

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท เป็นผู้ดำเนินการกิจการโรงพยาบาลวิภาวดี ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกิจการที่ทำรายได้หลักให้กับบริษัท คิดเป็น 86.99% ของรายได้เฉพาะบริษัท ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2559

บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี แบ่งออกเป็น

แผนก		จำนวนห้อง / เตียง
1. ศูนย์บริการผู้ป่วยนอก สามารถรองรับผู้ป่วยได้ 2,000 คน/วัน ประกอบด้วย		114 ห้อง
- คลินิกอายุรกรรม	- คลินิกโรคระบบทางเดินหายใจ	
- คลินิกศัลยกรรม	- ศูนย์กระดูกและข้อ	
- คลินิกสูติ - นรีเวช	- ศูนย์อุบัติเหตุและฉุกเฉิน	
- คลินิกกุมารเวช	- ศูนย์ทางเดินอาหาร	
- คลินิกวินิจฉัยก่อนคลอด	- ศูนย์รักษาผู้มีบุตรยาก	
- คลินิกเบาหวาน	- คลินิกบริการโรคหัวใจ	
- คลินิกโรคระบบทางเดินปัสสาวะ	- ศูนย์เลสิก	
- คลินิกพัฒนาการเด็ก	- ศูนย์สมอง และกระดูกสันหลัง	
- คลินิกหลอดเลือดสมอง	- ศูนย์ผิวหนังและเลเซอร์	
- คลินิกจิตเวช	- ศูนย์ไตเทียม	
- คลินิกจักษุวิทยา	- ศูนย์สุขภาพและอาชีวอนามัย	
- คลินิกหู คอ จมูก	- ศูนย์ทันตกรรม	
- คลินิกโรคทางระบบประสาท	- ศูนย์พัฒนาศักยภาพเด็ก	
2. แผนกรังสีวิทยา		3 ห้อง
3. แผนกเวชศาสตร์ฟื้นฟู		20 เตียง
4. แผนกพยาธิวิทยา		6 ห้อง
5. แผนกผู้ป่วยหนัก (ICU)		16 เตียง
6. แผนกผู้ป่วยหนักหัวใจ (CCU)		3 เตียง
7. แผนกทารกแรกเกิด		20 เตียง
8. แผนกทารกแรกเกิดระยะวิกฤต (NICU)		4 เตียง
9. แผนกห้องคลอด		6 เตียง
10. แผนกห้องผ่าตัด		6 เตียง
11. แผนกผู้ป่วยใน		250 เตียง

โครงสร้างรายได้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทของรายได้	ดำเนินการโดย	2559		2558		2557	
		รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
ค่ารักษาพยาบาล	บมจ.รพ.วิภาวดี	2,119.41	35.92	1,954.45	35.37	1,851.50	36.92
ค่ารักษาพยาบาล	บมจ.เชียงใหม่ราม	3,482.32	59.03	3,287.77	59.49	2,898.22	57.79
	ธุรกิจการแพทย์						
รวม		5,601.73	94.95	5,242.22	94.86	4,749.72	94.71
ค่าเช่าและบริการ	บมจ.รพ.วิภาวดี	38.79	0.66	35.94	0.65	36.93	0.74
ค่าเช่าและบริการ	บจก.ปรีณส์ตัน พาร์ค สวีท	117.28	1.99	117.87	2.13	97.16	1.94
รวม		156.07	2.65	153.81	2.78	134.09	2.68
เงินปันผลรับ	บมจ.รพ.วิภาวดี	54.63	0.93	42.67	0.77	37.94	0.76
เงินปันผลรับ	บมจ.เชียงใหม่ราม	18.51	0.31	15.41	0.28	16.56	0.33
	ธุรกิจการแพทย์						
รวม		73.14	1.24	58.08	1.05	54.50	1.09
รายได้อื่นๆ	บมจ.รพ.วิภาวดี	29.57	0.50	28.12	0.51	31.28	0.62
รายได้อื่นๆ	บมจ.เชียงใหม่ราม	36.87	0.62	42.77	0.77	43.97	0.88
	ธุรกิจการแพทย์						
รายได้อื่นๆ	บจก.ปรีณส์ตัน พาร์ค สวีท	2.09	0.04	1.53	0.03	1.71	0.03
รวม		68.53	1.16	72.42	1.31	76.96	1.53
รวมรายได้จากการดำเนินงานทั้งหมด		5,899.47	100	5,526.53	100	5,015.27	100

