

โครงการ Wellnest: Senior Wellness & Lifestyle Community

1. บทนำ

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเชิงประชากรครั้งใหญ่ที่เรียกว่า “สังคมผู้สูงอายุ” (Aging Society) ซึ่งเป็นผลจากอัตราการเกิดที่ลดลงอย่างต่อเนื่องควบคู่กับการยืนยาวของประชากร ด้วยสัดส่วนของประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปที่มีมากกว่า 20% ของประชากรทั้งหมด ประเทศไทยจึงถูกจัดให้เข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์” (Aged Society) อย่างเป็นทางการ และมีแนวโน้มจะก้าวสู่ “สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด” (Super-aged Society) ภายในปี พ.ศ. 2574 ซึ่งจะมีผู้สูงวัยเกิน 28% ของประชากรทั้งหมด

เมื่อกลุ่มคนวัย 45 ปีขึ้นไปกลายเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ความต้องการในการมีชีวิตที่มีคุณภาพสูงทั้งทางกาย จิตใจ และสังคมจึงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มประชากรนี้ส่วนใหญ่ยังคงมีศักยภาพในการทำงาน มีรายได้ มีเวลา และมีความพร้อมที่จะลงทุนใน “คุณภาพชีวิต” ของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่ครอบครัวขยายถูกแทนที่ด้วยครอบครัวเดี่ยว ลูกหลานแยกบ้านและมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้ผู้สูงวัยจำนวนมากต้องการพื้นที่และกิจกรรมเฉพาะสำหรับตนเอง ไม่ใช่เพียงเพื่อดูแลสุขภาพเท่านั้น แต่ยังต้องการพื้นที่ที่ช่วยเติมเต็มความสัมพันธ์ ความสุข และเป้าหมายชีวิตในช่วงวัยที่เปลี่ยนผ่านหลังวัยทำงาน ในขณะที่เดียวกัน อุตสาหกรรม Wellness ทั้งในระดับโลกและในประเทศไทยกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะแนวคิด “Active Aging” ที่เปลี่ยนมุมมองจากการดูแลผู้สูงอายุแบบพึ่งพิง ไปสู่การเสริมพลังและส่งเสริมศักยภาพผู้สูงวัยให้ยังคงมีบทบาทในสังคม ด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งการออกกำลังกาย การเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ การทำสมาธิ ไปจนถึงการพบปะสร้างเครือข่ายทางสังคม สิ่งเหล่านี้คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยดีขึ้นอย่างแท้จริง

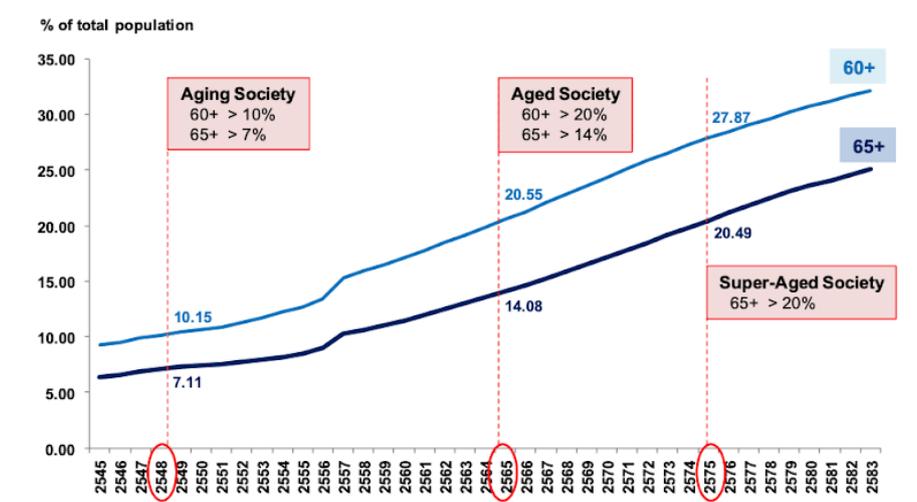
อย่างไรก็ตาม การให้บริการด้านสุขภาพและ Wellness สำหรับกลุ่มวัย 45 ปีขึ้นไปในประเทศไทย ยังคงกระจุกกระจาย ไม่ครอบคลุมในลักษณะที่บูรณาการและเจาะจงตามความต้องการเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่ม Wellness Clinic และ Fitness Club ส่วนใหญ่เน้นเฉพาะการรักษาหรือบริการเฉพาะทาง ขณะที่ Retirement Home หรือศูนย์ดูแลผู้สูงวัยก็ไม่ได้ตอบโจทย์กลุ่มที่ยังแอกทีฟและมองหาความหมายในชีวิต ด้วยเหตุนี้ Wellnest จึงถือกำเนิดขึ้นในฐานะต้นแบบของ “Senior Wellness & Lifestyle Community” แห่งแรกในประเทศไทย ที่ผสมผสานการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมเข้ากับประสบการณ์ชีวิตที่มีความหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับคนวัย 45 ปีขึ้นไป ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงของการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต และมองหาเป้าหมายใหม่ให้กับตนเอง

Wellnest ไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ออกกำลังกายหรือศูนย์สปา แต่เป็น “Life Hub” ที่ออกแบบอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อส่งเสริมสุขภาวะกาย-ใจ-สังคม ผ่านบริการ Wellness Program ที่มีความยืดหยุ่น บริการที่ปรับแต่งตามความต้องการรายบุคคล (Personalized Service) การจัดกิจกรรมเวิร์กช็อปเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการเชื่อมโยงสังคมคุณภาพในกลุ่มผู้สูงวัย ภายใต้แนวคิดที่เน้น “ชีวิตที่มีคุณภาพหลังวัย 45” Wellnest จึงไม่เพียงเป็นโครงการเชิงพาณิชย์เท่านั้น หากแต่เป็นแบบจำลองของระบบนิเวศใหม่ทางสังคมที่ผสมผสานแนวคิดเชิงสุขภาพ เศรษฐกิจ และความสัมพันธ์เข้าด้วยกัน โดยมีเป้าหมายในการสร้างคุณค่าร่วมทั้งต่อตัวสมาชิก ชุมชน และเศรษฐกิจในภาพรวม

2. ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ (Business Context & Opportunity Analysis)

ประเทศไทยในปัจจุบันกำลังเผชิญกับปรากฏการณ์ "ประชากรสูงวัย" อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากการพัฒนาทางการแพทย์ การเข้าถึงบริการสาธารณสุข และพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ประชากรมีอายุยืนยาวขึ้น และอัตราการเกิดลดลงอย่างต่อเนื่อง ปรากฏการณ์นี้นำไปสู่โครงสร้างประชากรที่เริ่มเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ กลายเป็นหนึ่งในความท้าทายเชิงเศรษฐกิจ สังคม และนโยบายระดับชาติ

ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Aged Society) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โดยในปี 2565 มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่า 20% ของประชากรทั้งหมด และคาดว่าจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super-aged Society) ในปี พ.ศ. 2575 ซึ่งมีผู้สูงอายุเกิน 28% ของประชากรทั้งหมด



รูปภาพที่ 1: แนวโน้มประชากรสูงวัยในประเทศไทย (พ.ศ. 2545–2583) (Business day, 2019)

นอกจากกลุ่มผู้สูงวัยที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วแล้ว ยังมีกลุ่มประชากรที่เรียกว่า "Pre-senior" หรือวัยใกล้เกษียณ (อายุ 45–59 ปี) ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่มีศักยภาพสูงในการบริโภคด้านสุขภาพ การท่องเที่ยว การเรียนรู้ และการเข้าสู่ระบบการดูแลสุขภาพแบบเชิงป้องกัน (Preventive Care) กลุ่มนี้ส่วนใหญ่ยังทำงาน มีรายได้ดี มีทรัพย์สิน และกำลังมองหาเป้าหมายใหม่ในชีวิตหลังวัยทำงาน ถือเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่ถูกตอบสนองอย่างเพียงพอ จากการศึกษาของ Global Wellness Institute (2023) ระบุว่า กลุ่ม Wellness Lifestyle Real Estate และ Preventive Health Services มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 6–8% ต่อปี โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว

แนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่ม Pre-senior และ Senior ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันสะท้อนถึงความต้องการใหม่ที่แตกต่างจากอดีตอย่างชัดเจน คนกลุ่มนี้ไม่ได้มองว่าตนเองเป็น "ผู้สูงวัยที่รอการดูแล" อีกต่อไป แต่กลับต้องการใช้ชีวิตอย่างแอคทีฟ ต้องการมีพื้นที่ของตนเอง ได้พบปะเพื่อนฝูงใหม่ ๆ มีกิจกรรมเรียนรู้และพัฒนาตัวเอง มีเวลาให้กับสุขภาพ และที่สำคัญคือการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า (Purposeful Living)

จากรายงานของ Global Wellness Economy Monitor (2023) มูลค่าตลาด Wellness ทั่วโลกอยู่ที่ 4.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2022 และคาดว่าจะขยายตัวต่อปี 7 ล้านล้านดอลลาร์ภายในปี 2025 โดยตลาดย่อยที่เติบโตเร็วที่สุดได้แก่ Wellness Real Estate (เติบโต 22% ต่อปี) และ Personalized Health (เติบโต 15% ต่อปี)



รูปภาพที่ 2 : องค์ประกอบของเศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy) (Global Wellness Economy Monitor,2023)

ในประเทศไทย ตลาด Wellness กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่ พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพเสริมและฟิตเนส เพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 10-15% ในกลุ่มผู้มีรายได้ระดับกลางถึงสูง ทั้งนี้จากข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสุขภาพ (2566) ระบุว่ามูลค่าตลาด Wellness Tourism ของไทยอยู่ที่ประมาณ 500,000 ล้านบาท และยังมีแนวโน้มเติบโตสูง

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ Wellness ที่มีอยู่ยังขาดรูปแบบการให้บริการแบบผสมผสาน หรือที่เรียกว่า "Integrated Wellness Experience" ซึ่งเชื่อมโยงองค์ประกอบสำคัญของชีวิต ได้แก่ สุขภาพกาย สุขภาพใจ การเรียนรู้ และสังคมไว้ด้วยกัน นี่คือนวัตกรรมที่ Wellnest เข้ามาตอบโจทย์ช่องว่างดังกล่าว โดยเสนอแนวคิดของ "Wellness & Lifestyle Community" สำหรับกลุ่มวัย 45 ปีขึ้นไป ที่ต้องการพื้นที่ซึ่งมากกว่าฟิตเนส มากกว่าศูนย์สุขภาพ มากกว่าสถานที่ทำกิจกรรม แต่เป็นพื้นที่ของ "ชีวิตใหม่" ที่ผสมผสานทั้งกาย ใจ และสังคมอย่างแท้จริง

โอกาสทางธุรกิจของ Wellnest

1. ขนาดตลาดที่ชัดเจนและเติบโตต่อเนื่อง: จากประชากรไทยกว่า 70 ล้านคน มีมากกว่า 29 ล้านคนที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป หากพิจารณาเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ระดับกลางถึงสูง (ประมาณ 10%) ก็ยังมีศักยภาพมากกว่า 2-3 ล้านคนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

2. ช่องว่างในตลาดที่ยังไม่มีผู้เล่นรายหลัก: Wellness Club ทั่วไปในไทยมักเน้นการรักษาหรือการออกกำลังกายเฉพาะทาง แต่ยังไม่มีโมเดลที่รวม Wellness + Social + Education + Networking ในระดับพรีเมียมไว้ในที่เดียวกัน
3. พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงเร็วและมีกำลังซื้อ: ผู้สูงวัยยุคใหม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตแบบองค์รวม พร้อมจ่ายเพื่อบริการแบบ Personalized และ Community Experience
4. โอกาสต่อยอดเชิงกลยุทธ์ในอนาคต: Wellnest สามารถขยายไปสู่ Medical Wellness, Retirement Real Estate, Wellness Tourism หรือ Franchise Model ในหัวเมืองสำคัญของไทยได้
5. เทรนด์การเติบโตของ Wellness Economy และ Silver Economy: ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงวัยจะกลายเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่เติบโตเร็วที่สุดในโลกในช่วง 10 ปีถัดไป (UN ESCAP, 2021)
6. การสนับสนุนจากภาครัฐ: รัฐบาลไทยกำหนดให้ Wellness และ Medical Hub เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve Industry) ตามแผน Thailand 4.0 ทำให้การลงทุนในภาคส่วนนี้มีแนวโน้มได้รับการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ด้านภาษี

