผลิตและการแพทย์ทำให้การตรวจรักษาทำได้ง่ายขึ้นและมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง รวมทั้งผลิตภัณฑ์เครื่อง CPAP ก็มีราคาถูกลงและใช้งานได้ง่ายขึ้นกว่าสมัยก่อนทำให้ลูกค้าเข้าถึงการรักษาได้มากขึ้น
11. ปัจจัยด้านกฎหมาย	ในประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจคือห้ามทำการโฆษณาเครื่องมือแพทย์ทำให้รูปแบบในการขายสินค้าของอุตสาหกรรม CPAP จำเป็นต้องพึ่งพาโรงพยาบาลมาก และห้ามซื้อขายเครื่องมือแพทย์ที่ใช้งานแล้วในข้อดีจะส่งผลต่อผู้ขายทั้งหมดเนื่องจากลูกค้าจำเป็นต้องซื้อสินค้าใหม่ และกฎหมายด้านภาษีนำเข้าของเครื่องมือแพทย์ที่สูงถึง 30% ทำให้ราคาต้นทุนสินค้าสูงขึ้นและกฎหมายเกี่ยวกับการจดทะเบียนขององค์การอาหารและยากับกระทรวงสาธารณสุขสำหรับเครื่องมือแพทย์ประเภทที่ใช้กับร่างกายมนุษย์ค่อนข้างมีความยุ่งยากและซับซ้อนทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่มากขึ้น

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2(ต่อ): แสดงปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์และผลที่มีต่อธุรกิจ
12. ปัจจัยด้านค่านิยมเดิม	แพทย์ในประเทศไทยบางท่านยังคงชินกับวิธีการรักษาแบบเดิมซึ่งคือการผ่าตัด แต่ในปัจจุบันการใช้เครื่องรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับได้รับการยอมรับและถูกกำหนดให้เป็นวิธีการรักษาที่เป็นมาตรฐานของโรคหยุดหายใจขณะหลับในหลายประเทศแล้ว เพราะนอกจากจะมีประสิทธิภาพในการรักษาแล้ว กระแสความนิยมของวงการแพทย์ทั่วโลกในปัจจุบันคือการมุ่งเน้นใช้วิธีการบำบัดรักษาโดยไม่รุกรานเข้าไปในร่างกายผู้ป่วย ทำให้ลดอาการบาดเจ็บ ผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้นและโรคแทรกซ้อน รวมทั้งทำให้ผู้ป่วยไม่ต้องทนทรมานอีกด้วย ทำให้วงการแพทย์ในประเทศไทยนิยมให้ผู้ป่วยใช้เครื่อง CPAP ในการรักษามากขึ้น

2.3 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ตารางที่ 2.3: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1. บริษัทขนาดเล็ก		✓		เนื่องจากส่วนใหญ่บริษัทในธุรกิจเดียวกันที่สามารถอยู่รอดและสามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้ มักจะเป็นบริษัทขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการเตรียมความพร้อมทั้งการศึกษาข้อมูลส่วนงานต่างๆที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ที่มี

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.3(ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1.บริษัทขนาดเล็ก(ต่อ)		✓		ประสบการณ์ในธุรกิจหรือส่วนงานที่ผู้ประกอบการไม่ถนัดเพื่อคอยช่วยเหลือและเป็นทีปรึกษาเมื่อประสบปัญหาต่างๆ
2.บริษัทเพิ่งเริ่มก่อตั้ง		✓		เนื่องจากบริษัทเพิ่งเริ่มก่อตั้งจึงต้องเตรียมรับมือกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นจากธุรกิจที่ยังไม่ลงตัวทั้งการจัดการส่วนงานต่างๆ การวางแผนขั้นตอนการทำงานและการจัดสรรน้ำหน้งงานในแต่ละงาน รวมถึงการให้ความสำคัญในด้านการสร้างความเติบโตแก่ธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการเตรียมความพร้อมทั้งการศึกษาข้อมูลส่วนงานต่างๆที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจ และวางแผนให้เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจที่ดำเนินการคนเดียว
3.มีเงินทุนจำนวนน้อย		✓		เนื่องจากผู้ประกอบการใช้เงินลงทุนของตนเองในการประกอบธุรกิจแหล่งเดียว จึงทำให้เงินลงทุนค่อนข้างน้อยและจำกัด ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการวางแผนจัดการคลังสินค้าอย่างรัดกุมและเลือกใช้ระบบคลังสินค้าแบบ Just in time รวมถึงมีการวิเคราะห์และประเมินความต้องการสินค้าจากลูกค้าอยู่เสมอ
4.การดำเนินงานคนเดียว		✓		เนื่องจากผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจในทุกๆส่วนด้วยตัวเองเพียงคนเดียว จึงมีความเสี่ยงในด้านการ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.3(ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
4.การดำเนินงานคนเดียว(ต่อ)		✓		ตัดสินใจ รวมถึงกำลังใจในการทำธุรกิจ การให้ความสำคัญกับส่วนงานต่างๆที่ไม่เท่ากัน ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการประเมินผลการดำเนินงานของตัวเองอย่างสม่ำเสมอว่ามีข้อบกพร่อง หรือสามารถปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจในส่วนไหนได้บ้าง รวมถึงทบทวนเป้าหมายทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอและตรวจสอบว่าได้ดำเนินการไปถึงจุดไหนแล้ว รวมถึงหาแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจเพื่อสร้างกำลังใจให้กับตนเอง
5.ประสบการณ์ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจในการประกอบธุรกิจ		✓		ระยะเวลาของประสบการณ์ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจในการประกอบธุรกิจถือว่าเป็นศูนย์ เนื่องจากยังไม่เคยประกอบธุรกิจมาก่อน มีประสบการณ์ในการเป็นพนักงานบริษัท ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการเตรียมความพร้อมทั้งการศึกษาข้อมูลส่วนงานต่างๆที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจ และวางแผนอย่างรัดกุม ลดความเสี่ยงในด้านต่างๆและศึกษาหาความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
6.ด้านการจัดการการบริหาร		✓		ระยะเวลาของประสบการณ์ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจในการจัดการการบริหารถือว่าน้อยมากจึงนำประสบการณ์จากที่ทำงานเก่าซึ่งได้ความรู้ต่างๆมากมาย สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่ทำอยู่

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.3(ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
6.ด้านการจัดการการบริหาร(ต่อ)		✓		ได้ ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการเตรียมความพร้อมทั้งการศึกษาข้อมูลส่วนงานต่างๆที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจ และวางแผนอย่างรัดกุม ลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ ศึกษาหาความรู้จากผู้ที่มีประสบการณ์และนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจ
7.ด้านการตลาด		✓		ระยะเวลาของประสบการณ์ผู้ประกอบการในด้าน การตลาดถือว่าน้อยมาก จึงได้นำความรู้จากที่เรียน ภาควิชาการตลาดจากมหาวิทยาลัยมาใช้ทำให้ได้ ความรู้ต่างๆมากมายสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับ ธุรกิจที่ทำอยู่ได้ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลด ปัจจัยเสี่ยงด้วยการเตรียมความพร้อมทั้งการศึกษา ข้อมูลส่วนงานต่างๆที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจ และ วางแผนอย่างรัดกุม ลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ
8.ด้านการขาย		✓		ระยะเวลาของประสบการณ์ผู้ประกอบการในด้าน การขายถือว่าน้อยมากจึงนำประสบการณ์จากที่ ทำงานเก่าซึ่งได้ความรู้ต่างๆมากมาย สามารถนำมา ประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่ทำอยู่ได้ ผู้ประกอบการจึง ดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการเตรียมความพร้อม ทั้งการศึกษาข้อมูลส่วนงานต่างๆที่มีความจำเป็นต่อ ธุรกิจและวางแผนรัดกุม เพื่อลดความเสี่ยง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.3(ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
9.ด้านการเงิน		✓		ผู้ประกอบการไม่มีประสบการณ์ในด้านการเงิน ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองจากอินเทอร์เน็ต ใช้วิธีลองผิดลองถูก สอบถามจากหน่วยงานรัฐที่ต้องทำการติดต่อ และศึกษาปรึกษาผู้ที่อยู่ในส่วนงานนั้นๆ ทั้งจากบริษัทเอกชนที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาโดยตรงและจากบริษัทที่เคยร่วมงาน
10.ด้านการบัญชี		✓		ผู้ประกอบการไม่มีประสบการณ์ในด้านการบัญชี ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองจากอินเทอร์เน็ต ใช้วิธีลองผิดลองถูก สอบถามจากหน่วยงานรัฐที่ต้องทำการติดต่อ และศึกษาปรึกษาผู้ที่อยู่ในส่วนงานนั้นๆ ทั้งจากบริษัทเอกชนที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาโดยตรงและจากบริษัทที่เคยร่วมงาน และพิจารณาการจ้างที่ปรึกษาทางด้านบัญชีและลดภาระงานด้านที่ไม่มีความเชี่ยวชาญ
11.ประสบการณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเครื่อง รักษาอาการหยุดหายใจ ขณะหลับ		✓		ระยะเวลาของประสบการณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับจึงนำประสบการณ์จากที่ทำงานเก่าซึ่งได้ความรู้ต่างๆมากมาย สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่ทำอยู่ได้ ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการ เตรียมความพร้อมทั้งการศึกษา ข้อมูลส่วนงานต่างๆ ที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจ และวางแผนอย่างรัดกุม ลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ

2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ตารางที่ 2.4: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1.สินค้าต้นทุนสูง		✓		สินค้าต้นทุนสูงเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้ ทั้งในส่วนของภาษีนำเข้าและราคาต้นทุน เนื่องจากบริษัทได้เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการวางตำแหน่งสินค้าและการตลาดที่เหมาะสมรวมถึงขั้นตอนการขายและความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้ารับรู้เข้าใจถึงคุณภาพของสินค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง
2.การสั่งซื้อจากเว็บไซต์ของต่างประเทศหรือซื้อจากต่างประเทศ		✓		การสั่งซื้อจากเว็บไซต์ของต่างประเทศหรือซื้อจากต่างประเทศเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้จากการเข้าถึงและแพร่หลายของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน หรือแม้กระทั่งเทคโนโลยีและความนิยมด้านการบินที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้การเดินทางในปัจจุบันมีราคาต่ำลงและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงด้วยการทำความเข้าใจกับลูกค้าถึงความแตกต่างในเรื่องของการบริการและศูนย์ซ่อมรวมถึงสร้างความประทับใจในการขายและการบริการแก่ลูกค้า

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.4(ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
3.กฎหมายห้ามโฆษณาเครื่องมือแพทย์			✓	อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ดำเนินการโดยทราบและปรับตัวกับกฎหมายนี้มานานแล้ว จึงเน้นทำการตลาดผ่านทางโรงพยาบาลเป็นหลักโดยให้แพทย์และพยาบาลเป็นผู้โฆษณา ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงได้ด้วยการเน้นไปที่การทำการตลาดกับโรงพยาบาล
4.ความถนัดและความเชี่ยวชาญของแพทย์		✓		ความถนัดของแพทย์ส่วนใหญ่ยังเน้นการรักษาแบบเดิมคือการผ่าตัด แต่ปัจจุบันก็มีการยอมรับการรักษาด้วยเครื่องรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับมากขึ้น โดยอาจจะให้ผู้ป่วยเป็นผู้เลือกวิธีการรักษาเอง ในส่วนด้านความเชี่ยวชาญของแพทย์ปัจจุบันมีแพทย์เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการหยุดหายใจขณะหลับมากขึ้นกว่าเดิมแต่ยังถือว่าน้อยอยู่ โดยมีประมาณ 20 ท่านในประเทศไทย เนื่องจากต้องเดินทางไปศึกษาจากต่างประเทศ แพทย์กลุ่มนี้หรือแพทย์รุ่นใหม่ ๆ มักจะใช้วิธีการรักษาด้วยเครื่องรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับเป็นวิธีการรักษาแรก ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงได้ด้วยการเข้าไปพบและนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องรักษาอาการหยุดหายใจขณะ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.4(ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
4.ความถนัดและความเชี่ยวชาญของแพทย์(ต่อ)		✓		หลัก และข้อดีของวิธีการรักษาด้วยเครื่องเพื่อให้แพทย์เกิดการรับรู้
5.ระยะเวลาการเข้าสู่ตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับ		✓		ผลิตภัณฑ์เครื่องรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับเข้าสู่ตลาดประเทศไทยเป็นเวลากว่า 20 ปีมาแล้วแต่เพิ่งมาเริ่มเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปเมื่อประมาณไม่กี่ปีที่ผ่านมา จึงเป็นความเสี่ยงของธุรกิจที่เพิ่งเข้ามาเริ่มต้น ประกอบธุรกิจนี้ซึ่งมีคู่แข่งอยู่ในตลาดมาเป็นเวลานานแล้ว ผู้ประกอบการจึงดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงได้ด้วยการนำฐานลูกค้าเดิมที่ได้มีการตกลงกับคู่ค้ามาใช้เพื่อลดความเสี่ยงของธุรกิจในระยะเริ่มต้น

