



“Digital Wellness & Healthcare Plug-in”

เอกสารวิชาการกลุ่มโครเมียม (Chromium: Cr)

Wellness & Healthcare Business Opportunity

Program for Executives (WHB) II

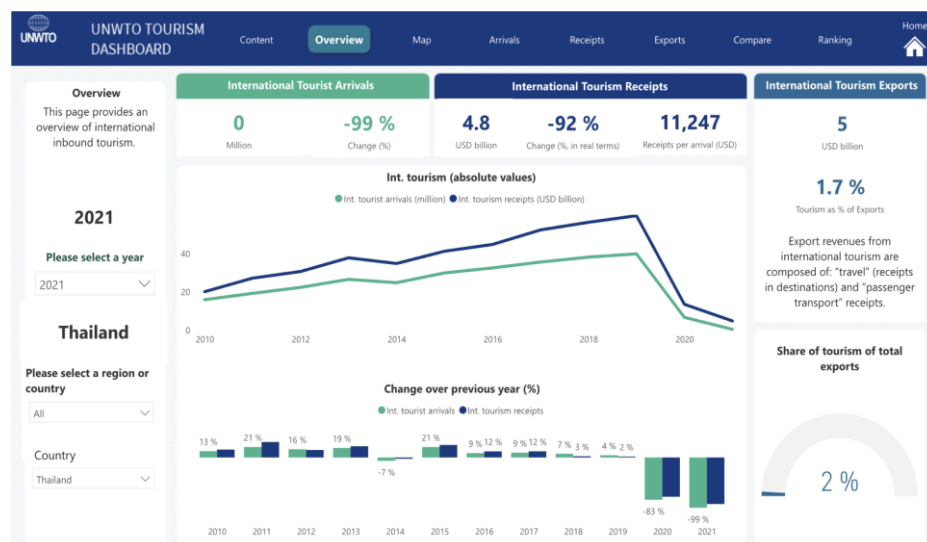
2023

“Digital Wellness & Healthcare Plug-in”

1. แนวคิดและวิธีดำเนินการ

จากแนวโน้มการตระหนักถึงการมีสุขภาพที่ดี (WELLNESS & HEALTHY) ของประชาชนส่วนใหญ่และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คณะผู้จัดทำโครงการ ฯ จึงมีแนวคิดในการนำจุดเด่นของสองอุตสาหกรรมในประเทศไทย มาเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครบวงจรมากยิ่งขึ้น

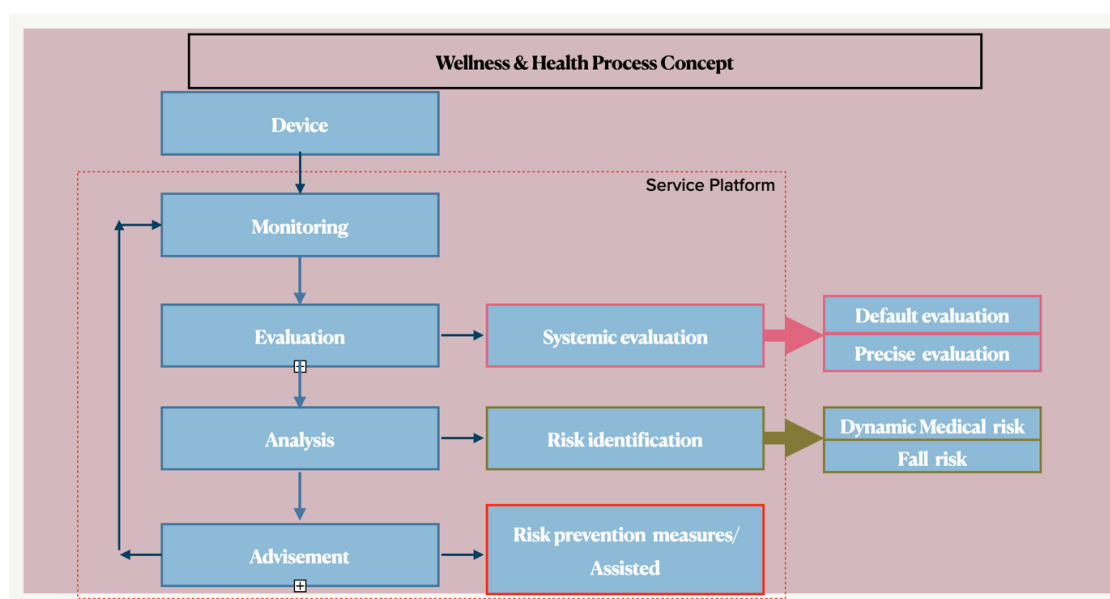
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว(Tourism Industry) ซึ่งมีจุดเด่นในเรื่องของความหลากหลายของภูมิประเทศ ศิลปะ วัฒนธรรม และอาหาร แต่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการระบาดของโรคโควิด 19 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 ซึ่งมีผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ(International Tourist) ที่เดินทางเข้าประเทศ ลดลงอย่างมาก จากข้อมูลของ United Nations World Tourism Organization(UNWTO) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยลดลงกว่า 99% มีผลทำให้รายได้ลดลงราว 92% (ตามภาพที่ 1)และเมื่อสถานการณ์การระบาดของโรคดีขึ้น จึงเป็น โอกาสทางธุรกิจ(Opportunity) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการดูแลสุขภาพแนวใหม่



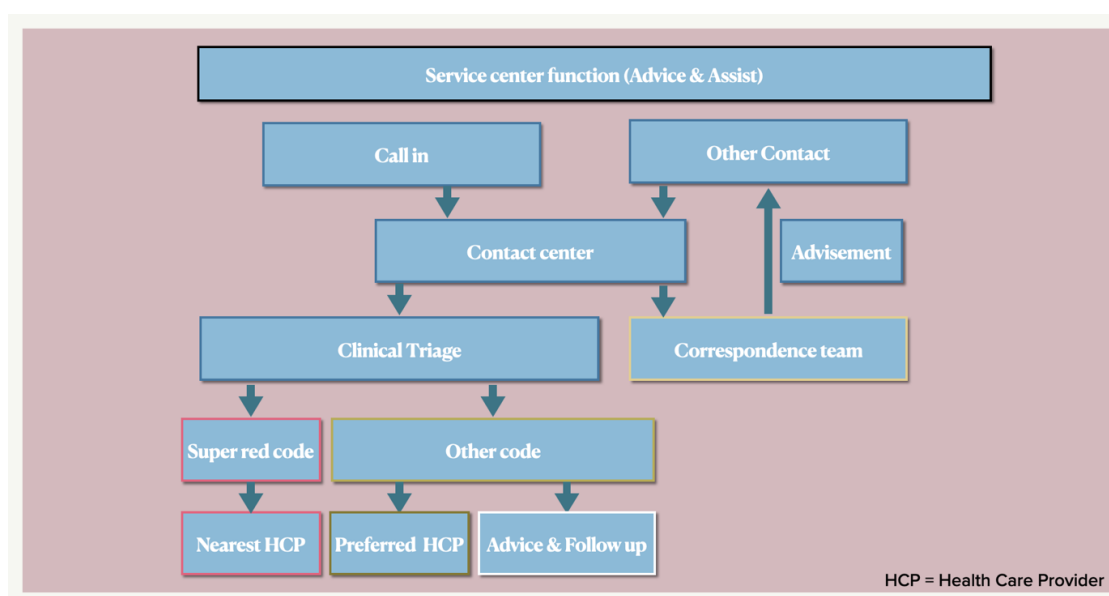
Ref: United Nations World Tourism Organization (UNWTO) dashboard ภาพที่ 1 Overview of International Inbound Tourism

โดยการนำจุดแข็งของระบบอุตสาหกรรมการแพทย์(Medical industry) มาเสริม และใช้ Platform เป็นตัวกลางให้กับผู้ให้บริการ(Software as a Service, SaaS) ซึ่งจะเป็นการ ปิดช่องว่างของทั้งสองอุตสาหกรรม ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะมีผลทำให้เกิดการพัฒนาของทั้งสองอุตสาหกรรมในประเทศอย่างก้าวกระโดด และ ทำให้ผู้ให้บริการของทั้งสองอุตสาหกรรม ทั้งภายในประเทศ และจากต่างประเทศ สามารถใช้ระบบดังกล่าว ในการที่จะแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าทางด้านสุขภาพที่สามารถจับต้องได้เป็นเชิงรูปธรรม สำหรับกลุ่มผู้ให้บริการที่ตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพ ในกลุ่มที่มีการใช้บริการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และมารับบริการทางการแพทย์ทั้งกรณีปกติ และกรณีฉุกเฉิน รวมถึงการรองรับการพัฒนาให้สอดคล้องกับ บริบทของสังคมที่เข้าสู่สังคมสูงอายุ ให้มีความปลอดภัยและมีผลทำให้ รายได้เพิ่มขึ้น

2. แนวคิดกรอบการบริการ



ภาพที่ 2.1 Conceptual frameworks of Project



ภาพที่ 2.2 Conceptual frameworks (Service Center)

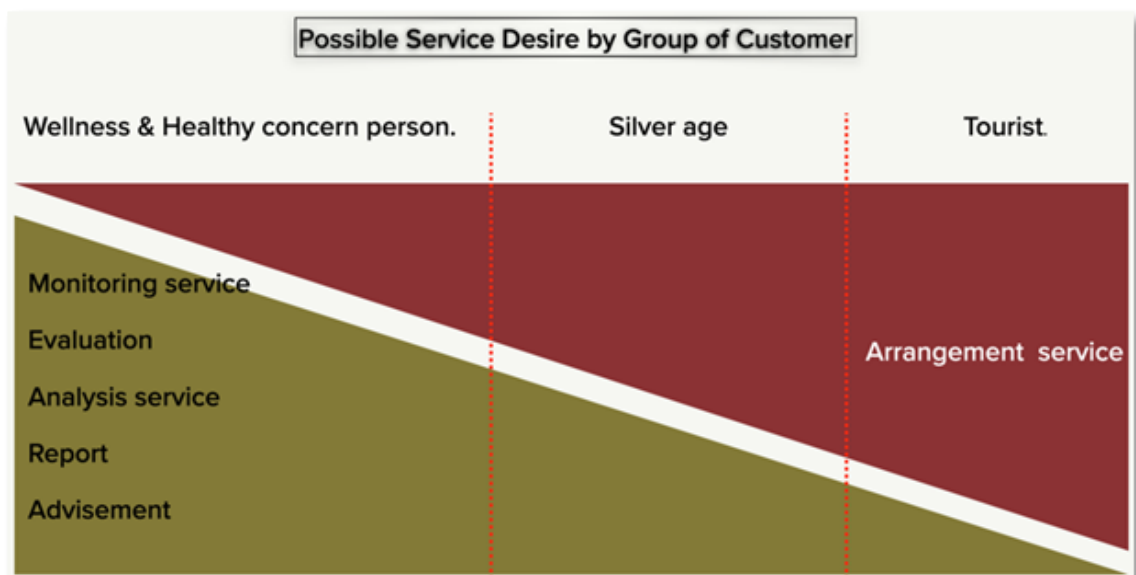
กลุ่มผู้รับบริการจะประกอบด้วยผู้รับบริการหลัก(Primary Target Customer) และกลุ่มผู้รับบริการรอง(Secondary Target Customer)

กลุ่มผู้รับบริการหลัก (Primary Target Customer) เป็นกลุ่มที่มีการติดตามและสื่อสารโดยตรงเพื่อวิเคราะห์ความแข็งแรง สมบูรณ์ของสุขภาพ ซึ่งอาจมีความต้องการที่แตกต่างกัน (Customer/Service need) ในแต่ละกลุ่มย่อย การออกแบบการให้บริการให้มีความเหมาะสม (Service Product) จึงมีความจำเป็นเช่น

1. สำหรับกลุ่มผู้ที่สนใจด้านสุขภาพ(Healthy Concern Customer) การประเมินติดตามวิเคราะห์ และแนะนำการส่งเสริมสุขภาพ จะเป็นจุดสำคัญในการติดตามความก้าวหน้าของสุขภาพที่สามารถจับต้องได้ชัดเจน(Objective measure) ร่วมกับการรู้สึกรู้ว่ามีสุขภาพดี(Subjective measure) ของผู้รับบริการเอง

2. กลุ่มสูงอายุ (Silver Age Customer) การติดตามสุขภาพ ในกลุ่มผู้รับบริการในบ้านพักผู้สูงอายุ ทั้งการประเมินสุขภาพ เป็นช่วงๆ การออกกำลังกาย การนอน ระบบการแจ้งเตือนการล้ม รวมถึงการแจ้งเตือนกับญาติ หรือผู้ดูแล ตลอดจนประสานสถานพยาบาลเพื่อรองรับการให้บริการ ด้วยการส่งข้อมูลสุขภาพเบื้องต้น และปัญหาที่ต้องการไปรับบริการไปยังสถานพยาบาลโดยตรง ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุได้รับการรักษาอย่างทันท่วงที และปลอดภัย

3. กลุ่มนักท่องเที่ยว(Tourist Customer) เป็นกลุ่มที่มีโอกาสใช้บริการสุขภาพในกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉิน หรืออุบัติเหตุมากกว่ากลุ่มอื่น การสามารถช่วยประสานสถานพยาบาลเพื่อเตรียมรับผู้ป่วย ตลอดจนสามารถส่งรพพยาบาลมารับเมื่อต้องการ จึงเป็นหน้าที่หลักของระบบที่จะให้บริการ



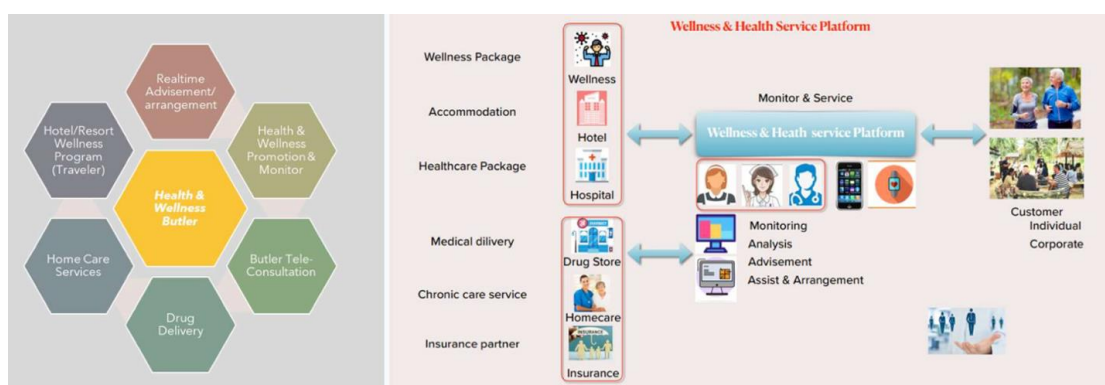
ภาพที่ 3 Service Desired by Group of Customer

กลุ่มผู้รับบริการรอง(Secondary Target Customer) จะเป็นกลุ่มที่ได้มีการติดตาม และ ประเมินสุขภาพโดยตรง แต่จะเป็นการทำงานร่วมกันเพื่อเพิ่มการใช้บริการ สำหรับในแต่ละกลุ่มย่อย เหล่านี้

1. โรงแรมหรือที่พัก ที่มีลักษณะที่จะเน้นไปทาง Wellness & Health Service รวมถึง บ้านพักผู้สูงอายุ
2. สถานพยาบาล ทั้งรัฐและเอกชน ซึ่งจะมีการแบ่งตามมาตรฐานการให้บริการ ทั้ง มาตรฐานระดับพื้นที่ และ มาตรฐานสากล จุดเด่นของสถานบริการนั้นๆ
3. Pharmaceutical Industry หรือร้านขายยา
4. การให้บริการดูแลผู้ป่วยที่บ้าน (Homecare Service)
5. บริษัทประกัน

ภาพรวมของระบบในการให้บริการจะประกอบด้วย

1. ศูนย์ประสานงาน ซึ่งจะเป็นผู้เชี่ยวชาญ และการใช้เทคโนโลยี ในการ ติดตามตัวชี้วัด ที่ส่งมาจากเครื่องมือ ให้บริการ ประมวลผล วิเคราะห์ แนะนำ ประสานงาน ในการเข้ารับบริการ ทางด้านการแพทย์ หรือโรงแรม ตามมาตรฐานสากล ตลอด 24 ชั่วโมง
2. ระบบปฏิบัติการหลัก ซึ่งมีหน้าที่เก็บข้อมูลผู้รับบริการทั้งข้อมูลทั่วไป และทางด้าน สุขภาพ ติดตามข้อมูลผู้รับบริการผ่านทาง เครื่องมือ วิเคราะห์ สภาวะสุขภาพ จัดทำรายงานเบื้องต้น อัตโนมัติ พร้อมส่งให้ผู้รับบริการ ผู้ดูแล หรือบุคคลอื่นที่ได้รับอนุมัติ
3. ระบบการสนับสนุนเป็นการประสาน ในสภาวะฉุกเฉินเพื่อให้รับบริการทาง การแพทย์ที่เหมาะสม รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ในอนาคต



ภาพที่ 4 Wellness & Health Service platform.

ลักษณะของระบบปฏิบัติการหลัก(Wellness & Health Service Platform)

1. จะมีการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานสุขภาพของผู้รับบริการ และมีการคำนวณสภาวะสุขภาพโดยรวมขึ้นต้น เป็นตัวเปรียบเทียบ เมื่อมีการลงทะเบียนใช้งานในครั้งแรก และจะมีการติดตามสภาวะผ่านทางเครื่องมือที่ติดอยู่กับตัวผู้รับบริการ มีการ
 - a. คำนวณ ประเมิน สภาวะสุขภาพ เป็นระยะตามห้วงเวลาที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ (Default Wellness Evaluation Report) แบบเฉพาะบุคคล (Precise Wellness Evaluation Report) ความเสี่ยงของสภาวะสุขภาพ ตามห้วงระยะเวลาที่เหมาะสม แบบ Dynamic risk evaluation เทียบกับสภาวะสุขภาพขึ้นต้น และมีการจัดทำรายงาน ส่งถึงผู้รับบริการอัตโนมัติ
 - b. ระบบตรวจจับการล้ม/ฉุกเฉินซึ่งเป็นสภาวะที่เป็นอันตรายอย่างยิ่งสำหรับผู้รับบริการ โดยเฉพาะผู้สูงอายุ และนักท่องเที่ยว และระบบติดตามตำแหน่งของผู้ใช้ และแนะนำการเดินทางที่เร็วที่สุด เมื่อต้องการรับความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน เมื่อเทียบกับสถานพยาบาล

ที่ใกล้สุด หรือที่ต้องการ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล และสุขภาพจะมีการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของไทย และนานาชาติ

2. ระบบจะมีการเก็บรวบรวมข้อมูลของ โรงพยาบาล ทั้งภาครัฐและเอกชนในประเทศ แบ่งมาตรฐานออกเป็น มาตรฐานรับรองภายในประเทศ(Healthcare Accreditation, HA) หรือ มาตรฐานรับรองนานาชาติ เช่น Joint Commission International(JCI), Medical

Tourism Accreditation (MTA) ความสามารถในการให้บริการ รวมถึงรายละเอียดอื่นที่จำเป็นในการเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลนั้นๆ ตามข้อมูลของ สมาคมโรงพยาบาลเอกชน (hospital Association Thailand, HAT)

3. ในส่วนข้อมูล โรงแรมหรือที่พัก จะเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน ความสะอาดสบาย ระดับของบริการ ตามข้อมูลของสมาคมโรงแรมไทย(Thai Hotel Association, THA) รวมถึง Wellness Service และข้อมูลที่เป็นจุดเด่นในการพิจารณาเลือกบริการเช่น ตำแหน่งของโรงแรม ราคา เป็นต้น