กล่าวโดยสรุป ความเป็นมาและแนวโน้มของสังคมผู้สูงอายุ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภควัยกลางคนและวัยเกษียณที่เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน มูลค่าการใช้จ่ายของผู้สูงอายุไทยในปี 2029 คาดว่าจะอยู่ที่ 2.2 ล้านล้านบาท โตเฉลี่ย 5.3% ต่อปี (CAGR 2024-2029) ตามจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดความจำเป็นและโอกาสในการสร้างโซลูชันใหม่ที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตหลังวัย 45 อย่างแท้จริง และ Wellnest คือการตอบสนองที่ลงตัวของบริบทนี้ ด้วยแนวคิดที่ลึกซึ้ง ครอบคลุม และเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ในระยะยาว

3. แนวคิดโครงการ (Project Concept)

ในยุคที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ "สังคมผู้สูงวัยเต็มรูปแบบ" การออกแบบบริการเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มประชากรวัย 45 ปีขึ้นไป ซึ่งการดูแลกลุ่มประชากรวัยดังกล่าวนี้ไม่เพียงเป็นเรื่องของสาธารณสุข แต่ยังเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ระดับเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงต้องเปลี่ยนมุมมองจากการดูแลแบบเดิมสู่การสร้างคุณภาพชีวิตเชิงรุก (Proactive Wellness & Lifestyle Design) ที่มองคนวัยกลางคนและวัยสูงอายุว่าเป็นกลุ่มที่ยังมีศักยภาพ มีรายได้ มีเวลา และกำลังมองหาเป้าหมายใหม่ในชีวิต

Wellnest จึงถือกำเนิดขึ้นในฐานะโมเดลต้นแบบของ "ศูนย์กลางสุขภาวะและไลฟ์สไตล์ผู้สูงวัยแบบองค์รวม" (Holistic Wellness & Lifestyle Hub) แห่งแรกในประเทศไทย ที่ไม่ใช่เพียงศูนย์ดูแลสุขภาพ แต่เป็นพื้นที่ที่เชื่อมโยงความต้องการทั้ง 3 มิติ ได้แก่ สุขภาพ (Health), ความสุข (Happiness) และความหมายของชีวิต (Purpose) ที่สามารถสร้างคุณค่า เสริมพลัง และเชื่อมโยงผู้คนอย่างมีความหมาย

3.1 กรอบแนวคิดหลักของโครงการ

เมื่อประเทศไทยก้าวสู่ "สังคมผู้สูงวัยเต็มรูปแบบ" แนวทางการดูแลสุขภาพและการใช้ชีวิตหลังวัย 45 ปีจึงต้องเปลี่ยนจากแบบทั่วไปไปสู่ การดูแลเฉพาะบุคคล (Personalized Wellness) ที่ลึกและรอบด้าน Wellnest จึง

ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็น ศูนย์กลางสุขภาพและไลฟ์สไตล์แบบองค์รวม ที่ครอบคลุมทั้งกาย ใจ สังคม การเงิน และ เป้าหมายชีวิต

Wellnest จึงถูกออกแบบให้ตอบโจทย์แบบลึกซึ้ง (Deep Personalization) ผ่านการผสมผสานข้อมูลสุขภาพ พฤติกรรม และเป้าหมายชีวิตของสมาชิกแต่ละคน โดยยึดหลัก 3 แกนสำคัญ:

- **Health** – สุขภาพแบบองค์รวมทั้งกายและจิต
- **Happiness** – ความสุขจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีความหมาย
- **Purpose** – การค้นพบและเติมเต็มเป้าหมายชีวิต

หัวใจหลักของโครงการ

Personalized Wellness Routine คือ หัวใจหลักของโครงการ ซึ่งใช้เป็น Unique Selling Point อันเป็นจุดขายหลักของ Wellnest โดยสมาชิกทุกคนจะได้รับ Smartwatch และเข้าสู่กระบวนการประเมินสุขภาพ (Health Onboarding) ที่ร่วมวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญจากหลายศาสตร์ เช่น แพทย์แผนปัจจุบัน แพทย์แผนไทย นักโภชนาการ โค้ชสุขภาพ และเทรนเนอร์ เพื่อสร้างแผนสุขภาพรายเดือนเฉพาะบุคคล และมีการปรับแผนตามผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง และสมาชิกทุกคนจะได้รับโปรแกรมสุขภาพรายเดือนที่ออกแบบเฉพาะบุคคล ซึ่งพัฒนาจาก

- ข้อมูลสุขภาพจริงที่เก็บผ่าน สมาร์ทวอตช์ ที่แจกให้สมาชิกทุกคน

สมาร์ทวอตช์ที่สมาชิกได้รับจะเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชัน Wellness App โดยสามารถตรวจวัดข้อมูลสำคัญ เช่น อัตราการเต้นของหัวใจ การนอนหลับ ความเครียด ระดับกิจกรรมต่อวัน และการเผาผลาญพลังงาน ข้อมูลเหล่านี้จะถูกวิเคราะห์อัตโนมัติเพื่อใช้ประกอบการออกแบบโปรแกรมสุขภาพที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของแต่ละบุคคล

- การวิเคราะห์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขา เช่น แพทย์แผนปัจจุบัน แพทย์แผนไทยและจีน โค้ชสุขภาพ นักโภชนาการ และเทรนเนอร์ส่วนตัว

สมาชิกแต่ละรายจะได้รับคำปรึกษาแบบสหวิชาชีพ (Multidisciplinary Consultation) โดยมีทีมประกอบด้วยแพทย์แผนปัจจุบันที่ดูแลภาพรวมสุขภาพร่างกาย แพทย์แผนไทยและจีนที่เน้นการปรับสมดุลตามธรรมชาติ โค้ชสุขภาพที่ช่วยติดตามพฤติกรรมประจำวัน นักโภชนาการที่วางแผนอาหาร และเทรนเนอร์ส่วนตัวที่ออกแบบการออกกำลังกายเฉพาะบุคคล ทั้งหมดจะรวมผลวิเคราะห์เป็น Wellness Profile รายบุคคลที่อัปเดตทุกเดือน

- การติดตามสุขภาพแบบต่อเนื่อง เพื่อปรับเปลี่ยนกิจกรรม เวิร์กช็อป และแผนดูแลให้สอดคล้องกับความต้องการรายบุคคล

Wellnest ใช้ระบบ Health Tracker เชื่อมต่อกับแอปและอุปกรณ์ Wearable เพื่อรวบรวมข้อมูลสุขภาพจริง พร้อมจัดทีม Health Coach ที่จะติดตามผลเป็นประจำวันรายสัปดาห์ผ่านระบบออนไลน์หรือการนัดหมาย ตัวอย่างเช่น หากสมาชิกมีภาวะความดันสูงขึ้น จะมีการปรับเปลี่ยนกิจกรรม เช่น เปลี่ยนคลาสจาก HIIT เป็น Yoga หรือ Breathwork และปรับแผนอาหารและเวลาพักผ่อนให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

การดูแลด้านสุขภาพจิต (Mental Wellness)

Wellnest ยังให้ความสำคัญกับ สุขภาวะทางใจ อย่างลึกซึ้งเทียบเท่ากับสุขภาพกาย จึงมีโปรแกรมเฉพาะด้านหลากหลายโปรแกรมด้วยกัน เช่น

- **Mindfulness & Meditation** โปรแกรมฝึกสติและสมาธิ เพื่อช่วยให้สมาชิกมีความสงบ ผ่อนคลาย และสามารถรับมือกับความเครียดในชีวิตประจำวันได้ดีขึ้น
- **Breathwork** เทคนิคการหายใจเชิงลึก ที่ช่วยฟื้นฟูระบบประสาท ลดความวิตกกังวล และเพิ่มพลังชีวิตอย่างเป็นธรรมชาติ
- **Art & Music Therapy** การใช้ศิลปะและดนตรีเป็นเครื่องมือในการเยียวยาอารมณ์ เปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงออกความรู้สึกภายในผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์
- **คลาส Emotional Wellness** กิจกรรมที่ช่วยให้สมาชิกได้เข้าใจอารมณ์ของตนเอง เรียนรู้ทักษะการจัดการความรู้สึก เช่น ความโกรธ เศร้า เครียด และฝึกสร้างพลังใจในเชิงบวก
- **Circle Sharing & Safe Space Group** วงสนทนาแบบปลอดภัยที่สมาชิกสามารถแบ่งปันเรื่องราวในชีวิตทั้งด้านสุขภาพ ความสัมพันธ์ หรือความหวัง โดยมีผู้นำกลุ่มที่ได้รับการฝึกอบรมคอยดูแลบรรยากาศของความไว้วางใจ

การสร้างชุมชนสังคมแห่งการเรียนรู้ (Community Participation)

อีกหนึ่งจุดแข็งของ Wellnest ที่ช่วยเสริมสร้างความเป็นชุมชนที่แบ่งปันองค์ความรู้ความเชี่ยวชาญร่วมกัน และเติมพลังให้แก่กันและกัน Wellnest ได้จัดสรรเวลา และ โอกาสให้สมาชิกสามารถ **เสนอคลาส เปิดกิจกรรม** ตามความถนัด สร้างกลุ่มย่อย หรือแม้แต่จัดเวิร์กช็อปเพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้แบบไร้ช่วงวัย (Intergenerational Learning) เช่น คลาสโยคะ ดนตรี วาดภาพ ทำอาหาร ชุรกิจ หรือการลงทุน

โปรแกรมหมุนเวียนหัวข้อสุขภาพรายเดือน (Rotating Wellness Focus)

ทุกเดือนจะมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้และทำเวิร์กช็อปในหัวข้อเฉพาะ เช่น

- **สุขภาพฟัน** ให้ความรู้เรื่องการดูแลช่องปาก การเลือกผลิตภัณฑ์ดูแลฟัน เทคนิคแปรงฟันอย่างถูกวิธี พร้อมบริการตรวจสุขภาพฟันเบื้องต้นจากคลินิกทันตกรรม
- **สุขภาพทางเพศ** เวิร์กช็อปเสริมสร้างความเข้าใจเรื่องเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย การเปลี่ยนแปลงทางฮอร์โมนในวัยทอง การสร้างความใกล้ชิดในความสัมพันธ์ และการรับคำปรึกษาแบบส่วนตัว
- **ภูมิคุ้มกัน** ให้ความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโดยธรรมชาติ การเลือกอาหาร วิตามิน สมุนไพร และกิจกรรมที่ช่วยลดภาวะอักเสบในร่างกาย เช่น Breathwork, Cold Bath
- **การนอน** โปรแกรมการนอนหลับอย่างมีคุณภาพ การวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์การนอนผ่าน Smartwatch เทคนิค Sleep Hygiene และกิจกรรมก่อนนอนที่ส่งเสริมการพักผ่อน เช่น Sound Therapy
- **สุขภาพทางการเงิน** เชิญวิทยากรให้ความรู้ด้านการวางแผนการเงินหลังวัยทำงาน การลงทุนเพื่อเกษียณ การจัดสรรทรัพย์สิน และคลาสปรึกษาแบบรายบุคคลสำหรับสมาชิกที่ต้องการ

- โภชนาการผู้สูงอายุ สอนการเลือกอาหารที่เหมาะสมตามวัย การออกแบบเมนูเฉพาะบุคคล (Personalized Diet Plan) การอ่านฉลากอาหาร และเวิร์กช็อปทำอาหารสุขภาพร่วมกับเชฟและนักโภชนาการ