2.5 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากการดำเนินงาน

ตารางที่ 2.5: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากการดำเนินงาน

ปัญหา	ผลกระทบ	แนวทางแก้ไข
1.มีคู่แข่งชั้นเข้ามาในเขตขายของบริษัท	ทำให้ลูกค้าลังเลหรือแย่งลูกค้า	รักษาความสัมพันธ์กับแพทย์และพยาบาลอย่างสม่ำเสมอ หมั่นสังเกตและสอบถามข้อมูล

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.5(ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากการดำเนินงาน

ปัญหา	ผลกระทบ	แนวทางแก้ไข
2.สินค้าขาด	ทำให้การขายล่าช้า โอกาสในการขายลดลง	คอยตรวจเช็คกับทางคู่ค้าอยู่เสมอและวางแผนร่วมกัน
3.ลูกค้าซื้อเครื่องจากเมืองนอกหรือสั่งผ่านอินเทอร์เน็ต	ทำให้ขายไม่ได้	อธิบายเรื่องของการรับประกันในแต่ละประเทศ และเรื่องค่าบริการซ่อมให้ลูกค้าเข้าใจ
4.เขตขายซ้อนทับกับของคู่ค้า	เกิดปัญหาจิตใจ และเกิดการตัดราคา	คอยอัปเดตข้อมูลและสื่อสารกันอยู่เสมอ คอยแจ้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง
5.ลูกค้าทำเครื่องหายหรือขำรุคในระหว่างการทดลอง	ทำให้สินค้าเสียหาย	ยังไม่เคยเกิดขึ้น แต่ก็ต้องให้ลูกค้าช่วยรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นตามจริง เพราะการให้ทดลองไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ
6.ปัญหาความผิดพลาดและสูญหายด้านการออกเอกสารการจัดเก็บ และการลงบันทึก	ทำให้สินค้าสูญหาย หรือสูญรูป ข้อมูลเพื่อใช้ในงานต่างๆ ผิดพลาด เช่นการสั่งสินค้า การส่งข้อมูลให้กับหน่วยงานรัฐ และการวางแผนการขาย การตลาด	จัดทำขั้นตอนที่เป็นระบบ มีการลดขั้นตอนให้น้อยที่สุดและสะดวกต่อการทำงาน โดยศึกษาจากบริษัทต่างๆและนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจ รวมถึงมีการประเมินประสิทธิภาพและความผิดพลาดเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.5(ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากการดำเนินงาน

ปัญหา	ผลกระทบ	แนวทางแก้ไข
7.ปัญหาความผิดพลาดด้าน ภาษีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	ทำให้เกิดความยุ่งยากในการ ดำเนินงาน	ศึกษาจากแหล่งต่างๆทั้งจาก หน่วยงานรัฐและผู้ที่อยู่ในส่วน งานนั้นๆทั้งจากบริษัทเอกชนที่ ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาโดยตรง และจากบริษัทที่เคยร่วมงาน ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ
8.ปัญหาด้านการรักษาฐาน ลูกค้าเดิมและการเพิ่มฐาน ลูกค้าใหม่	ส่วนแบ่งตลาดเดิมถูกคู่แข่ง แย่งชิง และธุรกิจไม่มีการขยาย ตลาดใหม่	คิดระบบหรือรูปแบบการดูแล ฐานลูกค้าเดิมเพื่อใช้ทรัพยากร น้อยแต่สร้างผลตอบแทนที่มาก มี การทำฐานข้อมูลลูกค้า มีการ ทำสื่อช่วยขายและแนะนำ บริษัท มีการมองหาช่องทาง ทางการตลาดใหม่ๆไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารกับลูกค้าใหม่ การหา สินค้าใหม่มาขาย การขาย วิธีการขายใหม่ๆ รับผู้ช่วยมา แบ่งเบาในด้านการขาย

บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน

3.1 สภาพของการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน

โรคนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับกำลังเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นในสังคมไทย ประกอบกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่ส่งผลเสียต่อร่างกาย ทำให้มีโอกาสเสี่ยงต่อโรคดังกล่าวมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความเครียดที่มากขึ้น พฤติกรรมการรับประทานอาหารที่ผิดสัดส่วน การขาดการออกกำลังกาย เป็นต้น ทำให้ผู้ที่มีอาการดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการที่โรงพยาบาลต่างๆ เริ่มให้ความสำคัญกับโรคดังกล่าวมากขึ้น มีแพทย์ที่สามารถตรวจรักษาอาการได้มากขึ้น ผู้ที่ต้องการใช้เครื่องจึงมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากการประมาณการพบว่าในแต่ละเดือนมีผู้ที่ต้องการใช้เครื่อง CPAP อยู่ประมาณ 400-500 เครื่อง โดยแบ่งเป็นภายในกรุงเทพมหานคร 200-300 เครื่อง และปริมณฑล 100-200 เครื่อง และตลาดยังสามารถเติบโตได้อีกมากจากปัจจัยต่างๆข้างต้น

ตารางที่ 3.1: แสดงสภาพของการแข่งขัน

สภาพของการแข่งขัน	เนื้อหา
1. ระดับของการแข่งขัน	ระดับของการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ขึ้นอยู่กับแต่ละสถานที่หมายถึง การขายเครื่อง CPAP โดยหลักแล้วกว่า 90% จะเป็นการขายผ่านโรงพยาบาลซึ่งทางบริษัทจะเข้าไปติดต่อกับทางโรงพยาบาล และเมื่อโรงพยาบาลมีตรวจคนไข้ที่ต้องใช้เครื่อง โรงพยาบาลก็จะติดต่อบริษัท โดยมากถ้าเป็นในโรงพยาบาลที่มีขนาดใหญ่ มีชื่อเสียง เป็นโรงเรียนแพทย์ ก็จะมีบริษัทเข้าไปติดต่อจำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันที่รุนแรง ในขณะที่โรงพยาบาลโดยทั่วไป หรือโรงพยาบาลขนาดเล็กการแข่งขันก็จะน้อยลงตามลำดับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1(ต่อ): แสดงสภาพของการแข่งขัน

สภาพของการแข่งขัน	เนื้อหา
2.จุดเด่นหรือความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน	จุดเด่นหรือความได้เปรียบที่นำมาแข่งขันของบริษัทคือ บริษัทเลือกตลาดหรือช่องทางการขายที่ไม่มีคู่แข่งมาก และเน้นการให้บริการที่ประทับใจ ทำให้มีโอกาสปิดการขายสูง
3.ผู้ครองส่วนครองตลาด	ผู้ครองส่วนตลาดในปัจจุบันคือบริษัท เมดิคอล อินเทน ซีฟ แคร่ จำหน่ายเครื่อง CPAP ของตราสินค้า PHILIPS ซึ่งมียอดจำหน่ายอยู่ที่ประมาณ 100 เครื่อง ต่อเดือนหรือคิดเป็น 25% ของตลาดรวม

ตารางที่ 3.2: แสดงที่มาของการแข่งขัน

ที่มาของการแข่งขัน	เนื้อหา
1.ผู้คนที่ให้ความสำคัญโรคนอนกรนมากขึ้น	ปัจจุบันผู้คนใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น มีสื่อต่างๆมากมาย จึงทำให้คนตื่นตัวกับโรคนอนกรนมากขึ้นทั้งจากการบอกต่อ การที่บุคคลมีชื่อเสียงใช้เครื่อง CPAP หรือจากรายการทีวีต่างๆที่มีการพูดถึง
2.แพทย์ให้ความสนใจโรคนอนกรนมากขึ้น	แพทย์เริ่มให้ความสนใจมากขึ้นเพราะโรคนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับสามารถเป็นสาเหตุของโรคต่างๆมากมายในอนาคต และการตรวจรักษาทำได้ไม่ยากนัก รวมถึงกระแสการแพทย์จากต่างชาติที่ให้ความสนใจในโรคนี้อีกเช่นกัน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2(ต่อ): แสดงที่มาของการแข่งขัน

ที่มาของการแข่งขัน	เนื้อหา
3.โรงพยาบาลให้ความสนใจโรคนอนกรนมากขึ้น	เมื่อมีความต้องการ และบุคลากรเพิ่มมากขึ้น โรงพยาบาลต่างๆจึงให้ความสำคัญกับโรคดังกล่าวมากขึ้น มีการจัดหาเครื่องตรวจ จัดเป็นราคาโปรโมชั่นหรือจัดเป็นการสุขภาพรวม รวมถึงมีการทำสื่อหรือทำการตลาดต่างๆเพื่อประชาสัมพันธ์
4.ความคาดหวังจากผู้ผลิต	ผู้ผลิตมีความต้องการผลักดันสินค้าให้ได้ตามเป้าหมาย จึงมีการผลักดันมาที่บริษัทนำเข้า รวมถึงมีการหาตัวแทนจำหน่ายเพิ่มทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น ในด้านการตลาดผู้ผลิตต้องการให้สินค้าของตนอยู่ในโรงพยาบาลหลักๆของประเทศ จึงทำให้บางโรงพยาบาลมีการแข่งขันที่สูง
5.ลักษณะธุรกิจเครื่องมือแพทย์ในประเทศ	ลักษณะการประกอบธุรกิจของเครื่อง CPAP มักเป็นกิจการขนาดเล็ก และมีระบบที่ไม่ชัดเจน ความสำคัญของธุรกิจจึงขึ้นอยู่กับพนักงานขายเป็นหลัก เมื่อทำไปได้สักระยะก็มักจะออกไปทำของตนเองทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น และธุรกิจเดิมก็ขาดการพัฒนาที่ต่อเนื่อง

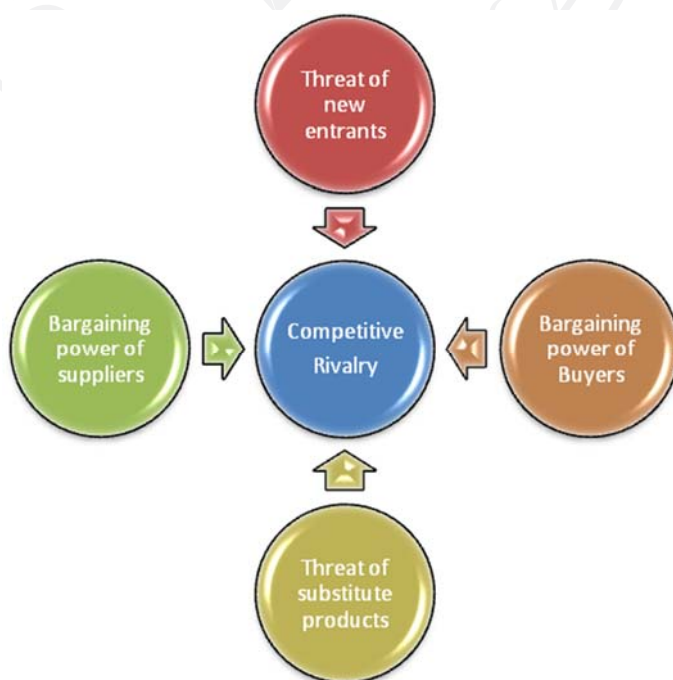
3.2 คู่แข่งขันของธุรกิจ

ตารางที่ 3.3: แสดงแข่งขันของธุรกิจ

คู่แข่งหลัก	คู่แข่งรอง
1. บริษัท เซนต์ เมติคอล จำกัด ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อ ResMed 2. บริษัท เซนทรัล เมดิเทค จำกัด ตัวแทนจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อ Weinmann 3. ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อ BMC	1. ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อ อื่นๆ 2. บริษัท เอ็น เค สลিপแคร์ จำกัด ตัวแทนจำหน่าย ผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อ 3. เว็บไซต์ต่างชาติ เช่น cpap.com 4. เว็บไซต์ของไทย และเครื่องหิ้ว