Sources: <https://marketeeronline.co/archives/218780>

ภาพที่ 5 การแบ่งสถานที่พัก

4. ตัวระบบเองจะมีการติดตาม สภาพอากาศ และมลภาวะ ตามสถานที่ต่างๆเพื่อประมวลความชื้น อุณหภูมิ และสภาวะฝุ่นเพื่อทำการแนะนำให้ผู้รับบริการพิจารณาหลีกเลี่ยงสภาวะแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมกับสุขภาพ

5. สามารถติดต่อ สื่อสารจาก Device มายัง Call Center เพื่อขอคำแนะนำ หรือช่วยเหลือจากศูนย์ติดต่อสื่อสาร(Call Center) กรณีที่มีเหตุฉุกเฉิน หรืออื่นๆ

6. ระบบติดตาม และวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อนำมาพัฒนาการให้บริการ

3. ศูนย์สื่อสาร (Call Center)

เป็นระบบการให้ความช่วยเหลือสำหรับผู้รับบริการ ในกรณีต่างๆ ซึ่งจะมีระบบปฏิบัติการสองส่วน ซึ่งประกอบด้วย

1. ระบบอัตโนมัติในการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ประจำตัว กับระบบหลัก ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสุขภาพ และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับตามวงรอบเป็นลักษณะ Default report ซึ่งจะแสดงถึงความสมบูรณ์ แข็งแรงของร่างกายในแง่ของสัญญาณชีพ(Health) การออกกำลังกาย พลังงานที่ใช้ในแต่ละวัน(Fitness) รูปแบบและเวลาในการนอน(Sleep) ความเครียด(Mindfulness, Stress) รวมถึงการประเมิน Dynamic risk evaluation เมื่อมีการติดตามข้อมูลตามช่วงเวลา มีการจัดทำระบบรายงานสุขภาพส่งไปยังผู้รับบริการ โรงพยาบาล และหรือผู้ดูแลโดยเฉพาะกรณีผู้รับบริการเป็นกลุ่ม Silver age ทั้งแบบรายบุคคล และภาพรวมของกลุ่มผู้รับบริการตามที่กำหนด หรือตามระยะเวลาที่กำหนด

2. ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์ มีหน้าที่หลักคือประเมินความผิดปกติที่มีการแสดงจากค่าสัญญาณชีพที่มีการส่งมา เมื่อแสดงค่าผิดปกติ และการประเมินความต้องการความช่วยเหลือเมื่อมีการประสานจากผู้รับบริการตามมาตรฐาน (Emergency Severity Index, ESI) เพื่อประเมินความเร่งด่วนของความต้องการในการรับการรักษา ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ

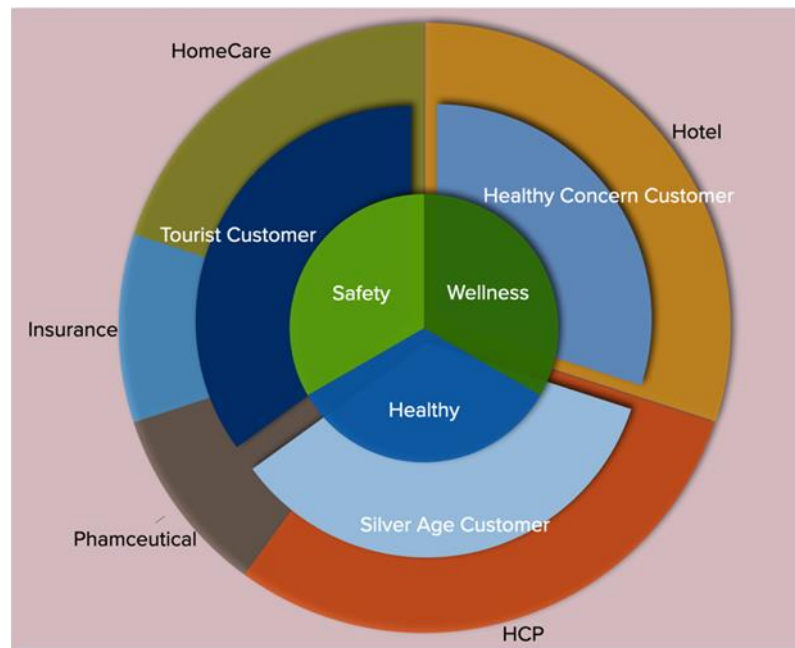
a. ระดับที่ 1 (Super red) ในกรณีที่ต้องการการรักษาอย่างรีบด่วน ระบบจะทำการวิเคราะห์ หาดำเนินการโรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุดกับผู้รับบริการ และทำแผนที่การเดินทางเพื่อใช้ในการเดินทางใกล้ที่สุด และระบบจะส่งข้อมูลผู้รับบริการและข้อมูลสุขภาพไปยังโรงพยาบาลทางระบบอัตโนมัติ เพื่อความรวดเร็วในการให้การรักษายาบาล

b. ระดับที่ 2 (Red) ในกรณีที่ผู้ป่วยต้องการรับบริการทางการแพทย์ แต่ประเมินแล้ว อาการไม่รีบด่วน ระบบ จะดำเนินการทำแผนที่การเดินทาง (routing) ไปยังโรงพยาบาลตามที่ระบุตามความต้องการ (Preferred Hospital) และระบบจะส่งข้อมูลผู้รับบริการ และข้อมูลสุขภาพไปยังโรงพยาบาลทางระบบอัตโนมัติ เพื่อความรวดเร็วในการให้การรักษายาบาล

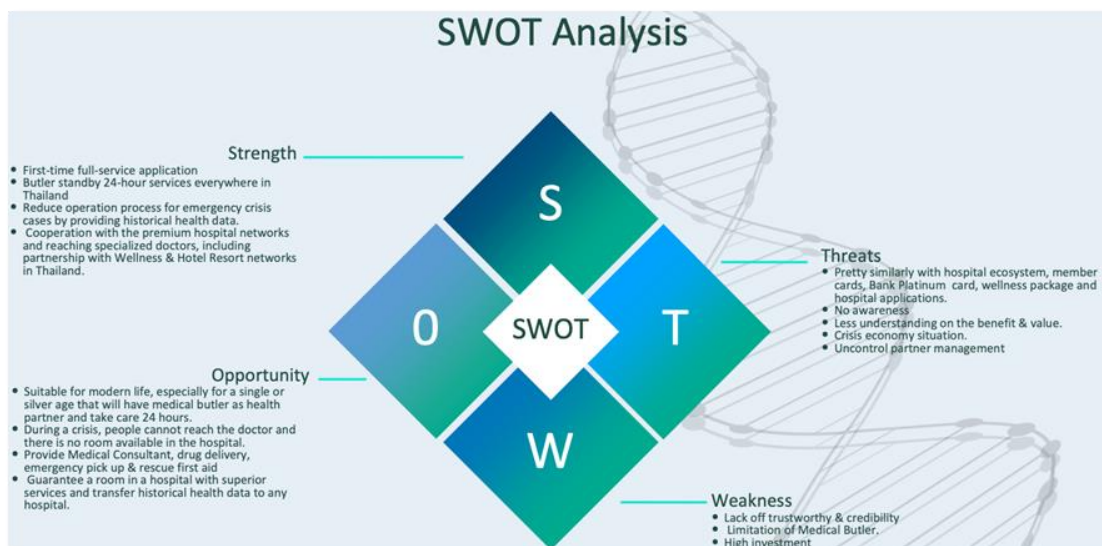
c. ระดับที่ 3 (yellow) ในกรณีที่ผู้ป่วยมีอาการที่ไม่จำเป็นต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล พยาบาลประจำศูนย์ มีหน้าที่ให้คำแนะนำ และติดตามอาการตามเวลาที่กำหนด