All-Age Friendly Activities

มีกิจกรรมที่ออกแบบให้เข้าร่วมได้ทุกวัย โดยเฉพาะกลุ่มที่เริ่มดูแลสุขภาพเชิงลึก เช่น คู่แม่ลูกวัยเกษียณ-วัยทำงาน, ครอบครัวที่ต้องการเรียนรู้สุขภาพร่วมกัน หรือผู้สูงอายุที่ต้องการสร้างเป้าหมายใหม่ในชีวิต ซึ่งตอบโจทย์ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และความสัมพันธ์ในครอบครัวและสังคม

กรอบแนวคิดหลักโดยสรุป

1. **Personalized Wellness Routine & Holistic Health Expertise** – แผนสุขภาพรายบุคคล ปรับใหม่ทุกเดือนโดย ทีมแพทย์และผู้เชี่ยวชาญจาก Mor Ying Clinic, YS Clinic, Chama Clinic และผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ-ออกกำลังกาย พร้อมสมาร์ทวอตช์สำหรับข้อมูลสุขภาพ
2. **Mental Wellness Support** – โปรแกรมดูแลจิตใจรอบด้าน
3. **Community Participation** – สมาชิกสามารถเสนอ/จัดคลาสได้เอง
4. **Rotating Wellness Themes** – หัวข้อสุขภาพใหม่รายเดือน พร้อมเวทีบรรยายพิเศษจาก Summit Healthcare
5. **All-Age Friendly Activities** – กิจกรรมที่เหมาะสมกับทุกวัย โดยเฉพาะผู้ที่อยากดูแลตัวเองเชิงลึก



รูปภาพที่ 3 : แนวคิดโครงการ Wellnest – 5 แกนยุทธศาสตร์

3.2 วิสัยทัศน์ (Vision)

"To be Thailand's leading premium wellness and lifestyle community for seniors, empowering life after 45 with health, happiness, and meaningful social connections."

“เป็นผู้นำด้านคลัสสุขภาพและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงวัยระดับพรีเมียมในประเทศไทย ที่เสริมพลังชีวิตหลังวัย 45 ด้วยสุขภาพที่แข็งแรง สุขภาพ และสังคมที่มีความหมาย”

3.3 พันธกิจ (Mission)

To empower individuals aged 45 and above to thrive in every dimension of life through personalized wellness routines, integrated health solutions, and a vibrant, purpose-driven community. We bridge modern medicine and traditional wisdom to support lifelong vitality — physically, mentally, and socially."

“สร้างพลังชีวิตใหม่ให้กับผู้ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ผ่านการดูแลสุขภาพแบบเฉพาะบุคคล การบูรณาการศาสตร์การแพทย์และเวชศาสตร์ทางเลือก และการสร้างสังคมคุณภาพที่เต็มไปด้วยความหมาย โดยมุ่งเน้นการมีสุขภาพที่ดีทั้งกาย ใจ และความสัมพันธ์”

3.4 แนวทางการออกแบบบริการ (Service Design Strategy)

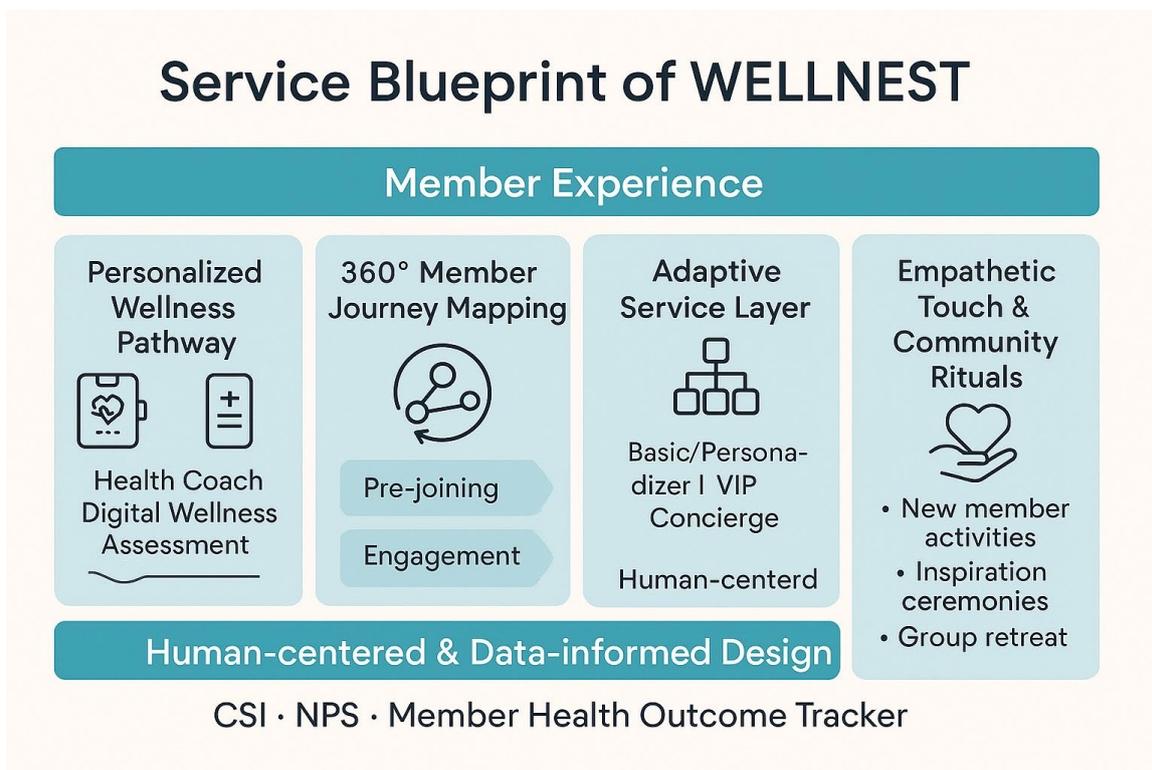
Wellnest ออกแบบบริการโดยยึดหลัก Design Thinking และ Service Blueprint มุ่งเน้นประสบการณ์ของผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (Member Experience) ควบคู่กับการใช้ข้อมูลสุขภาพและพฤติกรรมเพื่อวิเคราะห์และพัฒนาบริการที่ตอบโจทย์สมาชิกในเชิงลึก (Human-centered & Data-informed Design) พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับความเป็นตัว ความใส่ใจ และความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการ เสริมด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาและยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

แนวทางการออกแบบบริการมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของสมาชิกผ่านหลักการสำคัญ 4 ประการ:

1. **Personalized Wellness Pathway** – แผนสุขภาพเฉพาะบุคคลได้รับการพัฒนาโดยอาศัยการดูแลของ Health Coach และระบบ Digital Wellness Assessment เพื่อให้สมาชิกได้รับคำแนะนำที่สอดคล้องกับเป้าหมายและวิถีชีวิตของตน พร้อมกลไกการประเมินและปรับปรุงแผนอย่างต่อเนื่องให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการ
2. **360° Member Journey Mapping** – ทุกจุดสัมผัสได้รับการวางแผนอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ Pre-joining, Onboarding, Engagement จนถึง Retention เพื่อให้ทุกขั้นตอนเป็นประสบการณ์ที่ราบรื่นและสร้างความประทับใจ โดยเน้นการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงบวก (Positive Reinforcement) เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างสมาชิกและองค์กร

3. **Adaptive Service Layer** – ระบบบริการถูกออกแบบให้สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับระดับความต้องการของสมาชิก ตั้งแต่ Basic, Personalized จนถึง VIP Concierge เพื่อให้สมาชิกสามารถเลือกรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมกับตนเอง รวมถึงความยืดหยุ่นในการปรับระดับบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและช่วงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป
4. **Empathetic Touch & Community Rituals** – กิจกรรมพิเศษถูกจัดขึ้น เช่น กิจกรรมต้อนรับสมาชิกใหม่ การเฉลิมฉลองวันเกิด การจัดกลุ่มสนทนา หรือ Group Retreat เพื่อส่งเสริมความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์ (Emotional Stickiness) เพื่อให้สมาชิกมีความผูกพันและได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่า

แนวทางดังกล่าวช่วยให้การพัฒนาระบบบริการไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของสมาชิก แต่ยังสร้างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และมีความหมายในระยะยาว



รูปภาพที่ 4 : แผนภาพ Service Blueprint ของ Wellnest

ทีมงานของ Wellnest ผ่านการฝึกอบรมตามมาตรฐานระดับโรงแรม เพื่อมอบบริการที่อบอุ่น ละเอียดอ่อน และเต็มไปด้วยความใส่ใจในทุกขั้นตอน เพื่อให้ทุกครั้งที่ลูกค้ามาเยือนเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดของวัน ทุกองค์ประกอบของบริการได้รับการออกแบบโดย Welladee Wellness Hotel เพื่อให้มั่นใจว่าแขกทุกคนจะได้สัมผัสประสบการณ์ที่มีคุณภาพระดับโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นบรรยากาศ การบริการ หรือความประทับใจโดยรวม

แนวคิดด้านการออกแบบบริการยังเน้นการประเมินผลผ่าน Customer Satisfaction Index (CSI), Net Promoter Score (NPS), และ Member Health Outcome Tracker เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ของบริการในเชิงคุณภาพและสุขภาวะ

3.5 รูปแบบการพัฒนาพื้นที่และฟังก์ชัน (Facility & Functional Zoning)

อาคาร Wellnest สูง 3 ชั้น พื้นที่ใช้สอยรวมประมาณ 1,000 ตารางเมตร บนที่ดินขนาด 200 ตร.ม. ถูกออกแบบภายใต้แนวคิด **Universal Design** และ **Biophilic Design** เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาวะเข้าถึงง่าย และเชื่อมโยงกับธรรมชาติ

นอกจากนี้ ตัวอาคารยังนำเทคโนโลยีจาก Coral Life มาประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ใช้งาน โดยมีองค์ประกอบสำคัญดังต่อไปนี้:

- **Passive Design** – โครงสร้างและวัสดุถูกออกแบบมาเพื่อช่วยลดความร้อนและส่งเสริมการระบายอากาศตามธรรมชาติ ช่วยให้พื้นที่ภายในมีสภาพที่เหมาะสมโดยไม่ต้องพึ่งพาพลังงานเพิ่มเติม
- **ระบบ HVAC ประสิทธิภาพสูง** – ผสานการทำงานเย็น การฟอกอากาศ การระบายอากาศ และการควบคุมความชื้นอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่สบาย ปลอดภัย และเอื้อต่อสุขภาพของผู้ใช้งาน
- **เทคโนโลยี IoT และ AI** – นำมาใช้ในการติดตามคุณภาพอากาศแบบเรียลไทม์ พร้อมระบบปรับอากาศอัตโนมัติ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ใช้งานได้รับอากาศที่สะอาดและบริสุทธิ์ตลอดเวลา

การจัดพื้นที่แต่ละชั้นถูกออกแบบให้รองรับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ครอบคลุมทั้งการฟื้นฟูร่างกาย การเคลื่อนไหว และการสร้างความสมดุลทางจิตใจและสังคม

ชั้น 1: Welcome & Rejuvenation Zone

- พื้นที่ต้อนรับและเลานจ์พักผ่อน (Reception & Wellness Lounge)
- คาเฟ่สุขภาพ (Healthy Café)
- สระว่ายน้ำระบบเกลือ – เพื่อสุขภาพและการกายภาพบำบัดในน้ำ (Hydrotherapy)
- Ice Bath – บ่อแช่น้ำเย็นเพื่อฟื้นฟูกล้ามเนื้อ ลดอักเสบ และกระตุ้นการไหลเวียนโลหิต
- ห้องซาวน่า / ห้องอบไอน้ำ – ขับของเสีย ลดความเครียด และส่งเสริมการนอนหลับ
- ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าและห้องอาบน้ำ (แยกชาย-หญิง)
- ทางเชื่อมธรรมชาติสู่โซนกลางแจ้ง

ชั้น 2: Movement & Treatment Zone

- ห้องฟิตเนสพร้อมเทรนเนอร์ – อุปกรณ์ที่ออกแบบมาให้เหมาะกับผู้สูงวัยและผู้ฟื้นฟู
- สตูดิโอสำหรับโยคะ / พิลาทิส / Breathwork ทั้งในร่มและกลางแจ้ง
- ห้องฟิสิกส์เฉพาะบุคคล – นวดบำบัด สรีรบำบัด หรือบริการฟื้นฟูเฉพาะด้าน
- Sound Therapy Room – ห้องบำบัดด้วยคลื่นเสียงและดนตรีเพื่อการผ่อนคลายลึก
- ห้องให้คำปรึกษากับ Wellness Coach และจุดประเมินสุขภาพเบื้องต้น

- คลินิกเฉพาะทาง 3 แห่งภายในเครือ ได้แก่
 - Mor Ying Clinic – คลินิกเวชศาสตร์ชะลอวัย (Anti-aging)
 - YS Clinic – คลินิกการแพทย์แผนจีน
 - Chama Clinic – คลินิกการแพทย์แผนไทย

ชั้น 3: Mind & Community Zone

- Co-living & Co-learning Space – ห้องอ่านหนังสือ เวิร์กช็อป และพื้นที่ทำงานร่วม
- ห้องกิจกรรมตามความสนใจ – พื้นที่สำหรับดนตรี ศิลปะ เกมกระดาน และกิจกรรมตามฤดูกาล
- ห้องทำสมาธิ / Quiet Zone – รองรับการทำสมาธิอย่างลึกซึ้ง
- ห้องจัดกิจกรรมกลุ่ม – เช่น Sharing Circle และ Community Rituals
- พื้นที่สีเขียวและสวนดาดฟ้า (Rooftop Garden) – สำหรับการพักผ่อนและกิจกรรมกลางแจ้ง พร้อมระบบ Air low PM 2.5 เพื่ออากาศที่บริสุทธิ์

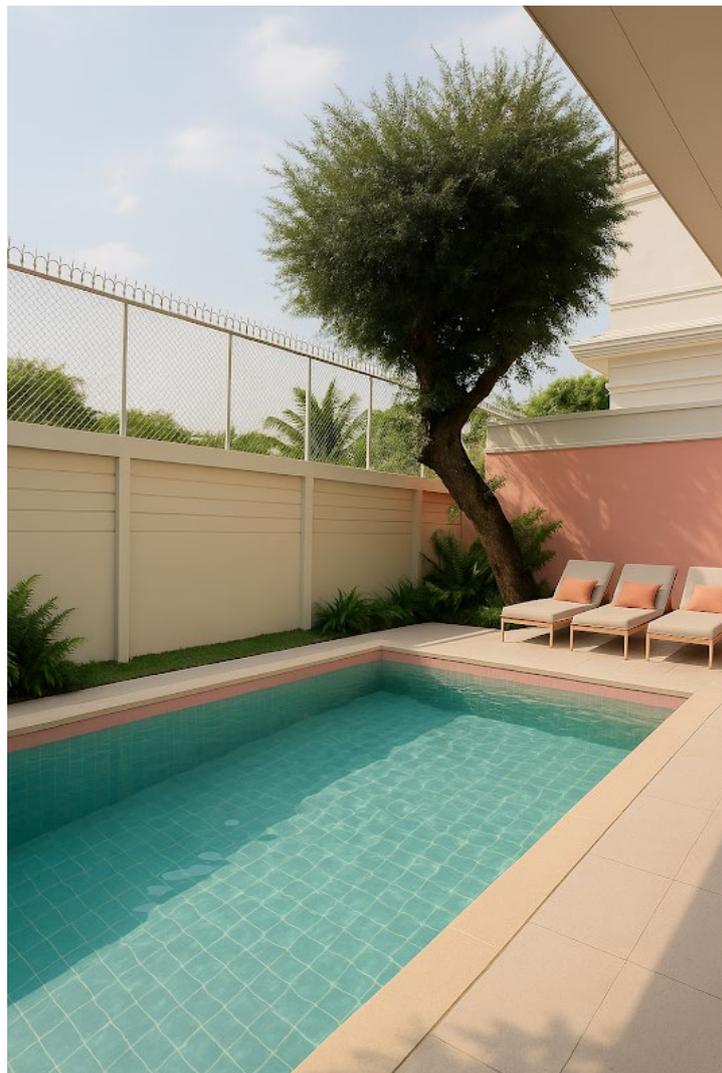
ส่วนพื้นที่บริเวณรอบๆ ภายนอกจัดเป็น Pocket Garden, Outdoor Seating Zone และ Pathway สำหรับเดินออกกำลังกายเบา ๆ พร้อมจุดนั่งพัก โดยทั้งหมดจะคำนึงถึงความปลอดภัย การระบายอากาศ และความรู้สึกสงบของสมาชิก ทุกองค์ประกอบได้รับการออกแบบอย่างพิถีพิถันเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่สมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ พร้อมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อความสัมพันธ์และชุมชน



รูปภาพที่ 5 : ผังพื้นที่การใช้งานอาคาร 3 ชั้น (Functional Stack)



รูปภาพที่ 6 : พื้นที่ต้อนรับและเลานจ์พักผ่อน (Reception & Wellness Lounge)



รูปภาพที่ 7 : สระว่ายน้ำระบบเกลือ

3.6 ระบบสมาชิกและแพ็คเกจบริการ (Membership Tiers & Value Proposition)

Wellnest ไม่ได้มอบเพียงบริการด้านสุขภาพ แต่สร้างประสบการณ์การใช้ชีวิตที่มีคุณค่า ผ่านระบบสมาชิกที่ออกแบบมาเพื่อผู้ที่ใส่ใจในสุขภาพระยะยาว แสวงหาความสมดุลในทุกมิติของชีวิต และต้องการการดูแลระดับพรีเมียมที่ปรับให้เข้ากับตัวตนอย่างแท้จริง

ทุกแพ็คเกจสะท้อนถึงความเป็นส่วนตัว ความเชี่ยวชาญ และคุณค่าในระยะยาว (Longevity-Driven Luxury Wellness) พร้อมมอบประสบการณ์การพักผ่อนและฟื้นฟูในระดับโรงแรมห้าดาว เพื่อรักษามาตรฐานของชุมชนสมาชิกใหม่ทุกท่านต้องผ่านกระบวนการ Background Check และได้รับการแนะนำจากสมาชิกเดิมหรือคลินิกพันธมิตรเท่านั้น (Referral-Only Admission)

ระบบสมาชิก Wellnest

1. Signature Member – 200,000 บาท/ปี

เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมในระดับพรีเมียม พร้อมสิทธิประโยชน์ที่ครอบคลุมและความเป็นส่วนตัวระดับสูง

- เข้าใช้ทุกโซนและทุกคลาสได้ไม่จำกัด (Wellness Zone, Hydrotherapy, Mind & Community)
- รับ Monthly Personalized Wellness Plan ที่ออกแบบเฉพาะโดยทีมแพทย์และผู้เชี่ยวชาญ
- ดูแลต่อเนื่องโดยคลินิกเฉพาะทาง: Mor Ying (Anti-aging), YS (Chinese Medicine), Chama (Thai Medicine)
- สิทธิแนะนำและจัดคลาสพิเศษภายในศูนย์ – แชรความรู้และสร้างชุมชน
- เข้าร่วมทุกคลาส Wellness Focus รายเดือน และกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม
- บริการ Concierge ส่วนตัว, ที่จอดรถ VIP และ Fast-track Access
- ส่วนลด 15% สำหรับบริการผู้ติดตาม และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- เชื่อมต่อกับเครือข่าย Wellness Mastermind & Executive Network

2. Legacy Member (Lifetime Tier – จำกัด 100 คน) – 500,000 บาท/ตลอดชีพ

สถานะสมาชิกตลอดชีพสำหรับผู้ที่มีความสำคัญกับการลงทุนระยะยาวด้านสุขภาพ พร้อมเอกสิทธิ์ที่เหนือกว่า

- รวมทุกสิทธิประโยชน์ของ Signature Member
- ชื่อจารึกบน Founder Wall
- รับ Credit รายเดือน สำหรับบริการ Healthy Café และ Private Wellness Session
- Priority Booking สำหรับทุกกิจกรรมและโปรแกรมพิเศษ
- เข้าร่วม Retreat & Wellnest Circle ปีละ 2 ครั้ง
- สิทธิ ส่งต่อสมาชิก 1 ครั้งในชีวิต ให้กับบุคคลสำคัญ

3. Bespoke Corporate Wellness (Custom-Tailored for Organizations)

ราคาและเงื่อนไขตามความต้องการขององค์กร สำหรับทีมผู้บริหารและองค์กรที่ต้องการสร้างวัฒนธรรมแห่งสุขภาพ

- โปรแกรมสุขภาพเฉพาะบุคคล สำหรับผู้บริหารระดับสูง
- Retreats เพื่อสร้างทีมและผู้นำที่ยั่งยืน
- Health Performance Analytics & Burnout Prevention Program
- Workshops ด้าน Mindfulness, Resilience & Executive Energy
- บริการ Concierge แบบ One-on-One พร้อมการดูแลโดย Premium Wellness Team

ทุกระดับสมาชิกถูกออกแบบให้มอบประสบการณ์ที่เหนือระดับ ทั้งด้านสุขภาพ ฟื้นฟู และความสัมพันธ์ในชุมชน เพื่อยกระดับการใช้ชีวิตในระยะยาว

ตารางเปรียบเทียบแพ็คเกจสมาชิก

สิทธิประโยชน์	Signature	Legacy	Corporate
เข้าใช้ Wellness Facilities	✓	✓	✓
Concierge ส่วนตัว	✓	✓	✓
Health Coaching & Tracking	รายไตรมาส	รายไตรมาส	ตามแผนองค์กร
Private Lounge Access	✓	✓	✓
Networking & Retreat Invitation	✓	✓	✓
Founder Name Wall	✗	✓	✗
Transferable Membership	✗	✓	✗

3.7 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับบริการ (Smart Wellness Tech Integration)

Wellnest ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานในการให้บริการสมาชิก เพื่อสร้างประสบการณ์อันล้ำค่าที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลของสมาชิกอย่างแท้จริง โดยการผสานเชื่อมโยงโลกกายภาพกับโลกดิจิทัล (Phygital Integration) อันมีองค์ประกอบสำคัญของระบบประกอบด้วย:

1. **Wellness App** – แอปพลิเคชันแบบครบวงจรที่ใช้สำหรับสมาชิกในการจองคลาส/กิจกรรม จองคิวตรวจเช็คสุขภาพ รับรายงานสุขภาพรายเดือนแบบ Personalized Wellness Report และสื่อสารกับ Coach ได้แบบส่วนตัว และ มีความปลอดภัย

2. **Smart Entry System** – ใช้เทคโนโลยีระบบ Face-ID หรือ RFID Card สำหรับเข้า-ออกพื้นที่ให้บริการ พร้อมระบบ Log ที่ติดตามความถี่การใช้งาน เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสนใจและพฤติกรรมของสมาชิกแบบเชิงลึก
3. **Wearable Sync** – รองรับการเชื่อมต่อกับ Smartwatch เพื่อดึงข้อมูลชีวสัญญาณ เช่น อัตราการเต้นของหัวใจ ความเครียด ระดับกิจกรรม และคุณภาพการนอน มาวิเคราะห์เพื่อใช้ประกอบการออกแบบ Personalized Coaching
4. **AI-driven Health Recommendation** – ระบบปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของสมาชิก และสามารถแนะนำกิจกรรม / คลาส / โภชนาการ / โปรแกรมฟื้นฟูตามพฤติกรรมการใช้งานจริงของสมาชิก
5. **CRM & Loyalty Engine** – ระบบสะสมคะแนน (Wellness Points) จากการร่วมกิจกรรมหรือการบรรลุเป้าหมายด้านสุขภาพ เพื่อแลกรับบริการหรือของขวัญตามระดับสมาชิก
6. **Data Privacy & Consent Protocol** – มีระบบจัดการความเป็นส่วนตัว และการให้ความยินยอมในการใช้ข้อมูล (PDPA-compliant) สำหรับการวิเคราะห์โดยสมาชิกสามารถตั้งระดับ Privacy ได้เองโดยสมาชิกสามารถเลือกเปิดเผยข้อมูลบางส่วนหรือทั้งหมดได้ตามความสมัครใจ