3.2.1 วิเคราะห์สภาพการแข่งขันด้วย Five Force Model

ภาพที่ 3.1 : Five Force Model



1. การแข่งขันจากผู้ประกอบการรายอื่น (Competitive Rivalry)

เมื่อมองเรื่องคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมพบว่าในไทยเองมีตัวแทนจำหน่าย CPAP ประมาณ 10 ยี่ห้อ (เกือบครบทุกยี่ห้อในโลก) และบางยี่ห้อที่มีตัวแทนจำหน่ายมากกว่าหนึ่งรายที่สามารถนำเข้าได้อย่างถูกต้อง ซึ่งในนั้นก็จะมีทั้งบริษัทขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ มีทั้งบริษัทที่เน้นทางด้านนอนกรนหรือไม่ได้เน้น เนื่องจากบางบริษัทมีสินค้าในสายผลิตภัณฑ์อื่นๆที่บริษัทนั้นเชี่ยวชาญอยู่แล้ว

คู่แข่งอีกลักษณะหนึ่งก็คือเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทนำเข้าอีกที ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับธุรกิจแผนธุรกิจฉบับนี้ กล่าวคือจะรับสินค้ามาในราคาขายส่ง โดยจะออกบิลและทำการตลาดในนามของตัวเอง การที่เป็นตัวแทนจำหน่ายขึ้นอยู่กับการยอมรับของบริษัทนำเข้าและการตกลงเงื่อนไขต่างๆต่อกัน แบบถัดมาก็คือการรับจ้างขายอิสระหมายถึงผู้ที่ไม่ได้อยู่ประจำบริษัท หรือรับสินค้าของอีกบริษัทมาขายด้วย โดยจะได้ค่าคอมมิชชั่นมากกว่าพนักงานประจำแต่น้อยกว่าตัวแทนจำหน่ายซึ่งการรับจ้างขายอิสระมีหน้าที่ขายอย่างเดียว บริษัทจะสนับสนุนในเรื่องต่างๆ เช่น การบริการ และการออกบิล

แบบสุดท้ายเป็นแบบที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายคือเครื่องหัวหรือลักลอบซื้อมาเพื่อจำหน่ายนั่นเอง จากที่กล่าวมาดูเหมือนคู่แข่งจะเยอะมาก แต่ในความเป็นจริงคู่แข่งประเภทบริษัทนำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นกิจการในลักษณะครอบครัว คือผู้บริหารจะเป็นคนในครอบครัวกันเองทำให้ขาดการบริหารงานที่เป็นระบบระเบียบและการทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ส่วนคู่แข่งในลักษณะตัวแทนจำหน่ายโดยส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานบริษัทนำเข้ามาก่อน ทำให้เชี่ยวชาญในการขายและมีฐานลูกค้าอยู่ในมือ แต่ก็ขาดทักษะในเชิงบริหารจัดการและการตลาด ส่วนการรับจ้างขายอิสระและลักลอบขายมีจำนวนที่น้อยมาก ซึ่งจะเห็นว่าถ้าเรานำกลยุทธ์หรือมุมมองทางการตลาดใหม่ๆมาประยุกต์ใช้ก็จะสามารถสร้างและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างไม่ยากเย็น และนำทักษะในด้านการบริหารจัดการมาทำให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ภาพที่ 3.2 : เครื่อง CPAP ยี่ห้อต่างๆ



ภาพที่ 3.2(ต่อ) : เครื่อง CPAP ยี่ห้อต่างๆ



2. อำนาจของผู้ซื้อ (Buyer Power)

อำนาจการต่อรองกับลูกค้าถือว่ามีน้อยเนื่องจากธุรกิจเป็นกิจการขนาดเล็กและในปัจจุบันลูกค้ามีการหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆได้ง่ายดายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นจากเพื่อน คนรู้จัก หรืออินเทอร์เน็ต ทำให้มีโอกาสรับรู้ว่ามีคู่แข่งอื่นๆอยู่ ซึ่งในส่วนของธุรกิจยึดหลักการบริการ ให้ความรู้ ความเข้าใจ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและลดโอกาสที่จะไปสนใจคู่แข่งอื่นๆ และในขณะเดียวกันก็เน้นสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนั่นคือหมอและพยาบาลเพราะลูกค้าที่ใช้ CPAP ส่วนใหญ่จะมีการไปพบแพทย์และแพทย์จะเป็นผู้แนะนำ

3. อำนาจของผู้จัดหา/ส่งมอบสินค้า (Supplier Power)

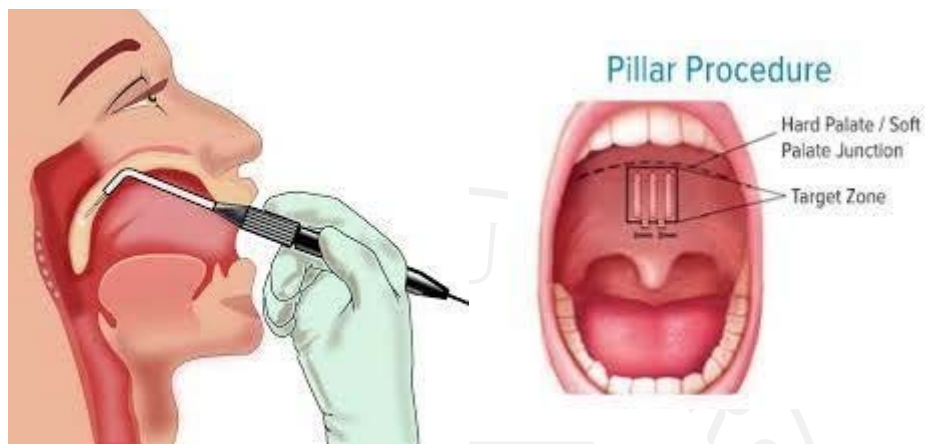
อำนาจการต่อรองกับผู้จัดหา/ส่งมอบสินค้าถือว่ามีน้อยเนื่องจากเราเป็นกิจการในลักษณะรับมาขายไป ซึ่งในปัจจุบันถือว่ายังไม่น่ากังวลใจนัก เนื่องจากธุรกิจมีความสัมพันธ์กับบริษัทนำเข้าในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน และในขณะเดียวกันธุรกิจก็มีความน่าเชื่อถือและความสัมพันธ์ที่จะขอเป็นตัวแทนจำหน่ายกับบริษัทนำเข้าอื่นๆเช่นกัน และหลังจากนำกลยุทธ์จากแผนธุรกิจนี้ไปปรับใช้ เชื่อว่าบริษัทจะมีอำนาจต่อรองที่เพิ่มมากขึ้น

4. การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes products)

สินค้าทดแทนที่เทียบเท่ากับการใช้ CPAP ก็คือการผ่าตัดกล้ามเนื้อบริเวณโคนลิ้น ซึ่งการผ่าตัดมีมาก่อนการรักษาด้วยเครื่อง CPAP และในประเทศไทยแพทย์หลายๆท่านยังเน้นรักษาด้วยวิธีการผ่าตัด แต่ก็เปิดรับการรักษาด้วย CPAP มากขึ้น การผ่าตัดเองมีข้อเสียตรงที่ต้องใช้เวลาพักฟื้นก่อนผ่าและหลังผ่า และคนที่ผ่าตัดมีแนวโน้มที่จะต้องกลับมาผ่าอีก เนื่องจากกล้ามเนื้อคนเราเติบโตอยู่ตลอดเวลา ธุรกิจจึงควรแนะนำข้อดี-ข้อเสียของแต่ละวิธีให้ลูกค้าทราบ นอกจากนี้ยังมีการผ่าตัด

ชากรรไกรแต่ยังไม่ค่อยได้เห็นในประเทศไทยนัก และอุปกรณ์ต่างๆเพื่อช่วยลดการนอนกรน ซึ่งไม่ค่อยได้ผลเท่าที่ควร

ภาพที่ 3.3 : การผ่าตัดรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ



ภาพที่ 3.4 : การแก้ไขอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับด้วยวิธีต่างๆ



Pillows for Sleep Apnea

What are The Best Pillows for Sleep Apnea, and How to Use Them?

[Click Here](#)

5. การเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants)

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาได้ค่อนข้างยากเนื่องจากวงการเครื่องมือแพทย์เป็นธุรกิจที่ค่อนข้างปิดและเฉพาะทาง ส่งผ่านกันในครอบครัวหรือคนรู้จัก และในอีกกรณีคือพนักงานบริษัทที่จะพัฒนามาเป็นคู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายกว่าก็จริง แต่การที่จะอยู่รอดและเติบโตได้นั้นค่อนข้างยากเพราะต้องอาศัยทักษะในหลายๆด้าน

3.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ตารางที่ 3.4: แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่งชั้น
1.คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	1. ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อ Philips คุณภาพสูง トラสินค้ามีชื่อเสียง 2. ผลิตจากอเมริกา ทนทาน ได้รับรอง FDA 3. ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา ใช้งานง่าย เสียงเงียบ 4. มีระบบช่วยลดแรงดันตามจริง ช่วยให้สบาย 5. มีระบบอ่านผลแบบละเอียด 6. หน้ากากนุ่มสบาย คุณภาพสูง	บริษัท เซนต์ เมติคอล จำกัด 1. ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อ Resmed คุณภาพสูง 2. ผลิตจากออสเตรเลีย 3. ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา ใช้งานง่าย เสียงเงียบ 4. มีระบบช่วยลดแรงดัน ช่วยให้ใช้สบาย 5. มีระบบอ่านผลแบบละเอียด 6. หน้ากากนุ่มสบาย คุณภาพสูง บริษัท เซนทรัล เมดิเทค จำกัด 1. ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อ Weinmann คุณภาพสูง 2. ผลิตเยอรมัน ทนทาน ได้มาตรฐาน CE 3. ขนาดใหญ่ 4. มีระบบช่วยลดแรงดัน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.4(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่งชั้น
1.คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์(ต่อ)		<p>ตัวแทนจำหน่าย BMC</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อ BMC 2. ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน CE จากเยอรมัน 3. ขนาดใหญ่ <p>ตัวแทนจำหน่ายอื่นที่ผลิตอเมริกาหรือยุโรป</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีหลายยี่ห้อแล้วแต่บริษัท เช่น Fisher&Paykels และ Devilbliss 2. คุณภาพไม่ดี ไซ้ยาก ไม่สบาย <p>ตัวแทนจำหน่ายอื่นที่ผลิตจีนหรือประเทศอื่นๆ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีหลายยี่ห้อแล้วแต่บริษัท 2. คุณภาพไม่ดี ไซ้ยาก ไม่สบาย <p>เว็บไซต์ต่างๆ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีหลายยี่ห้อแล้วแต่เว็บไซต์ <p>คุณสมบัติตามยี่ห้อด้านบน</p>
2.ราคาผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีหลายรุ่น หลายราคา ตั้งแต่ 25,000 – 65,000 บาท 2. รุ่นราคาถูกสามารถแข่งขันราคากับยี่ห้อจากจีนได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอเมริกาหรือยุโรป จะมีหลายรุ่น หลายราคา ตั้งแต่ 25,000 – 70,000 บาท

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.4(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่งชั้น
2.ราคาผลิตภัณฑ์(ต่อ)	3. ราคารวมอุปกรณ์พร้อมใช้และการบริการ	2. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจีนหรือประเทศอื่นๆจะมีเพียงรุ่นเดียวหรือไม่ที่รุ่น 3. บางบริษัทมีค่าบริการหลังการขาย เช่น บริษัท เซนต์ เมติคอล จำกัด และบริษัทเซนทรัล เมดิเทค จำกัด
3.บริการก่อนการขาย	1. มีการใช้คำแนะนำตามจริง ให้ข้อมูลที่เป็กลาง มีการใส่ใจและสอบถามข้อมูลลูกค้า เพื่อให้คำแนะนำได้อย่างตรงความต้องการ รู้ลึกและรู้จริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และอาการ 2. มีการให้ทดลองสินค้า ปรึกษาให้คำแนะนำ ปรับแก้และให้ความมั่นใจว่าลูกค้าจะสามารถใช้งานได้ดีและเกิดประสิทธิภาพ จึงปิดการขาย	1. เน้นขาย 2. ให้ทดลองสินค้า
4.บริการหลังการขาย	1. มีการแนะนำการดูแลรักษาเครื่องเพื่อให้ลูกค้าเกิดค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด 2. มีโปรแกรมอ่านผลให้ลูกค้า โดยไม่มีค่าใช้จ่าย 3. สามารถปรึกษาและดูแลลูกค้าตลอดอายุการใช้งานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ยกเว้นค่าอะไหล่เมื่อสินค้าอยู่นอกระยะประกัน	1. มีค่าบริการต่างๆ