d. ระดับที่ 4 (Green & white) บริการให้คำแนะนำ

e. ในอนาคตถ้าผู้รับบริการต้องการบริการทางการแพทย์ ที่ที่พัก ระบบจะส่งผู้เชี่ยวชาญไปดูแล และจัดทำระบบการบันทึกความก้าวหน้าเพื่อให้สามารถติดตาม และควบคุมมาตรฐานการดูแลได้ รวมถึงการจัดส่งยาตามความต้องการจากร้านขายยาในระบบ ที่ใกล้ที่สุด



ภาพที่ 6 ระบบนิเวศระบบติดตามสุขภาพ และความสมบูรณ์ของสุขภาพ



ภาพที่ 7 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงาน (SWOT Analysis)

4. การประเมินปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินการ (SWOT Analysis)

4.1 Strength

- a. First time 24/7 full service
- b. Reduce operation process for emergency/crisis case

4.2 Weakness

- a. Lack of trustworthiness & creditability
- b. High investment

4.3 Opportunity

- a. Suitable for modern life with subjective health & wellness data evaluation.
- b. Wide range of services for the silver age service center.
- c. Synergizing among healthcare strength & Tourist industry opportunity.

4.4 Threat

- a. Crisis economy situation.
- b. No awareness.
- c. Less understanding of the benefit & value.

5. โครงสร้างทางการเงิน

5.1 ประมาณการขั้นต้น ประกอบด้วย

- 1) ประมาณการค่าใช้จ่ายบุคลากร เมื่อมีการจัดตั้งบริษัทเต็มรูปแบบ
- 2) ประมาณการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบขั้นต้น
- 3) ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- 4) ระยะเวลาในการดำเนินการจนถึงจุดคุ้มทุน

	Total Average / Month	Management & Senior Level						Specialist (5 hrs/day : with 8 days off/mth)			Operations		Outsources			
		CEO	M.D.	MKT & Sales Manager	Operation Manager	HR Manager	Finance Manager	Doctor	Tele-Consultants	Butler	Marketing Executive	Accountant	Brand & Marketing Consultant	IT Management	Lawyer	Messenger
Total Salary	1,965,000	250,000	200,000	120,000	100,000	80,000	100,000	88,000	50,000	40,000	30,000	30,000	100,000	120,000	50,000	15,000
Total Social Contribution (2%)	33,600	5,000	4,000	2,400	2,000	1,600	2,000	1,760	1,000	800	600	600				
Total Management & Staff	25	1	1	1	1	1	1	5	3	3	2	2	1	1	1	1
Total Resources Investment	1,998,600	255,000	204,000	122,400	102,000	81,600	102,000	448,800	153,000	122,400	61,200	61,200	100,000	120,000	50,000	15,000

Remark: Change salary of Call Center Team from 40,000 x 3 pax to 50,000 x 3 pax

Resources	Total Year
Total Salary	23,580,000
Total Social Contribution (2%)	403,200
Total Management & Staff	25
Total Resources Investment	23,983,200

ภาพที่ 8 ประมาณการค่าใช้จ่ายบุคลากร ต่อเดือน เมื่อมีการจัดตั้งบริษัทเต็มรูปแบบ

IT & Application Platform	Total Year	Total Month	Developing	Maintenance	# Mth	Total Estimate Expense	Noted
Platform Developing (Applicaton+Website+Call Center)			5,000,000	10,000.00	12	120,000	1 time cost + monthly cost
Wifi & Network			10,000	5,000.00	12	60,000	1 time cost + monthly cost
Host and Storage rental				50,000.00	12	600,000	monthly
Computer & Device			450,000	50,000.00	4	200,000	quarterly (Jan/Apr/Jul/Oct)
Device Accessories				5,000.00	12	60,000	monthly
Device for monitoring			375,000,000	0	1	0	@2,500 THB/unit x 150,000 units
Rights			50,000	0	1	0	1 time cost
Total IT Investment	380,630,000	120,000	380,510,000	120,000		1,040,000	
Operational Expenses							
office rental cost				150,000	12	1,800,000	@ 1,000/sq.m.x150 sq.m.
Decoration			1,500,000			0	1 time cost
Communication Access Fee				20,000	12	240,000	monthly
Office administration cost				10,000	12	120,000	monthly
Training courses				50,000	3	150,000	monthly
Research / Survey				500,000	2	1,000,000	Twice times (Oct / Mar)
Traveling				50,000	12	600,000	monthly
Miscellaneous				10,000	12	120,000	monthly
Total Info & Admin Investment	2,290,000.00	790,000	1,500,000	790,000		4,030,000	
Grand Total Investment	406,903,200.00	2,908,600					

Remark: Reduce Platform Developing from 8 million to 5 million THB, Add cost of Device for Monitoring 150,000 units

Caution: We need to negotiate to reduce the cost of the device for monitoring to save our investment and gain more profit.

ภาพที่ 9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการพัฒนา และการดำเนินงานขั้นต้น

5.2 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการพัฒนา และดำเนินการขั้นต้นประกอบด้วย

- 1) การประมาณการขั้นต้น สำหรับการพัฒนาระบบ
- 2) การประมาณการขั้นต้น สำหรับ ศูนย์ประสานงานโดยผู้เชี่ยวชาญ
- 3) การประมาณการสำหรับ สำหรับสำนักงาน และอุปกรณ์สำนักงาน
- 4) การประมาณการต้นทุน อุปกรณ์ในการติดตามสัญญาณชีพ

6. การประมาณการรายได้

แบ่งผู้รับบริการเป็นสองส่วน ประกอบด้วย

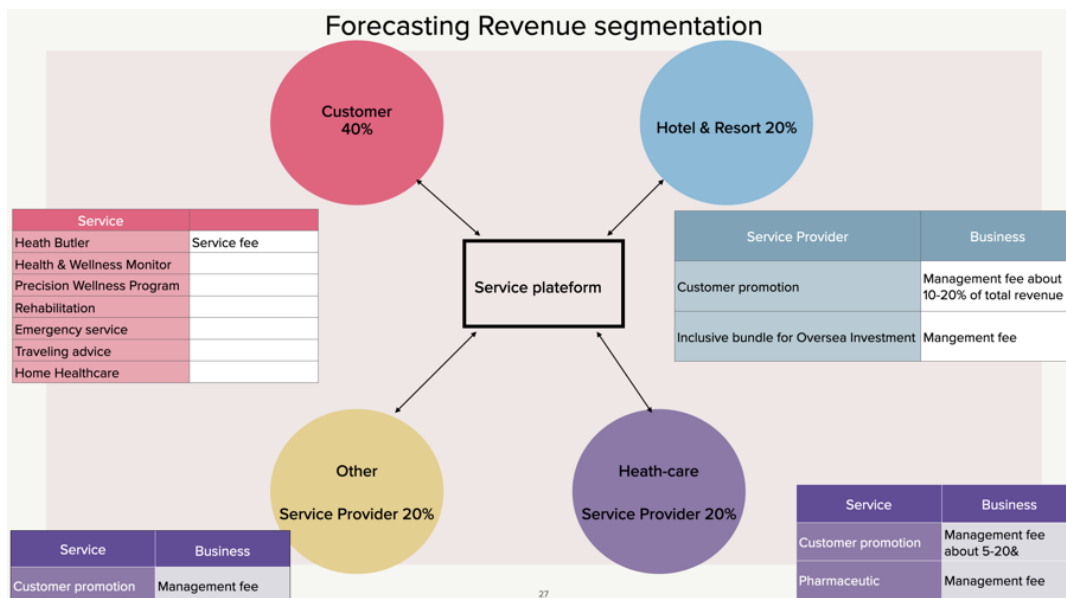
1. กลุ่มผู้รับบริการที่มีลักษณะเป็นองค์กร
2. กลุ่มผู้รับบริการบุคคล Primary customer ประมาณ 40% ของรายรับ
 - a. รายได้จากกลุ่มผู้รับบริการภายในประเทศจาก Health concern customer, Silver age group
 - b. รายได้จากกลุ่มผู้รับบริการต่างประเทศ (tourist)
 - c. จากการสมัครใช้บริการ และบริการเสริม
3. รายได้จากองค์กร ที่มีการส่งเสริมการขายทางอ้อมจาก secondary customer
 - a. โรงพยาบาล(Healthcare Provider) ประมาณ 20% ของรายรับ
 - b. โรงแรม หรือ รีสอร์ท (Wellness Hotel/Resort) ประมาณ 20% ของรายรับ
 - c. ร้านขายยา(Pharmaceutical/Drug Store)
 - d. Chronic Home Care
 - e. Other third-party payers เช่นบริษัทประกัน

สัดส่วนรายได้เป็นการประมาณการรายได้ ในส่วนของกิจกรรมการบริหาร (Management Fee) ในการส่งผู้ป่วยไปยังสถานประกอบการ หรือใช้บริการอาจมีสัดส่วนแตกต่างกัน เช่นใน Healthcare provider จะมี Management Fee ประมาณ 5-20% ของ Total bill ของการใช้จ่ายของผู้รับบริการ

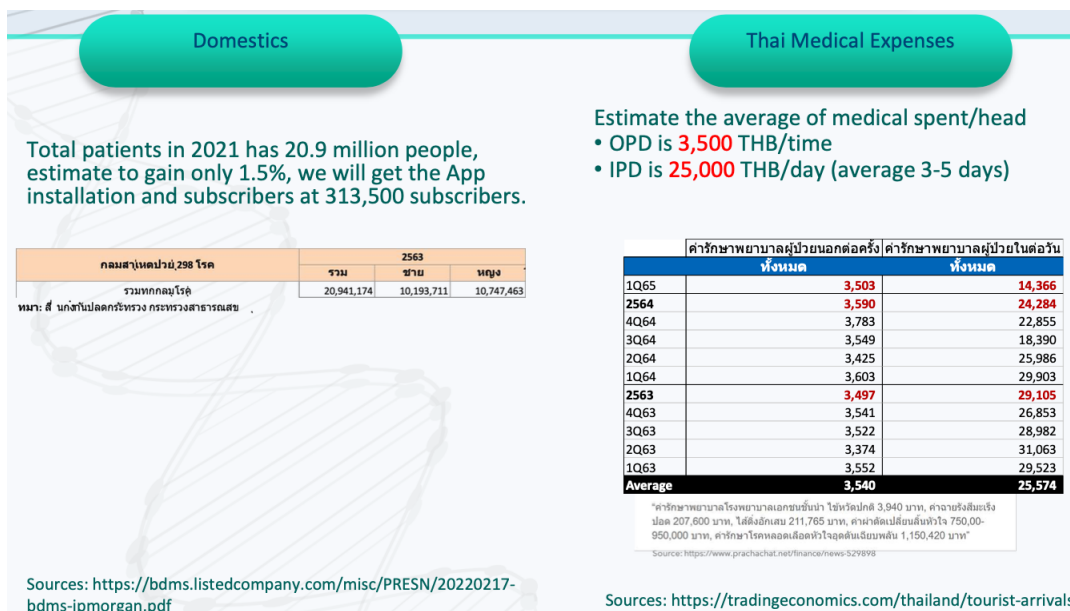
ส่วนในด้านโรงแรมอาจมี Management Fee รว 10-20% ของ Total bill ของการใช้จ่ายของผู้รับบริการ

ส่วนรายได้จากการใช้บริการอื่นๆอีกราว 20% ของ Total bill ของการใช้จ่ายของผู้รับบริการ

การประมาณการสัดส่วนรายได้



ภาพที่ 10 ประมาณการสัดส่วนรายได้



ภาพที่ 11 ประมาณการจำนวนผู้รับบริการภายในประเทศ และค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการทางการแพทย์

Sources of Revenue		Minimum Forecast					
		Avg. % share	Est. Min. Spend/month	Est.Min Transaction/month	Est.Min.Total Revenue Sharing/month	Est.Min.Total Revenue / 6 months	Est.Min.Total Revenue/Year
1	Subscription fee (from App installation)	100%	3,000	16,500	49,500,000	297,000,000	594,000,000
2	Management fee of Healthcare Provider (Transfer case)	11%	3,590	800	315,920	1,895,520	3,791,040
3	Management fee of Homecare services	10%	18,000	80	144,000	864,000	1,728,000
4	Management fee of Pharmaceutical	10%	2,154	270	58,158	348,948	697,896
Estimate Total Revenue					50,018,078	300,108,468	600,216,936

