



# BAAN THAMACHART

By Chersery home

09 February, 2023  
By Chersery Home International

# Model บ้านธรรมชาติ (Baan Thamachart) by Chersery home



บ้านธรรมชาติ สาขาบางบอน  
มิถุนายน 2565

จำนวนพื้นที่ 1,300 ตรม.

จำนวน 39 เติง



บ้านธรรมชาติ สาขาเบิ่ง สมุทรปราการ  
มีนาคม 2566

จำนวนพื้นที่ 1,300 ตรม.

จำนวน 50 เติง



บ้านธรรมชาติ สาขาแจ้งวัฒนะ  
กรกฎาคม 2566

จำนวนพื้นที่ 1 ไร่ 75 ตรว.

จำนวน 31 เติง

พัฒนาโครงการโดย  
บริษัท เค.พี.เอ็น.ซีเนียร์ โซลูชัน จำกัด

# แนวคิดโครงการ บ้านธรรมชาติ By Chersery home

“บ้านธรรมชาติ” By Chersery home เป็นสถานดูแลผู้สูงอายุขนาดกลาง ตั้งแต่ 30 เตียงขึ้นไป โดยขึ้นทะเบียนเป็น สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ในการดูแลผู้สูงอายุ กับกระทรวงสาธารณสุข ให้ดำเนินการในการดูแลพักฟื้น สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุแต่กลุ่มต่าง ๆ อาทิ กลุ่มช่วยเหลือตัวเองได้น้อย, กลุ่มหลังผ่าตัด, กลุ่มที่มีปัญหาด้านการ เคลื่อนไหว, กลุ่มที่ต้องการ การดูแลประคับประคอง

โดย Model นี้จะตอบโจทย์สังคมเมืองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่กรุงเทพตอนบน และในพื้นที่ จังหวัดนนทบุรีที่มีความต้องการในการดูแลผู้สูงอายุ ในช่วงเวลาที่สำคัญ และในกลุ่มที่ต้องการดูแลระยะยาวโดยมีการ ให้บริการในลักษณะ การฟื้นฟูเต็มรูปแบบโดย สหสาขาวิชาชีพภายใต้แนวคิด

## *หมอบริการบ้าน พยาบาลด้วยหัวใจ ใกล้ชิดธรรมชาติ*

โดยมีผู้บริหารโครงการและการดูแลสุขภาพจากเครือ โรงพยาบาลผู้สูงอายุ Chersery Home International มาให้บริการมีความร่วมมือกับบริษัทประกันสุขภาพ และประกันชีวิตที่จะตอบโจทย์ การฟื้นฟูสุขภาพในทุกมิติไม่ว่าจะเป็นทางด้านร่างกาย จิตใจสังคมและความสัมพันธ์ในครอบครัว ให้สมกับปรัชญาการทำงาน

## *บอกรักผู้สูงวัย เชื่อใจให้เราดูแล*

พัฒนาโครงการโดย บริษัท เค.พี.เอ็น.ซีเนียร์ โซลูชั่น จำกัด



# Vision & Mission

## Our Vision

บริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้บุกเบิกหรือผู้นำทางธุรกิจศูนย์การแพทย์  
เพื่อการดูแลฟื้นฟูผู้ป่วยสูงอายุเต็มรูปแบบและกลุ่มเฉพาะด้าน เช่น  
การดูแลหลังผ่าตัดการดูแลผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านการเคลื่อนไหว  
การดูแลระดับประคองระยะสุดท้ายอย่างครบวงจร โดยเน้นไปที่  
การดูแลต่อเนื่องเพื่อบรรเทาความทุกข์ทรมานและส่งเสริมคุณภาพชีวิต  
นอกจากนี้ บริษัทมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาระดับคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง  
มุ่งมั่นด้วยมาตรฐาน ...บริการด้วยหัวใจ เพื่อมอบงานบริการที่มีคุณภาพ  
มาตรฐานระดับสากล ปลอดภัยและยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับผู้เข้ารับการดูแล  
โดยมีทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญและสหสาขาวิชาชีพขององค์กรให้บริการอย่างเต็มที่