WELLNEST Digital Systems



Wellness App

An all-in-one application for class/activity booking, health checkup scheduling, monthly personalized wellness reports and secure coaching communication



Smart Entry System

Face-ID or RFID card technology for access, with a log-system that tracks and analyzes member usage patterns



Wearable Sync

Supports integrations with smartwatches to extract biosignal data for personalized coaching



AI-driven Health Recommendation

Artificial intelligence analyzes behaviors, suggests activities, classes, nutrition, programs



CRM & Loyalty Engine

A system for collecting Wellness Points to redeem services or gifts at membership levels



Data Privacy & Consent Protocol

A system for managing privacy and obtaining consent, with PDPA-compliant custom privacy

รูปภาพที่ 8 : ระบบดิจิทัลของ Wellnest

แนวทางนี้ช่วยให้ Wellnest สามารถบริหารบริการแบบ Insight-driven ได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมลดต้นทุนและเพิ่มความพึงพอใจของสมาชิก

3.8 แผนกลยุทธ์การเติบโตและขยายผล (Scaling & Franchise Model)

การขยายธุรกิจถูกออกแบบให้เติบโตเป็นระบบผ่าน 3 ระยะหลัก โดยเน้นการสร้างโมเดลที่มั่นคงและพร้อมรองรับการขยายเข้าสู่ตลาดระดับภูมิภาค

ระยะที่ 1 (ปี 1–2): Flagship & Urban Cluster

เริ่มต้นด้วยการพัฒนา Flagship แห่งแรกในกรุงเทพฯ เพื่อทดสอบรูปแบบธุรกิจแบบ Insight-driven Operations โดยใช้ข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้จริงมาปรับปรุงบริการ พร้อมแผนขยายสาขาสู่โซนที่อยู่อาศัยระดับ A+ เช่น

พุทธมณฑล, บางนา, ราชพฤกษ์, รามอินทรา เพื่อให้สมาชิกสามารถเข้าถึงบริการได้สะดวก พร้อมสิทธิ์ใช้งานข้ามสาขา (Cross-location Access)

ระยะที่ 2 (ปี 3–5): Regional Urban Expansion

ขยายบริการสู่เมืองยุทธศาสตร์ที่มีกลุ่มลูกค้ารายได้สูงและฐานสมาชิกเป้าหมายชัดเจน เช่น เชียงใหม่, หัวหิน, ขอนแก่น, ภูเก็ต โดยใช้มาตรฐานจาก Flagship พร้อมระบบ Centralized Training สำหรับทีมงานท้องถิ่น

ระยะที่ 3 (ปี 6 เป็นต้นไป): Asia Urban Premium Franchise

พัฒนาโมเดลธุรกิจในรูปแบบ Franchise Model และขยายเข้าสู่ตลาดระดับภูมิภาคใน อาเซียนและเอเชีย เช่น เวียดนาม, ลาว, มาเลเซีย, สิงคโปร์, ฮองกง, โฮจิมินห์, กัวลาลัมเปอร์ ผ่านพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ที่มีความเข้าใจตลาดและระบบสุขภาพในประเทศนั้น ๆ

กลยุทธ์นี้ช่วยให้ระบบธุรกิจสามารถเติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมสร้างเครือข่ายสุขภาพที่ครอบคลุมและสามารถใช้งานร่วมกันได้ทุกสาขา



รูปภาพที่ 9 : Roadmap การเติบโตของ Wellnest

หัวใจของการขยายผล คือ การพัฒนาชุดมาตรฐานการปฏิบัติงาน (SOP) และแพลตฟอร์มกลางที่เชื่อมโยงข้อมูลสมาชิกทั่วประเทศ ทำให้การดูแลสุขภาพแบบ Personalized สามารถทำได้ต่อเนื่องแม้เปลี่ยนสาขา และสร้าง Brand Loyalty ในระดับภูมิภาค

กลยุทธ์เสริมประกอบด้วย:

- ทำ MOU สร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตร Aging & Wellness เพื่อพัฒนากำลังคน

- เชื่อมโยงกับโครงการภาครัฐด้าน Senior & Health Hub และ สร้างระบบ Wellness Cloud Platform ที่เก็บข้อมูลสมาชิกแบบรวมศูนย์ เชื่อมต่อข้ามสาขา
- จัดทำ "Wellness Franchise Toolkit" สำหรับนักลงทุน เช่น คู่มือปฏิบัติ ระบบฝึกอบรม และระบบบริหารสมาชิก

3.9 ความยั่งยืนของโครงการในระยะยาว (Sustainability & Impact Strategy)

Wellnest ไม่ได้เป็นเพียงธุรกิจ แต่เป็นระบบนิเวศที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในระยะยาว โดยมีแผนการสร้างความยั่งยืนใน 3 มิติหลัก:

1. **เศรษฐกิจ (Economic Sustainability):**
 - o โครงสร้างรายได้หลายช่องทาง (Membership, Events, Café, Consulting)
 - o ใช้ระบบ CRM และ Business Intelligence เพื่อควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน
 - o วิเคราะห์ CLV และ ROI ต่อสมาชิกแต่ละกลุ่ม มุ่งเน้นให้มีการรักษาสมาชิกในระยะยาว เพื่อบริหารกำไรอย่างสมดุล
2. **สังคม (Social Sustainability):**
 - o สร้างแรงจูงใจให้ผู้สูงวัยกลับมาเป็นผู้ให้ (From Aging to Engaging)
 - o ส่งเสริมอาสาสมัครในชุมชน (Wellness Ambassador Program)
 - o สร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงกิจกรรมโดยจัดแพ็คเกจ Subsidized สำหรับกลุ่มรายได้น้อยผ่าน CSR
3. **สิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability):**
 - o ออกแบบอาคารด้วยแนวคิด Smart & Green ใช้วัสดุรีไซเคิลและระบบจัดการพลังงานอัจฉริยะภายในอาคาร เช่น ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ระบบรีไซเคิลน้ำ
 - o สร้าง Wellness Garden ปลูกพืชสมุนไพรสำหรับชุมชน และใช้ในกิจกรรมจริง
 - o ใช้แนวคิด Green Operation ในการคัดแยกขยะและลดการใช้พลาสติก พร้อมคัดแยกขยะและจัดการขยะอย่างมีระบบ



รูปภาพที่ 10 : กรอบแนวคิดความยั่งยืน 3 มิติของ Wellnest

ความสำเร็จของโครงการจะถูกประเมินจากทั้งผลตอบแทนทางการเงินและตัวชี้วัดทางสังคม เช่น สมาชิกที่กลับเข้าสู่กิจกรรมสาธารณะ, ผู้สูงอายุที่กลับมามีบทบาทในชุมชน, และระดับความสุข (Well-being Index) ที่เพิ่มขึ้น

4. รูปแบบการดำเนินโครงการ (Implementation Structure)

การดำเนินโครงการ Wellnest ต้องอาศัยความเข้าใจลึกซึ้งในด้านบริหารจัดการโครงการด้านสุขภาพและไลฟ์สไตล์ โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มผู้มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ซึ่งมีความต้องการเฉพาะตัวทั้งด้านสุขภาพกาย ใจ และสังคม การดำเนินโครงการจะอิงกรอบแนวคิดเชิงระบบ (Systematic Model) ที่เชื่อมโยงกระบวนการพัฒนาโครงการตั้งแต่แนวคิด การวางแผน การออกแบบ การก่อสร้าง การเปิดบริการ จนถึงการประเมินผลและขยายผล ในส่วนนี้จะนำเสนอรูปแบบการดำเนินโครงการตาม 6 ระยะเวลา ดังนี้

4.1 ระยะเวลาที่ 1: การเตรียมการและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ (Preparation & Feasibility Study)

- วิเคราะห์ตลาดและกลุ่มเป้าหมายด้วยการสำรวจเชิงลึก (Quantitative + Qualitative)
- ศึกษาคู่แข่งและแนวโน้มตลาด Wellness ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ประเมินความคุ้มค่าในการลงทุน (Cost-Benefit Analysis) และความเสี่ยง (Risk Matrix)
- จัดทำ Business Canvas และ Value Proposition Design (สามารถ customize ให้พบแพทย์ตามกำลังซื้อของลูกค้า)

การวิเคราะห์ SWOT ของ Wellnest

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ช่วยสะท้อนศักยภาพและความท้าทายของโมเดลธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

จุดแข็ง (Strengths)

- บริการสุขภาพองค์รวมที่ครอบคลุมทุกมิติ (กาย-ใจ-สังคม-เป้าหมายชีวิต)
- แนวคิด Personalized Wellness ที่ใช้ข้อมูลเชิงลึกในการออกแบบบริการเฉพาะบุคคล
- รูปแบบ Community Club ระดับพรีเมียม ซึ่งเป็นแห่งแรกของไทยในรูปแบบ Executive Wellness Experience
- สิทธิประโยชน์ครบครันจากคลินิกพันธมิตร Mor Ying (Anti-aging), YS (Chinese Medicine), Chama (Thai Medicine)
- พื้นที่ออกแบบตามหลัก Universal Design & Biophilic Design รองรับผู้สูงอายุ
- ระบบสมาชิกแบบ Referral-Only และ Background Check เพื่อรักษามาตรฐานความเป็นส่วนตัว
- ทีมผู้เชี่ยวชาญสหวิชาชีพ เช่น โค้ชสุขภาพ นักโภชนาการ เทรนเนอร์ แพทย์ทางเลือก
- สิ่งอำนวยความสะดวกระดับโรงแรมโดย Welladee Wellness Hotel
- รองรับเทคโนโลยีด้วย CRM, Health Dashboard และ IoT/AI Air Quality System

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ต้นทุนเริ่มต้นและค่าใช้จ่ายประจำสูง เนื่องจากเป็นธุรกิจแบบ Premium Wellness
- ฐานสมาชิกยังอยู่ในระยะเริ่มต้น จำเป็นต้องใช้เวลาในการสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือ
- ความซับซ้อนในการบริหารหลายกิจกรรมและโซนบริการภายในพื้นที่เดียวกัน
- พึ่งพาคูคณาจารย์เฉพาะทางสูง หากเกิดการขาดต่อเนื่องอาจส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ลูกค้า
- ต้องใช้เวลาสร้างความเชื่อมั่นในแนวคิดใหม่ที่ยังไม่มีในตลาดไทย

โอกาส (Opportunities)

- การเติบโตของตลาดผู้สูงอายุ (Silver Economy) ทั้งในไทยและภูมิภาคเอเชีย
- ความต้องการที่เพิ่มขึ้นในกลุ่ม 45+ ซึ่งให้ความสำคัญกับ Wellness & Purpose-Driven Living
- นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนา Wellness Hub และบริการสุขภาพเชิงป้องกัน
- แผนขยายธุรกิจผ่าน Suburban Flagships และ แฟรนไชส์ในเมืองหลักทั่วเอเชีย
- การร่วมมือกับ HealthTech, InsurTech และแพลตฟอร์ม Smart Aging เพื่อสร้างระบบดูแลแบบ 360°
- โอกาสในการสร้างชุมชนที่แข็งแกร่งผ่าน Member-led Events & Thought Leadership

ภัยคุกคาม (Threats)

- ความผันผวนทางเศรษฐกิจที่อาจส่งผลต่อกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- คลินิกสุขภาพระดับพรีเมียมรายใหม่ที่อาจพัฒนาโมเดลคล้ายกัน
- ความเสี่ยงด้าน การจัดการข้อมูลสุขภาพและความเป็นส่วนตัว (PDPA & GDPR) หากระบบไม่รัดกุม
- ขาดบุคลากรคุณภาพสูงที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน Executive Wellness และการดูแลผู้สูงอายุ
- ความท้าทายในการรักษามาตรฐานคุณภาพเมื่อขยายหลายสาขา

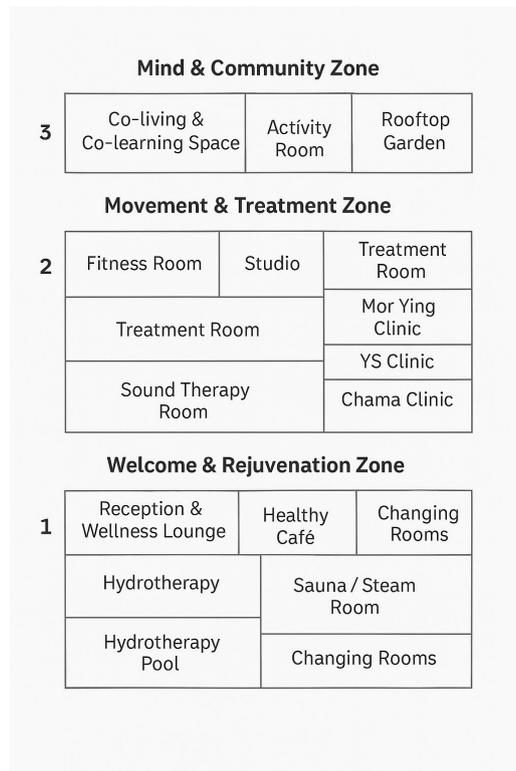
การวิเคราะห์ SWOT นี้ช่วยให้สามารถวางกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อส่งเสริมจุดแข็ง ลดข้อจำกัด และเพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> • Holistic health services covering body-mind-social-purpose • Personalized Wellness concept leveraging data insights • First premium Community Club offering Executive Wellness • Comprehensive benefits from Mor Ying (Anti aging), YS (Chinese Medicine), Chama (Thai Medicine) • Universal Design & biophilic spaces for senior-friendly environ 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • High startup and operational costs of Premium Wellness model • Early-stage membership base requiring awareness and trust building • Complex management for diverse facilities and activities • Reliance on niche specialists with potential disruption risks^h • Time-consuming to build credibility in Thai market
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Growth of Silver Economy market in Thailand and Asia • Rising demand among 45+ for Wellness & Purpose-Driven Living • Government support for Wellness Hub & preventiveservices • Expansion via Suburban Flagships & franchising in Asian cities • Partnerships with HealthTech, Insurtech, and Smart Aging platform • Member-led Events & Thought Leadership for community building 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Economic volatility impacting target-customer purchasing power • New premium health clinics potentially mimicking the model • Risks around health data and privacy management (PDP&GDR) • Shortage of talent with Executive Wellness and senior-care expertise • Quality standards maintenance with multi-location expansion

รูปภาพที่ 11: ตัวอย่าง SWOT Analysis สำหรับ Wellnest

4.2 ระยะที่ 2: การออกแบบโครงการและแผนแม่บท (Design & Master Planning)

- วางผังแม่บทของอาคารโดยใช้แนวทาง Universal Design และ Biophilic Design
- ร่วมมือกับสถาปนิกและนักออกแบบบริการ (Service Designer)
- ออกแบบโปรแกรม Wellness, Workshop และ Life Enrichment ตามหลัก Active Aging
- ประชุมเชิงปฏิบัติการกับกลุ่มผู้ใช้งานจริง (Co-creation Workshop) เพื่อทดสอบแนวคิด



รูปภาพที่ 12 : ภาพตัวอย่างผัง Biophilic Wellness Center

4.3 ระยะที่ 3: การระดมทุนและวางระบบการบริหาร (Funding & Organizational Setup)

- จัดทำแผนการเงิน 5 ปี พร้อมกระแสเงินสด (Projected Cash Flow)
- พิจารณาแหล่งเงินทุน: เงินส่วนตัว, นักลงทุนเอกชน, CSR, กองทุนสนับสนุนผู้สูงอายุ
- วางโครงสร้างการบริหารจัดการ (Governance Structure)
- แต่งตั้งกรรมการโครงการ / Advisory Board ที่เชี่ยวชาญด้าน Wellness

4.4 ระยะที่ 4: การก่อสร้างและเตรียมความพร้อมการเปิดบริการ (Construction & Pre-opening)

- ควบคุมงานก่อสร้างตามแผน Master Plan และงบประมาณ
- วางระบบสารสนเทศ เช่น CRM, Wellness App, CCTV, Facility Management System
- จัดทำคู่มือปฏิบัติงาน (SOP) และแบบฟอร์มมาตรฐาน
- ฝึกอบรมบุคลากรทุกระดับทั้ง Hard Skill และ Soft Skill (Empathy-based Service)

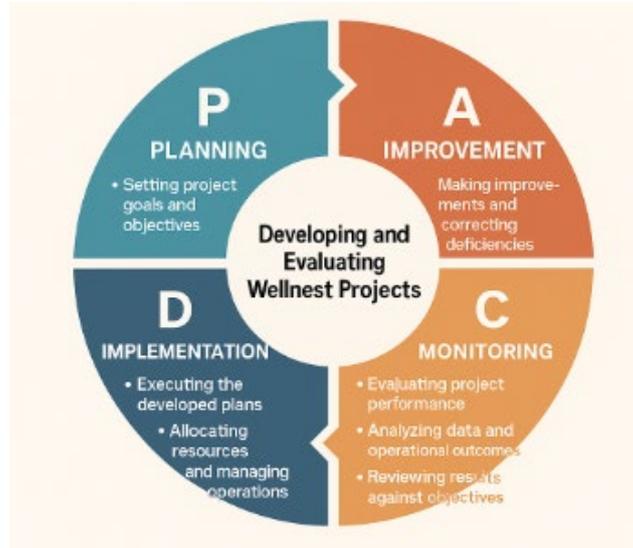
4.5 ระยะที่ 5: การเปิดตัวและบริหารประสบการณ์สมาชิก (Launch & Experience Management)

- จัดกิจกรรมเปิดตัว (Grand Opening) โดยเชิญสื่อ กลุ่มเป้าหมาย และพาร์ทเนอร์
- เริ่มให้บริการสมาชิกชุดแรก (Founder Members)
- บริหารระบบ Feedback Loop อย่างต่อเนื่อง: แบบสอบถาม, Focus Group, Dashboard
- วิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานสมาชิกด้วย AI เพื่อปรับปรุงบริการอย่างเป็นระบบ

4.6 ระยะที่ 6: การติดตามประเมินผลและขยายผล (Monitoring, Evaluation & Scale-up)

- ใช้ Balanced Scorecard ในการประเมินผลตาม 4 มิติ: การเงิน, ลูกค้า, กระบวนการ, บุคลากร

- สรุปผลรายไตรมาสและปรับแผนกลยุทธ์แบบ Agile
- ศึกษาความพร้อมในการขยายสาขา (Replication Model)
- เตรียม Business Case สำหรับนักลงทุนใหม่



รูปภาพที่ 13 : วงจร PDCA สำหรับพัฒนาและประเมินผลโครงการ

5. ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Expected Outcomes)

โครงการ Wellnest ถูกออกแบบโดยมีเป้าหมายระยะสั้น กลาง และยาว เพื่อสร้างผลกระทบที่ยั่งยืนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพของประชากรวัย 45 ปีขึ้นไป โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจะแบ่งออกเป็น 3 มิติหลัก ได้แก่ (1) ผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ (Economic Outcomes) (2) ผลลัพธ์เชิงสังคม (Social Outcomes) และ (3) ผลลัพธ์เชิงสุขภาพและคุณภาพชีวิต (Wellness & Quality of Life Outcomes)

5.1 ผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ (Economic Outcomes)

1. **รายได้จากสมาชิก:** คาดว่าจะมีสมาชิกกลุ่มบุกเบิก (Founding Members) ประมาณ 60–80 ราย แบ่งเป็น Signature Membership (200,000 บาท/ปี) และ Legacy Membership (500,000 บาท แบบครั้งเดียว) คาดการณ์รายได้รวมจากสมาชิกในปีแรก 12–14 ล้านบาท โดยเน้นการสร้างฐานลูกค้าคุณภาพ สร้างชุมชน และเก็บข้อมูลเชิงลึกเพื่อใช้ปรับปรุงบริการในระยะต่อไป
2. **รายได้จากบริการเสริม:** รายได้เพิ่มเติมจาก Café, Wellness Workshop, Retreat และ Corporate Program คาดการณ์รายได้จากบริการเสริม 2–6 ล้านบาทต่อปี
3. **การเติบโตทางรายได้:** แผนขยายสาขาสู่ โซนชานเมืองระดับ A+ พร้อมโมเดล Cross-location Access คาดการณ์อัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ย 30–50% ต่อปี
4. **อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI):** ตั้งเป้า ROI ที่ 12–15% ภายใน 3 ปีแรก คาดว่าจะถึงจุดคุ้มทุน (Break-even) ภายใน ปีที่ 4

5. การจ้างงานท้องถิ่น: คาดว่าจะสร้างงานใหม่ 25–40 ตำแหน่ง ครอบคลุม Wellness Coach, Trainer, Therapist, Café Crew, Admin และ IT Support
6. การกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน: สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนผ่านการใช้ วัตถุดิบท้องถิ่น และเชื่อมโยงกับธุรกิจสุขภาพรายย่อย

5.2 ผลลัพธ์เชิงสังคม (Social Outcomes)

1. การลดความโดดเดี่ยว (Loneliness) ของผู้สูงอายุ: คาดว่าระดับความรู้สึกโดดเดี่ยวจะลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (20–40%) จากการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มแบบประจำ (ตามดัชนี UCLA Loneliness Scale)
2. การสร้างเครือข่ายสังคม: สมาชิกมีโอกาสเข้าร่วมกลุ่มย่อยอย่างน้อย 2 กลุ่ม เช่น กลุ่มเดินป่า กลุ่มโยคะ กลุ่มทำอาหาร กลุ่มนักร้อง ฯลฯ
3. การมีส่วนร่วมของครอบครัว: จัดกิจกรรมร่วมกับลูกหลานอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง เช่น Family Day, Grandparents Forum
4. การส่งต่อองค์ความรู้: มีผู้สูงอายุเข้าร่วมเป็นวิทยากรหรือพี่เลี้ยงในโครงการ Mentor Program อย่างน้อย 30 คนในปีแรก
5. การมีส่วนร่วมกับชุมชน: พัฒนาโครงการบริการสังคม เช่น โครงการ “ผู้สูงอายุสอนน้อง” หรือ “Wellness Volunteer” ในโรงเรียนและวัดชุมชน

5.3 ผลลัพธ์เชิงสุขภาพและคุณภาพชีวิต (Wellness & Quality of Life Outcomes)

1. การปรับปรุงสมรรถภาพร่างกาย: สมาชิกอย่างน้อย 70% มีผลการวัดร่างกาย (BMI, Blood Pressure, Muscle Strength) ดีขึ้นภายใน 6 เดือนแรก
2. การนอนหลับที่ดีขึ้น: วัดจาก Sleep Tracker หรือ Self-report พบว่าสมาชิกอย่างน้อย 60% มีคุณภาพการนอนที่ดีขึ้น
3. ความสุขและความหมายของชีวิต: คะแนน Well-being Index เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 15–20% จากแบบสอบถาม WHO-5 และ Flourishing Scale
4. การลดพฤติกรรมเสี่ยง: สมาชิก 40% ลดการบริโภคแอลกอฮอล์ ลดการบริโภคน้ำตาล และเริ่มออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง
5. การใช้บริการสุขภาพน้อยลง: สมาชิกที่มีโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) เช่น เบาหวาน ความดัน มีแนวโน้มเข้าโรงพยาบาลลดลง 20% จากข้อมูลประกันสุขภาพ

5.4 ตัวชี้วัดผลลัพธ์ระดับโครงการ (Key Performance Indicators - KPIs)

- จำนวนสมาชิกในระบบ ≥ 60 คน ภายในปีแรก
- ดัชนีความพึงพอใจสมาชิก (Member Satisfaction Score) $\geq 85\%$
- อัตราสมาชิกต่ออายุ $\geq 70\%$ ต่อปี
- คะแนนกิจกรรมสุขภาพ ≥ 4.5 จาก 5 โดยเฉลี่ย (ทุกประเภทคลาส)
- Net Promoter Score (NPS) ≥ 50

- ค่าเฉลี่ยการใช้บริการต่อคน ≥ 2.5 ครั้ง/สัปดาห์
- อัตราค่าใช้จ่ายซ้ำ (Repeat Spending) $\geq 60\%$

5.5 ผลกระทบระดับมหภาค (Macroeconomic & Policy-Level Impact)

- สนับสนุนเป้าหมาย Thailand 4.0 และแผนยุทธศาสตร์ชาติด้านผู้สูงอายุ (พ.ศ. 2566–2580)
- เป็นกรณีศึกษาสำหรับ Wellness & Aging Hub สำหรับมหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการ
- เสริมบทบาทประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลาง Wellness Tourism & Silver Economy ของอาเซียน

6. รายละเอียดทางธุรกิจ (Business Model Details)

โครงการ Wellnest ถูกออกแบบให้มีโครงสร้างธุรกิจที่รองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านกลยุทธ์ การเงิน และการขยายผลในระยะยาว โดยใช้โมเดล Business Model Canvas (BMC) เป็นกรอบในการวิเคราะห์

6.1 Customer Segments (กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)

- กลุ่มผู้มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ที่ต้องการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมและมีรายได้ระดับกลางถึงสูง
- กลุ่มเกษียณใหม่ (Young Retirees) ที่ยังมีศักยภาพและมองหากิจกรรมเติมเต็มชีวิต
- กลุ่มผู้บริหารและเจ้าของธุรกิจที่ต้องการ Community แบบพรีเมียมเพื่อพักผ่อนหรือพบปะเครือข่าย
- กลุ่มครอบครัวที่ต้องการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในบ้านผ่านระบบสมาชิกแบบของขวัญ
- กลุ่มองค์กรและบริษัทที่มีโปรแกรมดูแลสุขภาพผู้เกษียณ (Corporate Wellness Plan)

6.2 Value Propositions (คุณค่าที่นำเสนอ)

- Personalized Wellness – ปรับกิจกรรมและโปรแกรมสุขภาพตามข้อมูลส่วนบุคคล (Health Profile, Behavior Data)
- Premium Community Club – สังคมสุขภาพระดับสูงที่คัดกรองผ่านระบบ Referral & Background Check
- Holistic Environment – ออกแบบพื้นที่ด้วยแนวคิด Biophilic Design & Universal Design เพื่อความสงบและการเข้าถึงที่ง่าย
- กิจกรรมที่หลากหลาย – ครอบคลุมฟิตเนส, โภชนาการ, ศิลปะ, เวิร์กช็อปภาษา และกิจกรรมสำหรับครอบครัว
- Digital Wellness Platform – แอปพลิเคชันจัดการสุขภาพ นัดหมาย และสื่อสารกับโค้ชได้สะดวก

6.3 Channels (ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า)

- เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน Wellnest
- การตลาดผ่าน Social Media และ Influencer วัย 45+
- การร่วมมือกับโรงพยาบาล โรงเรียน และองค์กรขนาดใหญ่
- งานสัมมนาผู้สูงอายุและงานแสดงสินค้าด้านสุขภาพ
- การประชาสัมพันธ์ใน Community ระดับพรีเมียม เช่น คลับกอล์ฟ หรือ สมาคมเกษียณ

6.4 Customer Relationships (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)

- Concierge Service – ระบบดูแลสมาชิกแบบใกล้ชิด
- CRM & Behavioral Tracking – ใช้ฐานข้อมูลติดตามสุขภาพและการใช้งานบริการ
- Member Success Manager – ทีมที่ดูแลความพึงพอใจและเป้าหมายของสมาชิก
- Exclusive Events – เช่น VIP Night, Founder’s Dinner, Member Anniversary

6.5 Revenue Streams (แหล่งรายได้)

1. ค่าสมาชิกรายปี และรายเดือน (Membership Fee)
2. รายได้จากกิจกรรมเสริม เช่น Workshop, Retreat, และ Bootcamp
3. Health & Wellness Consultation – รายได้จากบริการให้คำปรึกษาสุขภาพ
4. Café & Retail Store – รายได้จากผลิตภัณฑ์สุขภาพและอาหาร
5. License & Franchise Expansion – รายได้จากการขายโมเดลแฟรนไชส์
6. Corporate Wellness Program – บริการสำหรับองค์กรที่ต้องการดูแลสุขภาพพนักงานระยะยาว

6.6 Key Resources (ทรัพยากรหลัก)

- คลินิกเฉพาะทาง 3 แห่งในเครือ ได้แก่:
 - Mor Ying Clinic – เวชศาสตร์ชะลอวัย (Anti-aging)
 - YS Clinic – การแพทย์แผนจีน
 - Chama Clinic – การแพทย์แผนไทย
- อาคารและสถานที่ซึ่งออกแบบให้รองรับผู้สูงวัยโดยเฉพาะ
- ทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพผู้สูงวัย เช่น แพทย์, โค้ช, นักโภชนาการ, นักกิจกรรมบำบัด
- ระบบเทคโนโลยี Wellness Platform และฐานข้อมูลสมาชิก
- เครือข่ายพันธมิตร เช่น โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย บริษัทสุขภาพ
- ทุนสนับสนุนจากภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐ

6.7 Key Activities (กิจกรรมหลัก)

- การออกแบบและบริหารโปรแกรมสุขภาพ
- การจัดกิจกรรมเชิงสังคมและการเรียนรู้
- การวิเคราะห์ข้อมูลสมาชิกเพื่อปรับปรุงบริการ
- การฝึกอบรมและพัฒนาทีมงาน
- การสร้างชุมชนออนไลน์และออฟไลน์

6.8 Key Partnerships (พันธมิตรหลัก)

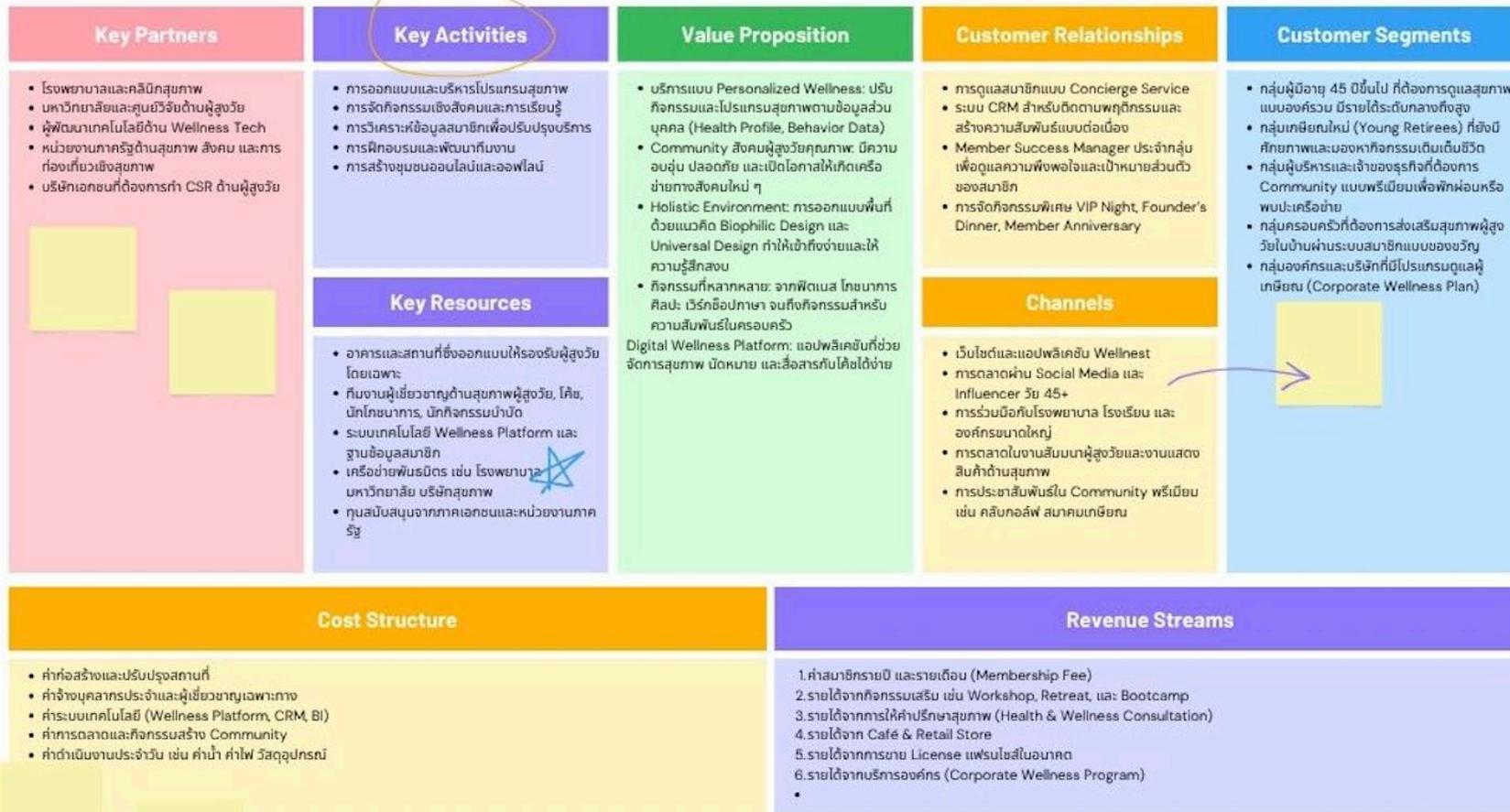
- โรงพยาบาลและคลินิกสุขภาพ
- มหาวิทยาลัยและศูนย์วิจัยด้านผู้สูงวัย
- ผู้พัฒนาเทคโนโลยีด้าน Wellness Tech
- หน่วยงานภาครัฐด้านสุขภาพ สังคม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- บริษัทเอกชนที่ต้องการทำ CSR ด้านผู้สูงอายุ

6.9 Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)

- ค่าก่อสร้างและปรับปรุงสถานที่
- ค่าจ้างบุคลากรประจำและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง
- ค่าระบบเทคโนโลยี (Wellness Platform, CRM, BI)
- ค่าการตลาดและกิจกรรมสร้าง Community
- ค่าดำเนินงานประจำวัน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ วัสดุอุปกรณ์

Wellnest Business Model Canvas



รูปภาพที่ 15: Business Model Canvas ของ Wellnest

7. แผนการเงิน

Wellnest ใช้เงินลงทุน รวมเป็นจำนวนเงิน 100,000,000 บาท โดยมาจากเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น บริษัทได้ทำการออกขายหุ้นสามัญจำนวน 1,000,000 หุ้น หุ้นละ 100 บาท การลงทุนครั้งนี้ไม่มีการกู้ยืมจากสถาบันทางการเงิน

ตารางที่ 1 : แสดงจำนวนสัดส่วนหุ้นและเงินทุนของผู้ถือหุ้น Wellnest

ลำดับ	ผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	A	300,000	30.00%	30,000,000
2	B	300,000	30.00%	30,000,000
3	C	250,000	25.00%	25,000,000
4	D	150,000	15.00%	15,000,000
รวม		1,000,000	100%	100,000,000

รายการยอดขายของ Wellnest

รายการจำหน่ายค่าสมาชิกรายปี					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนต่อหน่วย	60	120	200	300	500
ราคาต่อหน่วย	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
รวมรายได้	12,000,000	24,000,000	40,000,000	60,000,000	100,000,000

7.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 2 : แสดงการประมาณการงบกำไรขาดทุนของ Wellnest ในปี 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	12,000,000	24,000,000	40,000,000	60,000,000	100,000,000
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	3,000	6,000	10,000	15,000	25,000
กำไรขั้นต้น	11,997,000	23,994,000	39,990,000	59,985,000	99,975,000
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน					
หัก-ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	15,571,650				
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	6,654,000	9,585,000	10,858,394	12,934,761	15,188,409
หัก-ค่าใช้จ่ายการตลาด	113,168	143,568	158,568	158,568	158,568
หัก-ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหาร	101,963	101,963	101,963	101,963	101,963
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	22,440,781	9,830,531	11,118,925	13,195,292	15,448,940
กำไรจากการดำเนินการ	10,443,781	14,163,469	28,871,075	46,789,708	84,526,060
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน					
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย					
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	10,443,781	14,163,469	28,871,075	46,789,708	84,526,060
ภาษี					
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%	2,088,756	2,832,694	5,774,215	9,357,942	16,905,212
กำไรสุทธิ	8,355,025	11,330,775	23,096,860	37,431,766	67,620,848
หัก-เงินปันผลจ่าย					20,286,254
กำไรหลังจ่ายเงินปันผล	8,355,025	11,330,775	23,096,860	37,431,766	47,334,594

กำไรสะสม	-	8,355,025	2,975,750	26,072,610	63,504,377	110,838,970
----------	---	-----------	-----------	------------	------------	-------------

7.2 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 3 : แสดงการประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงินของ Wellnest ในปี 1-5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและเงินสดในธนาคาร	77,853,110	69,300,098	80,132,936	102,331,926	138,365,905	183,302,879
ลูกหนี้การค้า	0	200,000	600,000	1,266,667	2,266,667	3,933,333
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	0	100,000	300,000	633,333	1,133,333	1,966,667
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	77,853,110	69,600,098	81,032,936	104,231,926	141,765,905	189,202,879
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	6,575,240	6,575,240	6,575,240	6,575,240	6,575,240	6,575,240
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	15,571,650	15,571,650	15,571,650	15,571,650	15,571,650	15,571,650
ค่าเสื่อมราคาสะสม	0	-101,963	-203,926	-305,889	-407,852	-509,815
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	22,146,890	22,044,927	21,942,964	21,841,001	21,739,038	21,637,075
รวมสินทรัพย์	100,000,000	91,645,025	102,975,900	126,072,927	163,504,943	210,839,954
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินกู้ระยะสั้น	0	0	0	0	0	0
เจ้าหนี้การค้า	0	50	150	317	567	983
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	0	0	0	0	0	0
รวมหนี้สินหมุนเวียน	0	50	150	317	567	983

หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	0	0	0	0	0	0
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	0	0	0	0	0	0
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	0	0	0	0	0	0
รวมหนี้สิน	0	50	150	317	567	983
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนหุ้นสามัญ	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000
เงินสนับสนุนธุรกิจจากรัฐบาล	0	0	0	0	0	0
กำไรสะสม	0	-8,355,025	2,975,750	26,072,610	63,504,377	110,838,970
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	100,000,000	91,644,975	102,975,750	126,072,610	163,504,377	210,838,970
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	100,000,000	91,645,025	102,975,900	126,072,927	163,504,943	210,839,954

7.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 4 : แสดงการประมาณการงบกระแสเงินสดของ Wellnest ในปี 1-5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ	0	-8,355,025	11,330,775	23,096,860	37,431,766	67,620,848
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	0	101,963	101,963	101,963	101,963	101,963
เจ้าหนี้การค้า	0	50	100	167	250	417
ลูกหนี้การค้า	0	-200,000	-400,000	-666,667	-1,000,000	-1,666,667
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	0	-100,000	-200,000	-333,333	-500,000	-833,333
ดอกเบี้ยจ่าย	0	0	0	0	0	0
รวม กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	0	8,553,012	10,832,838	22,198,990	36,033,979	65,223,228
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	6,575,240	0	0	0	0	0
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	15,571,650	0	0	0	0	0
รวม กระแสเงินสดจากการลงทุน	22,146,890	0	0	0	0	0

กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินสดจากการกู้ยืมธนาคาร						
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	100,000,000	0	0	0	0	0
เงินสดรับจากการรัฐบาล	0	0	0	0	0	0
เงินสดจ่ายปันผล	0	0	0	0	0	-20,286,254
รวม กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน	100,000,000	0	0	0	0	-20,286,254
กระแสเงินสดสุทธิ	77,853,110	-8,553,012	10,832,838	22,198,990	36,033,979	44,936,973
กระแสเงินสดต้นงวด	0	77,853,110	69,300,098	80,132,936	102,331,926	138,365,905
กระแสเงินสดปลายงวด	77,853,110	69,300,098	80,132,936	102,331,926	138,365,905	183,302,879

ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของบริษัท Wellnest จำกัด

ตารางที่ 5 : ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของบริษัท Wellnest จำกัด

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่างๆของบริษัท	12.72%
มูลค่าปัจจุบัน(บาท) (Net Present Value : NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการ	1,293,655,115
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนเงินลงทุน	91.52%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด	4 ปี
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมดโดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน	4 ปี 1 เดือน

ผลการตอบแทนการลงทุนของ Wellnest จากการเปรียบเทียบระหว่างเงินลงทุนทั้งหมดที่จ่ายไปกับผลตอบแทนที่ได้รับ ดังแสดงในตารางที่ 3, 4 และ 5 Wellnest ประมาณระยะเวลาที่ธุรกิจจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด ใช้เวลา 4 ปี อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) อยู่ที่ 91.52% และมูลค่าปัจจุบัน 1,293,655,115 บาท

บทสรุปโครงการ Wellnest

โครงการ Wellnest ถือกำเนิดขึ้นเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงสู่ "สังคมผู้สูงอายุ" ในประเทศไทย ซึ่งประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนเกิน 20% และจะก้าวสู่ "สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด" ในปี พ.ศ. 2574 โดยเฉพาะกลุ่มวัย 45 ปีขึ้นไปที่มีกำลังซื้อและต้องการคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งกายและใจ Wellnest มุ่งเป็น "Senior Wellness & Lifestyle Community" แห่งแรกในประเทศไทยที่ผสานการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมเข้ากับประสบการณ์ชีวิตที่มีความหมาย

Wellnest นำเสนอแนวคิดหลัก 5 ประการ ได้แก่ Personalized Wellness Routine & Holistic Health Expertise, Mental Wellness Support, Community Participation, Rotating Wellness Themes และ All-Age Friendly Activities บริการได้รับการออกแบบโดยยึดหลัก Human-centered & Data-informed Design เน้นประสบการณ์สมาชิกเป็นศูนย์กลาง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น สระว่ายน้ำ, Ice Bath, ห้องซาวน่า, Sound Therapy Room, ห้องฟิตเนส และคลินิกพันธมิตร 3 แห่ง ได้แก่ Mor Ying Clinic (Anti-aging), YS Clinic (Chinese Medicine), Chama Clinic (Thai Medicine)

ระบบสมาชิกแบ่งเป็น Signature Member และ Legacy Member (Lifetime Tier) โดยสมาชิกใหม่ต้องผ่านระบบ Referral-Only และ Background Check เพื่อรักษามาตรฐานความเป็นส่วนตัว Wellnest ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยยกระดับบริการ เช่น Wellness App, Smart Entry System, Wearable Sync, AI-driven Health Recommendation, CRM & Loyalty Engine และ Data Privacy & Consent Protocol

แผนกลยุทธ์การเติบโตแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ Flagship & Urban Cluster (ปี 1-2), Regional Urban Expansion (ปี 3-5), และ Asia Urban Premium Franchise (ปี 6 เป็นต้นไป) โดยมีเป้าหมายในการสร้างความยั่งยืนทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยคาดการณ์รายได้รวมจากสมาชิกและบริการเสริมในปีแรก 14-20 ล้านบาท และตั้งเป้า ROI ที่ 12-15% ภายใน 3 ปีแรก Wellnest ยังคาดว่าจะช่วยลดความโดดเดี่ยวของผู้สูงวัย สร้างเครือข่ายสังคม และปรับปรุงสมรรถภาพทางกายและสุขภาพจิตของสมาชิก ระยะเวลาคืนทุนคาดว่าจะอยู่ที่ 4 ปี Wellnest ใช้เงินลงทุนรวม 100,000,000 บาท โดยมาจากเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด

8. ภาคผนวก (Appendices)

เอกสารอ้างอิง (References)

- Design Council UK. (n.d.). *The Double Diamond design process*.
<https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>
- Global Wellness Institute. (2023). *Global wellness economy monitor*.
https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2023/11/GWI-WE-Monitor-2023_FINAL.pdf
- Global Wellness Institute. (2023). *Wellness real estate and communities insights*.
<https://globalwellnessinstitute.org/wellness-real-estate-and-communities-symposium-2023/>
- Global Wellness Institute. (2024). *Wellness real estate insights*.
<https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2024/05/GWI-Wellness-Real-Estate-2024.pdf>
- Ministry of Public Health Thailand. (2023). *Strategic framework for active aging 2023–2030*.
<https://phdb.moph.go.th/main/editors/userfiles/files/รวมเล่มแผนผู้สูงอายุ%202566-2570.pdf>
- Ministry of Social Development and Human Security Thailand. (2022). *Strategic plan for elderly care 2022–2027*. https://www.dop.go.th/download/laws/th1741771843-868_0.pdf
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley. <https://www.wiley.com/en-us/Business+Model+Generation:+A+Handbook+for+Visionaries,+Game+Changers,+and+Challengers-p-9780470876411>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *รายงานประชากรสูงอายุ*.
https://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาแรงงาน/Labor_of_the_elderly/2565/pocketbook_65.pdf
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs (UN DESA). (2022). *World population prospects 2022*. <https://desapublications.un.org/publications/world-population-prospects-2022>
- United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (UN ESCAP). (2021). *The silver economy in Asia*. <https://www.unescap.org/kp/2021/silver-economy-asia>
- World Health Organization. (2002). *Active ageing: A policy framework*.
<https://extranet.who.int/agefriendlyworld/wp-content/uploads/2014/06/WHO-Active-Ageing-Framework.pdf>

- World Health Organization. (2021). *Measuring health and well-being in aging population*.
<https://www.who.int/activities/improving-understanding-measurement-and-monitoring-of-healthy-ageing>
- World Health Organization. (2022). *Innovation in aging and wellness services*.
<https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/374192/9789240079694-eng.pdf>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสุขภาพ. (2566). *รายงานอุตสาหกรรมสุขภาพไทย*.
https://www.thailandmedicalhub.net/uploads/documents/O9_รายงานผลการดำเนินงานประจำปี.pdf

รายชื่อสมาชิกกลุ่มซีลีเนียม (Selenium) และกลุ่มซิงค์ (Zinc)

1. ดร.พรเทพ ล้อมพรม
2. คุณสมศักดิ์ กริชัย
3. ดร.ชอุณหงส์ ไทยอุปถัมภ์
4. แพทย์หญิงศุภกัษณา สิงห์ยะบุศย์
5. คุณรัตนาภรณ์ สาริกัน
6. ทันตแพทย์หญิงผริตา ผาทอง
7. คุณภาวิณี เกียรติศรีชาติ
8. คุณปรินดา ตั้งพิรุฬห์ธรรม
9. คุณสุปรียา ยงกาญจนากร
10. คุณอรสิริน อุตมผล
11. คุณพัชรี เลิศวิไลวิทยา
12. คุณพิษณุวัชร เจริญพัชรพร