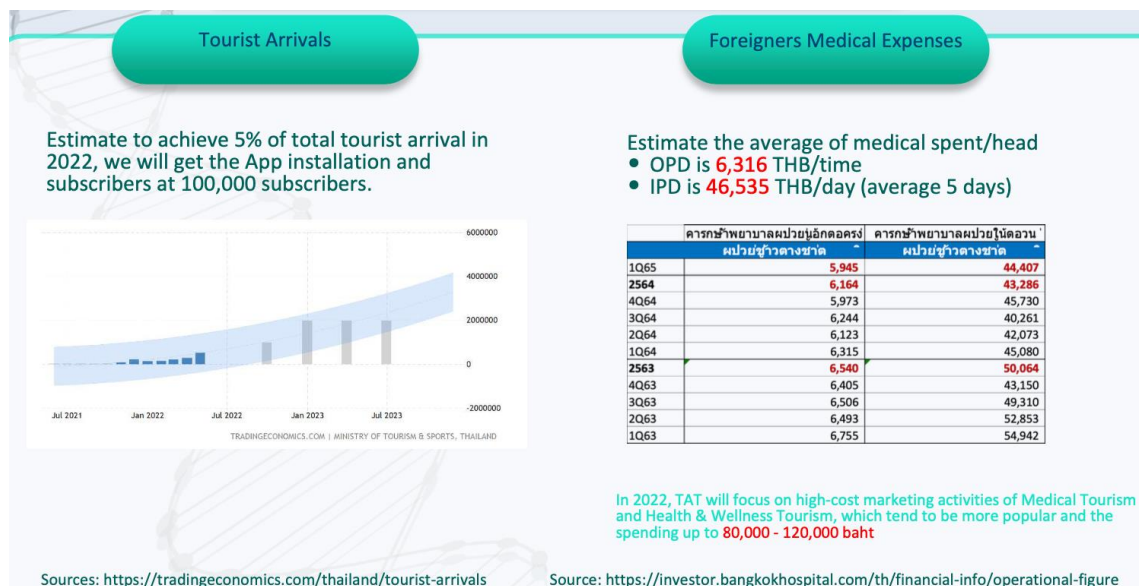
Sources of Revenue		Maximum Forecast					
		% of share	Est. Max. Spend/month	Est.Max Transaction/month	Est.Max.Total Revenue Sharing/month	Est.Max.Total Revenue/6 months	Est.Max.Total Revenue/Year
1	Subscription fee (from App installation)	100%	3,000	25,000	75,000,000	450,000,000	900,000,000
2	Management fee of Healthcare Provider (Transfer case)	11%	870,000	800	76,560,000	459,360,000	918,720,000
3	Management fee of Homecare services	10%	40,000	80	320,000	1,920,000	3,840,000
4	Management fee of Pharmaceutical	10%	435,000	270	11,745,000	70,470,000	140,940,000
Estimate Total Revenue					163,625,000	981,750,000	1,963,500,000

Noted:

- All are estimated based on the information on news releases and websites.
- Adjusted the subscription fee from 500 THB to 3,000 THB to cover device monitoring costs.
- Adjusted the subscription number based on total devices monitoring 150,000 units.
 - Minimum option: 100,000 subs for six months (average 16,500 subs/month)
 - Maximum option: 150,000 subs for six months (average 25,000 subs/month)

From estimate total patient 100,000 pax/6 months (16,500 pax/month)
 From estimate 70% of total patients IPD in 2021 = 1,160 pax/month (800 pax/month)
 From estimate 0.5% of total silver age population in 2022 = 16,774 pax (80 pax/month)
 From estimate 30% of total patients OPD in 2021 = 900 pax/month (270 pax/month)

ภาพที่ 12 ประมาณการสัดส่วนรายได้ จากผู้รับบริการชาวไทย



ภาพที่ 13 ประมาณการนักท่องเที่ยวต่างชาติ และค่าใช้จ่ายในการรับบริการทางการแพทย์ของชาวต่างชาติ

ภาพที่ 14 ประเมินการมีส่วนร่วมรายได้จากผู้รับบริการชาวต่างชาติ

ภาพที่ 15 การคาดคะเนรายได้ของการดำเนินการและจัดคัมทุน

รายละเอียดทางการเงินอาจต้องมีการปรับปรุงให้เข้าใกล้กับความเป็นจริงมากกว่านี้ ตามความสามารถในการแข่งขัน และ Brand perception

7. ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย สำหรับผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติให้สามารถเข้าถึงการบริการทางการแพทย์ได้อย่างรวดเร็วเมื่อจำเป็น
2. สามารถส่งเสริมให้มีการดูแลสุขภาพ สำหรับบุคคลทั่วไป ที่ตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพ ด้วยการมีตัวชี้วัดด้าน สุขภาพ(Health & wellness) ที่ชัดเจน อย่างสม่ำเสมอ
3. สามารถสนับสนุนธุรกิจ การดำเนินงาน ติดตามสุขสภาวะ ของกลุ่ม Silver Age โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบ้านพักหรือกลุ่มบ้านพัก ในภาพรวมและรายบุคคล ตลอดจนสามารถตรวจจับการล้มที่เป็นสาเหตุ ของการเสียชีวิตหลัก ประสานเพื่อให้บริการให้บริการทางการแพทย์ได้อย่างรวดเร็ว เป็นระบบหลังบ้านในการสนับสนุนกิจการที่พักผู้สูงอายุทุกระดับ ซึ่งกำลังมีการขยายตัวอย่างมาก ได้อย่างปลอดภัย
4. เพื่อส่งเสริมการสร้างเครือข่าย อุตสาหกรรม Wellness tourism & Medical tourism
5. ส่งเสริมให้เกิดการประสานระหว่าง Healthcare industry ด้านอื่นๆ เช่น Pharmaceutical industry กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อลดช่องว่างการให้บริการ
6. ในอนาคตสามารถเพิ่มบริการ
 - a. การปรึกษาทางไกลเพื่อการดูแล แนะนำสุขภาพเบื้องต้น
 - b. ดูแลผู้ป่วยเรื้อรังที่บ้านด้วยบุคลากรที่เชื่อถือได้ และเป็นมาตรฐาน
 - c. การประสานระหว่างระบบกับบริษัทประกัน เพื่อให้เกิดการดูแลที่ครบวงจร

