



ธุรกิจแนะนำแพทย์ในญี่ปุ่น เล็ก ๆ แต่มี นวัตกรรม Clintal

พ.ศ.รับสรรค เลิศในสัตย์

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
orbusiness@hotmail.com

การได้พบแพทย์ที่มีฝีมือดี เป็นเรื่องสำหรับผู้ป่วยทุกคนปรารถนา เพื่อที่จะได้รับการรักษาได้อย่างถูกต้อง และมีความมั่นใจว่าจะหายจากการป่วยไข้ได้อย่างแน่นอน แต่อย่างไรก็ตามแพทย์ที่มีฝีมือดีหรือสถานพยาบาลที่ดี นั้นจะต้องทำงานหนักอย่างมาก ดังนั้นการมีธุรกิจระบบนี้ น่าจะเป็นระบบที่ช่วยได้ทั้งผู้ป่วย และแพทย์ แนวทางคือการค้นหา “แพทย์ที่มีชื่อเสียง” ที่มีผลงานที่ดี และ Word of Mouth เป็นระบบที่ให้บริการค้นหาทางอินเทอร์เน็ตด้านข่าวสารนายแพทย์

โดยทั่วไปผู้ป่วยมักจะคุ้นเคยกับการเลือกโรงพยาบาลด้วยวิธีการง่ายๆ คือ อยู่ใกล้บ้าน และมีป้ายโฆษณาเท่านั้นเอง แต่เมื่อเข้าไปรักษาหรือต้องนอนบนเตียงเตรียมตรวจรักษา ก็เริ่มคิดว่า “หมอคนนี้เชื่อได้หรือเปล่านะ”

ดังนั้นจึงได้มีการบริการที่กำจัดความไม่สบายใจของคนใช้นั้นคือบริษัทที่ชื่อว่า Clintal เกิดขึ้นในโตเกียว มีเป้าหมายคนใช้ในเขตเมืองหลวง และใกล้เคียง นั่นคือการบริการค้นหาแพทย์ที่มีชื่อเสียง CEO ของบริษัทกล่าวว่า “การบริการนี้ตั้งเป้าหมายเป็น Hospital version Michelin Guide” เรื่องราวที่ขึ้นอยู่ใน Website ไม่เพียงแต่เป็นโรงพยาบาลเท่านั้น แต่ยังนำเสนอข่าวสารข้อมูล “แพทย์ที่มีชื่อเสียง” เป็นรายๆ ไป ความรู้เกี่ยวกับการรักษาทางการแพทย์ ไม่เพียงแต่ต้องมีความชำนาญที่ซับซ้อนมากเท่านั้น และยังไม่รู้ว่าจะเลือกแพทย์คนไหนจึงจะเหมาะสม เป็นเรื่องที่เข้าใจ

ค่อนข้างยาก CEO ของบริษัทนั้น มีใบอนุญาตทางการแพทย์ มีประสบการณ์การทำงานเป็นจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลขนาดใหญ่ มาก่อน ระบบการบริการจึงเป็นการคัดเลือก และนำเสนอแพทย์ที่มีระดับความสามารถในการรักษาที่สูง แล้วให้ผู้ป่วยทำการเลือกจากข้อมูลที่เสนอให้

การบริการของ Clintal มี 2 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ “การค้นหาแพทย์ที่มีชื่อเสียงตามลักษณะของโรค” “ค้นหาแพทย์ที่มีชื่อเสียงในเขตที่อยู่ใกล้” ผู้ป่วยประเภทแรก เป็นการให้บริการโดยมีเป้าหมายคนที่มี “การตรวจสุขภาพเป็นประจำในโรงพยาบาลที่มีความคุ้นเคย เมื่อผู้ป่วยเลือกชื่อลักษณะของโรค และสาขาตรวจรักษาแล้ว ก็สามารถหา “แพทย์ที่มีชื่อเสียง” ที่เหมาะสมกับตัวเอง จากจำนวนรายชื่อแพทย์ 1,580 คน โดยคาดว่าผู้ป่วยไม่ได้ต้องการไปพบเพื่อรักษาอาการป่วยเล็กๆ น้อยๆ เช่น เป็นไข้หวัด แต่ต้องการการตรวจรักษาหรือการผ่าตัดที่มีความชำนาญสูง