3.4 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

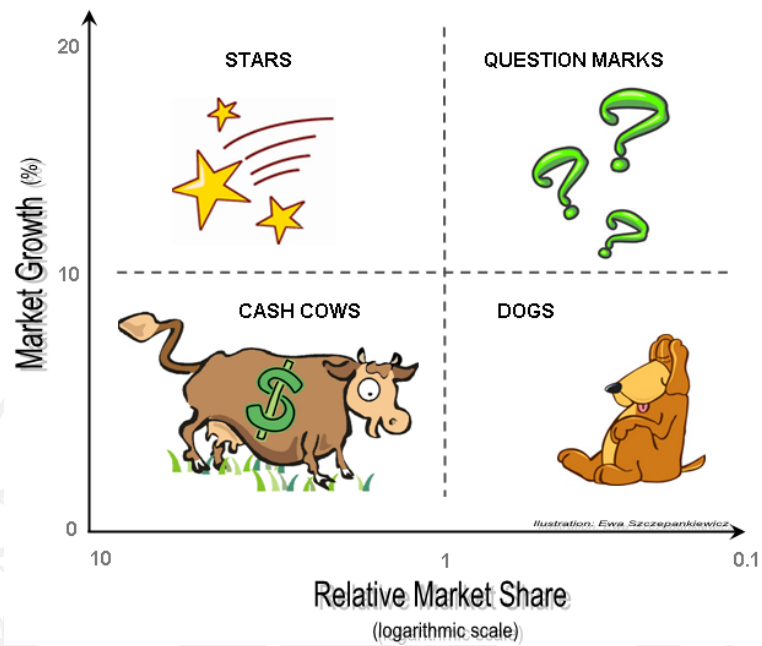
ตารางที่ 3.5: แสดงการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	รายละเอียดความได้เปรียบ
1.บริษัทขนาดเล็ก	ทำให้การดำเนินงานและการตัดสินใจทำได้อย่างคล่องตัว สามารถปรับกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว
2.ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ	ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในด้านการขายและการบริการ มีความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการบริหาร ทำให้สามารถควบคุมดูแล รวมถึงปฏิบัติงานในทุกๆส่วนได้อย่างราบรื่นและสอดคล้องกัน สามารถสร้างประสบการณ์การให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งได้
3.ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง และใช้งานได้ง่าย มีชื่อเสียง
4.ความสัมพันธ์กับลูกค้า	บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและช่วยเหลือกัน

3.5 การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพทางธุรกิจ

การเขียนแผนภาพวิเคราะห์ BCG

ภาพที่ 3.5 : แผนภาพวิเคราะห์ BCG



ภาพที่ 3.6 : แผนภาพวิเคราะห์ BCG ของธุรกิจและคู่แข่งในอุตสาหกรรม CPAP

อัตราการเจริญเติบโตของตลาด



จากการวิเคราะห์กราฟ BCG จะเห็นว่าธุรกิจ CPAP มีอัตราการเจริญเติบโตของตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆทั้งที่มาจากความต้องการของลูกค้าที่รู้จักโรคและวิธีแก้ไขมากขึ้น ดูแลสุขภาพมากขึ้น เข้าถึงข้อมูลต่างๆมากขึ้น และแนวโน้มสุขภาพที่แย่ลงจากวิถีชีวิตในปัจจุบัน และมาจากการที่แพทย์และโรงพยาบาลมีการประชาสัมพันธ์และให้ความสำคัญกับโรคดังกล่าวมากขึ้น มีการตรวจรักษาและเชื่อมโยงกับโรคหรืออาการต่างๆมากขึ้น จึงกล่าวได้ว่าธุรกิจจำหน่าย CPAP มีอัตราการเจริญเติบโตของตลาดสูง

บริษัท เดอะ โชลูชั่น เปิดดำเนินงานมาประมาณ 1ปีครึ่ง มียอดขายค่อนข้างคงที่ ไม่ได้มีแผนการขยายธุรกิจที่ชัดเจนเนื่องจากมีผู้ดำเนินงานเพียงคนเดียว ยอดขายเมื่อเทียบกับทั้งตลาดถือว่าน้อยมาก มีโอกาสที่จะขยายธุรกิจและเพิ่มยอดขายได้ในอนาคต จึงได้มีการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ขึ้น เพื่อต้องการจะเปลี่ยนจากสถานการณ์ปัจจุบันที่เป็น Question mark ไปสู่ Star บริษัทคู่แข่งขั้นที่อยู่ในกลุ่ม Star คือบริษัทที่เปิดมานานและผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี บริษัทมีรูปแบบและระบบการบริหารที่อยู่ตัวแล้ว มีพนักงานขายหลายคนครอบคลุมในหลายๆเขตการขาย สำหรับบริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นๆสินค้าจะมีคุณภาพน้อยกว่า บริษัทขนาดเล็กกว่า จึงอยู่ใน Question mark การขายทางเว็บไซต์แบ่งเป็นหลายแบบคือเว็บไซต์จากต่างชาติ ซึ่งได้รับความนิยมมากในต่างประเทศ แต่ไม่ได้รับความนิยมในไทยเนื่องจากคนที่ซื้อเครื่อง CPAP ส่วนใหญ่จะผ่านการตรวจจากแพทย์ หรือแนะนำผ่านผู้ที่เคยตรวจรักษา แพทย์ก็จะให้ติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายที่รู้จักและมีบริการที่ดี ซึ่งการซื้อผ่านเว็บไซต์ลูกค้าจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในภาษาอังกฤษ การซื้อของออนไลน์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้งานการดูแลรักษา รวมถึงเงื่อนไขการรับประกันและการขนส่งแบบต่อมาคือเว็บไซต์ของไทยซึ่งมีประมาณ 4-5 เว็บไซต์ซึ่งเท่าที่สำรวจดูน่าจะยังไม่มีกิจการดำเนินงานที่จริงจัง และผู้ดำเนินงานยังขาดความรู้และประสบการณ์ แต่ก็มีบริษัท เอ็น เค สลিপแคร์ จำกัดที่นอกจากจะเน้นขายผ่านโรงพยาบาลแล้ว ยังเน้นขายออนไลน์และให้ความสำคัญกับหน้าเว็บไซต์มาก ซึ่งทำให้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้บริษัทยังมีขนาดค่อนข้างใหญ่และเปิดมานาน แต่มีข้อเสียคือผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่นำเข้าจากจีนทำให้สินค้าที่จำหน่ายไม่ค่อยมีคุณภาพ

บทที่ 4

การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

4.1.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ

Kotler (1999 อ้างในศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541, หน้า 124 – 125) Marketing Management ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

4.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Problem/Need Recognition) ในขั้นตอนแรก ผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการในสินค้าหรือบริการซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้น เกิดขึ้นมาจากความจำเป็น (Needs) ซึ่งเกิดจาก

(1) สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เช่น ความรู้สึกหิวข้าว กระจายน้ำ เป็นต้น

(2) สิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) อาจเกิดจากการกระตุ้นของส่วนผสมทางการตลาด (4 P's) เช่น เห็นขนมเค้กน่ากิน จึงรู้สึกหิว, เห็นโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์ – กิจกรรมส่งเสริมการตลาด จึงเกิดความรู้สึกอยากซื้อ อยากได้, เห็นเพื่อมีรถใหม่แล้วอยากได้ เป็นต้น

2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search)

เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ลำดับขั้นตอนต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค แบ่งเป็น

(1) แหล่งบุคคล (Personal Sources) เช่น การสอบถามจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จักที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ

(2) แหล่งทางการค้า (Commercial Sources) เช่น การหาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่างๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรจภัณฑ์

(3) แหล่งสาธารณชน (Public Sources) เช่น การสอบถามจากรายละเอียดของสินค้าหรือบริการจากสื่อมวลชน หรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

(4) แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources) เกิดจากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ มาก่อน

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ในขั้นต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก โดยในการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่จะใช้ในการประเมิน เช่น ยี่ห้อ ราคา รูปแบบ บริการหลังการขาย ราคาขายต่อหน่วย เป็นต้น

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคก็จะสู่ในขั้นของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจในด้านต่างๆ ดังนี้

- (1) ตรายี่ห้อที่ซื้อ (Brand Decision)
- (2) ร้านค้าที่ซื้อ (Vendor Decision)
- (3) ปริมาณที่ซื้อ (Quantity Decision)
- (4) เวลาที่ซื้อ (Timing Decision)
- (5) วิธีการในการชำระเงิน (Payment-method Decision)

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)

หลังจากที่ลูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้วนั้น นักการตลาดจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับจริงตรงกับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อ เป็นต้น แต่เมื่อใดก็ตามที่คุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ พฤติกรรมที่ตามมาก็คือ ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง และมีการบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆ ด้วย ด้วยเหตุนี้นักการตลาดจึงต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว โดยอาจจะทำผ่านการใช้แบบสำรวจความพึงพอใจ เป็นต้น

จากแนวคิดการตัดสินใจ สรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด โดยมีปัจจัย คือ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า สังคมและกลุ่มทางสังคม ทัศนคติของผู้บริโภค เวลาและโอกาส

4.2 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

4.2.1 วิเคราะห์ AIMAT

Aspiratiom เป็นบริษัทที่ลูกค้าและแพทย์นึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อมีความต้องการใช้เครื่อง CPAP

Inspiration แรงบันดาลใจมาจากต้องการมอบความประทับใจและสุขภาพที่ดีให้กับลูกค้า

Measurable การวัดความประสบความสำเร็จของเราวัดได้จากยอดขายที่เพิ่มขึ้น และอัตราการปิดการขาย

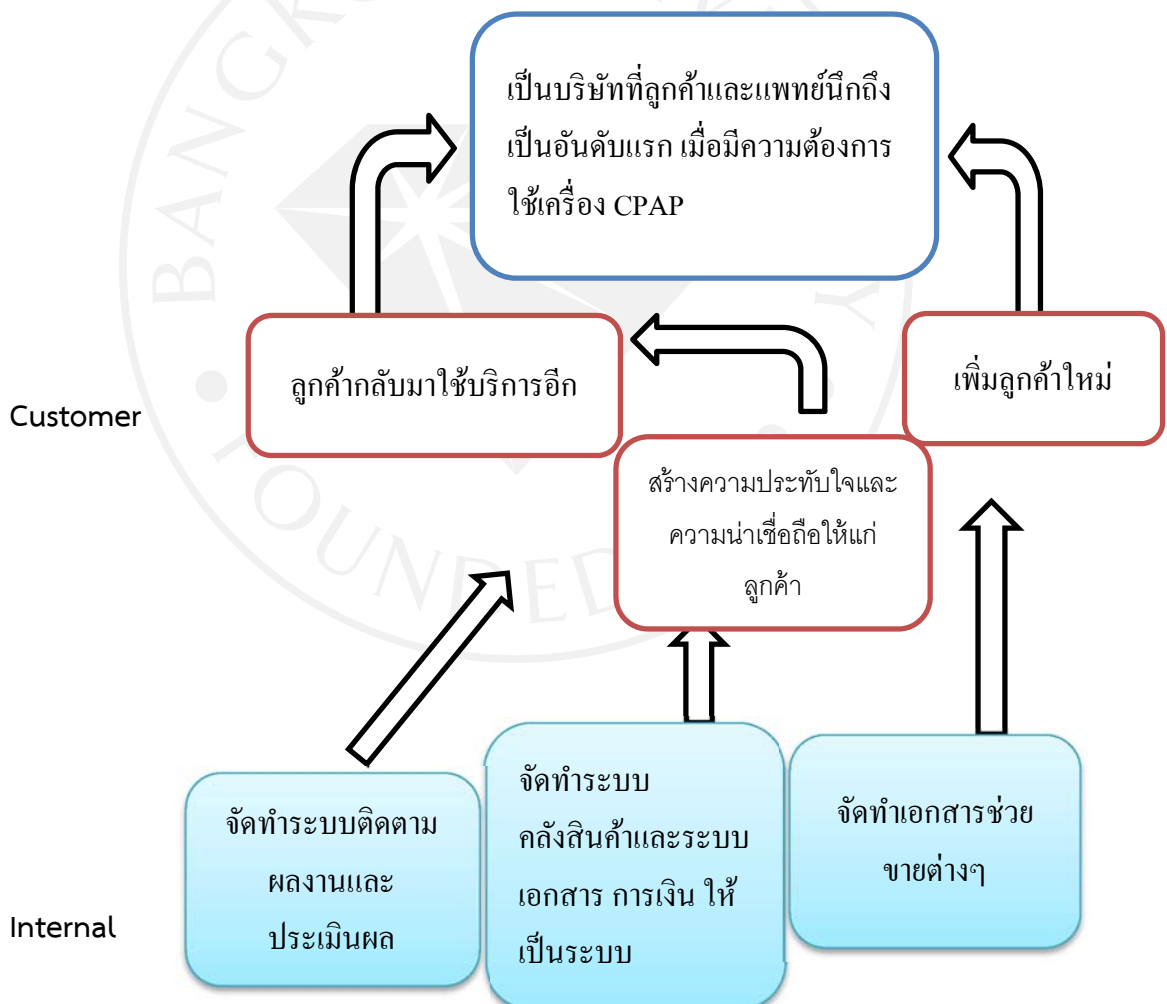
Achievable ความเป็นไปได้ของธุรกิจ มีความเป็นไปได้สูงเพราะมีความต้องการจากตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เน้นการบริการ และลงทุนต่ำ