บรรณานุกรม

1. Medical Tourism. (2020). <https://www.Medicaltourism.Com/Mti/Mti-Construct>. <https://www.medicaltourism.com/mti/mti-construct>
2. Tourism Dashboard. (2021). <https://www.Unwto.Org/Tourism-Data/Country-Profile-Inbound-Tourism>. <https://www.unwto.org/tourism-data/country-profile-inbound-tourism>
3. International Tourism Data and Covid-19. (2022). <https://www.Unwto.Org/Tourism-Data/International-Tourism-and-Covid-19>. <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>
4. Yearly tourist arrival. (2021). <https://www.Thaiwebsites.Com/Tourism.Asp>. <https://www.thaiwebsites.com/tourism.asp>
5. In Sickness and In Health: How Health Perceived Around the World. (2022). <https://www.Mckinsey.Com/Mhi/Our-Insights/in-Sickness-and-in-Health-How-Health-Is-Perceived-around-the-World?Cid=other-Eml-Alt-Mip-Mck&hdpid=b1270e01-9d90-49c9-890d1537f317a5c0&hctky=11915121&hlkid=f56e8dd0c9e949d681a6c00e47b503d6>. <https://www.mckinsey.com/mhi/our-insights/in-sickness-and-in-health-how-health-is-perceived-around-the-world?cid=other-eml-alt-mip-mck&hdpid=b1270e01-9d90-49c9-890d-1537f317a5c0&hctky=11915121&hlkid=f56e8dd0c9e949d681a6c00e47b503d6>
6. Road. (2021). <https://App.Powerbi.Com/View?r=eyJrJoiNDhmMDhhNWEtNmUxMy00MWZjLThiNDItNTZmOWU1OGJhODc0liwidCI6IjBiNTRkMTRLLTMtYkktNGEYMC1iOTVhLTgzMWQ0ZTQ5MmE5NyIsImMiOjEwfQ%3D%3D>. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrJoiNDhmMDhhNWEtNmUxMy00MWZjLThiNDItNTZmOWU1OGJhODc0liwidCI6IjBiNTRkMTRLLTMtYkktNGEYMC1iOTVhLTgzMWQ0ZTQ5MmE5NyIsImMiOjEwfQ%3D%3D>

ZmOWU1OGJhODc0liwidCI6IjBiINTRkMTRLLTMyYTktNGEyMC1iOTVhLTgzMWQ0ZTQ5MmE5NyIsImMiOjEwfQ%3D%3D

7. Global Wellness Ranking. (2021).

<https://Globalwellnessinstitute.Org/Industry-Research/2022-Global-Wellness-Economy-Country-Rankings/>. <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2022-global-wellness-economy-country-rankings/>

8. From Facility to Home. (2022).

<https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/from-facility-to-home-how-healthcare-could-shift-by-2025>.
<https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/from-facility-to-home-how-healthcare-could-shift-by-2025>

9. Consumer Prices are Rising Fast. (2022). Complete All Required Fields to Correctly Cite This Source. (2022).

<https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/consumer-prices-are-rising-fast-and-healthcare-isnt-far-behind>.
<https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/consumer-prices-are-rising-fast-and-healthcare-isnt-far-behind>.
<https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/consumer-prices-are-rising-fast-and-healthcare-isnt-far-behind>

10. The Future of Healthcare. (2021).

<https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/the-future-of-healthcare-value-creation-through-next-generation-business-models>. <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/the-future-of-healthcare-value-creation-through-next-generation-business-models>

11. Telehealth. (2020). The Future of Healthcare. (2021).

<https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/telehealth>

Insights/the-Future-of-Healthcare-Value-Creation-through-next-Generation-Business-Models. <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/the-future-of-healthcare-value-creation-through-next-generation-business-models>. <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/telehealth-a-quarter-trillion-dollar-post-covid-19-reality>

12. How to Thrive in the Global Wellness Market. (2020).

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/how-to-thrive-in-the-global-wellness-market>

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/how-to-thrive-in-the-global-wellness-market>

13. Feeling Good: The Future of \$1.5 Trillion Wellness Market (2021). McKinsey. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/feeling-good-the-future-of-the-1-5-trillion-wellness-market>

14. Prioritizing Health; A Prescription for Prosperity. (2020). McKinsey. <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/prioritizing-health-a-prescription-for-prosperity>

15. Global Health Security Index: Country Ranking View of Index Results. (2021). Global Health Security Index. <https://www.ghsindex.org>

16. ยุทธศาสตร์การพัฒนอุตสาหกรรมไทย 4.0. (2559). กระทรวงอุตสาหกรรม. <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2017/20171207-MinistryofIndustry.pdf>

17. Wellness Hotel & Spa Guide. (2022). Destination Deluxe. <https://destinationdeluxe.com/hotel-and-spa/>

18. 6 Issues Shopping the Future of Global Healthcare in 2022. (2022). World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2022/02/global-healthcare-2022-mental-health/>

19. Clinician of The Future: a 2022 report. (2022). Elsevier.Com. <https://www.elsevier.com/connect/clinician-of-the-future>

20. 2022 Global Healthcare Outlook: Are we finally seeing the long-promised transformation? (2022). Wwww2. Deloitte.Com.
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Life-Sciences-Health-Care/gx-health-care-outlook-Final.pdf>
21. Stress Monitoring and Advancements in Wearable Biosensors. (2020). Frontiers. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fbioe.2020.01037/full>
22. Stress Wearables: Best Devices that Monitor Stress and How They Work. (2011). Wearable. <https://www.wearable.com/health-and-wellbeing/stress-monitoring-wearables-explained-7969>
23. Thailand Tourism Statistics. Tourist Arrivals from 2000 till 2022. Influence of Epidemics (including Covid-19), Political Events (Military Coup), Floods and Environmental Factors, Economic Downturn. (n.d.). Retrieved September 11, 2022, from <https://www.thaiwebsites.com/tourism.asp>

รายนามของสมาชิกกลุ่มโครเมียม (Chromium: Cr)

1. คุณสมนึก ตันขเทอดธรรม
2. รองศาสตราจารย์ ดร. อุไรพรรณ เจนวาณิชยานนท์
3. รองศาสตราจารย์ ดร. ยาใจ สิทธิมงคล
4. พันเอก ดร. รอยบุญ เลาะห์วิไล
5. คุณเสาวลักษณ์ ฉัตรลัมย์
6. คุณจรัสพงศ์ ลำซำ
7. คุณจิรัญญา ประชาเสรี
8. พันโท นายแพทย์โชคชัย สุวรรณกิจบริหาร
9. คุณณิชา วิริยานนท์
10. แพทย์หญิงทัศนีย์ ตันติฤทธิศักดิ์
11. คุณธมนวรรณ วิจิต
12. คุณรัชพล ปรีชาหาญ
13. คุณปฎิมาพร ซาฮิบ
14. คุณพรมพร เหลืองหิรัญ
15. คุณรมณ วสุศุทธิกุลกานต์
16. นายแพทย์สมชาย แสงกิจพร
17. คุณโสเมรสา พงษ์เพิ่มพฤษ
18. คุณอริชฐาน องค์กรพิเชฐเมธา
19. คุณอภิสิทธิ์ อีรภาพรุ่งโรจน์
20. นายแพทย์อัศวฐาน จิตนุยานนท์