ตัวอย่างเช่น ในกรณีที่ผู้ป่วยต้องการที่จะทำการผ่าตัดมะเร็งหลอดอาหาร เมื่อเลือก “สาขาระบบย่อยอาหาร” จากสาขาการตรวจรักษา หรือเลือก “การผ่าตัดมะเร็งหลอดอาหาร” จากลักษณะของโรคบนจอของ Website ก็จะสามารถดู 3 หัวข้อได้แก่ “เทคนิค” “ประวัติการศึกษา” “ความง่ายในการรับการตรวจรักษา” โดยจะมีการประเมินเป็น 5 ชั้นด้วยกัน แล้วจะปรากฏเป็นตารางรายชื่อ “แพทย์ที่มีชื่อเสียง” มาให้เลือก

นอกจากชื่อ และสถานที่สังกัดของแพทย์แล้ว ยังมีประวัติการให้การรักษาในฐานะแพทย์ผู้ชำนาญหรือจำนวนครั้งการผ่าตัดมะเร็งหลอดอาหารแต่ละปี รวมทั้งยังมีข้อมูลรายละเอียด เช่น

จำนวนผลงานทางวิชาการหรือระยะเวลาการต้องรอจนกว่าจะได้รับการผ่าตัด ดังนั้น จะสามารถค้นหาแพทย์ด้วยความรู้สึกเหมือนกับการเลือกร้านอาหารจากข้อมูลแบบ Word of Mouth ก็ว่าได้

ส่วนการรักษาใช้หัตถกรรมตามัน ก็ยังมีบริการให้บริการ “การค้นหาแพทย์ที่มีชื่อในบริเวณใกล้เคียง” ที่สามารถจะใช้บริการได้ง่ายๆ ด้วย นอกจากนี้ยังสามารถเลือกตำแหน่งที่เกิดความผิดปกติ เช่น “ตา” หรือ “ศีรษะ คอ” หรือ “หน้าอก” ต่างๆ แล้วเลือกแพทย์ที่เหมาะสมกับลักษณะของการเจ็บป่วยได้จากแพทย์จำนวน 12,000 คนอีกด้วย แต่ในกรณีนี้อาจจะไม่มีข้อมูลการประเมิน 5 ระดับ แต่ก็สามารถที่จะค้นหา “แพทย์ที่มีชื่อเสียงของเมือง” ที่ Clintal คัดเลือกมา ซึ่งจะเป็นสถานพยาบาลที่อยู่ใกล้บ้านของตนเองได้

โดยทั่วไป การบริการค้นหาข้อมูลนี้ จะไม่เสียค่าใช้จ่าย แต่จะมีรายได้หลักจากการบริการที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยเริ่มต้นจากครั้งละ 5,980 เยน โดย Clintal จะนำเสนอแพทย์ที่เหมาะสมที่สุดกับลักษณะของการเจ็บป่วยอย่างละเอียด เช่น ลักษณะโรงพยาบาลที่ไม่ได้บันทึกอยู่ใน Website หรือแพทย์ที่อยู่นอกเขตเป้าหมาย ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นสตรีวัย 30-40 ปี ที่ค้นหาแพทย์สำหรับบิดามารดาหรือบุตรของตัวเอง

ในญี่ปุ่นปัจจุบันจะมีแพทย์อยู่ประมาณ 2 แสน 5 หมื่นคน แล้วจะคัดเลือกแพทย์ที่มีชื่อเสียงได้อย่างไร CEO กล่าวว่า บริษัทจัดตั้งมาตรฐานการพิจารณาตัดสินที่เป็นของตัวเอง

เริ่มต้น ข้อมูลที่ใช้ในการอ้างอิงคือ ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติความเป็นแพทย์ที่เชี่ยวชาญเฉพาะทาง หรือ ตำแหน่งวิชาการที่ได้รับจากองค์กรทางวิชาการ ทำการค้นหาแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญโรคเฉพาะทางหรือวิธีการรักษาเฉพาะทาง ตามแต่ผู้เชี่ยวชาญต่างๆ หลังจากนั้น ก็ใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวในอดีตของ CEO แล้วทำการตรวจสอบการประเมิน จากวงการแพทย์เกี่ยวกับกระบวนการรักษาของแพทย์เฉพาะทางจำนวนมาก แต่ก็มีความเห็นว่าคุณสมบัติหรือตำแหน่งวิชาการ นั้นไม่ค่อยเกี่ยวกับความเก่งไม่เก่งในการผ่าตัด จึงขอความร่วมมือจากแพทย์จำนวน 3-4 คน ให้ช่วยรวบรวมประเมินตามแต่สาขาของการรักษาต่างๆ