Time Frame ภายในระยะเวลา 2 ปี

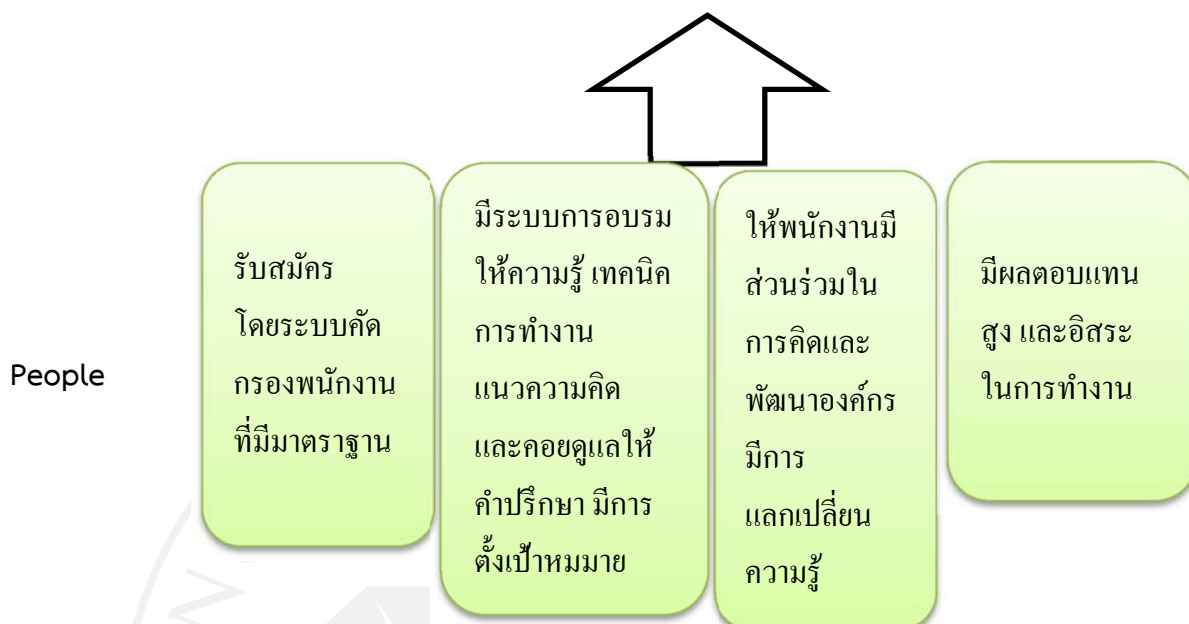
4.2.2 Strategymap

StrategicTheme: เป็นบริษัทที่ลูกค้าและแพทย์นึกถึงเป็นอันดับแรก เมื่อมีความต้องการใช้เครื่อง CPAP

ภาพที่ 4.1 : Strategy Map



ภาพที่ 4.1(ต่อ) : Strategy map



4.3 ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

4.3.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

หมายถึงทิศทางรวมของธุรกิจซึ่งเป็นทิศทางที่ใช้อธิบายแนวทางร่วมกันในการพัฒนาธุรกิจบนพื้นฐานความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรมหรือเป็นการกำหนดทิศทางที่เป็นเอกภาพของธุรกิจโดยรวมของบริษัทหรือโฮลดิ้งเป็นการกำหนดว่าองค์กรจะมีการแข่งขันที่ดำเนินไปในทิศทางใด เป็นวิสัยทัศน์ (Vision) ที่ผู้บริหารใช้ในการกำหนดทิศทางขององค์กรอาจมีการกำหนดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่เป็นทางการหรือไม่ก็ได้แต่สามารถสื่อวิสัยทัศน์ไปในแนวทางขององค์กรที่ให้บุคลากรภายในและบุคลากรภายนอกสามารถรับรู้ได้ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) เป็นกลยุทธ์รวมขององค์กรที่จะแสดงถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจทุกอย่างในอนาคตขององค์กรได้ กลยุทธ์ระดับองค์กรของบริษัท เดอะ โชลูชั่น จำกัดใช้ Growth Strategies เป็นการขยายและต่อยอดกิจการให้มีขนาดใหญ่ขึ้น โดยการตั้งเป้ายอดขาย ขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มเติม พัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมเพื่อต่อยอดการขาย โดยบริษัทจะรักษารฐานลูกค้าโรงพยาบาลเดิม โดยการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อลดการเข้ามา ของคู่แข่งโดยการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอยู่เสมอและสร้าง ความประทับใจจากการปฏิบัติงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีการต่อยอดการขายจากลูกค้าโรงพยาบาลเดิม เพื่อเชื่อมโยงไปยังแผนกอื่นๆหรือสาขาอื่นๆโดยการหาข้อมูลจากโรงพยาบาลนั้น คัดเลือกและจัดตารางเวลาเข้าไปนำเสนอสินค้า มีการต่อยอดการขายจากหุ้นส่วนซึ่งเป็นพยาบาล

และมีสายสัมพันธ์ในวงการแพทย์โดยการสอบถามข้อมูลจากหุ้นส่วน วางแผนและจัดตารางเวลาเข้าไปแนะนำบริษัท มีการต่อยอดการขายจากลูกค้าเดิมที่เป็นผู้ใช้งานสินค้าโดยกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อและแนะนำสินค้าโดยจะมีลดส่วนหรือของแถมเพิ่มเติมให้แก่ลูกค้า มีการการหาลูกค้าโรงพยาบาลใหม่ๆเพิ่มเติม โดยจะวางแผนและคัดเลือกโรงพยาบาลจากระยะการเดินทางทางและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูงและคู่แข่งชั้นน้อยราย มีการหาช่องทางการขายใหม่ๆเพิ่มเติมโดยจะพิจารณาจากช่องทางที่มีประสิทธิภาพ ลงทุนต่ำและบริษัทมีความพร้อมที่จะดำเนินงานได้อย่างดี เช่น การขายผ่านอินเทอร์เน็ต การฝากขายกับร้านขายยา ศูนย์ดูแลผู้ป่วย หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น มีการหาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องมาเพิ่มเติม เช่น เครื่องผลิตออกซิเจน เตียงผู้ป่วย รถเข็น เครื่องวัดคาร์บอนไดออกไซด์ในเลือด เป็นต้น

4.3.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

หมายถึงแนวทางหรือกลยุทธ์ที่ใช้ในการบรรลุแผนทิศทางรวมของบริษัทหรือโฮลดิ้งเป็นกลยุทธ์ธุรกิจคือเป็นกลยุทธ์ที่องค์กรใช้ในการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมในระดับนี้กลยุทธ์ที่ใช้อาจหมายถึงกลยุทธ์ในการขยายการตลาด (Market Expansion) กลยุทธ์ในการขยายส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Penetration) กลยุทธ์ในการพัฒนาการตลาด (Market Development) กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และกลยุทธ์ในการขยายไปสู่ธุรกิจอื่น (Diversification) เป็นการคัดเลือกกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อกำหนดว่าจะทำอย่างไรในระดับกลยุทธ์นี้ซึ่งจะถือว่าเป็น (Mission) ที่สำคัญขององค์กรแสดงถึงขอบเขตของการดำเนินกิจการ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) เป็นกลยุทธ์ระดับที่สองขององค์กรซึ่งทางบริษัทมีการใช้กลยุทธ์ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategies) การจะทำให้บริษัท เดอะโซลูชั่น ดำเนินแนวทางไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์ระดับองค์กรซึ่งก็คือการสร้างความเติบโตแก่ธุรกิจเพื่อมุ่งไปสู่การเป็นอันดับหนึ่งในใจลูกค้าได้นั้น บริษัทได้เลือกใช้และมุ่งเน้นกลยุทธ์สร้างความแตกต่างมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทแล้ว กล่าวคือ บริษัทเน้นสร้างความแตกต่างด้วยการให้ความรู้ที่ถูกต้องและการบริการที่ประทับใจแก่ลูกค้า ไม่ใช่แค่การขายสินค้าเพียงอย่างเดียว ทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ ประทับใจ และรู้สึกพึงพอใจ เกิดความคุ้มค่าในการซื้อสินค้า บริษัทได้มีการพัฒนาองค์ความรู้และเทคนิคในการบริการก่อนการขายเพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและเพิ่มโอกาสในการซื้อสินค้า รวมถึงการบอกต่ออีกด้วย โดยบริษัทจะพัฒนาการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยที่ใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด โดยการจัดทำแผนผังขั้นตอนการดำเนินงานของระบบต่างๆ เช่น การนำเสนอสินค้าการทดลองสินค้า การขาย และระบบคลังสินค้า เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์หาวิธีการที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพและประหยัดทรัพยากรที่สุด มีการพัฒนาระบบเอกสาร บัญชี การเงินและ

ภาษี เพื่อลดขั้นตอนและตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยการจัดทำแผนผังขั้นตอนการดำเนินงาน กำหนดมาตรฐานของงานในด้านเวลาและมีการวัดผลเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาต่อไป มีการพัฒนา เอกสารและอุปกรณ์ที่ช่วยในการขาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขายและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยการจัดทำแผนพับ และหาสื่อในการนำเสนอลูกค้าแบบใหม่ๆที่น่าสนใจสามารถก่อให้เกิดความต้องการซื้อได้ในที่สุด มีการสร้างมาตรฐานของระบบงานต่างๆ เพื่อให้สามารถตรวจสอบ แก้ไข และ พัฒนาได้อย่างต่อเนื่องโดยการจัดทำและกำหนดขั้นตอนการทำงานในแต่ละส่วนงานอย่างชัดเจน มีการกำหนดเวลาในการดำเนินงาน โอกาสในการปิดการขาย และมีการวัดผลเพื่อวิเคราะห์แก้ไข ปัญหาหรือหาแนวทางในการพัฒนาต่อไป มีการพัฒนาและสร้างระบบการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ พนักงานใหม่ เพื่อที่จะรักษาการบริการที่ประทับใจ โดยการจัดทำเป็นรูปแบบขั้นตอนที่ชัดเจนและมีการติดตามวัดผลจากยอดขายและการทดสอบความรู้

4.3.3 กลยุทธ์ระดับสายงาน (Functional Strategy)