# Vision & Mission

## Our Mission

1. แสวงหาโอกาสในให้บริการในการดูแลฟื้นฟูผู้สูงอายุอย่างครบวงจร ให้เติบโตอย่างยั่งยืน มีคุณธรรมคู่คุณภาพในระดับสากล และเป็นตัวอย่างที่ดีแก่สังคม
2. มุ่งมั่นก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านการดูแลรักษาฟื้นฟูและความเป็นเลิศทางด้านการประกอบธุรกิจ
3. พัฒนาและรักษามาตรฐานการบริการให้มีคุณภาพในระดับสูง ได้รับการยอมรับระดับนานาชาติ มีภาพลักษณ์ที่ดีในการศูนย์การแพทย์ด้านผู้สูงอายุตัวอย่างให้แก่ประเทศ
4. ส่งเสริมแนวคิด Aging in place และการทำงานร่วมกับครอบครัว และสังคมเพื่อตอบโจทย์คุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนสำหรับผู้สูงวัย



# SEGMENTED TARGET CUSTOMER

ผู้มารับบริการพื้นที่กรุงเทพฯตอนบน และปริมณฑล  
ที่อยากจะรับการบริการดูแลผู้สูงอายุ ที่รู้สึกว่าเป็นเลิศ  
ในการดูแลและมีความน่าเชื่อถือ มองหาศูนย์ดูแลผู้สูงอายุครบวงจร  
ใกล้ชิดธรรมชาติ เดินทางสะดวก ที่มีบุคลากรที่คุณภาพดีมีประสบการณ์  
คิดว่าดีกว่าการดูแลเองที่บ้าน เนื่องจากอยากให้มีส่วนของผู้สูงอายุ  
และอยู่ใกล้ชิดที่ทีมงานวิชาชีพ อุ่นใจ ปลอดภัย  
และสามารถฟื้นฟูได้รวดเร็วกลับไปใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างมีคุณภาพชีวิตที่ดี



# แนวคิดด้านการตลาด

โครง Baan Thamachart By Chersery Home  
ให้ประสบการณ์ใหม่ในการตอบแทน  
แสดงซึ่งความกตัญญูแบบหนึ่งต่อผู้สูงวัย  
นำเสนอกิจกรรม ภาพภาพบำบัด กิจกรรมบำบัด  
ภายใต้มีติสิ่งแวดล้อมใหม่ที่ดี เหมาะสม เน้นการตรวจ  
โดยทีมสหสาขาวิชาชีพที่มีความสนใจทางด้านผู้สูงวัย  
และมีความจำเพาะในการปรึกษากับแพทย์และทีมงานในทุก ๆ วัน  
ภายใต้ Concept ของการบริหารงานและการสร้างภาพลักษณ์  
ด้วยแนวคิด Professional, Quality and Hospitality



# กลุ่มเป้าหมายเน้นรวม 5 กลุ่ม

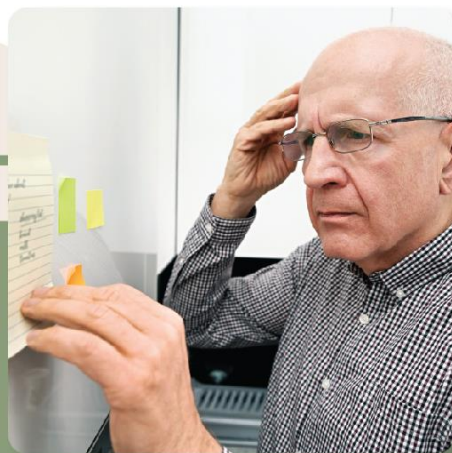
## เน้นการดูแลรักษาและฟื้นฟูสุขภาพผู้สูงอายุ



กลุ่มหลังผ่าตัด  
(Post operation)



กลุ่มปัญหาหลอดเลือดสมอง  
(Stroke Rehabilitation)



กลุ่มสมองเสื่อมและความจำ  
(Memory Care)



กลุ่มติดเตียงและการเคลื่อนไหว  
(Dysmotility and Decondition)



กลุ่มการดูแลประคับประคอง  
(Palliative care)



# เป้าหมาย

## Target Customer และ Partner

- 🏠 เน้นกลุ่มผู้มารับบริการระดับกลาง (Middle)
- 🏠 ค่าใช้จ่ายประมาณ 35,000-60,000 บาท/เดือน
- 🏠 กลุ่มโรงพยาบาล ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่เขตต่างๆของศูนย์ฯ ที่สามารถเป็นจุดส่งต่อได้ มีจุดส่งต่อผู้ป่วยขนาดใหญ่รวมกันกว่า 1,000 เตียง ของแต่ละพื้นที่นั้นๆ

### เน้นแบ่งกลุ่มการให้บริการ 3 ระยะ

การดูแลระยะสั้น  
( 1 - 2เดือน)

**30%**

การดูแลระยะกลาง  
( 2 - 4 เดือน)

**50%**

การดูแลระยะยาว  
( 4- 6 เดือนขึ้นไป)

**20%**

# เป้าหมาย (GOAL) ในการดำเนินการ

## เป้าหมายระยะสั้น ภายใน 1 - 2 ปี

- สร้างการรับรู้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ
- มีจำนวนคนใช้ทั้งไทยและต่างชาติเดินทางเข้ามาใช้บริการมากกว่า 50-60% ของจำนวนคนใช้รองรับได้ทั้งหมด
- มียอดขายที่ดีและมีกำไรจากการเข้าใช้บริการจนมีกระแสเงินสดเป็นบวกใน 2 ปีแรกของการดำเนินงานและมีประสิทธิภาพในการแข่งขัน
- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการเป็นแบบอย่างของสถานดูแลและฟื้นฟูผู้สูงอายุต้นแบบของประเทศ



## เป้าหมายระยะกลางช่วง 3 - 6 ปี

- เป็นศูนย์กลางการดูแลผู้ป่วยสูงอายุและมีความเฉพาะทางในการดูแลผู้ป่วยกลุ่มประคับประคองและผู้ป่วยระยะสุดท้ายอย่างครบวงจร อันดับ 1 แห่งประเทศไทย มาตรฐานสากล
- สามารถขยายธุรกิจโรงพยาบาล/ ศูนย์การแพทย์ผู้สูงอายุในพื้นที่ศักยภาพ สร้างแบรนด์เป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างชาติที่เปิดให้บริการดูแลผู้ป่วยสูงอายุอย่างครบวงจร
- ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ด้วยตัวเองอย่างมีประสิทธิภาพ กระแสเงินสดเป็นบวก ผลประกอบการอยู่ในเกณฑ์ที่ดี และมีความสามารถในการแข่งขันระดับสูงเพื่อต่อยอดในการขยายงานการให้บริการในอนาคต





## เป้าหมายระยะยาว 7-12 ปี

สามารถขยายงานและสร้างโอกาสใหม่ๆทางธุรกิจได้ เช่น ธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับงานดูแลผู้สูงอายุ ระบบ platform สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ระบบการจัดฝึกอบรมอาชีพด้านการดูแลผู้สูงอายุและ การจัดส่งบริการ รวมถึงโอกาสด้านการลงทุนพัฒนา และวิจัยการตอบโจทย์สินค้าและบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุที่จะ มาเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจหลักได้เป็นอย่างดี เป็น Superior Long-term Advantage ให้กับบริษัทฯ

# กิจกรรมด้านการตลาด



BAAN THAMACHART  
By Chersery home

1

สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย  
(Brand Awareness)

ผ่านเครื่องมือทางการตลาดต่างๆทั้ง Online และ Offline ทำให้ผู้คนย่าน  
ฝั่งธนบุรีรับรู้และเข้าใจความสำคัญของการดูแลผู้สูงอายุให้ใช้ชีวิตอย่างมี  
คุณค่ามากที่สุดในช่วงเวลาที่สำคัญ

2

ดำเนินกิจกรรมต่างๆ

- เน้นส่งเสริมภาพลักษณ์ของศูนย์ที่เป็นผู้นำด้านวิชาการและการดูแลผู้สูงอายุ
- สร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านธุรกิจและการแพทย์ในโรงพยาบาลต่างๆ
- สร้างความไว้วางใจ วางตำแหน่ง (Position) ในด้านความเป็นเลิศด้านการดูแลผู้สูงอายุ

3

เป็นศูนย์การแพทย์ที่ไว้วางใจของผู้สูงอายุ  
ครอบครัว และวัยเกษียณ

- เน้นทำการตลาดทั้งในไทยและต่างประเทศ (ประมาณการคนไทย 75% ชาวต่างชาติ 25%)
- ทำการตลาดผ่านระบบโดยตรงและระบบตัวแทน (Agency)

4

สร้าง Brand Loyalty

เน้นการทำงานผ่านระบบงานคุณภาพการดูแล  
ด้านการแพทย์ผสมผสานการบริการที่เน้น  
Professional, Quality และ Hospitality

5

การสร้างความเชื่อมั่นการทำงาน

- เน้นกระบวนการดูแลรักษาที่ได้มาตรฐาน  
ทางการแพทย์ระดับสากล
- เน้นกลยุทธ์เพื่อการร่วมเบิกจ่าย  
ผ่านระบบประกันสุขภาพ
- เปิดตลาดทั้งในประเทศที่กว้างและหลากหลาย  
มากขึ้นรวมถึงตลาดต่างประเทศ

# SWOT

## S

- 🏠 บริหารงานและตรวจรักษาโดยแพทย์เองมีความใกล้ชิด มีโครงสร้างแบ่งสายงานที่ชัดเจน มีประสบการณ์การบริหารงาน/ มีชื่อเสียงที่ดี
- โครงการมีภาพลักษณ์สวยงาม อารยสถาปัตยกรรมและถูกกฎหมาย เพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้ป่วย
- 🏠 มีบริการที่หลากหลายทั้งการแพทย์และกายภาพสันทนาการบำบัด
- 🏠 สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยความสะดวกที่สะดวกสบาย
- 🏠 นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อตอบโจทย์การสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว
- 🏠 โครงการเน้นคุณภาพการบริการระดับสูง งานมาตรฐานระดับสากล ร่วมมือกับระบบประกันสุขภาพ

## O

- ประเทศไทยสู่สังคมผู้สูงอายุรวมทั้งประเทศไทย รวมถึงสังคมในอาเซียน ที่มีวัฒนธรรมการใช้ชีวิตใกล้เคียงกับประเทศไทย
- ชื่อเสียงด้านการแพทย์ของไทยดีในช่วงการจัดการ COVID-19 ที่ผ่านมาเป็นช่องทางในการรับผู้สูงวัยจากต่างชาติมาพำนักรักษา พักฟื้นได้
- กิจกรรมหรือสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยมีความน่าสนใจและเป็นวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้ง Medical Tourism, Wellness, Integrative Medicine & Senior living
- เป็นตัวอย่างให้แก่ประเทศและโรงพยาบาลอื่น ๆ ในการบริการสามารถเป็นผู้นำทางด้านนี้ได้

## W

- 🏠 ต้องอาศัยวิชาชีพเป็นสายงานที่ขาดแคลน ค่าแรงสูง
- 🏠 ลงทุนอุปกรณ์การแพทย์ที่ราคาค่อนข้างสูง

## T

- คู่แข่งระดับล่างเยอะและมีการตัดราคากันอีกในระดับนั้น อาจโดนเปรียบเทียบ
- การดึงบุคลากรของโรงพยาบาลคู่แข่ง

# การวิเคราะห์ความเสี่ยงของ โครงการ (Risk Management)

โครงการมีการวางแผนระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงที่สามารถเกิดขึ้นระหว่างการดำเนินธุรกิจเบื้องต้นเพื่อเตรียมรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละระดับความรุนแรง ซึ่งแต่ละความเสี่ยงสามารถส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจในอนาคตได้ มีระบบการจัดการความเสี่ยงตามมาตรฐาน Risk Identification, Risk Assessment & Prioritization, Risk Monitor & Risk Control ประมาณการ ปัจจัยที่มีผลต่อความเสี่ยงที่พบบ่อยในกิจการดังนี้

## (1) ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

1. ปัจจัยด้านพนักงานในการให้บริการ
2. ปัจจัยด้านสภาพคล่องทางการเงิน
3. ปัจจัยด้านพนักงานขาดประสิทธิภาพ หรือความสามารถในการทำงาน
4. ปัจจัยด้านบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

## (2) ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

1. ปัจจัยด้านคู่แข่งชั้นในตลาดโรงพยาบาล
2. ปัจจัยด้านกฎระเบียบ
3. ปัจจัยด้านลูกค้า (ในการต่อรองราคา)
4. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
5. ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดการรับรู้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด



# BAAN

# THAMACHART

By Chersery home

สาขา

ท่าทอง







**BAAN**  
**THAMACHART**  
By Chersery home

สาขา  
แม่ริม สมุทรปราการ





**BAAN**  
**THAMACHART**  
By Chersery home

สาขา  
แจ้งวัฒนะ



**BAAN THAMACHART**

By Chersery home

**THANK YOU**