สุดท้าย การรวบรวมจำนวนแพทย์จากข้อมูลเชิงปริมาณเชิงภาวะวิสัย เช่น จำนวนครั้งในการทำการผ่าตัดหรือผลงานในระยะไกลๆ ที่ผ่านมา แล้วจัดทำเป็น “รายชื่อแพทย์ที่มีชื่อเสียง” ก็เป็นอันเสร็จสิ้น ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับผลงานวิชาการหรือการผ่าตัดนั้น จะต้องเป็นข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะ

เป้าหมายคือ การไต่เส้นการบริหารของโรงพยาบาล CEO นั้น เริ่มมีความสนใจต่อการบริหารของโรงพยาบาล นั้นคือ เมื่อ 8 ปีที่แล้ว ตอนที่แพทย์อยู่ มีโรงพยาบาลที่ต้องประสบขาดทุน

เพราะการเพิ่มขึ้นสังคมอาวุโส และได้พบว่า แพทย์หรือพยาบาลจะต้องทำงานหนักเพิ่มขึ้นอีกด้วย จึงได้มีความคิดที่จะเปลี่ยนแปลงหน้างานการรักษาพยาบาล จึงได้ลาออกจากโรงพยาบาล และเข้าทำงานที่บริษัทให้คำปรึกษา (Consulting) และเข้าเรียน MBA ของมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา จึงได้พบวิธีการ “การคัดเลือก และรวมศูนย์โรงพยาบาล (Select and Concentrate)

ในสหรัฐอเมริกา มีโรงพยาบาลที่เปิดได้ในพื้นที่เล็กๆ เท่านั้น เป็นจำนวนมาก แพทย์ก็จะเน้นการรักษาเฉพาะส่วนที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญเท่านั้น แต่ในญี่ปุ่นเอง มีการแบ่งเป็น “สาขาศัลยกรรม” “สาขาอายุรกรรม” แบบกว้างๆ อยู่ ดังนั้นแพทย์จึงต้องทำการตรวจรักษานอกเหนือจากความชำนาญของตนเอง ต้องสนองตอบการเจ็บป่วยที่หลากหลาย จึงเป็นสาเหตุให้แพทย์ต้องทำงานหนักใช้เวลาระยะยาว และยังทำให้คนไข้ต้องใช้เวลาในการรอนานจนเกินไป การบริการของโรงพยาบาลก็จะด้อยถอยลง

แต่ญี่ปุ่นคงจะไปปรับระบบให้เหมือนสหรัฐอเมริกาก็คงจะเป็นไปไม่ได้ จึงมีไอเดียที่สร้างระบบโรงพยาบาลที่ชำนาญเฉพาะทาง และผู้ป่วยสามารถเลือกสรรได้ แพทย์ก็จะโฟกัสที่การตรวจรักษาที่เป็นการพิเศษสอดคล้องกับความชำนาญของตนเอง ในขณะที่เดียวกันผู้ป่วยก็สามารถได้รับการตรวจรักษาจากแพทย์ที่มีฝีมือ จึงเป็นความสัมพันธ์แบบ Win-Win ทั้งสองฝ่ายในระยะยาว

บริษัทได้รับความสนใจในการเข้าร่วมลงทุนจากบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ และจะตั้งใจขยายไปทั่วทั้งประเทศ เพื่อสร้างความมั่นคงของการมีกำไร ซึ่งคือการเข้าร่วมมือกับบริษัทประกันชีวิตอีกด้วย

จากข้อมูลการประเมินของบุคคลที่ 3 พบว่า มีผลลัพธ์ที่ดีที่ว่า เมื่อได้รับการตรวจรักษาจากแพทย์ที่มีฝีมือ จำนวนวันในการอยู่ในโรงพยาบาลก็จะสั้นลง” และเมื่อได้พบแพทย์ที่มีชื่อเสียงจะจ่ายค่าเบี้ยประกันน้อยลง เป็นประโยชน์อีกทางหนึ่ง ซึ่งนั่นคือผู้ที่ได้เข้าอยู่ในการประกันชีวิต สามารถใช้บริการของ Clintal ได้โดยอัตโนมัติอีกด้วย

การบริการของ Clintal นี้เป็นการเปลี่ยนแนวคิดเดิมๆ มาเป็น “คนไข้สามารถเลือกแพทย์” ได้ ในอนาคตน่าจะทำให้วงการแพทย์เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมาก

บริษัท Clintal ก่อตั้งเมื่อปี 2015 ด้วยเงินทุน 45 ล้านเยน มีรายได้ปีละ 4 ล้านเยน มีพนักงาน 8 คน จำนวนแพทย์ที่อยู่ในรายชื่อมีประมาณ 3,500 คน (ข้อมูลปี 2018)