หมายถึงแนวนโยบายตามสายการแบ่งงานเป็นการนำกลยุทธ์มาใช้ในระดับปฏิบัติการเพื่อให้บรรลุได้ซึ่งวัตถุประสงค์ (Objective) ขององค์กรที่สามารถประเมินค่าออกมาได้อย่างชัดเจนและจะเป็นกลยุทธ์ที่จะต้องครอบคลุมทุกหน่วยงานภายในองค์กรให้มีการสอดประสานกันเพื่อความสำเร็จของกลยุทธ์ระดับธุรกิจและระดับองค์กรโดยมุ่งเน้นไปที่หน่วยปฏิบัติงาน เช่น ด้านการผลิต การตลาด การเงินการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิจัยและการพัฒนา เป็นต้น กลยุทธ์ระดับสายงานบริษัท เดอะ โชลูชั่น มีดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพสูงและตราสินค้าเป็นที่รู้จัก มีการจัดทำสื่อสำหรับนำเสนอสินค้าที่ทันสมัยและน่าสนใจเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของสินค้าและฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้เป็นตัวแทนของบริษัทในการถ่ายทอดภาพลักษณ์และคุณภาพของสินค้าได้อย่างถูกต้อง โดยกำหนดรูปแบบและขั้นตอนการอบรมรวมถึงการวัดผลที่ชัดเจนจากอัตราความสำเร็จในการปิดการขายและการทดสอบความรู้

กลยุทธ์ด้านราคา

การตั้งราคาบริษัทใช้กลยุทธ์ตั้งราคาตามระดับราคาตลาดที่ถูกกำหนดโดยบริษัทนำเข้าและคู่แข่งซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งเนื่องจากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง โดยผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ CPAP ตราสินค้า PHILIPS รุ่น Remstar Auto มีราคาตั้งที่ 65,000 บาท บริษัทจึงต้องทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงความคุ้มค่าของราคาสินค้าและสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในการซื้อสินค้ากับทางบริษัท โดยการอบรมพนักงานขายให้เข้าใจในเรื่องนโยบายราคาสินค้าและความคุ้มค่าของสินค้า

กลยุทธ์ด้านการบริการ

บริษัทสร้างความแตกต่างด้วยการบริการ ที่เอาใจใส่ลูกค้าและรู้จักจริง ดูแลลูกค้าจนสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าเมื่อซื้อสินค้าไปแล้วสามารถใช้สินค้าได้จริง มีความเข้าใจและเกิดประสิทธิภาพ ส่งผลให้สุขภาพดีขึ้น ทำให้คุณภาพชีวิตของลูกค้าและคนรอบข้างดีขึ้นในที่สุด โดยมีการอบรมด้านการให้บริการแก่พนักงานขาย การจัดจำลองสถานการณ์ขายและมีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์การขายกับพนักงานเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจุบันให้ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือการขายโดยผ่านโรงพยาบาลหรือแพทย์และพยาบาลเป็นผู้แนะนำบริษัทให้กับลูกค้า บริษัทจึงมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับบุคลากรในโรงพยาบาลและเพิ่มพนักงานขายเพื่อให้สามารถเข้าไปดูแลรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการขายอีกด้วย นอกจากนี้บริษัทยังมองหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นไปได้และมีประสิทธิภาพเพิ่มเติม เช่น การฝากขายตามสถานที่ต่างๆ เช่น โรงพยาบาล ร้านขายยา และห้างสรรพสินค้า รวมถึงช่องทางการขายแบบออนไลน์อีกด้วย

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

มีการทำอุปกรณ์ช่วยหายใจและระบบการอบรมพนักงานที่เป็นขั้นตอนชัดเจน สามารถติดตามวัดผลได้จากอัตราการปิดการขายและนำผลข้อมูลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงอุปกรณ์ช่วยหายใจและระบบการอบรมพนักงานต่อไป รวมถึงมีการวางแผนและจัดสรรเวลาในการขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ เพื่อสำรวจตลาดและสร้างยอดขายเพิ่มเติมให้แก่บริษัท เช่น จัดให้มีการนำเสนอโรงพยาบาลหรือแผนกใหม่ๆ ที่จะเข้าไปนำเสนอสินค้า 3 แห่งต่อสัปดาห์และคัดเลือก 1 สถานที่เพื่อเข้าไปนำเสนอสินค้าในสัปดาห์ถัดไปและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่อง CPAP ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ เพศชายจะมีแนวโน้มที่จะเกิดโรคหยุดหายใจขณะหลับและนอนกรนมากกว่าเพศหญิง
2. อายุ อายุที่มากขึ้นก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคหยุดหายใจขณะหลับมากกว่า
3. สถานภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่อง CPAP เพราะถ้ามีการอยู่ร่วมกับคู่สมรส จะทำให้มีแนวโน้มที่จะแก้ไขอาการนอนกรนมากกว่าการอยู่คนเดียว
4. ระดับการศึกษาสูงสุด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนการหาข้อมูลของผู้บริโภค
5. อาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในส่วนของสวัสดิการในแต่ละอาชีพที่สามารถเบิกค่าใช้จ่ายค่าเครื่อง CPAP ได้แตกต่างกัน

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมากเนื่องจากสินค้ามีราคาค่อนข้างสูง
7. ขนาดครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเรื่องของผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งผลดีและผลเสีย
8. ลักษณะที่พักอาศัย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเรื่องของผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และความสะดวกในการใช้งานสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่อง CPAP ด้านการดำเนินชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับ

9. อาการนอนกรนของผู้ทำแบบสอบถาม ในส่วนของอาการนอนกรนยังมีอาการนอนกรนมาก ยังมีโอกาสเสี่ยงต่อโรคหยุดหายใจขณะหลับมากขึ้น
10. บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ทำแบบสอบถามที่มีอาการนอนกรน รู้จักบุคคลที่มีอาการนอนกรน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลต่อกันหรือเกิดอิทธิพลต่อกันในการตัดสินใจซื้อ
11. ผลเสียต่างๆของอาการนอนกรน ยังมีอาการที่ส่งผลเสียต่อตนเองมากยิ่งกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า
12. ความรู้เกี่ยวกับโรคหยุดหายใจขณะหลับของผู้ทำแบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับโรค ยังมี ความรู้มากยิ่งก่อให้เกิดการแก้ไขนำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด
13. ทราบความเกี่ยวข้องระหว่างอาการนอนกรนกับโรคหยุดหายใจขณะหลับ ทำให้สามารถ ตรวจสอบเบื้องต้นได้ว่ามีแนวโน้มจะมีอาการหยุดหายใจขณะหลับหรือไม่
14. ทราบข้อมูลโรคหยุดหายใจขณะหลับว่าสามารถก่อให้เกิดโรคร้ายแรงต่างๆ เช่น เบาหวาน ความดัน โรคหัวใจและหลอดเลือดทราบความสัมพันธ์ของโรคหยุดหายใจขณะหลับกับโรคร้ายแรงอื่นๆ ทำให้ตระหนักถึงอันตรายของโรค กระตุ้นให้เกิดการแก้ไข ทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าตามมา
15. ทราบข้อมูลเรื่องการตรวจรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ มีความรู้ เกี่ยวกับการตรวจรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับ ทำให้มีโอกาสนำไปสู่การตรวจรักษา และการตัดสินใจซื้อ

16. ผู้ทำแบบสอบถามตัดสินใจแนะนำให้ผู้ที่มีการนอนกรนรวมทั้งตัวท่านไปตรวจรักษา การเข้ารับการตรวจและการแนะนำให้ผู้อื่นเข้ารับการตรวจ เพื่อตรวจสอบว่ามีความ ตระหนักต่อโรคหยุดหายใจขณะหลับเพียงใด

ปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะ หลับ (CPAP)

เนื่องจากงานวิจัยต้องการข้อมูลในช่วงก่อนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงได้มีการนำทฤษฎีขั้นตอนการตัดสินใจซื้อมาสร้างเป็นแบบสอบถามโดยมีการตัดแปลงและตัดทอนขั้นตอน หลังการตัดสินใจซื้อเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจ และมีการรวมขั้นตอนการ ประเมินทางเลือกและขั้นตอนการตัดสินใจซื้อไว้ด้วยกันเพื่อความเหมาะสมของเนื้อหา ดังนี้

ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา - สาเหตุใดบ้างที่ทำให้ท่านเข้ารับตรวจการนอนหลับ

1. มีอาการพักผ่อนไม่เพียงพอ มีอาการปวดศีรษะ ใจหวั่นระหว่างวัน หรืออาการอื่นๆ อาการที่เห็นได้ชัดเจนและมีผลต่อชีวิตประจำวันน่าจะมีโอกาสก่อให้เกิดการ ตัดสินใจซื้อสูง
2. มีโรคต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ความดัน เบาหวาน หัวใจ การเพิ่มปัจจัยเสี่ยงต่อโรคร้ายแรง ต่างๆในอนาคต น่าจะก่อให้เกิดการตระหนักต่อโรคและทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสูง
3. คนรู้จักแนะนำให้เข้ารับการตรวจ น่าจะมีอิทธิพลต่อผู้ที่มีอาการนอนกรนในการตัดสินใจ ซื้อสูง
4. แพทย์และพยาบาลแนะนำให้ตรวจ เครื่องมือแพทย์ที่ผู้บริโภคนำมาใช้รักษา แพทย์หรือผู้ที่มี ความรู้เฉพาะทางน่าจะมีอิทธิพลต่อผู้ที่มีอาการนอนกรนในการตัดสินใจซื้อสูง
5. การประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาล น่าจะก่อให้เกิดการรับรู้และเพิ่มโอกาสในการ ตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล - ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับโรคและเครื่อง CPAP จากแหล่งใดบ้าง

6. แพทย์และพยาบาลแนะนำ เพราะคนที่ต้องการรักษามักจะผ่านการตรวจรักษาจาก โรงพยาบาลมาก่อน จึงจำเป็นต้องผ่านแพทย์และพยาบาล นอกจากนี้แหล่งดังกล่าวยังมีความน่าเชื่อถือสูง
7. คนรู้จัก มักจะมีอิทธิพลต่อผู้ใช้งานและผู้ตัดสินใจซื้อสูง
8. อินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงง่าย

ขั้นตอนการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ - ถ้าท่านต้องซื้อเครื่อง CPAP ท่านจะซื้อจากปัจจัยใดบ้าง

9. ราคาสินค้าเป็นที่รู้จักและหน้าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคไม่ได้รู้จักโดยทั่วไป ราคาสินค้าจึงน่าจะมีความสำคัญในการสร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภค
10. ประเทศที่ผลิต เนื่องจากเป็นสินค้านำเข้าและใช้กับร่างกายผู้บริโภคน่าจะให้ความสำคัญกับแหล่งที่ผลิต และมาตรฐานการผลิต
11. คุณสมบัติและการใช้งาน คุณสมบัติที่ดีกว่าน่าจะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากกว่าในระยะการทดลองใช้และทำให้ช่วยในการตัดสินใจซื้อ
12. ราคา โดยพื้นฐานของผู้บริโภคมักต้องการสินค้านำเข้าและเปรียบเทียบกับสิ่งที่จะได้รับเรียกว่าความคุ้มค่า
13. ความประทับใจในการบริการ ความประทับใจในการบริการย่อมก่อให้เกิดการซื้อสูงสุด
14. การให้ความรู้ที่ถูกต้อง การให้ความรู้ที่ถูกต้องเพราะช่วยสร้างความมั่นใจ และก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค สร้างความรู้สึกที่ดีต่อบริษัท ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ
15. การรับประกัน เป็นการช่วยเพิ่มและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในการซื้อสินค้า
16. การบริการหลังการขาย การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านำเข้าสูง และมีความเฉพาะตัวจึงน่าจะต้องการการบริการหลังการขาย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการหยุดหายใจขณะหลับของผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลได้กลับมาจำนวน 200 คน ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้เสนอสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

- n แทน กลุ่มตัวอย่าง
- X แทน ค่าเฉลี่ย
- S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือเสี่ยงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับ

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือเสี่ยงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับ โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือเสี่ยงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือเสี่ยงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับ	จำนวน(n=200)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	148	74
หญิง	62	31
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0
21 – 30 ปี	1	0.50
31 – 40 ปี	38	19
41 – 50 ปี	72	36
มากกว่า 50 ปี	89	44.50
3. สถานภาพ		
โสด	60	30
สมรส	138	69
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	2	1
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50	25
ปริญญาตรี	144	72
สูงกว่าปริญญาตรี	6	3