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

1. สภาวะอุตสาหกรรมการแข่งขัน

ด้วยสภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศที่ยังไม่ฟื้นตัวอย่างชัดเจน สวนทางกับแนวโน้มอัตราค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลที่สูงขึ้นจากปัจจัยต่างๆ อาทิ ความซับซ้อนของโรค ต้นทุนและค่าเครื่องมือ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เป็นปัจจัยท้าทายของธุรกิจ โรงพยาบาลเอกชนบวกกับในปีที่ผ่านมา กลุ่มลูกค้าระดับกลางที่ต้องจ่ายค่ารักษาพยาบาลเอง มีแนวโน้มหันไปใช้บริการในโรงพยาบาลที่มีค่ารักษาพยาบาล ที่ถูกกว่า เลือกใช้สิทธิ การรักษายาพยาบาลของรัฐหรือหันไปใช้สิทธิประกันสังคม แทนโรงพยาบาลวิภาวดี ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าคนไทยเป็นหลัก จึงได้ปรับตัวเพื่อประกอบการเติบโตของธุรกิจโดยการขยายฐานไปยังคนไข้กลุ่มต่างชาติ และกลุ่มคนไข้ที่มี ประกันสุขภาพ อย่างไรก็ตาม โรงพยาบาลวิภาวดีก็ยังคงได้รับแรงหนุนจากการขยายการลงทุนของโรงพยาบาลที่เพิ่มขึ้นและการควบรวมของกิจการ รวมถึงการ ปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีที่ใช้ในการรักษาให้ทันสมัยขึ้นเพื่อรักษาโรคที่ซับซ้อนได้ดียิ่งขึ้น

2. โรงพยาบาลวิภาวดียังคงเน้นการสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์ด้วยการลงทุน สร้างเครือข่าย

ปัจจุบันโรงพยาบาลวิภาวดี มีเครือข่ายพันธมิตร ที่เข้มแข็ง สามกลุ่มคือ กลุ่มโรงพยาบาลเอกชนในภาคเหนือในนามของ CMR กลุ่มโรงพยาบาลวิภาวดีซึ่งได้ขยายสาขาออกไปสู่ต่างจังหวัดและนิคมอุตสาหกรรมหลักๆ อยู่ในตำแหน่งที่ เห็นเด่นชัด เส้นทางที่เดินทางสะดวก และอยู่ในแหล่งที่มีประชากรหนาแน่นหรือมีแนวโน้มการเติบโตของประชากร อย่างต่อเนื่อง ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้ มีโรงพยาบาลที่ร่วมอยู่ในโครงการ กองทุนประกันสังคม และโครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้าและ และกลุ่มที่สามเป็นกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนที่ บริษัทเข้าไปลงทุนรวมถึงการลงทุน ในธุรกิจอื่นที่ส่งเสริมและสนับสนุนกิจการของโรงพยาบาลซึ่งเน้นถึงความสามารถในการบริการและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น การมีเครือข่ายทำให้โรงพยาบาลวิภาวดีได้เปรียบทางด้านการควบคุมต้นทุนยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์เหนือคู่แข่ง

3. กลุ่มเป้าหมาย

โรงพยาบาลวิภาวดียังคงเน้นกลุ่มเป้าหมายในประเทศระดับกลางจนถึงระดับบน เป็นหลักและโรงพยาบาลได้ขยายฐานคนไข้ใหม่ไปยังจังหวัดใกล้เคียงทางตอนเหนือของกรุงเทพฯ นอกจากนี้โรงพยาบาลยังมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มคนไข้ที่หันมาใช้ประกันสุขภาพและ กลุ่มคนไข้ต่างชาติที่มาทำงานใน ประเทศและบินมารับการรักษาโรคที่ซับซ้อน

4. ยุทธศาสตร์การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

โรงพยาบาลยึดหลักการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทุกกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มลูกค้าเงินสด กลุ่มบริษัทคู่สัญญากลุ่มลูกค้าประกันรวมกว่า 500 บริษัท และ กลุ่มลูกค้าต่างประเทศผ่านตัวแทน โรงพยาบาลจัดกิจกรรม CRM และสร้างการเรียนรู้ โดยการจัด สัมมนาเกี่ยวกับแพทย์และการบริการ ของ โรงพยาบาลรวมถึงความรู้เรื่องโรคต่างๆ และจัดอบรมการช่วยชีวิตเบื้องต้น ให้กับประชาชน รวมถึงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยการใช้สื่อ Digital Marketing มากขึ้น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 บุคลากรทางการแพทย์

บริษัทมีนโยบายในการจัดหาแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาของโรค รวมถึงพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์อื่นๆ เพื่อสามารถให้บริการแก่ผู้ป่วยได้อย่างครอบคลุมและมีคุณภาพ โดยได้ผ่านการคัดเลือกและตรวจสอบคุณสมบัติจาก องค์กรแพทย์ของโรงพยาบาล มีการจัดการอบรมสำหรับแพทย์ และพยาบาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาความรู้ด้านการแพทย์ให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงฝึกอบรมให้กับพยาบาลเพื่อสร้างความรู้ ความชำนาญในการให้บริการแก่ผู้ป่วยก่อนการปฏิบัติงานจริง

2.3.2 การจัดหาและเวชภัณฑ์

บริษัทมีนโยบายการสั่งซื้อยาและเวชภัณฑ์จากผู้จัดจำหน่ายในประเทศ โดยกระจ่ายการสั่งซื้อไปยังผู้จัดจำหน่ายหลายราย นอกจากนี้ บริษัทได้นำระบบการจัดซื้อกลาง (Central Procurement) สำหรับโรงพยาบาลทุกแห่งในเครือ โดยฝ่ายจัดซื้อกลางจะรวบรวมคำสั่งซื้อยาและเวชภัณฑ์ของโรงพยาบาลในเครือ เพื่อดำเนินการติดต่อและสั่งซื้อยาและเวชภัณฑ์ จากผู้จัดจำหน่าย โดยการสั่งซื้อ ยาและเวชภัณฑ์ในลักษณะดังกล่าว ถือเป็นการบริหารจัดการในการจัดซื้อ และการจัดการสินค้าคงคลังภายในกลุ่มบริษัทให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งรวมถึงการประเมินความเหมาะสมในด้านราคา ประสิทธิภาพ และคุณภาพของยา และเวชภัณฑ์ด้วย

2.3.3 การจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์

เนื่องจากอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการให้บริการแก่ผู้ป่วยอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การดำเนินการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ของบริษัท จะพิจารณาอย่างรอบคอบ ไปถึงความจำเป็นและคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์นั้นๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของโรงพยาบาล ในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ บริษัทจะสั่งซื้อผ่านผู้แทน



จำหน่ายในประเทศ โดยทำสัญญาซื้อ ขายกับทางบริษัทผู้แทนจำหน่าย ซึ่งมีการกำหนดราคาซื้อขายที่
แน่นอนในสกุลเงินบาทไทย และมีข้อตกลงเกี่ยวกับการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจน

บริษัทฯ มีประมาณการให้บริการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ดังนี้

กำลังการให้บริการเต็มที่	2559	2558	2557
ผู้ป่วยใน 250 เตียง	91,250	91,250	91,250
ผู้ป่วยนอก 1,800 คนต่อวัน	657,000	657,000	657,000

จำนวนการใช้บริการ	2559	2558	2557
ผู้ป่วยใน (เตียง)	60,955	58,506	54,459
ผู้ป่วยนอก (คน)	525,595	524,588	506,040

อัตราการใช้กำลังการให้บริการผู้ป่วย	2559	2558	2557
ผู้ป่วยใน (%)	66.8	64.12	59.68
ผู้ป่วยนอก (%)	79.99	79.85	77.02

อัตราการเพิ่ม (ลด) ของปริมาณการให้บริการ	2559	2558	2557
ผู้ป่วยใน (%)	4.19	7.43	7.72
ผู้ป่วยนอก (%)	0.19	3.67	1.78