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1(ต่อ): จำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือเสี่ยงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือเสี่ยงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับ	จำนวน(n=200)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
นิสิต/นักศึกษา	1	0.50
ข้าราชการ	26	13
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	6
พนักงานบริษัทเอกชน	41	20.50
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	88	44
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	32	16
อื่นๆ	0	0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 15,000 บาท	26	13
15,000 - 30,000 บาท	32	16
30,000 - 50,000 บาท	68	34
มากกว่า 50,000 บาท	74	37
7. ขนาดครอบครัว		
1 - 2 คน	56	28
3 - 4 คน	88	44
5 - 6 คน	42	21
มากกว่า 6 คน	14	7

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1(ต่อ): จำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือเสี่ยงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือเสี่ยงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับ	จำนวน(n=200)	ร้อยละ
8. ลักษณะที่พักอาศัย		
บ้านของตนเอง	138	69
บ้านบิดา – มารดา	44	22
บ้านเช่า/อพาร์ทเมนต์/คอนโดมิเนียม	18	9
อื่นๆ	0	0

จากตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือเสี่ยงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับพบว่า ผู้ที่มีอาการนอนกรนหรือเสี่ยงต่อภาวะโรคหยุดหายใจขณะหลับส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 50 ปี รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท และรองลงมาอยู่ในช่วง 30,000 – 50,000 บาท ขนาดครอบครัว 3 – 4 คน และอาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับ

ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับ

การดำเนินชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับ	จำนวน (n=200)	ร้อยละ
1.ตัวท่านเองมีอาการนอนกรนหรือไม่		
มี เสมอ	138	69
มี บางครั้ง	62	31
2.บุคคลที่ท่านรู้จักใครบ้างที่มีอาการนอนกรน (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)		
พ่อ-แม่	84	42
ญาติหรือคนรู้จัก	66	33
คู่สมรสหรือแฟน	48	24
พี่น้อง	28	14
เพื่อน	62	31
ไม่มี	76	38
3.อาการกรนของตัวท่านหรือคนรู้จักส่งผลเสียต่อท่านหรือไม่		
ส่งผลเสีย	136	68
ไม่มีผล	64	32
4.ท่านเคยได้ยินหรือรู้จักโรคหยุดหายใจขณะหลับหรือไม่		
เคยได้ยิน	92	46
ไม่เคยได้ยิน	108	54

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2(ต่อ): จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับ

การดำเนินชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับ	จำนวน (n=200)	ร้อยละ
5. ท่านทราบหรือไม่ว่าอาการนอนกรนอาจเป็นสัญญาณเตือนถึงโรคหยุดหายใจขณะหลับ		
ทราบ	78	39
ไม่ทราบ	122	61
6. ท่านทราบหรือไม่ว่าโรคหยุดหายใจขณะหลับอาจก่อให้เกิดโรคร้ายแรงต่างๆ เช่น เบาหวาน ความดัน โรคหัวใจ และหลอดเลือด		
ทราบ	44	22
ไม่ทราบ	156	78
7. ท่านทราบหรือไม่ว่ามีการตรวจรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ		
ทราบ	48	24
ไม่ทราบ	152	76
8. ถ้าหากมีโอกาстанจะแนะนำให้คนที่มีอาการนอนกรนรวมทั้งตัวท่านไปตรวจรักษาหรือไม่		
แนะนำ	82	41
ไม่แนะนำ	118	59

จากตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับ พบว่าคนที่มีอาการนอนกรนส่วนใหญ่มีอาการนอนกรนสม่ำเสมอ บุคคลที่รู้จักที่มีอาการนอนกรนมากที่สุดคือพ่อและแม่ ส่วนใหญ่อาการนอนกรนจะส่งผล

เสี่ยงต่อการดำเนินชีวิต ประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ทำแบบสอบถามไม่รู้จักโรคหยุดหายใจขณะหลับ และส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าอาการนอนกรนเป็นสัญญาณบ่งบอกถึงการเป็นโรคหยุดหายใจขณะหลับ และไม่ทราบว่าโรคหยุดหายใจขณะหลับสามารถก่อให้เกิดโรคร้ายแรงต่างๆตามมา เช่นโรคเบาหวาน โรคความดัน โรคหัวใจ และโรคหลอดเลือด ส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามีการตรวจรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ และมากกว่าครึ่งเลือกที่จะไม่ไปตรวจรักษาและไม่แนะนำให้ผู้อื่นไปตรวจรักษา

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP)

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.3 – 4.6 (ผู้เขียนได้มีการนำแนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อมาใช้ในการวิจัยและได้มีการตัดบางส่วนของขั้นตอนการตัดสินใจออก เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและได้ข้อมูลที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่องานวิจัย)

ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP)	\bar{X}	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา	4.24	0.78	มาก
2. ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล	4.38	0.73	มาก
3. ขั้นตอนการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ	4.18	0.76	มาก
รวม	4.27	0.76	มาก

จากตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) โดยภาพรวม ผลการประเมินมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) อยู่ในระดับมากทั้งหมด 3 ข้อ คือ ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา และขั้นตอนการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) ในขั้นตอนการรับรู้ปัญหา

ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา	\bar{X}	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. มีอาการพ่นไอไม่เพียงพอ มีอาการปวดศีรษะ งีบหลับระหว่างวัน หรืออาการอื่นๆ	4.53	0.81	มากที่สุด
2. มีโรคต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ความดัน เบาหวาน หัวใจ	4.51	0.67	มากที่สุด
3. คนรู้จักแนะนำให้เข้ารับการตรวจ	4.46	0.70	มาก
4. แพทย์และพยาบาลแนะนำให้ตรวจ	3.88	0.83	มาก
5. การประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาล	3.84	0.89	มาก
รวม	4.24	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) ในขั้นตอนการรับรู้ปัญหา ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) อยู่ในระดับการตัดสินใจมากที่สุด 2 ข้อ คือมีอาการพ่นไอไม่เพียงพอ มีอาการปวดศีรษะ งีบหลับระหว่างวัน หรืออาการอื่นๆ และมีโรคต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ความดัน เบาหวาน หัวใจ ส่วนคนรู้จักแนะนำให้เข้ารับการตรวจ แพทย์และพยาบาลแนะนำให้ตรวจ และการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาล มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ เครื่อง
รักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) ในขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล

ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล	\bar{X}	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. แพทย์และพยาบาลแนะนำ	4.42	0.78	มาก
2. คนรู้จัก	4.38	0.69	มาก
3. อินเทอร์เน็ต	4.33	0.72	มาก
รวม	4.38	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
เครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) ในขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล ผลการ
ประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผล
ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) อยู่ในระดับการ
ตัดสินใจมากทั้ง 3 ข้อ คือแพทย์และพยาบาลแนะนำ คนรู้จัก และอินเทอร์เน็ตตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ เครื่อง
รักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) ในขั้นตอนการประเมิน
ทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ	\bar{X}	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. ราคาค่าเป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ	4.24	0.73	มาก
2. ประเทศที่ผลิต			
3. คุณสมบัติและการใช้งาน	4.02	0.68	มาก
4. ราคา	4.31	0.72	มาก
5. ความประทับใจในการบริการ	4.04	0.76	มาก
6. การให้ความรู้ที่ถูกต้อง	4.28	0.80	มาก
7. การรับประกัน	4.11	0.87	มาก
8. การบริการหลังการขาย	4.06	0.74	มาก
		0.77	มาก
รวม	4.18	0.76	มาก

จากตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP) ในขั้นตอนการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าราคาค่าเป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ ประเทศที่ผลิต คุณสมบัติและการใช้งาน ราคา ความประทับใจในการบริการ การให้ความรู้ที่ถูกต้อง การรับประกัน และการบริการหลังการขายอยู่ในระดับการตัดสินใจมากทั้งหมด 8 ข้อ

โดยผลการวิจัยสามารถนำมาใช้สร้างกลยุทธ์ทางการตลาดได้ดังนี้ 1) ส่วนใหญ่ผู้ที่มีโอกาสเสี่ยงต่อโรคมักมีสถานะสมรส จึงสามารถจุดนี้มาทำการตลาดโดยการเน้นถึงการนอนกรนที่รบกวนคู่สมรส 2) ส่วนใหญ่ผู้ที่มีโอกาสเสี่ยงต่อโรคมักมีพ่อแม่ที่มีอาการของโรคด้วยจึงสามารถนำมาทำเป็นกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายได้ คือ ซื้อเครื่องรักษาอาการให้พ่อแม่หรือคนที่คุณรักได้ ส่วนเพิ่มขึ้น หรือมีการตรวจให้พ่อแม่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย 3) ส่วนใหญ่ผู้ที่มีโอกาสเสี่ยงต่อโรคมักไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรคและการตรวจรักษา จึงจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ร่วมกับโรงพยาบาลในการทำแผ่นพับ และโปสเตอร์เพื่อสร้างการรับรู้เพิ่มขึ้น 4) ส่วนใหญ่ผู้ที่มีโอกาสเสี่ยงต่อโรคมักจะหาข้อมูล

จากหมอพยาบาล ,คนรู้จัก และอินเทอร์เน็ต จึงเน้นเข้าไปสร้างความสัมพันธ์กับแพทย์และพยาบาล เน้นการบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจและบอกต่อ รวมถึงการสร้างเว็บไซต์ของบริษัท 5) ส่วนใหญ่ผู้ที่มีโอกาสเสี่ยงต่อโรคมักตัดสินใจซื้อจากตราสินค้าเป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ ประเทศ ที่ผลิต คุณสมบัติและการใช้งาน ราคา ความประทับใจในการ บริการ การให้ความรู้ที่ถูกต้อง การรับประกัน และการบริการหลังการขาย จึงเน้นในส่วนตราสินค้า ประเทศที่ผลิตและคุณสมบัติกับลูกค้าเพราะ สินค้าของบริษัทมีคุณภาพสูง และเน้นในเรื่องการให้ความรู้และการให้บริการที่ประทับใจ

4.4 แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ

4.4.1 งบประมาณการลงทุน

ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงงบประมาณการลงทุนเริ่มแรกของบริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
อุปกรณ์สำนักงาน	100,000	100,000	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	100,000	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียน	1,000,000	1,000,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	300,000	300,000	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	1,400,000	1,400,000	-

4.4.2 การประมาณการรายได้

ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงการประมาณการรายได้ของบริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด

การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขายสินค้า					
รายได้ต่อเดือน	300,000	400,000	1,000,000	1,500,000	2,000,000
รายได้ต่อปี	3,600,000	4,800,000	12,000,000	18,000,000	24,000,000

4.4.3 การประมาณค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงการประมาณค่าใช้จ่ายของบริษัท เดอะ โซลูชั่น จำกัด

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าโทรศัพท์ ค่าไฟ ค่าเช่าอุปกรณ์ และอื่นๆ	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
ค่าเดินทาง	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000
เงินเดือน	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
รวมต้นทุนคงที่	624,000	624,000	624,000	624,000	624,000
ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าต้นทุนสินค้า	2,520,00			12,600,00	16,800,00
	0	3,360,000	8,400,000	0	0
ค่าคอมมิชชั่น	-	-	120,000	180,000	240,000
ส่งเสริมการขาย	36,000	48,000	120,000	180,000	240,000
รวมต้นทุนผันแปร	2,556,00			12,960,00	17,280,00
	0	3,408,000	8,640,000	0	0

4.4.4 งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 4.10: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนของบริษัท เดอะ โชลูชั่น จำกัด

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	3,600,000	4,800,000	12,000,000	18,000,000	24,000,000
หัก ต้นทุนผันแปร	2,556,000	3,408,000	8,640,000	12,960,000	17,280,000
กำไรส่วนเกิน	1,044,000	1,392,000	3,360,000	5,040,000	6,720,000
หัก ต้นทุนคงที่	624,000	624,000	624,000	624,000	624,000
กำไรก่อนการดำเนินงาน	420,000	768,000	2,736,000	4,416,000	6,096,000
กำไรก่อนหักภาษี	420,000	768,000	2,736,000	4,416,000	6,096,000
หัก ภาษี 30%	126,000	230,400	820,800	1,324,800	1,828,800
กำไรสุทธิ	294,000	537,600	1,915,200	3,091,200	4,267,200

4.4.5 NPV และ IRR

ตารางที่ 4.11: แสดงค่า NPV และ IRR ของบริษัท เดอะ โชลูชั่น จำกัด

กระแสเงินสดตลอดโครงการ	
ปีที่	
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน - 1,400,000.00
1	กระแสเงินสดรับ 294,000.00
2	กระแสเงินสดรับ 537,600.00
3	กระแสเงินสดรับ 1,915,200.00
4	กระแสเงินสดรับ 3,091,200.00
5	กระแสเงินสดรับ 4,267,200.00
	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ ฿8,705,200.00
	หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย - 5,000,000.00
	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ฿3,705,200.00
	อัตราผลตอบแทนของโครงการ 42.56%

4.5 แผนฉุกเฉิน

ถ้าการดำเนินงานไม่เป็นไปอย่างที่คาดไว้มีแผนในการปฏิบัติดังนี้
ถ้ายอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดไว้

1. หาสาเหตุจากพนักงานขาย และจากความสัมพันธ์กับลูกค้า
2. ขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มเติม

ถ้ามีคู่แข่งรายใหม่เข้ามา

1. ติดตามการดำเนินงานของทีมขาย คอยดูแล วัตถุประสงค์ ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด
2. พัฒนาทีมขาย ทั้งในด้านการอบรมความรู้ เทคนิคการขาย การบริการและคอยติดตาม

ข้อมูลคู่แข่ง

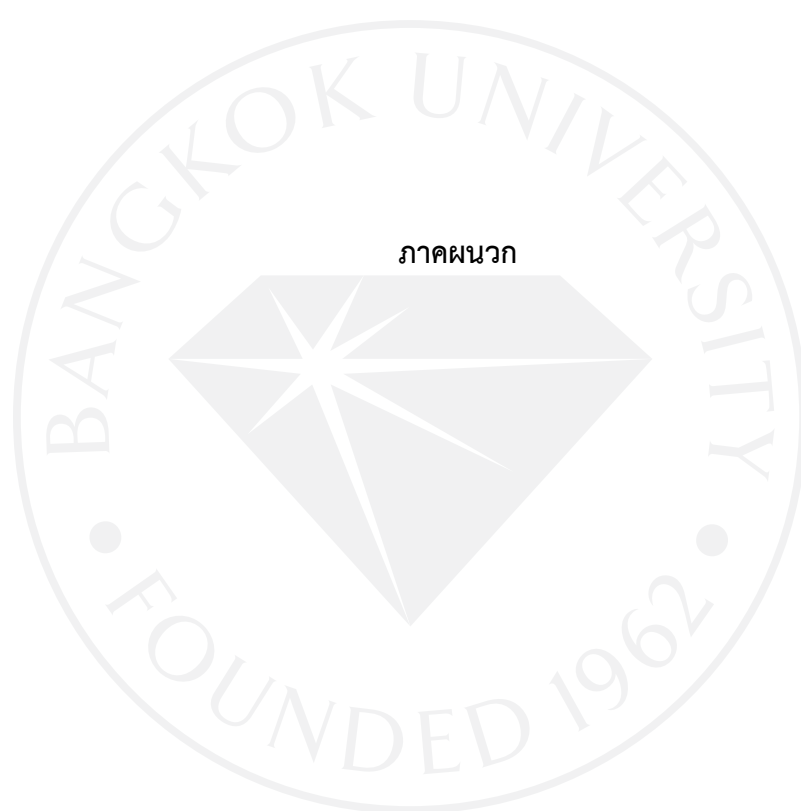
พนักงานขายไม่ได้ประสิทธิภาพ

1. หาพนักงานขายใหม่
2. พัฒนาระบบคัดกรองพนักงาน



บรรณานุกรม

- โรคนอนหลับแล้วหยุดหายใจ.(2553). สืบค้นจาก
<http://haamor.com/th/โรคนอนหลับแล้วหยุดหายใจ>
- สาเหตุการหยุดหายใจขณะหลับ.(2554). สืบค้นจาก
<http://backbaydentalcare.com/services/specialty-dental-care/sleep-apnea-treatment>
- CPAP ของ PHILIPS RESPIRONICS.(2554). สืบค้นจาก
http://www.sleeprestfully.com/PR_Sysyem_One_460_With_Heat.asp
- หน้ากากใช้ร่วมกับเครื่อง CPAP .(2554). สืบค้นจาก
<http://www.healthcare.philips.com/main/homehealth/sleep/trueblue>
- การใช้เครื่อง CPAP.(2554). สืบค้นจาก
<http://www.easybreathe.com/blog/cpap-study-cpap-exposure-therapy-improves-compliance/> และ <http://www.sleeprestfully.com/GoLife.asp>
- อุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกับเครื่อง CPAP.(2554). สืบค้นจาก
<http://www.lelong.com.my/philips-respironics-system-one-remstar-plus-cpap-machine-c-flex-aysia-142027384-2015-12-Sale-P.htm>
- Five forces model เครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด.(2554). สืบค้นจาก
<http://www.nanoscft.co.th/maktip88.htm>
- กลยุทธ์ระดับองค์กร. (ม.ป.ป.).(2554). สืบค้นจาก
<http://www.classifiedthai.com/content.php?article=18156>



แบบสอบถามเพื่อการทำแผนธุรกิจ

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการศึกษาวิชา บธ.175 การค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ การตอบแบบสอบถามนี้ ใช้เพื่อการศึกษา ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย / ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี () 21-30 ปี

() 31-40 ปี () 41-50 ปี

() มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

- () โสด () สมรส
() หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- () นิสิต/นักศึกษา () ข้าราชการ
() พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
() ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/นักธุรกิจ () แม่บ้าน/ พ่อบ้าน
() อื่น ๆ ระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () น้อยกว่า 15,000 บาท () 15,000 - 30,000 บาท
() 30,001 - 50,000 บาท () มากกว่า 50,000 บาท

7. ขนาดครอบครัว (นับรวมตัวท่านเองด้วย)

- () 1-2 คน () 3-4 คน
() 5-6 คน () มากกว่า 6 คน

8. ลักษณะที่พักอาศัย

- () บ้านของตนเอง () บ้านบิดา - มารดา
() บ้านเช่า/หอพัก/อพาร์ทเมนท์ () อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนอนกรนและอาการหยุดหายใจขณะหลับ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย / ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

9. ตัวท่านเองมีอาการนอนกรนหรือไม่

() มี เสมอ () มี บางครั้ง

10. บุคคลที่ท่านรู้จักใครบ้างที่มีอาการนอนกรน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() พ่อ-แม่ () ญาติหรือคนรู้จัก
() คู่สมรสหรือแฟน () พี่น้อง
() เพื่อน () ไม่มี

11. อาการกรนของตัวท่านหรือคนรู้จักส่งผลเสียต่อท่านหรือไม่

() ส่งผลเสีย () ไม่มีผล

12. ท่านเคยได้ยินหรือรู้จักโรคหยุดหายใจขณะหลับหรือไม่

() เคยได้ยิน () ไม่เคยได้ยิน

13. ท่านทราบหรือไม่ว่าอาการนอนกรนอาจเป็นสัญญาณเตือนถึงโรคหยุดหายใจขณะหลับ

() ทราบ () ไม่ทราบ

14. ท่านทราบหรือไม่ว่าโรคหยุดหายใจขณะหลับอาจก่อให้เกิดโรคร้ายแรงต่างๆ เช่น เบาหวาน ความดัน โรคหัวใจ และหลอดเลือด

() ทราบ () ไม่ทราบ

15. ท่านทราบหรือไม่ว่ามีการตรวจรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ

() ทราบ () ไม่ทราบ

16. ถ้าหากมีโอกาสท่านจะแนะนำให้คนที่มีความการนอนกรนรวมทั้งตัวท่านไปตรวจรักษาหรือไม่

() แนะนำ

() ไม่แนะนำ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP)

คำชี้แจง โปรดระบุเครื่องหมาย / ตรงระดับการตัดสินใจของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ โดยพิจารณาเกณฑ์ของแต่ละระดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องรักษาอาการนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ (CPAP)	ระดับอิทธิพลของปัจจัย				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา – สาเหตุใดบ้างที่ทำให้ท่านเข้ารับตรวจการนอนหลับ					
1. มีอาการพักผ่อนไม่เพียงพอ มีอาการปวดศีรษะ ใจบั่นระหว่างวัน หรืออาการอื่นๆ					
2. มีโรคต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ความดัน เบาหวาน หัวใจ					
3. คนรู้จักแนะนำให้เข้ารับการตรวจ					
4. แพทย์และพยาบาลแนะนำให้ตรวจ					
5. การประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาล					
ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล – ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับโรคและเครื่อง CPAP จากแหล่งใดบ้าง					
6. แพทย์และพยาบาลแนะนำ					
7. คนรู้จัก					
8. อินเทอร์เน็ต					
ขั้นตอนการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ – ถ้าท่านต้องซื้อเครื่อง CPAP ท่านจะซื้อจากปัจจัยใดบ้าง					
9. ราคาค่าเป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ					
10. ประเทศที่ผลิต					

11. คุณสมบัติและการใช้งาน					
12. ราคา					
13. ความประทับใจในการบริการ					
14. การให้ความรู้ที่ถูกต้อง					
15. การรับประกัน					
16. การบริการหลังการขาย					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

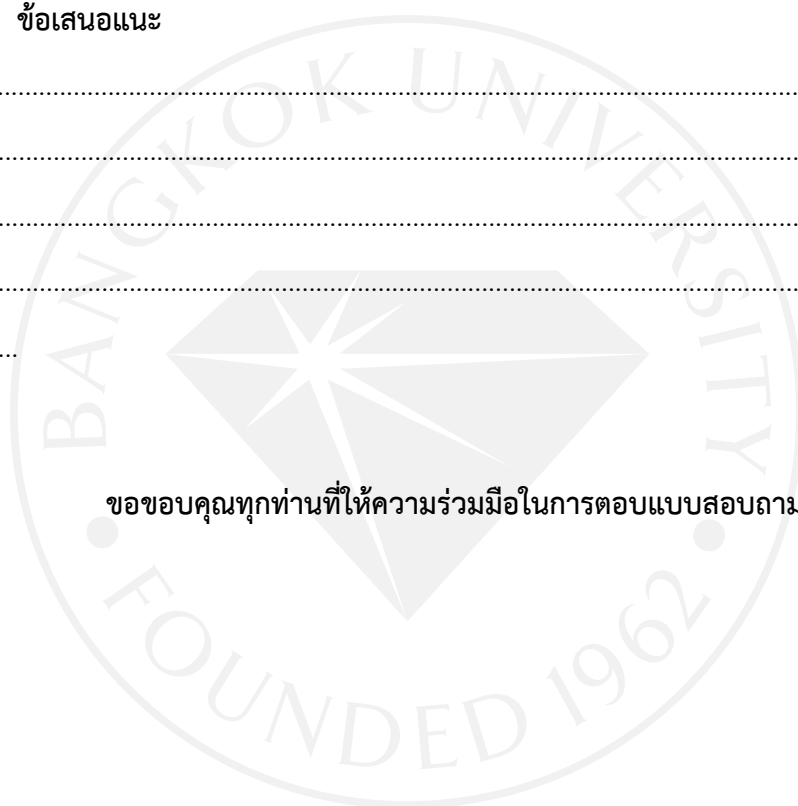
.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	ณัฐ พงษ์पालี Nat Pongpalee
วัน เดือน ปีเกิด	20 มีนาคม พ.ศ.2532
สถานที่ติดต่อ	694/21 ถ.บางขุนเทียน-ชายทะเล ช.ท่าข้าม ช.บางขุนเทียน กทม. 10150
อีเมล	natp.mic@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2556 - ปัจจุบัน	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2550 - 2553	บริหารธุรกิจภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2550	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2553 - 2554	Product Management บริษัทไอที ซีดี จำกัด มหาชน

พ.ศ. 2554 - 2556

Product specialist

และ Sale representative

บริษัท เมติคอล อินเทนซีฟ แคร่ จำกัด



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 30 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ณัฐวิมล พงษ์พิศล อยู่บ้านเลขที่ 694/21
ซอย - ถนน บางเขน แขวงท่าแร้ง ตำบล/แขวง ท่าแร้ง
อำเภอ/เขต บางเขน จังหวัด กทม. รหัสไปรษณีย์ 10150
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7560200045

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้


ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจ 100 ปี มธบ. 100 ปี มธบ. 100 ปี มธบ. 100 ปี
และอื่น ๆ

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ห้าขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
()

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมล่าวลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ ทิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร