



Mind and Brain Wellness Clinic

เอกสารวิชาการกลุ่มแคลเซียม (Calcium: Ca)

Wellness & Healthcare Business Opportunity
Program for Executives (WHB) IIII
2024

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร	1
บทที่ 2 ที่มาและความสำคัญของโครงการ (Background)	2
● ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ	
2.1 รายละเอียดบริษัท Mind and Brain Wellness Clinic	4
2.2 ความเป็นมาของโครงการ	5
บทที่ 3 วัตถุประสงค์โครงการ (Objectives)	7
● ลักษณะคลินิกให้บริการ	7
● BUSINESS MODEL CANVAS	8
● BUSINESS CONCEPT	12
บทที่ 4 การวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค และตลาด	13
4.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	13
4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ PESTEL ANALYSIS	15
4.3 การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด	17
4.4 ตลาดกลุ่มเป้าหมาย	18
4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก SWOT ANALYSIS	20
4.6 แผนการตลาด	22
4.7 MARKETING PLAN กลยุทธ์ทางการตลาด	24
บทที่ 5 ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงการธุรกิจ BUSINESS STRATEGIES	65
บทที่ 6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Results)	65
บทที่ 7 แนวทางการต่อยอดธุรกิจให้ยั่งยืน (Recommendation for next Steps)	66
บทที่ 8 บทสรุปในธุรกิจ MIND and BRAIN Wellness Clinic	66
บทที่ 9 รายการอ้างอิงทางวิชาการ (References)	67
รายชื่อคณะผู้จัดทำ กลุ่มแคลเซียม WHB4	68

โครงการ Mind and Brain Wellness Clinic

(Mental Health Wellness: สำหรับเด็กประถม – มัธยม)

กลุ่ม แคลเซียม (Calcium) WHB๔

๑. บทสรุปผู้บริหาร Mind and Brain Wellness Clinic

ภายใต้คอนเซ็ปต์ Medical Professional & Academic Professional เพื่อให้เด็ก เก่ง ดี มีสุข

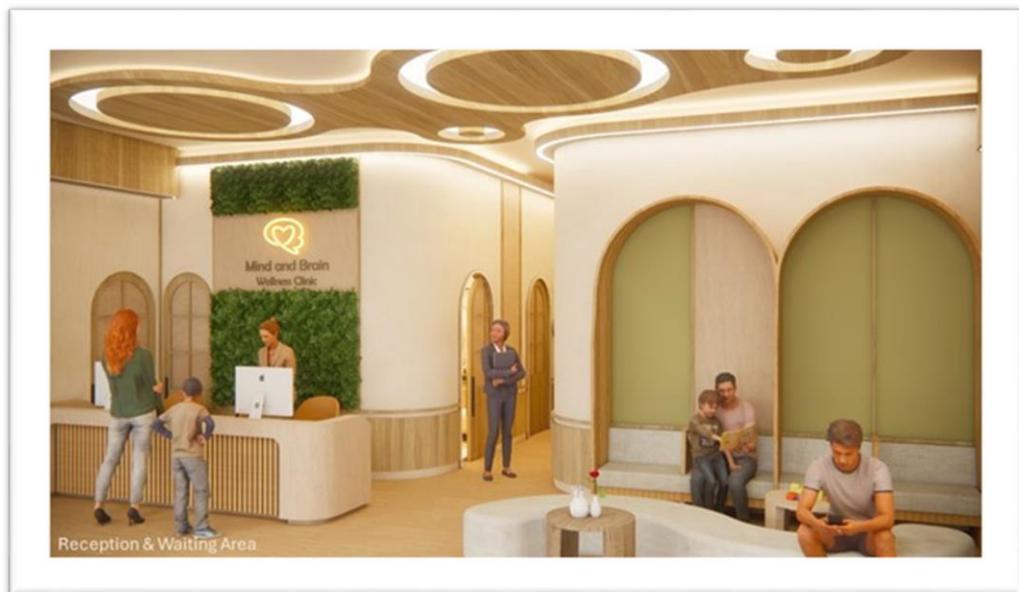
เป็นธุรกิจดูแลและพัฒนาสุขภาพจิต (Mental Health) และสุขภาวะที่ดี (Wellness) ที่ให้บริการด้านสุขภาพจิตแบบครบวงจรเพื่อสร้างสมดุลแก่สมองและจิตใจ รวมถึง การค้นหา ประเมินและ พัฒนาศักยภาพ พหุปัญญา ทั้ง ๘ ด้านของกลุ่มเด็กและเยาวชน ในช่วงระหว่างอายุ ๖-๑๘ ปี ให้สอดคล้องกับการพัฒนาทักษะ ๗Q ของเด็กยุคใหม่ การพัฒนาสุขภาพจิตเป็นสุขภาวะที่เกี่ยวข้องในการสร้างสัมพันธ์ภาพของเด็กและเยาวชนต่อบุคคลรอบข้าง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านครอบครัว โรงเรียน คุณครู เพื่อน และสังคมรอบตัว โดยทางคลินิกได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมพัฒนาการมีสุขภาพจิตที่ดี จึงได้ออกแบบโปรแกรมที่หลากหลายและเน้นเฉพาะบุคคล เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ ให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกมีความสุข มั่นใจ พอใจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ อยู่ในสังคมและสามารถปรับตัวให้อยู่กับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ รวมถึงการที่สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุขซึ่งจะนำไปสู่การสร้างสิ่งดีๆให้กับสังคม ให้กับประเทศชาติ ในการพัฒนาคุณภาพประชากรเด็กและเยาวชน ให้ เก่ง ดี มีสุข (กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข) และด้วยสถานการณ์ปัจจุบัน ธุรกิจประเภท Mental Health มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยอยู่ในพื้นที่ที่มีความเป็นเมือง หรือมีความเจริญทางเศรษฐกิจ รวมถึงความต้องการในการใช้บริการที่สูงมากขึ้น และ ระยะเวลาในการนัดหมายแต่ละเคสใช้เวลานาน โดยเฉลี่ย ๓-๘ เดือน ดังนั้นทางคลินิกจึงได้เล็งเห็นโอกาสทางการตลาด โดยมีการผสมผสานความเป็นธุรกิจทางด้านสุขภาพจิตแบบครบวงจร ทั้งในเรื่องการป้องกันและรักษา รวมถึงการทำ screening การทำ test เพื่อวัดความ Genius และ Career path ในเด็กและเยาวชน โดยมุ่งเน้นการตลาดไปที่ เด็กและเยาวชนที่เป็นกำลังสำคัญของชาติต่อไปในอนาคต รวมถึงผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความหวังใ้ในบุตรหลานและต้องการพัฒนาส่งเสริมศักยภาพของบุตรหลานให้ถึงขีดสุด โดยทาง Mind and Brain Wellness Clinic มีสถานที่ตั้งอยู่ที่ **สามย่านมิตรทาวน์** ศูนย์ใจกลางของกลุ่ม เด็ก นิสิต นักศึกษา และผู้ประกอบการที่นิยมส่งเด็กเรียนเสริมความรู้ในย่านนั้น ซึ่งเป็นสถานที่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรง ประกอบกับ บุคลากรที่ยอดเยี่ยมทางการแพทย์ อุปกรณ์และเทคโนโลยี เครื่องมือที่ทันสมัย รวมถึงการตกแต่งสถานที่ภายในให้เป็นคลินิกที่ให้อารมณ์ความเป็นสุนทรีย์ รู้สึกผ่อนคลาย ตลอดจนการวางแผนพัฒนาแอปพลิเคชันที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการติดตาม แนะนำ และเก็บ ข้อมูลการรักษาที่เป็นความลับส่วนบุคคลอย่างดีเยี่ยม รวมถึงการใช้นวัตกรรมใหม่ๆมาช่วยในการบริการ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและสะดวกสบายแก่ลูกค้ามากขึ้น เช่น การให้คำปรึกษาทางไกล (Teletherapy)

ในการทำธุรกิจ คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic เพื่อให้การดำเนินงานตามโครงการเป็นไปตามกำหนดการโดยไม่มีปัญหาด้าน การเงิน จึงต้องวางแผนด้านเงินทุนหมุนเวียน แผนการตลาด และแผนการดำเนินการอย่างรอบคอบ การวางแผนกำลังการบริการ ปริมาณการบริการและมีการกำหนดขั้นตอนการบริการ โครงการวางแผนว่า จะมีใช้เงินลงทุน ๑๒,๕๖๖,๘๐๐ บาท เงินหมุนเวียน ๖๓๓,๗๒๙ บาท รวมเงินลงทุนในการเปิดคลินิก ๑๓,๒๐๐,๕๒๙ บาท โดยเป็นเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด ๑๐๐% ระยะเวลาคืนทุนของ โครงการเท่ากับ ๗ เดือน มีมูลค่ากำไรสุทธิ (Net Profit; NPV) เท่ากับ ๕,๔๙๕,๒๖๗.๒๐ บาท และมีอัตรา ผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ ๓๒ %

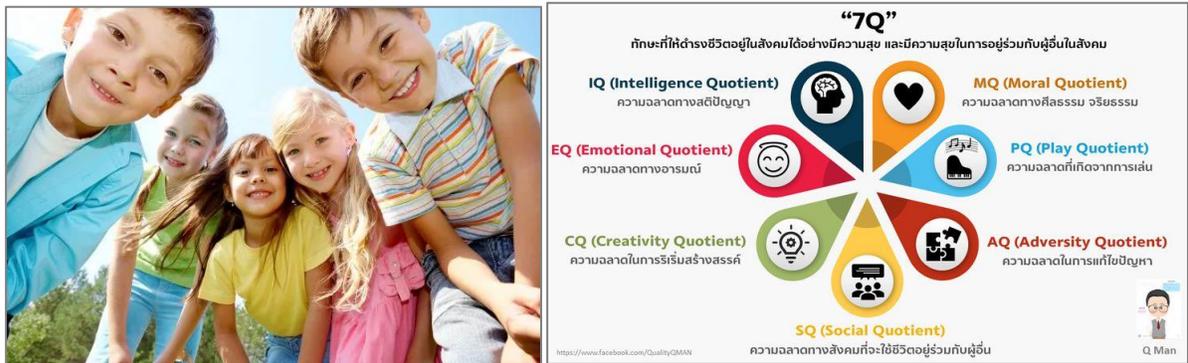
๒. ที่มาและความสำคัญ (Background)

ยุคปัจจุบันเป็นยุคที่เด็กและวัยรุ่นส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงโลกออนไลน์ได้โดยง่ายผ่านทางมือถือ แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์ ที่เรียกได้ว่ามีแทบทุกบ้าน เด็กส่วนใหญ่ในปัจจุบันพบว่า มีปัญหาการติดเกมส์ ปัญหาติดโลกโซเชียล ปัญหาการถูกบูลลี่ทั้งในสถานศึกษาและทางโลกไซเบอร์(Cyberbully) เหล่านี้ล้วนเป็นสาเหตุทำให้เด็กและวัยรุ่นส่วนใหญ่เกิดความเครียดวิตกกังวล ภาวะซึมเศร้า มีปัญหาทางอารมณ์ มีปัญหาทางด้านพฤติกรรม บางรายกลัวการเข้าสังคมเพราะกลัวการถูกวิจารณ์ทางสังคม ซึ่งพฤติกรรมที่กล่าวมามักส่งผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถและปัญญาของกลุ่มเด็กและวัยรุ่นเองให้มีศักยภาพ

ดังนั้น ทาง **Mind and Brain Wellness Clinic (มายน์ แอนด์ เบรนต์ เวลเนส คลินิก)** ซึ่งเป็นคลินิกที่ให้บริการในรูปแบบของเมนทัลเฮลท์เวลเนส (Mental Health Wellness) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงได้คิดค้นโปรแกรมส่วนตัวเฉพาะบุคคล โดยใช้นวัตกรรมใหม่ในการดูแล ส่งเสริม พัฒนา ด้วยเครื่องมือที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรผู้ชำนาญการ ในการส่งเสริม พัฒนาศักยภาพ ป้องกัน ฟื้นฟู ต่อยอดทักษะทางด้านปัญญา จิตใจ ของเด็ก เยาวชน และวัยรุ่น เพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านสมอง และปัญญา รวมถึงการพัฒนา 7Q ทักษะของเด็กยุคใหม่ (IQ EQ CQ MQ PQ AQ SQ) พร้อมกับการดูแลครบวงจรทางด้านสุขภาพจิตใจของเด็ก เยาวชน และวัยรุ่น โดยมีกำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมาย ที่ อายุ ๖-๑๘ ปี เพราะเด็กวัยนี้ เป็นวัยที่ต้องการการเสริมสร้าง ปัญญาและสมองเพื่อพัฒนาต่อยอดพหุปัญญาทั้ง๘ ไปได้ถึงขีดสุดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สุด



7Q ทักษะของเด็กยุคใหม่



๑.IQ (Intelligence Quotient) คือ ความฉลาดทางสติปัญญา เป็นความสามารถในการคิดวิเคราะห์ การคำนวณ การเชื่อมโยง การใช้เหตุผล แม้หลายคนจะเชื่อว่า IQ นั้นเป็นเรื่องของกรรมพันธุ์ แต่หากเด็กๆได้รับการฝึกฝนทางความคิด ร่วมกับการได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ได้รับโภชนาการที่ดี ก็สามารถพัฒนา IQ ได้

๒.EQ (Emotional Quotient) คือ ความฉลาดทางอารมณ์ เป็นความสามารถในการรับรู้ เข้าใจอารมณ์ตัวเองและผู้อื่น สามารถปรับตัวเข้ากับสังคมและสถานการณ์รอบข้างได้ดี เห็นคุณค่าและเชื่อมั่นในตนเอง ความรู้สึกและอารมณ์เหล่านี้ต้องอาศัยการสอนและการปลุกฝังของพ่อแม่อย่างมาก

๓.CQ (Creativity Quotient) เรื่อง Creative thinking คือการที่เด็กมีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ หรือแนวคิดใหม่ๆ เช่น การเล่นเกม งานศิลปะ การประดิษฐ์คิดค้น พ่อแม่สามารถช่วยให้เด็กมี CQ ได้ ด้วยการเปิดโอกาสให้เขาเล่นอย่างอิสระ ส่งเสริมการเล่นที่ใช้จินตนาการ เช่น ทำศิลปะ การหยิบจับของใกล้ตัวมาเป็นของเล่น หรือการเล่านิทานแล้วให้เด็กต่อเติมเรื่องเอง

๔.MQ (Moral Quotient) คือความสามารถทางศีลธรรมจริยธรรม หมายถึงการที่เด็กมีความประพฤติดี รู้ว่าอะไรควรทำหรือไม่ควรทำ ซึ่งเป็นสิ่งที่พ่อแม่ควรให้ความสำคัญอย่างมาก เพราะจะเป็นเหมือนอาวุธทางปัญญาที่จะช่วยให้ลูกนำไปใช้ประกอบการพิจารณาในการจะทำอะไรสิ่งหนึ่งเมื่อเขาเติบโตขึ้น โดย MQ นั้นต้องพ่อแม่ต้องทำให้เด็กเห็นอย่างสม่ำเสมอด้วยจึงจะได้ผลดีที่สุด

๕.PQ (Play Quotient) คือ ความฉลาดที่เกิดจากการเล่น เพราะการเล่นนั้นสามารถพัฒนาทักษะความสามารถเด็กได้หลายด้าน ทั้งทางร่างกาย ความเฉลียวฉลาด ความคิดสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นของเล่นเสริมทักษะ หรือการเล่นกับพ่อแม่ เช่น การขี่คอ เล่นจ๊ะเอ๋ นิทานให้ฟัง ล้วนช่วยเติมเต็มลูกได้ทั้งสิ้น

๖.AQ (Adversity Quotient) คือ ความฉลาดในการแก้ปัญหา มีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวในการเผชิญปัญหาได้ดี และพยายามเอาชนะความยากลำบากด้วยตัวเอง ดังนั้นวิธีการฝึก AQ พ่อแม่ต้องให้โอกาสเด็กๆ เผชิญกับปัญหาและหาทางแก้ปัญหาด้วยตัวเองตั้งแต่เล็กๆ ไม่ควรใจอ่อนและยอมตามใจเพื่อช่วยลูกแก้ปัญหาต่างๆตั้งแต่เขายังเด็ก

๗.SQ (Social Quotient) คือ ความฉลาดทางสังคม การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ปรับตัวเข้าหาผู้อื่นได้ วิธีการฝึก SQ คือ พยายามให้เด็กได้มีโอกาสเล่นกับเพื่อนๆ ในวัยเดียวกัน ทำกิจกรรมกลุ่ม หรือฝึกทำงานกับเพื่อนคบเพื่อนหลากหลาย ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างทักษะการปรับตัวได้ง่ายขึ้น

ภาพรวมบริษัทและรูปแบบธุรกิจ

๒.๑ รายละเอียดบริษัท Mind and Brain Wellness Clinic (มายน์ แอนด์ เบรนต์ เวลเนส คลินิก)

เป็นสถานประกอบการคลินิกผสมผสานรูปแบบเวลเนส เพื่อใช้ในการส่งเสริม การป้องกัน รักษาและฟื้นฟู รวมถึงการทำ screening ,testing เพื่อวัดความ Genius และ Career path ในเด็กและเยาวชน ในรูปแบบการรักษาตามหลักของเวชศาสตร์การแพทย์โดย จิตแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ(Psychiatrist) นักจิตวิทยา(Psychologist) นักจิตวิทยาบำบัด (Psychotherapist) โดยผสมผสานระหว่างคลินิกรักษาเชิงสุขภาพและพัฒนาปัญญาทั้ง๘ด้าน โดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี และเครื่องมือที่ทันสมัยในการตรวจวินิจฉัย รวมถึงการตกแต่งสถานที่ภายในให้เป็นคลินิกที่ให้อารมณ์ความเป็นสุนทรีย์ะ รู้สึกผ่อนคลาย ตลอดจนการวางแผนพัฒนาแอปพลิเคชันที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการติดตาม แนะนำ และเก็บ ข้อมูลการรักษาที่เป็นความลับส่วนบุคคลได้อย่างดีเยี่ยม



โลโก้ บริษัท Mind and Brain Wellness Clinic

๒.๒. ความเป็นมาของโครงการ

๒.๑ แนวคิดในการจัดทำโครงการธุรกิจ

- อัตราการเกิดของประชากรทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยลดต่ำลง ส่งผลต่อโครงสร้างพีระมิดประชากรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

- จำนวนเด็กและเยาวชนที่ลดน้อยลงเรื่อย ๆ อาจส่งผลต่อการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจสังคม จึงมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพของประชากรกลุ่มนี้

- คุณภาพของประชากรกลุ่มเด็กและเยาวชน นอกเหนือจะขึ้นกับ IQ (Intelligence Quotient) ซึ่งเป็นสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดแล้ว ยังขึ้นอยู่กับ “พหุปัญญา” อีก ๘ ด้าน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ.๒๕๖๔) ตามแนวคิดของ Howard Gardner ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ซึ่งสามารถค้นหา ประเมินและพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องก่อนอายุ ๑๘ ปี ดังต่อไปนี้

๑. ปัญญาด้านปฏิสัมพันธ์ต่อผู้อื่น (Interpersonal Intelligence)

๒. ปัญญาด้านปฏิสัมพันธ์ต่อตนเอง (Intrapersonal Intelligence)

๓. ปัญญาด้านตรรกศาสตร์-คณิตศาสตร์ (Logical-Mathematical Intelligence)

๔. ปัญญาด้านมิติสัมพันธ์ (Visual-Spatial Intelligence)

๕. ปัญญาด้านการเคลื่อนไหวร่างกาย (Bodily-Kinesthetic Intelligence)

๖. ปัญญาด้านภาษา (Linguistic Intelligence)

๗. ปัญญาด้านเข้าใจธรรมชาติ (Naturalist Intelligence)

๘. ปัญญาด้านดนตรี (Musical Intelligence)

- ประเด็นด้านการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมและการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดี (Morality) เป็นอีกปัจจัยที่ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพในอนาคต

- เป้าหมายสำคัญในการพัฒนาคุณภาพประชากร ได้แก่ “เก่ง ดี มีสุข” (กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข)

- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและบริบททางเศรษฐกิจและสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถมองให้เป็นได้ทั้งโอกาสและภัยคุกคามกับกลุ่มเด็กและเยาวชนไทยในปัจจุบัน การเสริมสร้างภูมิคุ้มกันด้านทานทางสังคมให้กับเด็กและเยาวชน จึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยป้องกันปัญหาสุขภาพจิตในรูปแบบต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

- ปัญหาสุขภาพจิตในสังคมไทยทวีความรุนแรงขึ้นอย่างชัดเจน อาทิ อัตราการฆ่าตัวตายสำเร็จ และพฤติกรรมการทำร้ายตนเองที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มอายุ ๑๕-๒๔ ปี ปัญหาพฤติกรรมความรุนแรงในครอบครัวและสังคม ปัญหาการแพร่ระบาดของสารเสพติด ปัญหาการถูกกลั่นแกล้ง (Bullying) เป็นต้น

- ผู้ดูแลเด็กและเยาวชน (Caregiver) ประกอบด้วย พ่อแม่/ผู้ปกครอง และ ครู/อาจารย์ ส่งผลต่อพัฒนาการ พฤติกรรมการเรียนรู้ การส่งเสริมศักยภาพ การกำหนดรูปแบบสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น รวมถึงการบ่มเพาะคุณธรรม จริยธรรม ให้กับเด็กและเยาวชน อย่างมีนัยสำคัญ

- ปัญหาสุขภาพจิตที่เกิดขึ้นในกลุ่มเด็กและวัยรุ่นที่พบบ่อย เช่น ปัญหาจากการปรับตัว (Adjustment disorder) ความเครียด (Stress, Anxiety) ภาวะซึมเศร้า (Depression) ในขณะที่เด็กและวัยรุ่นหลายคน มีภาวะหรือโรคบางอย่างที่บั่นทอนพัฒนาการและศักยภาพในการเรียนรู้ เช่น โรคสมาธิสั้น (ADHD) ความบกพร่องด้านสติปัญญา (Intelligence disorder) ความบกพร่องด้านการเรียน (Learning Disorder) เป็นต้น ซึ่งภาวะหรือโรคดังกล่าวนี้

หากถูกค้นพบได้อย่างทันท่วงที สามารถสร้างความเข้าใจให้กับทั้งตัวเด็กและผู้ดูแล รวมถึงวางแผนในการเรียนรู้ และส่งเสริมพัฒนาการให้กับเด็กได้อย่างเหมาะสมต่อไป

- ดังนั้น หากเราสามารถพัฒนาระบบการดูแลเด็กและวัยรุ่น ในมิติด้านสุขภาพจิต ที่มีประสิทธิภาพ สามารถประเมิน เพื่อค้นหาและพัฒนาจุดแข็ง (Strength) ระบุและแก้ไขปัจจัยบั่นทอนหรือจุดอ่อน (Weakness) รวมถึงการวางแผนและสร้างบริบททางสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้แบบรอบด้าน และบูรณาการ ไปพร้อม ๆ กับผู้ดูแลหลักได้ ย่อมเป็นอีกหนึ่งกลไกในการสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากร มนุษย์ สำหรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม และลดปัญหาทางสังคมในด้านต่างๆ สำหรับประเทศไทย ทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป

๒.๒ สรุปผลการดำเนินงานที่มาของธุรกิจ

- จากการสำรวจข้อมูลประชากรไทย ในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ พบสัดส่วนของประชากรวัย ๐-๑๗ ปี คิดเป็น ร้อยละ ๒๐.๗๘

- ข้อจำกัดด้านการให้บริการภาครัฐ ทำให้ประมาณการณ์เด็กและเยาวชนที่สามารถเข้าถึงบริการ ด้านพัฒนาการและสุขภาพจิตได้ประมาณ ร้อยละ ๓๐

- ดังนั้น ค่าประมาณจำนวนเด็กและเยาวชน ในกรุงเทพมหานคร ๒.๑ ล้านคน โดยมีกลุ่มเด็ก และเยาวชนที่ยังไม่สามารถเข้าถึงบริการด้านนี้ได้เหมาะสม ประมาณ ๑.๔ ล้านคน

๒.๓ ขั้นตอนการดำเนินงาน

- ประเมินสถานการณ์ในปัจจุบัน (Situational analysis) และทบทวนข้อมูล/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literacy review)

- วิเคราะห์และวางแผนการให้บริการทางคลินิก ตามหลักการของ “๖ Building Block” ของ องค์การอนามัยโลก (WHO)

- วิเคราะห์และทบทวนแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการเงิน แผนการบริการและ แผนฉุกเฉิน ก่อนการเริ่มต้นธุรกิจ

- ติดตามข้อมูลต่างๆ จากฐานข้อมูลเชิงธุรกิจ เพื่อทบทวนกลยุทธ์และปรับแผนด้านต่างๆ อย่างน้อย ทุกไตรมาส

๓. วัตถุประสงค์ของโครงการ (Objectives)

๑. เพื่อเข้าไปประเมินสภาพจิตของเด็กและเยาวชนและยกระดับสังคมให้เป็นสังคมที่ประชาชนมีสุขภาพจิตที่ดี
๒. เพื่อส่งเสริมทักษะของเด็กและเยาวชนและพัฒนาศักยภาพที่โดดเด่นของเด็กให้สามารถนำไปใช้ได้ในอนาคตในด้านอาชีพและการใช้ชีวิต
๓. เพื่อป้องกันและรักษาปัญหาหลักต่างๆ ได้แก่ ปัญหาจากการปรับตัว, ความเครียด, ภาวะซึมเศร้า, โรคสมาธิสั้น, ความบกพร่องด้านสติปัญญา, ความบกพร่องด้านการเรียน
๔. เพื่อลดระดับความรุนแรงปัญหาต่างๆ อันเป็นผลมาจากโรคทางจิตเวช เช่น การทำร้ายตนเอง, การทำร้ายผู้อื่น, จนถึงการฆ่าตัวตาย เป็นต้น

ลักษณะคลินิกให้บริการ

Business Model Canvas Mind and Brain Wellness Clinic (มายน์ แอนด์ เบรนต์ เวลเนส คลินิก)

เป็นสถานประกอบการ Wellness Clinic เพื่อพัฒนาศักยภาพทางปัญญา สมองและ จิตใจ ให้สอดคล้องกับ

7Q ทักษะของเด็กยุคใหม่ การดูแลแบบครบวงจรทางด้านการพัฒนาศักยภาพทางปัญญา สมอง สุขภาพจิตใจของเด็ก เยาวชน และวัยรุ่น โดยกำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมาย ที่ อายุ ๖-๑๘ ปี โดยผ่านกระบวนการ นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย จาก ทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และ บุคลากรผู้ชำนาญการ เพื่อใช้ในการส่งเสริม พัฒนาการป้องกัน รักษาและฟื้นฟู แบบครบวงจร รวมถึงการทำ screening ,testing วัดความ Genius และ Career path เพื่อส่งเสริม พัฒนา ศักยภาพทางปัญญา สมอง และสมรรถภาพทางจิตใจ การปรับสมดุลในจิตใจให้มีความความสุนทรีย์ ด้วยทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และ บุคลากรผู้ชำนาญการ จะออกแบบ โปรแกรมเฉพาะบุคคล เพื่อที่จะพัฒนาศักยภาพ และ คั้นความสมบูรณ์แบบให้กับจิตใจ แบบได้ประสิทธิภาพและผลสูงสุด

The Business Model Canvas

Designed for:
Mind and Brain Wellness Clinic

Designed by:
Calcium Group/WHB4

Date:
23/6/2024

Version:
1

<h3>Key Partnerships</h3>  <p>1. ทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย โรงพยาบาลในสังกัดกรมสุขภาพจิต/โรงพยาบาลเอกชน และสถาบันกวดวิชา สถาบันภาษา โรงเรียนดนตรี ศูนย์กีฬา Sport/Fitness Center, Cooking school เป็นต้น</p> <p>2. เงินทุน ประกอบด้วย นักลงทุน และ สถาบันทางการเงิน</p> <p>3. วัสดุและอุปกรณ์ ประกอบด้วย ผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ และวัสดุ/อุปกรณ์ในห้องคลินิก</p> <p>4. เครื่องมือ ประกอบด้วย บริษัทดูแลรักษาความปลอดภัย และบริษัทดูแลระบบการจัดการ</p>	<h3>Key Activities</h3>  <p>๑. การขออนุญาตเปิดสถานประกอบการสถานพยาบาล</p> <p>๒. ประสานงานกับบุคลากรทางการแพทย์เรื่องการดูแลด้านสุขภาพจิตกลุ่มเด็กและเยาวชนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา</p> <p>๓. อธิบายรายละเอียดของธุรกิจให้โรงพยาบาล หรือกรมสุขภาพจิต ฟัง เพื่อให้เกิดแนวคิด และข้อแนะนำในธุรกิจ</p> <p>๔. เปิดรับสมัครบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสายสนับสนุน ตำแหน่งต่าง ๆ ในองค์กร</p> <p>๕. คุยรายละเอียดเรื่องการดูแลเด็กและเยาวชนในด้านต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมทั้งร่างกาย และจิตใจ เพื่อให้เกิดกิจกรรมในสถานบริการ</p> <p>๖. แปะหน้าทำการดูแล การประเมิน และการทำกิจกรรมกลุ่มต่าง ๆ ให้ชัดเจน เพื่อให้เกิดการทำงานที่ถูกต้อง</p> <p>๗. ดูแลควบคุมเรื่องระบบการจัดการและระบบรักษาความปลอดภัย (Security system) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการดูแลเด็กและเยาวชน</p> <p>๘. การฝึกอบรมพนักงานในองค์กร</p>	<h3>Value Propositions</h3>  <p>Value Propositions: “One Child - One Companion”</p> <p>ผู้ใช้บริการได้รับบริการด้านสุขภาพจิตคุณภาพสูงโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ในรูปแบบที่เข้าถึงได้ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายบุคคล ซึ่งมีสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ปลอดภัย เป็นมิตรและมีความเป็นส่วนตัว มีทางเลือกในการให้บริการ (Assessments and Treatments) ที่มีมาตรฐาน ในรูปแบบที่ครอบคลุมทุกมิติแบบบูรณาการ รวมถึงวางแผนการดูแลกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นหลักการของจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology)</p>	<h3>Customer Relationships</h3>  <p>๑. แอปพลิเคชันระบบบันทึกอาการและติดตามการฟื้นฟู</p> <p>๒. Database marketing เพื่อเก็บฐานข้อมูลผู้รับบริการ รายเก่าและใหม่ และมีการ remind ผู้รับบริการรายเก่า เสมอด้วย promotion ต่าง ๆ หรือการโทรศัพท์ เพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพ หรือสอบถามการใช้บริการ</p> <p>๓. สร้างความประทับใจผ่านการให้บริการ เช่น การดูแลตามมาตรฐานวิชาชีพ ประเมินและวางแผนการให้บริการรายบุคคล (Tailor-made care plan) โดยมุ่งผลลัพธ์และกระบวนการที่ดี การสื่อสารที่ชัดเจน โปร่งใส เปิดกว้าง เหมาะสม ได้รับความปลอดภัยสูงสุด รวมถึงการรักษาความลับผู้รับบริการ</p> <p>๔. สร้างและประสานความร่วมมือกับผู้ปกครองและโรงเรียน/สถาบันการศึกษา</p> <p>๕. พัฒนาชุมชนออนไลน์ สำหรับการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลที่เป็นสาธารณะ</p>	<h3>Customer Segments</h3>  <ol style="list-style-type: none">1. กลุ่มเด็กและเยาวชนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาที่มีความต้องการรับบริการด้านสุขภาพจิตที่มีคุณภาพ2. กลุ่มเด็กและเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาที่กำลังเผชิญปัญหาด้านสังคม พฤติกรรมหรือสุขภาพจิต3. กลุ่มผู้ปกครอง และ/หรือ ครูผู้ดูแลเด็กและเยาวชนในกลุ่มเป้าหมาย4. โรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาที่มีความต้องการจัดระบบบริการด้านสุขภาพจิตที่มีคุณภาพให้กับเด็กและเยาวชนในสังกัด
<h3>Cost Structure</h3>  <ol style="list-style-type: none">1. เงินเดือน ค่าตอบแทนและสวัสดิการด้านต่าง ๆ ของบุคลากร/เจ้าหน้าที่ เช่น ค่าประกันภัย/ประกันวิชาชีพ2. ค่าเช่าพื้นที่ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายสำนักงาน3. ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน เพอร์นิเจอร์ และซ่อมบำรุงสถานที่ ค่าเครื่องมือทางการแพทย์และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการให้บริการ4. การลงทุนด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล5. งบประมาณด้านการตลาด การส่งเสริมการขายและแบรนด์ ค่าประชาสัมพันธ์6. ค่าบริหารรักษาความปลอดภัย และเทคโนโลยี (technology)๗. ค่าวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลือง๘. ค่าธรรมเนียม ภาษา และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง		<h3>Revenue Streams</h3>  <ol style="list-style-type: none">1. รายได้หลักจากการประเมิน บำบัด รักษา เป็นแพ็คเกจระยะยาว๒. รายได้รองจากการประเมิน บำบัด รักษา เป็นรายครั้ง๓. รายได้อื่นๆ จากอุปกรณ์เสริม เช่น ชุดलेโก้เสริมพัฒนาการ วิตามิน		



Value Propositions: “One Child - One Companion”

ผู้ใช้บริการได้รับบริการด้านสุขภาพจิตคุณภาพสูงโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ในรูปแบบที่เข้าถึงได้ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายบุคคล ซึ่งมีสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ปลอดภัย เป็นมิตรและมีความเป็นส่วนตัว มีทางเลือกในการให้บริการ (Assessments and Treatments) ที่มีมาตรฐาน ในรูปแบบที่ครอบคลุมทุกมิติแบบบูรณาการ รวมถึงวางแผนการดูแลกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นหลักการของจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology)

Customer Segments

๑. กลุ่มเด็กและเยาวชนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาที่มีความต้องการรับบริการ ด้านสุขภาพจิตที่มีคุณภาพ
๒. กลุ่มเด็กและเยาวชนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาที่กำลังเผชิญปัญหา ด้านสังคม พฤติกรรมหรือสุขภาพจิต
๓. กลุ่มผู้ปกครอง และ/หรือ ครูผู้ดูแล เด็กและเยาวชนในกลุ่มเป้าหมาย
๔. โรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาที่มีความต้องการจัดระบบบริการด้านสุขภาพจิตที่มีคุณภาพให้กับเด็กและเยาวชนในสังกัด

Customer Relationships

๑. แอปพลิเคชันระบบบันทึกอาการและติดตามการรักษา
๒. Database marketing เพื่อเก็บฐานข้อมูลผู้รับบริการเก่าและใหม่ และมีการ remind ผู้รับบริการ รายเก่าเสมอด้วย promotion ต่าง ๆ หรือการโทรศัพท์ เพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพ หรือสอบถามการใช้บริการ
๓. สร้างความประทับใจผ่านการให้บริการ เช่น การดูแลตามมาตรฐานวิชาชีพ ประเมิน และวางแผนการให้บริการรายบุคคล (Tailor-made care plan) โดยมุ่งผลลัพธ์และกระบวนการที่ดี การสื่อสารชัดเจน โปร่งใส เปิดกว้าง เหมาะสม ได้รับความปลอดภัยสูงสุด รวมถึงการรักษาความลับผู้รับบริการ
๔. สร้างและประสานความร่วมมือกับผู้ปกครองและโรงเรียน/สถาบันการศึกษา
๕. พัฒนาชุมชนออนไลน์ สำหรับการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลที่เป็นสาธารณะ

Channels

๑. Social Media Platform เช่น TikTok Facebook LINE
๒. E-commerce Platform ด้านสุขภาพ
๓. การแนะนำจากกุมารแพทย์ / จิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น
๔. การแนะนำหรือส่งต่อจากหน่วยงานในสังกัดสาธารณสุข ศึกษานิเทศก์ องค์กรภาครัฐและเอกชน
๕. การบันทึกข้อตกลงหรือสัญญาาระหว่างคลินิกกับสถานศึกษา
๖. การสร้างความร่วมมือกับสถานศึกษา ผ่านกิจกรรมการให้ความรู้ การคัดกรอง ฯลฯ

Key Activities

- กิจกรรมหลักของธุรกิจ ประกอบด้วย
๑. การขออนุญาตเปิดสถานประกอบกิจการสถานพยาบาล
 ๒. ประสานงานกับบุคลากรทางการแพทย์ เรื่องการดูแลด้านสุขภาพจิตกลุ่มเด็กและเยาวชนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา
 ๓. อธิบายรายละเอียดของธุรกิจให้โรงพยาบาล หรือกรมสุขภาพจิตฟัง เพื่อให้เกิดแนวคิด และข้อเสนอแนะในธุรกิจ
 ๔. เปิดรับสมัครบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสายสนับสนุนตำแหน่งต่าง ๆ ในองค์กร
 ๕. คุยรายละเอียดเรื่องการดูแลเด็กและเยาวชนในด้านต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมทั้งร่างกาย และจิตใจ เพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมในสถานบริการ
 ๖. แบ่งหน้าที่การดูแล การประเมิน และการทำกิจกรรมกลุ่มต่าง ๆ ให้ชัดเจน เพื่อให้เกิดการทำงานที่ถูกต้อง
 ๗. ดูแลควบคุมเรื่องระบบการจัดการและระบบรักษาความปลอดภัย (Security system) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการดูแลเด็กและเยาวชน
 ๘. การฝึกอบรมพนักงานในองค์กร

Key Partners

๑. ทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย โรงพยาบาลในสังกัดกรมสุขภาพจิต/โรงพยาบาลเอกชน และสถาบันกวดวิชา สถาบันภาษา โรงเรียนดนตรี ศูนย์กีฬา Sport/Fitness Center, Cooking school เป็นต้น
๒. เงินทุน ประกอบด้วย นักลงทุน และสถาบันทางการเงิน
๓. วัสดุและอุปกรณ์ ประกอบด้วย ผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ และวัสดุ/อุปกรณ์ในห้องคลินิก
๔. เครื่องมือ ประกอบด้วย บริษัทดูแลรักษาความปลอดภัย และบริษัทดูแลระบบการจัดการ

Key Resource

๑. ทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย
 - ๑.๑ Full-time staff : จิตแพทย์ทั่วไป จิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น นักจิตวิทยาคลินิก
นักกิจกรรมบำบัด เกสเซอร์ พนักงานต้อนรับ นักการตลาด นักบัญชี
 - ๑.๒ Part-time staff : กุมารแพทย์ด้านพัฒนาการ ครูการศึกษาพิเศษ นักอรรถบำบัด
นักโภชนาการ พยาบาล
๒. เงินทุน ประกอบด้วย เงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

๓. วัสดุ/อุปกรณ์ ประกอบด้วย วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ เครื่อง Neuro-biofeedback อุปกรณ์และเครื่องมือแบบประเมิน IQ อุปกรณ์และเครื่องมือแบบประเมินพหุปัญญา อุปกรณ์ที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนาการหรือการบำบัดต่างๆ เช่น Play therapy, Drawing เวชภัณฑ์ยาที่เกี่ยวข้อง วัสดุอุปกรณ์และการตกแต่งภายในคลินิก
๔. เครื่องมือ ประกอบด้วย ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบกาจัดการพนักงานต้อนรับหน้า ระบบฐานข้อมูลเพื่อรองรับการบริการภายในคลินิกและเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปยังองค์กรพันธมิตร

Cost Structure

๑. เงินเดือน ค่าตอบแทนและสวัสดิการด้านต่าง ๆ ของบุคลากร/เจ้าหน้าที่ เช่น ค่าประกันภัย/ประกันวิชาชีพ
๒. ค่าเช่าพื้นที่ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายสำนักงาน
๓. ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน เฟอร์นิเจอร์ และซ่อมบำรุงสถานที่
ค่าเครื่องมือทางการแพทย์และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการให้บริการ
๔. การลงทุนด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล
๕. งบประมาณด้านการตลาด การส่งเสริมการขายและแบรนด์ ค่าประชาสัมพันธ์
๖. ค่าบริษัทรักษาความปลอดภัย และเทคโนโลยี (technology)
๗. ค่าวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลือง
๘. ค่าธรรมเนียม ภาษี และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

Revenue Streams

๑. รายได้หลักจากการประเมิน บำบัด รักษา เป็นแพ็คเกจระยะยาว
๒. รายได้รองจากการประเมิน บำบัด รักษา เป็นรายครั้ง
๓. รายได้อื่นๆ จากอุปกรณ์เสริม เช่น ชุดเลโก้เสริมพัฒนาการ วิตามิน

Business Concept รูปแบบในการทำธุรกิจ

ภายใต้คอนเซ็ปต์ Medical Professional & Academic Professional เพื่อให้เด็ก เก่ง ดี มีสุข

ทาง Mind and Brain Wellness Clinic จะทำการ Screening & Testing ผ่านเครื่องมือและวิธีการที่ทันสมัยโดยแพทย์และบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ และออกแบบโปรแกรมส่งเสริมพัฒนาเสริมสร้างปัญญา และ สมอง เพื่อพัฒนาศักยภาพของเด็ก เยาวชน ให้สอดคล้องกับ **7Q ทักษะของเด็กยุคใหม่** (IQ EQ CQ MQ PQ AQ SQ)

โดยเป็นออกแบบเป็นรายบุคคลเฉพาะคน ซึ่งแพ็คเกจที่วางเริ่มต้นในช่วงเปิดตลาดมีทั้งหมด ๗ แพ็คเกจ ดังนี้

๑. แพ็คเกจประเมินปัญหาด้านพัฒนาการและการเรียนในกลุ่มเด็กและเยาวชน
๒. แพ็คเกจค้นหาอัจฉริยะทางการเรียนและทักษะทางสังคมในกลุ่มเด็กและเยาวชน
(การประเมิน คอร์สworkshop แต่ละวิชาชีพ)
๓. แพ็คเกจ Family Gap
๔. แพ็คเกจ Stress/Adjustment Problems
๕. แพ็คเกจประเมินภาวะซึมเศร้า (Depression)
๖. แพ็คเกจ Bullying
๗. แพ็คเกจประเมินปัญหาพฤติกรรมกับการใช้ชีวิต

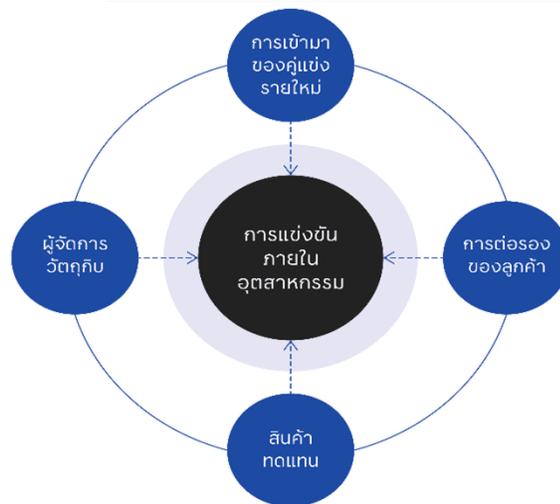
โดยการออกแบบโปรแกรมการส่งเสริมพัฒนาเสริมสร้างปัญญา และ สมอง เพื่อพัฒนาศักยภาพให้สอดคล้องกับ **๗Q ทักษะของเด็กยุคใหม่** (IQ EQ CQ MQ PQ AQ SQ) ของเด็กและเยาวชน จะมีจิตแพทย์ผู้ชำนาญการ จิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น นักจิตวิทยา และสหวิชาชีพที่เป็นผู้เชี่ยวชาญโดยตรง เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในกลุ่มเป้าหมายหลักโดยเฉพาะ ทั้งนี้คลินิกจึงมีจุดเด่นในการให้บริการและแตกต่างไปจากคลินิกอื่น ๆ คือ การให้บริการประเมินส่งเสริมทางด้านการพัฒนาการและการเรียน ค้นหาอัจฉริยะทางการเรียนและทักษะทางสังคม การรับมือกับการBullyingในสังคม ตลอดจนบริการติดตามพัฒนาการ และให้คำปรึกษา แนะนำ เป็นการเฉพาะบุคคล โดยออกแบบให้ มี ๗ คอร์ส หลัก รองรับกลุ่มเป้าหมาย เด็กและเยาวชนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา กลุ่มผู้ปกครอง และ/หรือ ครูผู้ดูแล เด็กและเยาวชนในกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาที่มีความต้องการจัดระบบบริการ ส่งเสริม พัฒนาด้านสุขภาพจิตที่มีคุณภาพให้กับเด็กและเยาวชนในสังกัด

๔. การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด

๔.๑. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

- สภาวะอุตสาหกรรมและสภาวะตลาด

ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการลงทุนธุรกิจบริการด้าน **Mind and Brain Wellness Clinic** นี้ เพื่อพิจารณาว่า ธุรกิจ Mental Health Wellness มีความน่าสนใจในการลงทุนหรือไม่ โดยใช้กรอบแนวคิด Five Forces Model ในการวิเคราะห์ ดังนี้



ภาพที่ ๑ แสดง (Five Forces Model) คือ เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์คู่แข่ง และสภาพการแข่งขันในตลาด

๔.๑.๑. การคุกคามของผู้แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)

ในสถานประกอบการที่เป็นคลินิก **Mind and Brain Wellness Clinic** เมื่อดูจากตลาดแล้วพบว่า มีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาในตลาดอย่างต่อเนื่อง เพราะมองเห็นโอกาสและการเติบโตของธุรกิจเชิงสุขภาพจิตนี้ แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมธุรกิจนี้ จำเป็นต้องมีใบอนุญาตจากทางกระทรวงสาธารณสุข ต้องมีความพร้อมทั้งในด้านบุคลากร และอุปกรณ์เครื่องมือในการใช้ประกอบการประเมิน บำบัด รักษา จึงทำให้คู่แข่งรายใหม่ต้องมีความพร้อมทั้งด้านทรัพยากรและในทางกฎหมายด้วย ดังนั้นแล้วคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดจึงค่อนข้างยากในการเตรียมการ และกระบวนการ แต่ในอีกมุมมองนั้น แพทย์หรือสหวิชาชีพที่จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการนั้น หากมีเงินทุนในการจัดตั้งธุรกิจ และสะสมประสบการณ์ก็สามารถที่จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการได้เช่นกัน เนื่องจากคลินิก Mind

and Brain Wellness Clinic ไม่ต้องใช้เงินทุนที่สูงนัก ทั้งนี้ จึงเป็นเหตุผลให้ Mind and Brain Wellness Clinic ต้องการความน่าเชื่อถือและจุดโดดเด่นที่แตกต่างกว่าธุรกิจคลินิก Wellness ในลักษณะที่คล้ายกันนี้ เพื่อเหนือกว่าคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาสู่ตลาด

๔.๑.๒. การคุกคามจากสินค้าหรือการบริการทดแทน (Threat of Substitutes)

เนื่องจาก คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic นั้นเป็นธุรกิจการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการ ประเมิน บำบัด รักษา และฟื้นฟูสมรรถภาพร่างกาย ในแง่ของบริการ ได้แก่ โรงเรียนกวดวิชาที่มีการจัดกิจกรรม workshop ความถนัดของเด็กและเยาวชนแต่ละด้าน ซึ่งเป็นบริการที่มีมากในโรงเรียนกวดวิชา และบริการทางเลือก นี้มีราคา ถูกกว่า จึงถือเป็นการคุกคามที่อาจเข้ามาทดแทนกันได้ ทั้งนี้สำหรับ Mental Health Wellness จึงมุ่งเน้น เป็นคลินิกประเมิน บำบัด รักษา และฟื้นฟูสมรรถภาพร่างกาย โดยมีจิตแพทย์ นักจิตวิทยา และสาขาวิชาชีพที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นมืออาชีพ ซึ่งมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะเรื่องของแพทย์และการให้บริการที่มีจุดเด่น แพ้เค้จที่ใช้ในการประเมินพัฒนาการและทักษะในการเรียน แพ้เค้จประเมินภาวะซึมเศร้า (Depression) และแพ้เค้จ Bullying โดยเน้นไปที่การบำบัด รักษา ให้ดีขึ้นและหายขาดจนผู้รับบริการกลับมาใช้ชีวิตได้อย่างปกติ

๔.๑.๓. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของคลินิก คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic เมื่อมีความสนใจ หรือมีอาการจึงต้องเข้าทำการประเมิน บำบัด และรักษา หากปล่อยเอาไว้ นาน จะยิ่งยากในการฟื้นฟูระยะยาว เมื่อ ลูกค้าเข้ามารับการประเมิน บำบัด และรักษาตามแพ้เค้จ โปรแกรมที่คลินิก คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic ได้วางแผนไว้ จะถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของการรักษา และการดูแลเอาใจใส่ ติดตามอาการ รวมถึงการให้คำปรึกษา แนะนำ โอกาสที่ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้บริการคลินิกอื่นๆ คง เป็นได้ได้ยาก หรือโอกาสที่ลูกค้าจะต่อรองการรับบริการในแต่ละโปรแกรมนั้นก็เป็นไปได้ยากด้วยเช่นกัน เนื่องจากการประเมิน บำบัด และรักษา ต้องใช้ทีมสหวิชาชีพที่มีความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพจิตโดยเฉพาะ ดังนั้นหาก ผู้รับบริการมีความจำเป็นต้องการประเมินหรือบำบัดรักษาทางด้านสุขภาพจิตก็ต้องใช้ศาสตร์ด้านสุขภาพจิตด้านนี้ เท่านั้น ไม่สามารถเลือกวิธีอื่นมาทดแทนได้ แต่หากเป็นในส่วนของโรงพยาบาลของรัฐปัจจุบันต้องใช้เวลาในการรอคิว ตรวจนาน และในส่วนของโรงพยาบาลเอกชนก็อาจมีราคาสูง หรือหากลูกค้าต้องการเปลี่ยนคลินิกที่เข้ารับบริการ จะต้องเข้ารับการวินิจฉัยใหม่ หรือเริ่มต้นกระบวนการรักษาใหม่ อาจต้องรอคิวเป็นระยะเวลานาน ดังนั้นอำนาจการ ต่อรองของลูกค้าจึงมีต่ำ

๔.๑.๔. อำนาจการต่อรองจากห่วงโซ่อุปทาน (Bargaining Power of Suppliers)

ในอุตสาหกรรมธุรกิจคลินิก คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic นี้ สิ่งสำคัญคือ เรื่องของ Manpower เป็นปัจจัยหลักของกระบวนการประเมิน บำบัด และการรักษา จึงจำเป็นต้องมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญอย่าง ขาดไม่ได้ ปัจจุบันในตลาดแรงงานขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ที่เป็นทีมสหวิชาชีพ แต่ทาง คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic วางแผนในระยะยาวไว้แล้วว่าจะต้องเป็นศูนย์ฝึกอบรม เพื่อให้เกิดบุคลากรทางการแพทย์ที่

เป็นที่มหาวิทยาลัย ที่เชี่ยวชาญพิเศษ ลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญการ ในส่วนของอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน บำบัด และรักษา ซึ่งถือเป็นห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญของอุตสาหกรรมนี้ มีผู้ผลิตน้อยราย จึงมีอำนาจต่อรอง ที่ค่อนข้างมาก เนื่องจากในอุตสาหกรรมมีผู้ประกอบการผลิตเครื่องมือรักษาเฉพาะด้านการบำบัดรักษาต้องให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย จึงต้องเลือกใช้ของระดับเดียวกันกับที่คลินิกโรงพยาบาลของรัฐ/เอกชน ส่วนใหญ่ใช้ และองค์การอาหารและยาให้การรับรองแล้วเท่านั้น อีกทั้งอุปกรณ์และเครื่องมือเหล่านี้ถือเป็นสินทรัพย์ มีต้นทุน การซื้อครั้งเดียว ใช้ได้ตลอด ค่าการบำรุงรักษาไม่ได้สูงนัก และโอกาสที่จะเสียหายหรือชำรุดนั้นค่อนข้างยาก หาก คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic ต้องการวางแผนระยะยาวในการขยายสาขา ทาง คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic ถึงจะมีอำนาจการต่อรองกับ Supplier เหล่านี้ได้สูง

๔.๑.๕. การแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)

หากมองในอุตสาหกรรมธุรกิจคลินิก คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic นี้ ยังถือว่ามีผู้น้อย เมื่อเทียบกับโรงเรียนกวดวิชา อีกทั้งคลินิกที่คล้ายคลึงกันมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ครบวงจรนั้นในภาคเอกชนก็ยังมีน้อยราย โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นของโรงพยาบาลเอกชนมาเปิดบริการ เป็นต้น ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ ทั้งอุตสาหกรรม การแข่งขันอาจมีความรุนแรงขึ้น หากมีคลินิกเอกชน เริ่มเห็นโอกาสของธุรกิจ แล้วเปิดขึ้นกระจายตัวตามพื้นที่ความเป็นเมือง อาจมีการแข่งขันด้านราคาเพื่อทำโปรโมชั่นดึงดูดลูกค้าในระยะแรก

คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic คิดว่าจะสร้างจุดแตกต่าง เพื่อยกระดับเหนือคู่แข่ง คือ เรื่องของการเป็นคลินิก คลินิก Mind and Brain Wellness Clinic รูปแบบผสมผสานความสมัยใหม่ เต็มสุนทรีย์ ใน การตกแต่งภายในให้รู้สึกผ่อนคลาย เป็นมิตร มีความเป็นส่วนตัว และปลอดภัยเหมือนอยู่ในบ้าน โดยโฟกัสไปที่กลุ่มลูกค้าสองกลุ่มหลัก คือ กลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีปัญหาด้านพัฒนาการและการเรียน และกลุ่มเด็กและเยาวชนที่ต้องการค้นหาอัจฉริยะทางการเรียนและทักษะทางสังคม โดยมีบุคลากรทางการแพทย์ประเมิน จัดกิจกรรม และให้คำปรึกษาติดตามผลของผู้รับบริการ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย สิ่งสำคัญคือ จะพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพ เห็นผลลัพธ์ โดยผู้รับบริการมีพัฒนาการและการเรียนที่ดีขึ้น เป็นต้น

๔.๒.การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ (PESTEL Analysis)

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคตโดยอาศัยข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก็ประกอบไปด้วย

๔.๒.๑.นโยบายรัฐบาล (Political)

๑. มีนโยบายด้านสุขภาพจิต และสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ

- นโยบายด้านสุขภาพจิต: นโยบายและกฎระเบียบของรัฐบาลมีผลกระทบอย่างมากต่อบริการ

สุขภาพจิต เช่น การจัดสรรงบประมาณ การเข้าถึง และการครอบคลุม

- ความคุ้มครองของประกันภัย: นโยบายความคุ้มครองของประกันภัยสำหรับบริการสุขภาพจิตสามารถส่งผลต่อความต้องการและการเข้าถึงบริการ

- การใช้จ่ายของรัฐบาล: การจัดสรรงบประมาณสำหรับโครงการริเริ่มและโปรแกรมด้านสุขภาพจิตสามารถส่งผลต่อคุณภาพและการเข้าถึงบริการ

๔.๒.๒. เศรษฐกิจ (Economic)

๑. เศรษฐกิจถดถอย เกิดภาวะ Economic shutdown ทำให้กำลังซื้อลดลง
๒. มี demand แต่ไม่มีเงิน เกิดการแข่งขันลดราคาสินค้า
๓. การว่างงานและอัตราเงินเฟ้อ: สภาพเศรษฐกิจสามารถส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงบริการสุขภาพจิตของประชากร เนื่องจากการว่างงานและอัตราเงินเฟ้อสามารถส่งผลกระทบต่อความคุ้มครองของประกันภัยและค่าใช้จ่ายด้านการดูแลสุขภาพ
๔. ค่าใช้จ่ายด้านการดูแลสุขภาพ: ค่าใช้จ่ายของบริการสุขภาพจิตอาจเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาการเข้าถึงและความต้องการ

๔.๒.๓. สังคม (Social)

๑. ในปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรเด็กและเยาวชนประมาณ ๒๔,๔๔๔,๐๐๐ คน โดยคิดเป็นร้อยละ ๒๔.๔ ของประชากรทั้งหมด ตามรายงานสถานการณ์ด้านเด็กและเยาวชนประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๗ ไตรมาส ๒ จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)
๒. การเปลี่ยนแปลงด้านการดำรงชีวิต มีความเป็นเมืองมากขึ้น ขนาดของครอบครัวเล็กลง
๓. วัฒนธรรมไทย ความเชื่อและค่านิยมทางวัฒนธรรมไทย: ทศนคติทางวัฒนธรรมที่มีต่อสุขภาพจิตสามารถส่งผลกระทบต่อความเต็มใจของแต่ละบุคคลที่จะแสวงหาความช่วยเหลือและประเภทของบริการที่พวกเขาต้องการ

๔.๒.๔. เทคโนโลยี (Technology)

- Social media เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ทำให้การทำการตลาดในยุคสมัยปัจจุบันเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น
- โซลูชันสุขภาพดิจิทัล: การพัฒนาและการนำโซลูชันสุขภาพดิจิทัลมาใช้ เช่น การแพทย์ทางไกล และการบำบัดออนไลน์ สามารถปรับปรุงการเข้าถึงบริการสุขภาพจิตและยกระดับคุณภาพการดูแล
 - เทคโนโลยีการดูแลสุขภาพ: การผสมผสานรวมเทคโนโลยีเข้ากับสถานพยาบาลสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและผลลัพธ์ของผู้ป่วย

๔.๒.๕. สภาพแวดล้อม/สิ่งแวดล้อม (Environment)

๑. ประชากรรักษาระยะห่างกันมากขึ้น (Social distancing)
๒. PM ๒.๕ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ หันมาใช้ชีวิตเขตปริมณฑลมากขึ้น
๓. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เช่น มลพิษและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อาจส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพจิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประชากรที่เปราะบาง

๔.๒.๖. กฎหมาย (Legal)

- กฎหมายสำหรับเด็กและเยาวชนเรื่องสิทธิต่างๆที่ควรจะได้รับ สิทธิการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ

- กฎหมายภาษี: กฎหมายและข้อบังคับด้านภาษีสามารถส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนทางการเงินขององค์กรสุขภาพจิตและการจัดสรรทรัพยากร
- ข้อบังคับและการปฏิบัติตาม: การปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎหมายที่ควบคุมบริการสุขภาพจิตสามารถส่งผลกระทบต่อคุณภาพและการเข้าถึงบริการ

๔.๓. การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด

การแบ่งส่วนตลาดช่วยให้ธุรกิจกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงและปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมในธุรกิจ Mental Health Wellness การแบ่งส่วนตลาดอาจพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- ความต้องการทางสุขภาพจิต: ความวิตกกังวล ภาวะซึมเศร้า ความเครียด และปัญหาสุขภาพจิตอื่นๆ
- กลุ่มอายุ: เด็กและวัยรุ่น ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ
- เพศ: ชายและหญิง
- สถานะทางสังคมเศรษฐกิจ: รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ
- ไลฟ์สไตล์: การออกกำลังกาย โภชนาการ และการนอนหลับ
- ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพจิต: การตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพจิต การเข้าถึงการรักษาและความอับอาย

ส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจ Mental Health Wellness

ส่วนแบ่งการตลาดหมายถึงเปอร์เซ็นต์ของยอดขายรวมในอุตสาหกรรมที่ธุรกิจครอบครองอยู่ในธุรกิจ Mental Health Wellness ส่วนแบ่งการตลาดอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น

- ขนาดและการเติบโตของอุตสาหกรรม: อุตสาหกรรม Mental Health Wellness กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วเนื่องจากความตระหนักถึงสุขภาพจิตที่เพิ่มขึ้น
- การแข่งขัน: มีผู้ให้บริการด้านสุขภาพจิตจำนวนมาก รวมถึงนักจิตวิทยา นักจิตแพทย์ และแอปพลิเคชันสุขภาพจิต
- กลยุทธ์การตลาด: ธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ เช่น การตลาดเนื้อหาและโซเชียลมีเดีย มีแนวโน้มที่จะมีส่วนแบ่งการตลาดสูงขึ้น
- นวัตกรรม: ธุรกิจที่นำเสนอบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ เช่น การบำบัดเสมือนจริง มีแนวโน้มที่จะได้รับส่วนแบ่งการตลาดที่มากขึ้น

- แนวโน้มทางการตลาด

ธุรกิจ Mental Health Wellness กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วเนื่องจากความตระหนักถึงสุขภาพจิตที่เพิ่มขึ้น

- การบำบัดแบบดิจิทัลและเสมือนจริง: การบำบัดแบบดิจิทัลและเสมือนจริงกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเนื่องจากความสะดวกและการเข้าถึงที่เพิ่มขึ้น แพลตฟอร์มเหล่านี้ช่วยให้ผู้คนเข้าถึงการดูแลสุขภาพจิตได้โดยไม่ต้องออกจากบ้าน
- การดูแลตนเองและการป้องกัน: ผู้คนหันมาดูแลสุขภาพจิตของตนเองมากขึ้นผ่านการดูแลตนเองและกลยุทธ์การป้องกัน ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้โดยเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีทางอารมณ์
- การบูรณาการกับการดูแลสุขภาพแบบดั้งเดิม: สุขภาพจิตและสุขภาพกายมีความเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด ธุรกิจสามารถสร้างความแตกต่างโดยการบูรณาการบริการสุขภาพจิตเข้ากับการดูแลสุขภาพแบบดั้งเดิม
- การเน้นความหลากหลายและการรวม: ธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงความหลากหลายของความต้องการด้านสุขภาพจิตและสร้างบริการและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มประชากรต่างๆ
- การใช้ข้อมูลและเทคโนโลยี: ข้อมูลและเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงการดูแลสุขภาพจิต ธุรกิจสามารถใช้ข้อมูลเพื่อปรับแต่งการรักษาและพัฒนาเครื่องมือใหม่ๆ เพื่อสนับสนุนสุขภาพจิต

๔.๔. ตลาดกลุ่มเป้าหมาย

เน้นตลาดลูกค้าเป้าหมายในกลุ่ม เด็กประถม และมัธยม ช่วงระหว่างอายุ ๖-๑๘ ปี

- ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

กลุ่มเป้าหมายอายุ ๖-๑๘ ปีในธุรกิจ Mental Health Wellness มีลักษณะเฉพาะที่ธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีประสิทธิภาพ ต่อไปนี้คือลักษณะสำคัญบางประการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

- ความเครียดและความวิตกกังวลที่เพิ่มขึ้น: เยาวชนในปัจจุบันเผชิญกับความเครียดและความวิตกกังวลในระดับสูงจากปัจจัยต่างๆ เช่น การเรียน โซเชียลมีเดีย และความคาดหวังของผู้ปกครอง
- ความต้องการความเป็นส่วนตัว: วัยรุ่นมักกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและอายุที่จะเปิดเผยตัวตนในการเข้าหาที่ปรึกษาทางจิตเวช ดังนั้นธุรกิจจะให้บริการที่เป็นความลับและไม่เปิดเผยตัวตน รักษาความลับข้อมูลของลูกค้า
- อิทธิพลของเพื่อนและสื่อสังคม: เพื่อนและสื่อสังคมมีอิทธิพลอย่างมากต่อวัยรุ่น ธุรกิจสามารถใช้พัฒนาแพลตฟอร์มเหล่านี้เพื่อให้ความรู้และสนับสนุนสุขภาพจิต
- ความต้องการการสนับสนุนจากผู้ปกครอง: ผู้ปกครองมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนสุขภาพจิตของวัยรุ่น ธุรกิจควรมีส่วนร่วมกับผู้ปกครองและให้ทรัพยากรเพื่อช่วยให้พวกเขาสนับสนุนลูกๆ

- คู่มือการแข่งขัน

- กายใจคลินิก Body&Mind Clinic ตั้งอยู่ในจามจุรีสแควร์ เป็นคลินิกที่ใช้ศิลปะแห่งการรักษาทางจิตใจทางจิตเวชศาสตร์และจิตวิทยา
- มอร์นิ่งมายด์คลินิก สาขาสีลมเอจ (Morning Mind Clinic) คลินิกสุขภาพจิตครบวงจร โดยมีทีมจิตแพทย์ ทั้งจิตแพทย์ผู้ใหญ่ จิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น นักจิตวิทยา นักแก้ไขการพูด นักกิจกรรมบำบัด นักจิตวิทยาพัฒนาการเด็ก ครูการศึกษาพิเศษ
- จอย ออฟ มายด์ คลินิกสุขภาพจิต สุขุมวิท ๒๑ เป็นคลินิกที่รวมตัวกันของแพทย์ที่เชี่ยวชาญด้านจิตเวช
- MIND BRAIN CENTER ถนนสุขุมวิท ๗๑

นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งที่เปิดบริการ บริการสุขภาพจิต ONLINE ได้แก่

8 แอปปรึกษาสุขภาพจิต
อยู่บ้านก็ปรึกษาได้

Ooca <ul style="list-style-type: none"> ค่าบริการเริ่มต้น 1,000.- (30 นาที) สำหรับนักจิตวิทยา ค่าบริการเริ่มต้น 1,500.- (30 นาที) สำหรับจิตแพทย์ 	SAMITIVEJ PLUS <ul style="list-style-type: none"> มีบริการจัดส่งยาให้ที่บ้าน มีแพทย์ให้เลือกเยอะมาก
Doctor Anywhere <ul style="list-style-type: none"> ค่าบริการเริ่มต้น 1,000.- / ครั้ง มีแพทย์ให้เลือกเยอะมาก 	Clicknic <ul style="list-style-type: none"> ปรึกษาแพทย์ได้ทันทีผ่านวิดีโอคอล รวดเร็ว สนายใจ มากเวอร์
Chiiwii <ul style="list-style-type: none"> แอปใช้งานไม่ยุ่งยาก ปรึกษาปัญหาได้ง่าย มีถามตอบ 	Doctor A to Z <ul style="list-style-type: none"> มีแพทย์เฉพาะทางกว่า 1,000 ท่าน มีบริการจัดส่งยา
Daylio Journal <ul style="list-style-type: none"> เปรียบเทียบเหมือนไดอารี่ส่วนตัว บันทึกเรื่องราวเราได้ตลอดทั้งปี 	Woebot: Your Self-Care Expert <ul style="list-style-type: none"> แชทบอทเพื่อปรึกษาความเครียด ใช้ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

๔.๕. การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)

๑. ผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติ: บริการพัฒนาและส่งเสริมสุขภาพจิต โดยมีทีมแพทย์และบุคลากรผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติ ได้แก่ จิตแพทย์ นักจิตวิทยา นักบำบัด และที่ปรึกษา ซึ่งนำความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางมาใช้ในการวินิจฉัยและพัฒนา ส่งเสริม และรักษาภาวะ สุขภาพจิตต่างๆให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น
๒. การพัฒนา ส่งเสริม และ รักษาตามผลที่ได้จากการทดสอบโดยทีมแพทย์ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคโนโลยี และวิธีการที่ทันสมัยที่เหมาะสมกับบุคคลนั้นๆ เช่น การทำ screening การทำ testing การ direct interview รวมถึงการบำบัดด้วยความคิดและพฤติกรรม (CBT) และอาจมีการใช้วิตามินและยาเพื่อส่งเสริมพัฒนาการ ทางด้านปัญญา และสุขภาพจิต ซึ่งได้รับการวิจัยอย่างและพิสูจน์แล้วว่าประสิทธิภาพในการจัดการและพัฒนาสุขภาพจิตในเด็กและวัยรุ่น
๓. แนวทางที่เน้นใช้โปรแกรมที่เหมาะสมกับเฉพาะบุคคลนั้นๆ: บริการพัฒนาและต่อยอด ปัญญาและสุขภาพจิตให้ความสำคัญกับการดูแลแบบรายบุคคลและใช้แนวทางที่เน้นพัฒนาบุคคล โดยพิจารณาความต้องการเฉพาะ ความชอบ และเป้าหมายของแต่ละบุคคลเพื่อให้แน่ใจว่ามีแผนการพัฒนาและรักษาที่เหมาะสม
๔. ความลับและความเป็นส่วนตัว: แนวทางด้านความลับและความเป็นส่วนตัวอย่างเคร่งครัด สร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเป็นความลับสำหรับบุคคลต่างๆ เพื่อพูดคุยเกี่ยวกับความกังวลของตนและแสวงหาการสนับสนุนโดยไม่ต้องกลัวการตัดสินหรือการเปิดเผย
๕. การดูแลแบบร่วมมือ: โดยจะร่วมมือกับผู้ให้บริการด้านสุขภาพอื่นๆ เช่น แพทย์เวชศาสตร์ครอบครัว เพื่อให้แน่ใจว่ามีการดูแลแบบองค์รวมและครอบคลุมสำหรับบุคคลที่มีความต้องการพัฒนาปัญญา และต่อยอดในการส่งเสริมการพัฒนาทางด้านปัญญาและอารมณ์

จุดอ่อน (Weakness)

๑. เป็นคลินิกที่เปิดใหม่ ยังต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างภาพลักษณ์
๒. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานค่อนข้างสูง: การดำเนินงานศูนย์ต้องใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สำคัญ รวมถึงการเช่าพื้นที่เชิงพาณิชย์ การจ้างเจ้าหน้าที่สนับสนุน การซื้ออุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง และค่าใช้จ่ายในการตลาด
๓. การพึ่งพาความคุ้มครองของประกัน: การบริการสุขภาพจิตมักได้รับความคุ้มครองจากประกันสุขภาพ ซึ่งหมายความว่าลูกค้าอาจลังเลที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเองสำหรับบริการเดียวกัน ซึ่งอาจจำกัดฐานลูกค้าและรายได้
๔. การหาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และ ทีมบุคลากรผู้ชำนาญการ นักบำบัดที่มีคุณสมบัติและมีประสบการณ์อาจเป็นเรื่องที่ท้าทาย

โอกาส (Opportunity)

๑. แนวทางการดูแลแบบบูรณาการ: การบูรณาการบริการสุขภาพจิตเข้ากับการดูแลขั้นพื้นฐานสามารถให้การแทรกแซงและการป้องกันในระยะเริ่มต้น ลดความเสี่ยงของภาวะที่รุนแรงกว่า และส่งเสริมความเป็นอยู่โดยรวม
๒. ชุมชนการสนับสนุนเพื่อนออนไลน์: การใช้ชุมชนการสนับสนุนเพื่อนออนไลน์สามารถให้ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและความเข้าใจแก่บุคคลที่มีภาวะสุขภาพจิต โดยให้ช่องทางอื่นในการแสวงหาการสนับสนุนและเพิ่มผลลัพธ์ด้านสุขภาพจิต
๓. เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ: แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของเทคโนโลยีเพื่อสุขภาพสามารถให้โซลูชันที่เป็นนวัตกรรมสำหรับบริการการพัฒนา และต่อยอดทางด้านปัญญาของเด็กและเยาวชน เช่น โปรแกรมส่งเสริมศักยภาพแบบเฉพาะบุคคล การจัดการการนอนหลับ และแอปเพื่อการต่อยอดพัฒนา **7Q ทักษะของเด็กยุคใหม่** (IQ EQ CQ MQ PQ AQ SQ)
๔. การเข้าถึงและการเป็นพันธมิตร: การเป็นพันธมิตรกับองค์กรอื่นๆ โดยเฉพาะในด้านการแพทย์และด้านศูนย์เฉพาะทาง art, music, sport สามารถให้โอกาสในการส่งต่อ การทำงานร่วมกัน ทำให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ยอดเยี่ยมยิ่งขึ้น
๕. บริการออนไลน์: การให้บริการบำบัดหรือให้คำปรึกษาออนไลน์สามารถให้ความสะดวก การเข้าถึง และโอกาสสำหรับลูกค้าที่อาจไม่สามารถไปที่ศูนย์จริงได้ ซึ่งจะขยายฐานลูกค้าออกไปนอกพื้นที่ท้องถิ่น

อุปสรรค (Threats)

๑. การแข่งขัน: อาจมีศูนย์สุขภาพจิตอื่นๆ ในพื้นที่ที่ให้บริการที่คล้ายคลึงกัน ทำให้ยากต่อการดึงดูดและรักษาลูกค้า
๒. การเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการดูแลสุขภาพ: การเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือข้อบังคับด้านการดูแลสุขภาพสามารถส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเงินและประสิทธิภาพการดำเนินงานของศูนย์สุขภาพจิต
๓. การประชาสัมพันธ์ในแง่ลบ: การประชาสัมพันธ์ในแง่ลบที่ส่งผลต่อชื่อเสียงของบริการสุขภาพจิตสามารถขัดขวางลูกค้าที่มีศักยภาพและส่งผลกระทบต่อรายได้ของศูนย์
๔. การจัดสรรงบประมาณจำกัด: การจัดสรรงบประมาณจำกัดหรือข้อจำกัดด้านงบประมาณสามารถขัดขวางความสามารถของศูนย์สุขภาพจิตในการขยายบริการหรือลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ
๕. การหยุดชะงักทางเทคโนโลยี: การหยุดชะงักทางเทคโนโลยีหรือภัยคุกคามด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์สามารถทำลายความลับและความเป็นส่วนตัวของบริการสุขภาพจิต ทำลายความเชื่อใจของลูกค้าและชื่อเสียงของศูนย์

๔.๖.แผนการตลาด

๑. เป้าหมายทางการตลาดเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ

- ๑.ทำให้อัตราการเกิดปัญหาต่างๆลดลงมากที่สุด โดยตั้งเป้าไว้เหลือ ๐ เปอร์เซนต์
- ๒.รองรับได้กี่เคสให้ได้มากที่สุด
- ๓.เป็นคลินิกที่เข้าถึงง่าย เป็นมิตร มีความเป็นส่วนตัวรักษาความลับของผู้ใช้บริการ
- ๔.มีการสร้างระบบเครือข่ายทั้งรัฐและเอกชนเพื่อสังคมที่เข้มแข็ง

๒. กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย STP

STP Model - Segmentation Targeting & Positioning

STP Marketing Mix Template



© Marketing Mix 2018

slides4ad

๑. การจัดกลุ่มลูกค้า (S: Segmentation)

- ประชากร : อายุ ๖-๑๘ ปี
- ภูมิศาสตร์ : เป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯหรือรอบ ๆ เมือง เป็นพื้นที่ที่มีความเจริญ
- พฤติกรรม : ต้องพบจิตแพทย์เพื่อพัฒนา ส่งเสริม และรักษา ๕ ปัญหาใหญ่ในเด็กปัจจุบัน (๕ ปัญหาใหญ่คือ ปัญหาความไม่เข้าใจกันในครอบครัว,ปัญหาการปรับตัวในสังคมของเด็กและเยาวชน,ปัญหาความเครียด ภาวะซึมเศร้า,ปัญหาการบูลลี่ในสังคม และปัญหาพฤติกรรมการใช้ชีวิต)

๒. การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

จากการแบ่งส่วนทางการตลาด โดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ แล้วทำให้สามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายหลักดังนี้

- กลุ่มเด็กและเยาวชนที่ประสบปัญหา ตาม ๕ ปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นในเด็กปัจจุบันซึ่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (๕ ปัญหาใหญ่คือ ปัญหาความไม่เข้าใจกันในครอบครัว,ปัญหาการปรับตัวในสังคมของเด็กและเยาวชน,ปัญหาความเครียด ภาวะซึมเศร้า,ปัญหาการบูลลี่ในสังคม และปัญหาพฤติกรรมการใช้ชีวิต)

- กลุ่มผู้ปกครอง และ/หรือ ครูผู้ดูแลเด็กและเยาวชนในกลุ่มเป้าหมาย ที่ยังมีปัญหา ด้านการสื่อสารกับเด็กและอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

๓. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (P: Positioning)

มีการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด โดยใช้ปัจจัย ๒ ประเภท คือ

- ด้านรูปแบบคลินิก
- ราคา

โดยทาง Mind and Brain Wellness Clinic จะเป็น เมนทัลเฮลท์เวลเนสคลินิก ซึ่งจัดวางตำแหน่งเป็นคลินิกที่ให้บริการด้านสุขภาพจิตแบบครบวงจรในด้าน การพัฒนา ศักยภาพ การเรียนรู้ ส่งเสริม พหุปัญญา ในเด็กและเยาวชน รวมถึงการติดตามการรักษา ให้ผู้ที่มาเข้าโปรแกรมได้รับผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลที่สูงที่สุด ประกอบกับ **Mind and Brain Wellness Clinic** นั้น จะมีการตกแต่งในรูปแบบที่ทันสมัย ให้อารมณ์แนวอบอุ่นสบายใจเหมือนบ้าน โดยเน้นรูปแบบการตกแต่งพื้นที่ที่ทันสมัย มีความเป็นส่วนตัว รวมถึงการใช้สี ที่ก่อให้เกิดความอบอุ่นทางใจ ประกอบกับการใช้เครื่องมือที่ทันสมัย โดยแพทย์และบุคลากรผู้เชี่ยวชาญและชำนาญการ รวมถึงการเก็บข้อมูลลูกค้า อย่างเป็นความลับสุดยอด ซึ่งจะทำให้ได้รับความไว้วางใจอย่างที่สุดในการรักษา ทำให้สามารถกำหนดราคาที่อยู่เหนือระดับค่าเฉลี่ยของคลินิกทั่วไป จึงทำให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง ทั้งในเรื่องของราคาและคุณภาพในการรักษา

๔.๗. Marketing Plan กลยุทธ์ทางการตลาด



๑กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Strategies)

มีการกำหนดราคาแบบรายครั้ง และแบบแพ็คเกจระยะยาว
 โดยรายการที่เข้ารับการบริการมีรายละเอียดดังนี้
 ตารางแสดงรายการ Mental Health Wellnessหน้าถัดไป

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	ผู้บริการ	ระยะเวลา (นาที)	จำนวน (ครั้ง)	ราคา (บาท/ครั้ง)
๑.	แพ็คเกจประเมินปัญหาด้านพัฒนาการ และค้นหาอัจฉริยะทางการเรียน	<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินพัฒนาการ (เลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง) <ul style="list-style-type: none"> ○ Denver II ○ TEDA-๔1 	แพทย์ พยาบาล พยาบาล	๖๐ ๑๕๐	๑ ๑	๓,๐๐๐ ๕,๖๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินระดับสติปัญญา (เลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง) <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินเชาวน์ปัญญาเด็กอายุ ๖-๑๘ ปี 	แพทย์ นักจิตวิทยา	๙๐	๑	๔,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การฝึกกระตุ้นพัฒนาการ ๕ ด้านหลัก 	พยาบาล	๖๐	-	๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินระดับสติปัญญา (เลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง) <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินเชาวน์ปัญญาเด็กอายุ ๖-๑๘ ปี (เชาวน์เล็ก) 	แพทย์ นักจิตวิทยา	๙๐	๑	๔,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบทดสอบมาตรฐานวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (TSAT) 	แพทย์ นักจิตวิทยาคลินิก	๖๐	๑	๓,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินทักษะทางด้านสังคม <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Quotient) ○ แบบประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน (SDQ) <ul style="list-style-type: none"> ▪ เด็ก ▪ ผู้ปกครอง ▪ คุณครู 	พยาบาล/ แพทย์ นักจิตวิทยา	๑๕ ๖๐	๑ ๑	๑,๐๐๐ ๒,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การฝึกฟื้นฟูสมรรถภาพทางการศึกษาและทักษะทางวิชาการ 	ครูการศึกษาพิเศษ	๖๐	-	๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การฝึกทักษะทางสังคม (Social Skill Training) <ul style="list-style-type: none"> ▪ เดี่ยว ▪ กลุ่ม 	นักจิตวิทยา	๖๐	๔	๓,๖๐๐ ๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● ตรวจ Neurobiofeedback 	พยาบาล	๒๐	๑	๓,๘๐๐

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	ผู้บริการ	ระยะเวลา (นาที)	จำนวน (ครั้ง)	ราคา (บาท/ครั้ง)
๒.	แพ็คเกจ Family gap	<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินความสัมพันธ์ในครอบครัว <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินระดับสัมพันธ์ภาพของครอบครัว (SF-FRE-Thai) 	แพทย์ นักสังคมสงเคราะห์	๑๕	๑	๑,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินภาวะเครียด (ผู้ปกครอง) <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินความเครียด (ST-๕) 	แพทย์ นักสังคมสงเคราะห์	๑๕	๑	๑,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินสุขภาวะทางอารมณ์ (ผู้ปกครอง) <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินภาวะซึมเศร้าและวิตกกังวล 	แพทย์/พยาบาล/ นักจิตวิทยา	๑๕	๑	๑,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินสุขภาวะทางอารมณ์ (เด็ก) <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินภาวะซึมเศร้า (CDI) ○ แบบประเมินภาวะวิตกกังวล (SCARED)-Thai version ○ แบบสอบถามผลกระทบจากเหตุการณ์วิกฤตสำหรับเด็ก (CRIES-๘) 	แพทย์/พยาบาล/ นักจิตวิทยา	๖๐	๑	๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การให้คำปรึกษาแก่ครอบครัว (Family Counselling) 	นักสังคมสงเคราะห์	๖๐	-	๔,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การปรับพฤติกรรมเชิงบวก สำหรับผู้ปกครอง (Parent training) <ul style="list-style-type: none"> ▪ เดี่ยว ▪ กลุ่ม 	พยาบาล	๖๐	๔	๓,๖๐๐ ๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การสื่อสารเชิงบวก สำหรับผู้ปกครอง (Positive Communication) <ul style="list-style-type: none"> ▪ เดี่ยว ▪ กลุ่ม 	นักจิตวิทยา	๖๐	๔	๓,๖๐๐ ๒,๔๐๐
๓.	แพ็คเกจ Stress/Adjustment problems	<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินสุขภาวะทางอารมณ์ (เด็ก) <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินภาวะซึมเศร้า (CDI) ○ แบบประเมินภาวะวิตกกังวล (SCARED)-Thai version ○ แบบสอบถามผลกระทบจากเหตุการณ์วิกฤตสำหรับเด็ก (CRIES-๘) 	แพทย์/พยาบาล/ นักจิตวิทยา	๖๐	๑	๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การดูแลภาวะวิกฤติสุขภาพจิต (Psychological Crisis Intervention) 	นักจิตวิทยา	๖๐	๑	๓,๖๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การจัดการความเครียด (Stress Management) 	นักจิตวิทยา	๖๐	๒	๓,๐๐๐

		<ul style="list-style-type: none"> ● การควบคุมอารมณ์โกรธ (Anger Management) 	นักจิตวิทยา	๖๐	๒	๓,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การให้คำปรึกษารายบุคคล (Individual Psychotherapy) 	นักจิตวิทยา	๖๐	-	๓,๖๐๐
ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	ผู้บริการ	ระยะเวลา (นาที)	จำนวน (ครั้ง)	ราคา (บาท/ครั้ง)
		<ul style="list-style-type: none"> ● การฝึกทักษะทางสังคม (Social Skill Training) <ul style="list-style-type: none"> ▪ เดี่ยว ▪ กลุ่ม 	นักจิตวิทยา	๖๐	๒-๔	๓,๖๐๐ ๒,๔๐๐
๔.	แพ็คเกจประเมินภาวะซึมเศร้า (Depression)	<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินสุขภาพทางอารมณ์ (เด็ก) <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินภาวะซึมเศร้า (CDI) ○ แบบประเมินภาวะวิตกกังวล (SCARED)-Thai version ○ แบบสอบถามผลกระทบจากเหตุการณ์วิกฤตสำหรับเด็ก (CRIES-๘) 	แพทย์/พยาบาล/ นักจิตวิทยา	๖๐	๑	๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การดูแลภาวะวิกฤติสุขภาพจิต (Psychological Crisis Intervention) 	แพทย์/นักจิตวิทยา	๖๐	๑	๓,๖๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การให้คำปรึกษารายบุคคล (Individual Psychotherapy) <ul style="list-style-type: none"> ○ Supportive Therapy ○ Satir Model Therapy ○ Cognitive Behavioral Therapy 	นักจิตวิทยา	๖๐	-	๓,๖๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม (Group Psychotherapy) <ul style="list-style-type: none"> ○ Cognitive Behavioral Therapy 	นักจิตวิทยา	๖๐	๔	๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การให้คำปรึกษาแก่ครอบครัว (Family Counseling) 	นักสังคมสงเคราะห์	๖๐	-	๔,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การฝึกทักษะทางสังคม (Social Skill Training) <ul style="list-style-type: none"> ▪ เดี่ยว ▪ กลุ่ม 	นักจิตวิทยา	๖๐	๒-๔	๓,๖๐๐ ๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● เสริมทักษะติดอาวุธครูในโรงเรียน <ul style="list-style-type: none"> ○ หลักสูตรทักษะการฟังอย่างตั้งใจ (Deep listening) ○ หลักสูตร “โรงเรียนสุขใจ ปลอดภัยไร้โรคซึมเศร้า” 	นักจิตวิทยา พยาบาล นักสังคมสงเคราะห์	๒ วัน ๓ วัน	-	๑๐๐,๐๐๐ ๑๕๐,๐๐๐
๕.	แพ็คเกจ Bullying	<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินสุขภาพทางอารมณ์ (เด็ก) 	แพทย์/พยาบาล	๖๐	๑	๒,๔๐๐

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	ผู้บริการ	ระยะเวลา (นาที)	จำนวน (ครั้ง)	ราคา (บาท/ครั้ง)
		<ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินภาวะซึมเศร้า (CDI) ○ แบบประเมินภาวะวิตกกังวล (SCARED)-Thai version ○ แบบสอบถามผลกระทบจากเหตุการณ์วิกฤตสำหรับเด็ก (CRIES-๘) 	นักจิตวิทยา			
		<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินพฤติกรรมและทักษะ <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินอาการสมาธิสั้น (SNAP-IV) ○ แบบประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน (SDQ) <ul style="list-style-type: none"> ▪ เด็ก ▪ ผู้ปกครอง ▪ คุณครู 	แพทย์/พยาบาล/ นักจิตวิทยา	๗๕	๑	๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การดูแลภาวะวิกฤติสุขภาพจิต (Psychological Crisis Intervention) 	แพทย์/นักจิตวิทยา	๖๐	๑	๓,๖๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การให้คำปรึกษารายบุคคล (Individual Psychotherapy) 	แพทย์/นักจิตวิทยา	๖๐	-	๓,๖๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● การฝึกทักษะทางสังคม (Social Skill Training) <ul style="list-style-type: none"> ▪ เดี่ยว ▪ กลุ่ม 	นักจิตวิทยา	๖๐	๒-๔	๓,๖๐๐ ๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● เสริมทักษะติดอาวุธครูในโรงเรียน <ul style="list-style-type: none"> ○ โปรแกรมเสริมสร้างพลังครูและผู้ปกครอง (SAFE B-Mod) ○ หลักสูตรต่อต้านการกลั่นแกล้งรังแกกัน (Anti-Bullying Program) 	นักจิตวิทยา พยาบาล นักสังคมสงเคราะห์	๓ วัน ๓ วัน	-	๑๕๐,๐๐๐ ๑๕๐,๐๐๐
๖.	แพ็คเกจประเมินปัญหาพฤติกรรมกับการใช้ชีวิต	<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินพฤติกรรมและทักษะ <ul style="list-style-type: none"> ○ แบบประเมินอาการสมาธิสั้น (SNAP-IV) ○ แบบประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน (SDQ) <ul style="list-style-type: none"> ▪ เด็ก ▪ ผู้ปกครอง ▪ คุณครู 	แพทย์/พยาบาล/ นักจิตวิทยา	๗๕	๑	๒,๔๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินพลังสุขภาพจิต แบบประเมินพลังสุขภาพจิตอาร์คิว (Resilience Quotient) 	แพทย์/พยาบาล/ นักจิตวิทยา	๓๐	๑	๑,๐๐๐

		<ul style="list-style-type: none"> ประเมินทักษะชีวิต (Life skills) แบบประเมินทักษะชีวิตวัยรุ่นไทยอายุ ๑๐-๑๙ ปี 	แพทย์/พยาบาล/ นักจิตวิทยา	๓๐	๑	๑,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> ประเมินระดับสติปัญญา (เลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง) Wechsler Adult Intelligence Scale Fifth Edition (WAIS-๕) 	แพทย์/ นักจิตวิทยาคลินิก	๑๕๐	๑	๓,๖๐๐
ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	ผู้บริการ	ระยะเวลา (นาที)	จำนวน (ครั้ง)	ราคา (บาท/ครั้ง)
๗.		<ul style="list-style-type: none"> การให้คำปรึกษาจุดแข็งและทักษะชีวิต (Counseling) 	แพทย์/นักจิตวิทยา	๖๐	๑	๓,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> การบำบัดเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม <ul style="list-style-type: none"> Motivational Interview Empathic Training Anger Management 	แพทย์/นักจิตวิทยา	๖๐	๘	๓,๖๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> โปรแกรมเสริมสร้างทักษะชีวิต สำหรับวัยรุ่น 	นักจิตวิทยา /พยาบาล	๒ วัน	๑	๑๐,๐๐๐
		<ul style="list-style-type: none"> การให้คำปรึกษาแก่ครอบครัว (Family Counselling) 	นักจิตวิทยา /พยาบาล	๖๐	-	๓,๐๐๐

๑ กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

๑. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง (Direct Channel)

ใช้ช่องทางการของคลินิก **Mind and Brain Wellness Clinic** ที่ตั้งบริเวณ สามย่านมิตรทาวน์ โดยเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา ๑๐.๐๐ น. ถึง ๒๑.๐๐ น. ในวันจันทร์ถึงอาทิตย์

๒. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ (Online Channel)

มีช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านทางโซเชียลมีเดียทั้ง Tik Tok Facebook และ Line@ เพื่อให้ผู้สนใจเข้าใช้บริการสามารถสอบถามถึงราคา และบริการได้ อีกหนึ่งช่องทาง

๓. ช่องทางการจัดจำหน่าย E-commerce Platform เช่น Gowabi และ HDmall

ในลักษณะของ E-Voucher เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาทดลองใช้บริการได้

๒ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

๑. ใช้ Social Media เช่น Tik Tok Facebook และ Line ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย โดยการลงรายละเอียดแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงระยะเวลาและโปรแกรมการให้บริการที่จัดโปรโมชั่น

๒. ทำ Ads Banner ในสื่อออนไลน์ บนเว็บไซต์ด้านสุขภาพ และจัดแคมเปญพิเศษในช่วงระยะเวลาตามฤดูกาลแห่งการ Sales เช่น ๑๑.๑๑, ๑๒.๑๒ เป็นต้น

๓. มีการใช้ Influencer ให้มีการรีวิวสถานที่และการใช้บริการ เพื่อเพิ่มความเชื่อถือและบุคลลภายนอก เกิด Brand awareness และการสร้าง content สถานบริการผ่าน influencer จะทำให้มีโอกาสให้บุคลลภายนอกเห็น และรู้จัก brand มากขึ้น เพิ่มโอกาสการอยากมาใช้บริการ และเกิด word of mouth มากขึ้น

๔. โปรโมชั่นการลดราคาสำหรับแพ็คเกจจ็ เมื่อมีการออกบูธตามงานแฟร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ

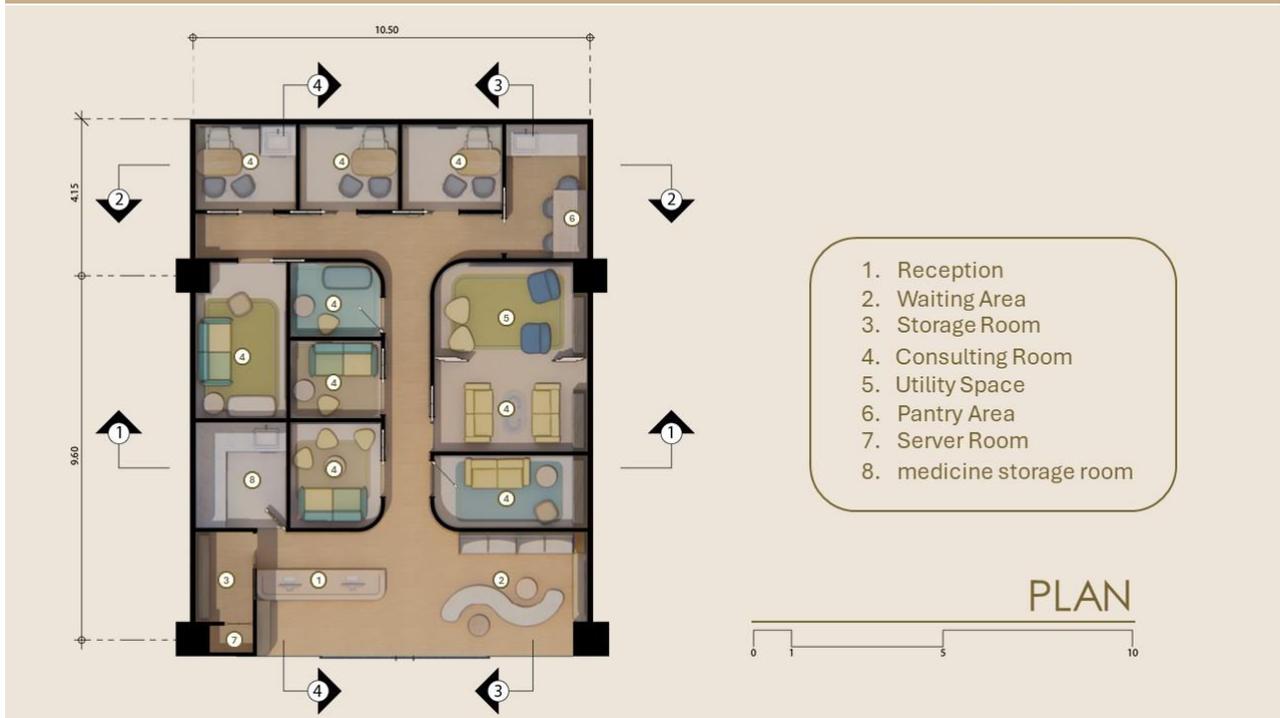
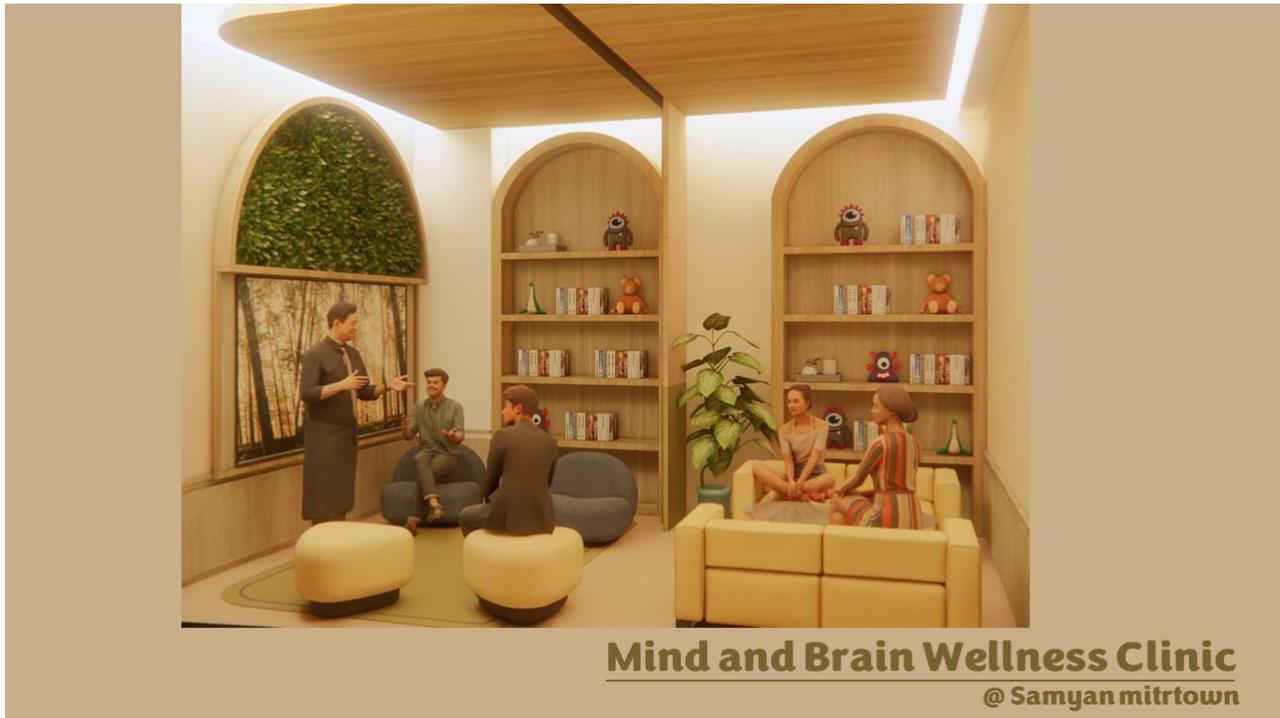
แผนการบริการ

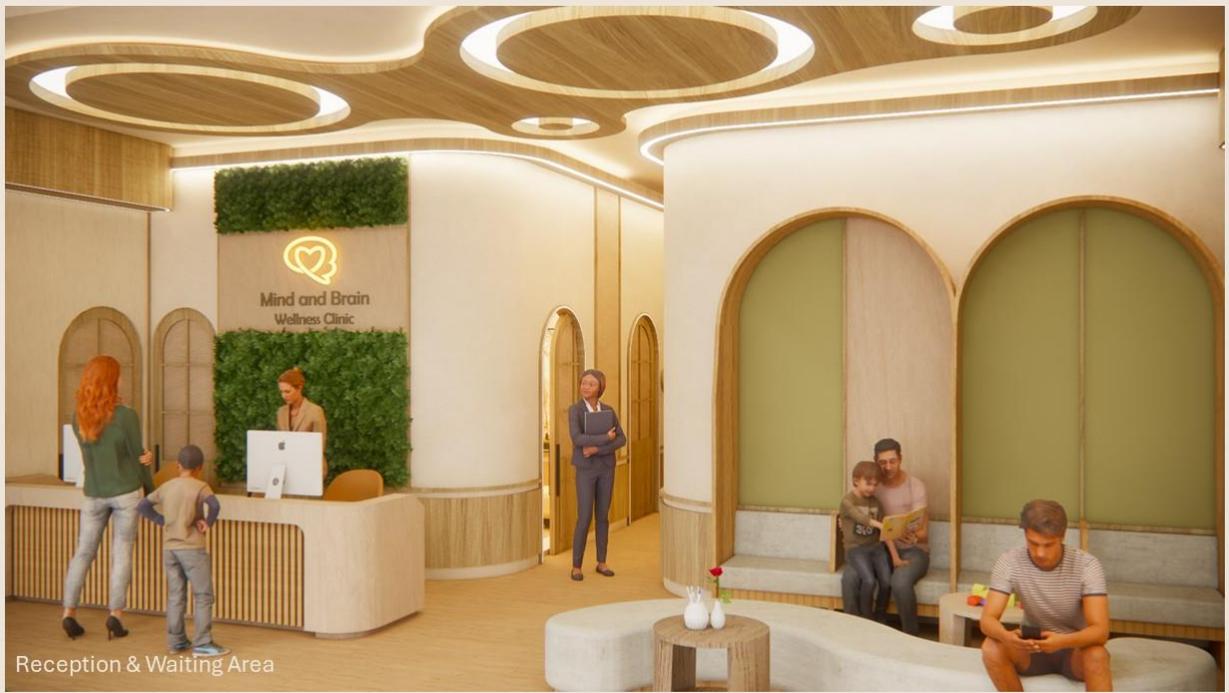
- สถานประกอบการในการให้บริการ

สถานที่ตั้งคลินิกตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้าสามย่านมิตรทาวน์โดยมีพื้นที่แบ่งเป็นสามโซนได้แก่

- | | |
|-----------------|---|
| โซนที่ ๑ | จะแบ่งออกเป็น ๒ ส่วนได้แก่ ส่วนของพนักงานต้อนรับ แนะนำการบริการ การตรวจวัดความดัน น้ำหนักและส่วนสูง และการชำระค่าบริการ |
| โซนที่ ๒ | จะเป็นส่วนของการประเมิน และบำบัด ประกอบด้วยห้องในการพบจิตแพทย์ นักจิตวิทยาและสหวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง เพื่อประเมินอาการ และความเหมาะสมในการรักษาโดยจะแบ่งห้องอย่างชัดเจนและจะมีการปรับให้เป็นห้องที่สามารถเก็บเสียงได้ เพื่อความเป็นส่วนตัวและความสบายใจในการพูดคุยกับจิตแพทย์ นักจิตวิทยา หรือสหวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง |
| โซนที่ชั้นที่ ๓ | เป็นส่วนของกรรมการผู้จัดการ ห้องประชุม และพื้นที่พักผ่อนของพนักงาน ซึ่งจัดไว้แยกเพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนผู้ใช้บริการ |

การจัดสัดส่วนการให้บริการต่างๆ ในคลินิก มีแผนผังดังต่อไปนี้







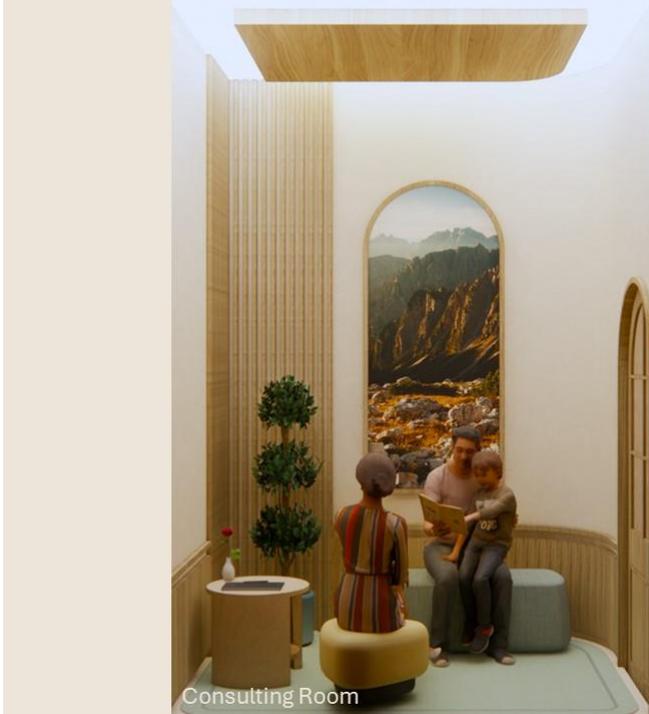
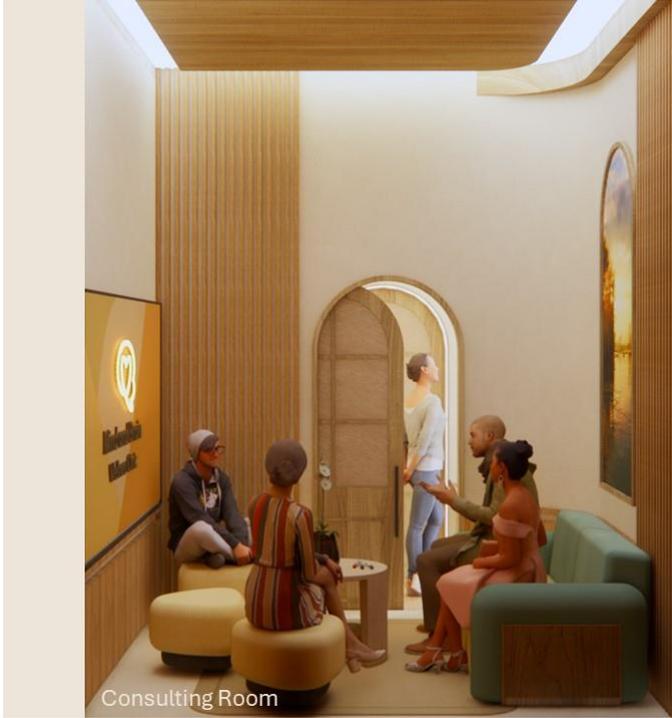
Consulting Room



Consulting Room



Consulting Room





รูปภาพแผนผังของคลินิก Mind and Brain Wellnessณ สามย่านมิตรทาวน์

- อุปกรณ์และเครื่องมือการให้บริการ

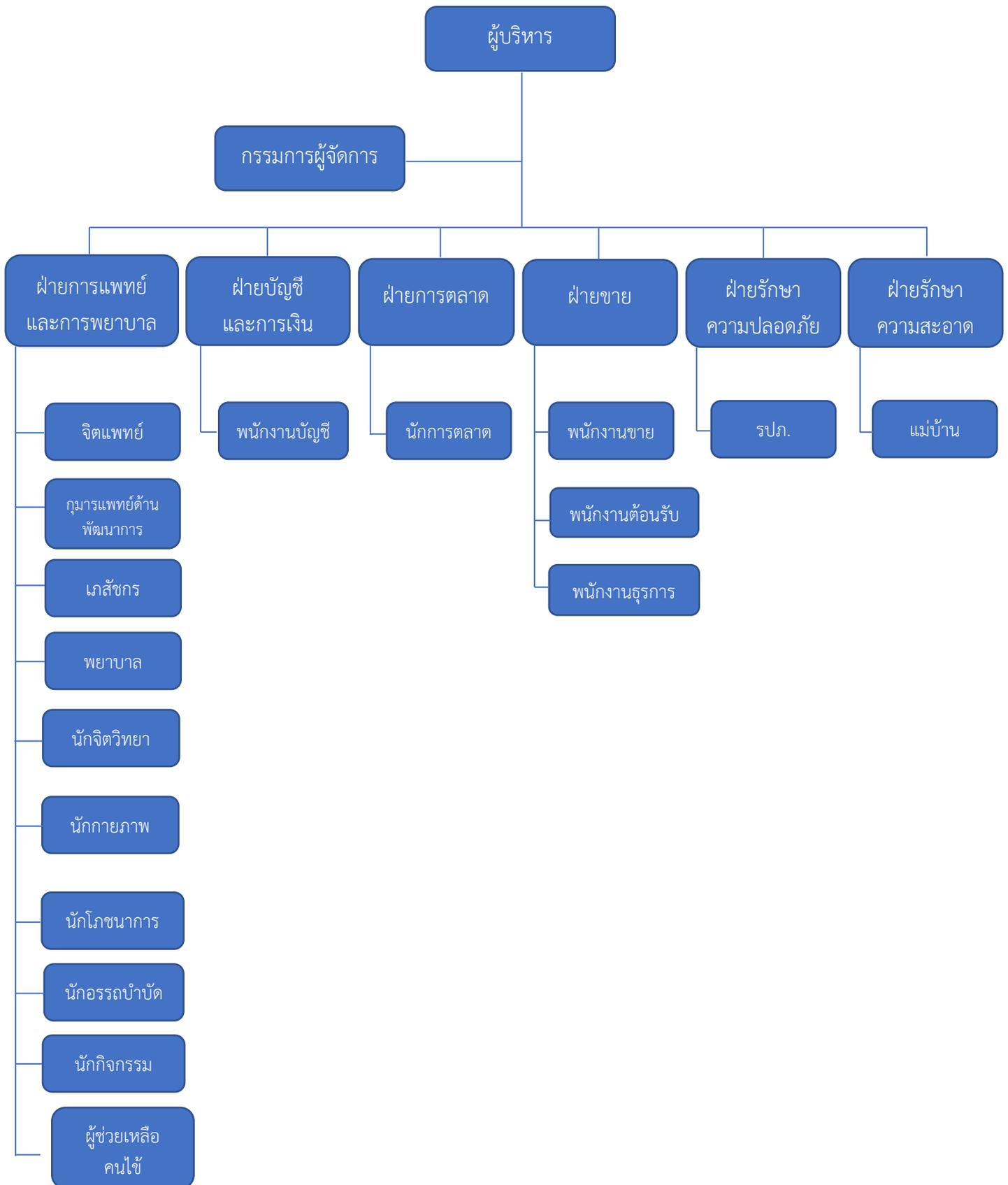
การจัดซื้อเครื่องมือทางการแพทย์ จะมีการจัดซื้อผ่านบริษัท ดังต่อไปนี้

- เครื่อง Neuro- Biofeedback และ อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน มีการจัดซื้อผ่าน Office mate เนื่องจากมีเครื่องใช้สำนักงานที่ครบครัน และมีการบริการจัดส่ง

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคารวม
ตกแต่งคลินิก			
๑. ค่าตกแต่งด้วยทิวทัศน์ต่างๆ			๕๐๐,๐๐๐.๐๐
๒. อุปกรณ์ที่ต้องซื้อ			๒๐๐,๐๐๐.๐๐
๓. ค่าฟิล์มตกแต่งร้านและป้ายร้าน			๒๐๐,๐๐๐.๐๐
๔. Designer ร้าน			๒๙๘,๐๐๐.๐๐
เครื่องมือแพทย์			
๑. เครื่อง Neuro- Biofeedback	๓	๕๐๐,๐๐๐.๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐.๐๐
๒. อุปกรณ์ทางการแพทย์			๕๐,๐๐๐.๐๐
๓. อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ			๖๐,๐๐๐.๐๐
๔. ค่าอุปกรณ์ทางการแพทย์เพิ่มเติม			๑,๐๐๐,๐๐๐.๐๐

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ			
๑. มัตจำร้าน			๔๑๗,๒๐๐.๐๐
๒. คำน้ำไฟมัตจำ			๕๐,๐๐๐.๐๐
๓. uniform			๒๖๐,๐๐๐.๐๐
๔. ค่าเช่าร้าน			๒๐๘,๖๐๐.๐๐
๕. ค่าจ้างPMร้าน			๕๐,๐๐๐.๐๐
๖. คอมพิวเตอร์พนักงาน			๕๗๐,๐๐๐.๐๐
๗. จ้างพนักงานเปิดร้าน ๒ เดือน			๔๗๘,๐๐๐.๐๐
๗. Marketing ล่วงหน้า ๑ เดือน			๓,๐๐๐,๐๐๐.๐๐

- รายละเอียดบุคลากร ผลิตภัณฑ์ สินค้า ที่ใช้การให้บริการ



แผนด้านบุคลากร

ในการจัดหาบุคลากร จะมีการเปิดรับผ่านเว็บไซต์จัดหางาน เช่น www.jobthai.com เนื่องด้วยเป็นเว็บไซต์ที่มีความนิยม และมีการรวบรวมข้อมูลของผู้ที่ต้องการสมัครงานในอาชีพต่างๆ โดยทางคลินิก Mental Health Wellness มีตำแหน่งที่ต้องการรับสมัครและรายละเอียด โดยใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ เช่น www.jobthai.com ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางแสดงตำแหน่ง จำนวน และค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างบุคลากร ในปีที่ ๑

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคาต่อเดือน
๑.	แม่บ้าน	๑	๑๕,๐๐๐	๑๕,๐๐๐
๒.	พนักงานต้อนรับ	๒	๑๗,๐๐๐	๓๔,๐๐๐
๓.	พนักงานตอบแชท	๑	๑๗,๐๐๐	๑๗,๐๐๐
๔.	คนขับรถ	๑	๑๗,๐๐๐	๑๗,๐๐๐
๕.	พนักงานขาย	๒	๒๕,๐๐๐	๕๐,๐๐๐
๖.	ผู้ช่วยพยาบาล	๒	๒๕,๐๐๐	๕๐,๐๐๐
๗.	กราฟฟิก	๒	๓๐,๐๐๐	๖๐,๐๐๐
๘.	ผู้จัดการร้าน	๑	๓๐,๐๐๐	๓๐,๐๐๐
๙.	พนักงานบัญชี	๑	๓๐,๐๐๐	๓๐,๐๐๐
๑๐.	จิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น	๓	๓๐,๐๐๐	๙๐,๐๐๐
๑๑.	จิตแพทย์ทั่วไป	๓	๓๐,๐๐๐	๙๐,๐๐๐
๑๒.	กุมารแพทย์ด้านพัฒนาการ	๑	๓๐,๐๐๐	๓๐,๐๐๐
๑๓.	ครูพิเศษศึกษา	๑	๓๕,๐๐๐	๓๕,๐๐๐
๑๔.	มาร์เก็ตติ้ง	๒	๕๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐
๑๕.	พยาบาล	๒	๕๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐
๑๖.	เภสัชกร	๑	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐
๑๗.	กรรมกาผู้จัดการ	๑	๑๐๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐
รวมค่าใช้จ่ายต่อเดือน				๘๙๘,๐๐๐

ตารางแสดงตำแหน่ง หน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งในองค์กร

ลำดับ	ตำแหน่ง	หน้าที่และความรับผิดชอบ
๑.	กรรมการผู้จัดการ	๑. กำหนดกลยุทธ์ และแผนดำเนินการขององค์กรในระยะสั้นและระยะยาว ๒. บริหารและแก้ไขปัญหาภาพรวมในองค์กร เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ตามแผนดำเนินการ ๓. กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนของคนในองค์กร ๔. คัดเลือกและวางแผนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร
๒.	จิตแพทย์	๑. คัดกรอง ตรวจสอบประเมินอาการ วิเคราะห์ วินิจฉัย และหาวิธีที่ควรรักษา ๒. ทำการรักษาคนไข้ และแนะนำหลังการรักษาตามมาตรฐานวิชาชีพ ๓. บันทึกและรวบรวมข้อมูลการรักษาและอาการของคนไข้ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, ๒๕๕๘)
๓.	กุมารแพทย์ด้านพัฒนาการ	๑. คัดกรอง ตรวจสอบประเมินอาการ วิเคราะห์ วินิจฉัย และหาวิธีที่ควรรักษา ๒. ทำการรักษาคนไข้ และแนะนำหลังการรักษาตามมาตรฐานวิชาชีพ ๓. บันทึกและรวบรวมข้อมูลการรักษาและอาการของคนไข้ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, ๒๕๕๘)
๔.	เภสัชกร	๑. จ่ายยาและบริการแก่ผู้มารับบริการตามมาตรฐานสูงสุดของวิชาชีพเภสัชกรรม ๒. บริหารจัดการงานขาย งานบริการ การดูแลสต็อกสินค้า ภายในแผนกให้เป็นไปตามที่กำหนด ๓. บริหารจัดการงานเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพเภสัชกร และเป็นตามที่ GPP กำหนด
๕.	พยาบาล	๑. ปฏิบัติการด้านการพยาบาลตามมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อการบริการที่มีประสิทธิภาพ ๒. ช่วยเหลือแพทย์ในการคัดกรอง ตรวจสอบประเมินอาการและรักษาคนไข้ ๓. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการรักษาแต่ละขั้นตอน ๔. ตรวจสอบดูแลและบำรุงรักษาความสะอาด ปลอดภัยของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ (สภาการพยาบาล, ๒๕๖๑)

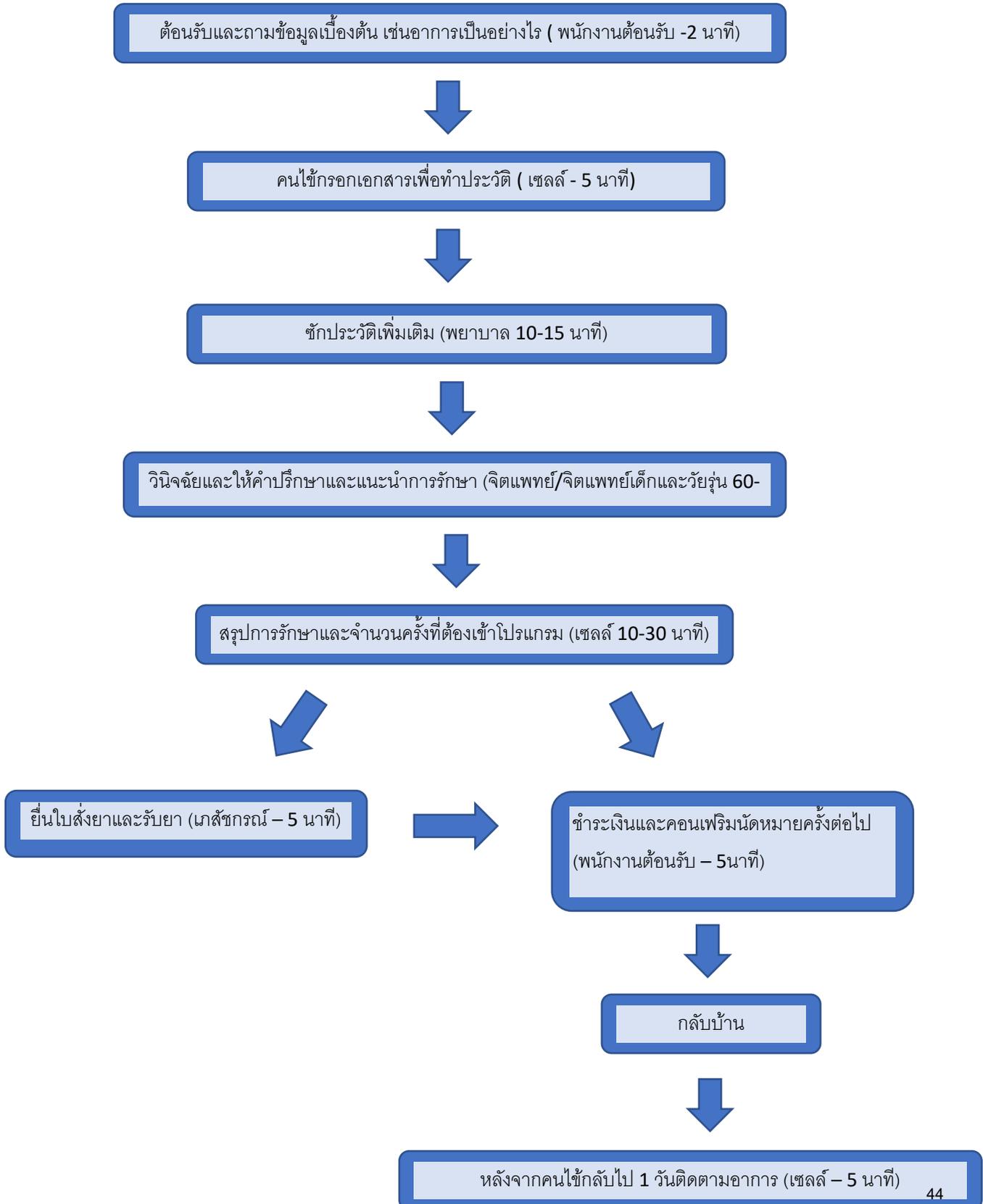
ลำดับ	ตำแหน่ง	หน้าที่และความรับผิดชอบ
๖.	นักจิตวิทยาคลินิก	<p>๑. ตรวจสอบประเมินวินิจฉัยปัญหาทางจิตของผู้ป่วย</p> <p>๒. ให้คำปรึกษาปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับจิตใจ ความเครียดให้แก่ผู้ป่วยและญาติ</p>
๗.	นักกายภาพ	<p>๑. คัดกรอง ตรวจสอบประเมินอาการ วิเคราะห์ วินิจฉัย และหาวิธีที่ควรรักษา</p> <p>๒. ปฏิบัติการด้านกายภาพตามมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อการบริการที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>๓. บันทึกและรวบรวมข้อมูลการรักษาและอาการของคนไข้</p> <p>๔. ตรวจสอบดูแลและบำรุงรักษาความสะอาด ปลอดภัยของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ ในการให้บริการกายภาพบำบัด (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, ๒๕๕๑)</p>
๘.	นักโภชนาการ	<p>๑. ส่งเสริม ป้องกัน รักษา ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโภชนาการบริโภคอาหาร โดยใช้วิธีการตามหลักวิทยาศาสตร์ในการตรวจประเมินความผิดปกติของผู้ป่วย</p> <p>๒. วิเคราะห์และวางแผนการรักษาด้านโภชนาการ/โภชนบำบัด รวมถึงให้การรักษาด้วยเครื่องมือที่เหมาะสม</p> <p>๓. ให้ความรู้ด้านโภชนาการ/โภชนบำบัดสำหรับผู้ป่วย ญาติ ครู หรือผู้ปกครอง รวมถึงประยุกต์วิธีการรักษาด้านโภชนาการ/โภชนบำบัดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</p>
๙.	นักอรรถบำบัด	<p>๑. วางแผนการฟื้นฟูสมรรถภาพการได้ยิน โดยการประเมินผลเพื่อเลือกและใส่เครื่องช่วยฟังให้เหมาะสมกับระดับการสูญเสียการได้ยินของผู้ป่วย, การวินิจฉัยความผิดปกติทางภาษาและการพูด การคัดกรองหาข้อบ่งชี้ ประเมินสภาพความผิดปกติ ทดสอบความสามารถทางภาษาและการพูด รวมถึงการกลืน แยกประเภทความผิดปกติต่างๆ บำบัดรักษา แก้ไข และฟื้นฟูสมรรถภาพครอบคลุมได้ทุกประเภทของความผิดปกติต่างๆ บำบัดรักษา</p> <p>๒. แก้ไข และฟื้นฟูประสาทหูพิการ สถิติปัญญาอ่อน กลืนลำบาก กลืนผิดวิธี ผู้ป่วยที่ผ่าตัดกล่องเสียง, ออกตรวจการได้ยินและแก้ไขการพูด ใส่เครื่องช่วยฟัง, การตรวจและการให้บริการใส่และปรับเครื่องช่วยฟัง (Hearing aid), ดูแลรักษาผู้ป่วยที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขการพูด (Speech therapy) และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง</p>

ลำดับ	ตำแหน่ง	หน้าที่และความรับผิดชอบ
๑๐.	นักกิจกรรม	๑. ฟีกพูด และฟีกกล้ำมเนื้อส่วนต่างๆ ๒. ฟีกสมาธิ และกิจกรรมบำบัด ๓. ให้คำปรึกษาครู/ผู้ปกครอง
๑๑.	ผู้ช่วยเหลือคนไข้	ช่วยเหลือ และดูแลผู้ใช้บริการเบื้องต้น
๑๒.	พนักงานบัญชี	๑. ดูแลรายรับและรายจ่ายของคลินิก และรายงานยอดเงินประจำวันให้กับเจ้าของกิจการ ๒. ดูแลการจัดซื้อ จัดจ้าง ๓. วิเคราะห์และควบคุมต้นทุนในการดำเนินการ ๔. จัดทำแผนงบประมาณ ๕. ให้คำแนะนำ ตอบปัญหา ชี้แจงเกี่ยวกับงานการเงินและบัญชี (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, ๒๕๕๑)
๑๓.	นักการตลาด	๑. วางแผนทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ของคลินิก ๒. จัดทำแผนงานด้านการทำ Online marketing ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ของคลินิก ๓. รับผิดชอบเป้าหมายด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และงานส่งเสริมการขายต่าง ๆ ๔. ติดตามสถานะ ประเมินผล และปรับปรุงแผนการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์
๑๔.	พนักงานขาย	๑. รับผิดชอบงานนำเสนอบริการแก่ลูกค้าให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ๒. จัดเตรียมข้อมูลบริการ รายงานและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ๓. วางแผนเข้าพบผู้รับบริการรายเก่า - ใหม่ ในแต่ละเดือน รายงานสรุปข้อมูลจากการเข้าพบผู้รับบริการ ๔. รักษาฐานผู้รับบริการรายเดิมและสร้างฐานผู้รับบริการรายใหม่ ให้แก่คลินิก สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการ
๑๕.	พนักงานต้อนรับ	๑. ต้อนรับผู้ใช้บริการทางหน้าร้านและทางโทรศัพท์ ๒. ลงทะเบียนข้อมูลของผู้ใช้บริการ ๓. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการเบื้องต้น ค่าใช้จ่ายและโปรโมชั่น ให้แก่ผู้ใช้บริการ ๔. จัดคิวผู้ใช้บริการตามเวลาเปิดให้บริการคลินิก และโทรแจ้งผู้ใช้บริการก่อนถึงเวลานัดหมาย

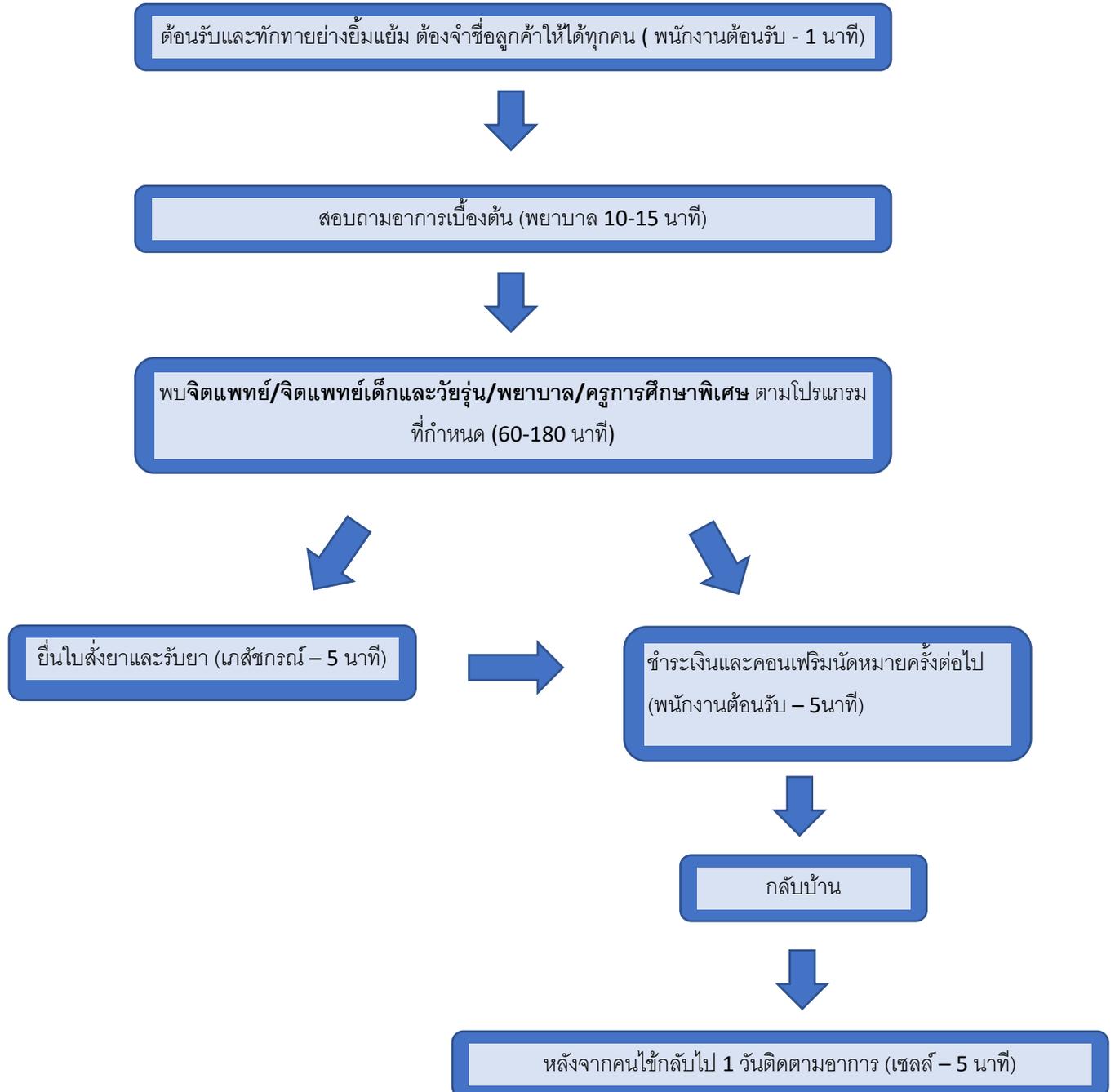
ลำดับ	ตำแหน่ง	หน้าที่และความรับผิดชอบ
๑๖.	พนักงานธุรการ	๑. ต้อนรับผู้ให้บริการทางหน้าร้านและทางโทรศัพท์ ๒. ลงทะเบียนข้อมูลของผู้ใช้บริการ ๓. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการเบื้องต้น ค่าใช้จ่ายและโปรโมชั่นให้แก่ผู้ให้บริการ ๔. จัดคิวผู้ให้บริการตามเวลาเปิดให้บริการคลินิก และโทรแจ้งผู้ให้บริการก่อนถึงเวลานัดหมาย ๕. จัดการเอกสาร, Document Control, คีย์ข้อมูล, ดูแลเอกสาร, ควบคุมเอกสาร
๑๗.	พนักงานรักษาความปลอดภัย	๑. ต้อนรับ และแจ้งสถานที่ติดต่อแก่ลูกค้าและผู้มาติดต่อ ๒. โบกรถและอำนวยความสะดวกการจราจร ๓. ดูแลความเรียบร้อยและความปลอดภัยของผู้รับบริการและสถานที่
๑๘.	แม่บ้าน	ดูแลทำความสะอาดคลินิก

ขั้นตอนการให้บริการ

ในการรับคนไข้ที่มารับการรักษาในครั้งแรก



ขั้นตอนการให้บริการ
ในการรับบริการครั้งที่ 2 ขึ้นไป

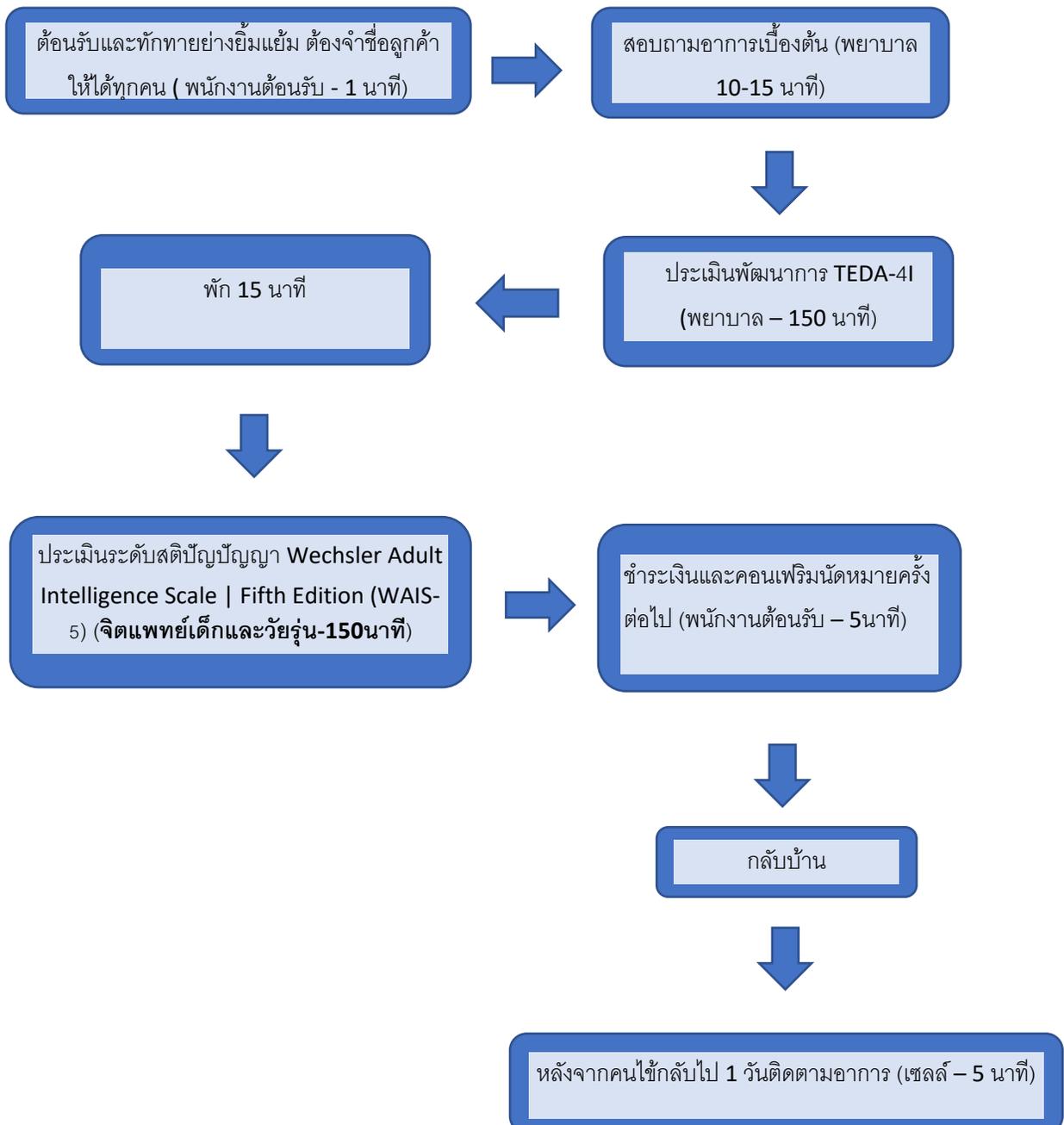


แผนผังกระบวนการให้บริการ

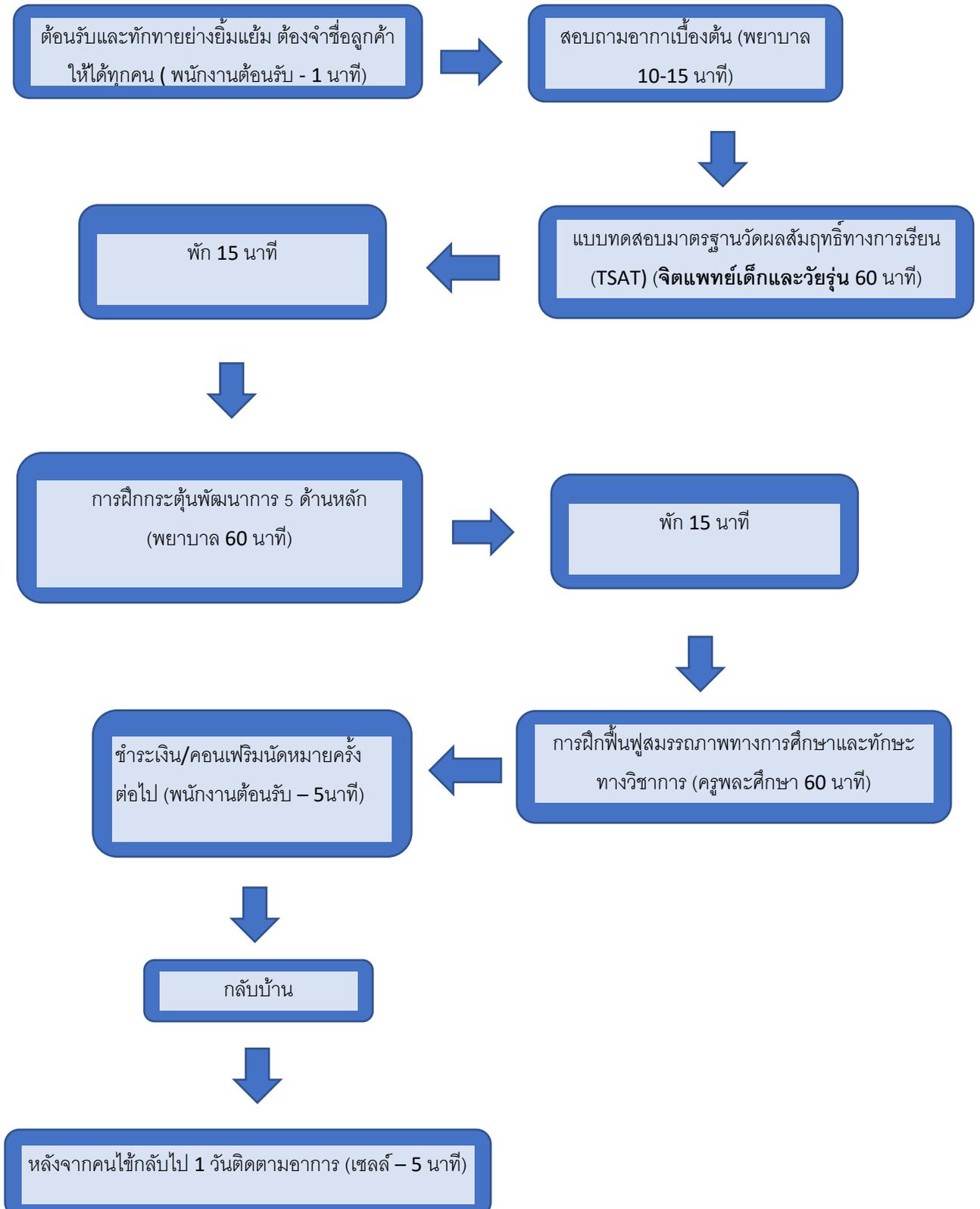
แพ็คเกจที่ 1. ประเมินปัญหาด้านพัฒนาการเรียนรู้และ คำหาอัจฉริยะทางการเรียน และทักษะสังคม

ระยะเวลาในการประเมิน : แบ่งออกเป็น 3 ครั้งในการทำประเมิน

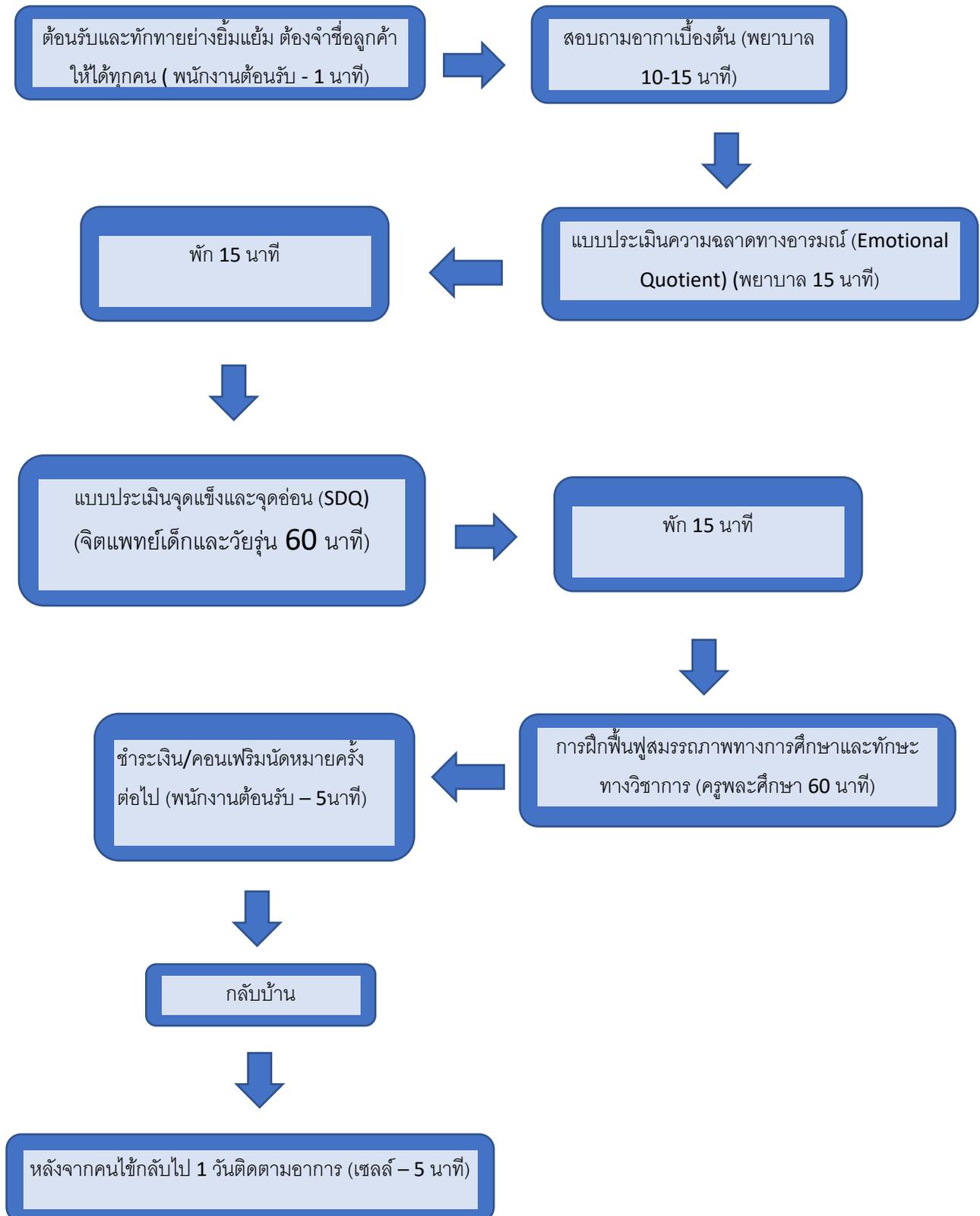
ประเมินครั้งที่ 1 : ใช้ระยะเวลา 300 นาที



ประเมินครั้งที่ 2 : ใช้ระยะเวลา 180 นาที



ประเมินครั้งที่ 3 : ใช้ระยะเวลา 135 นาที

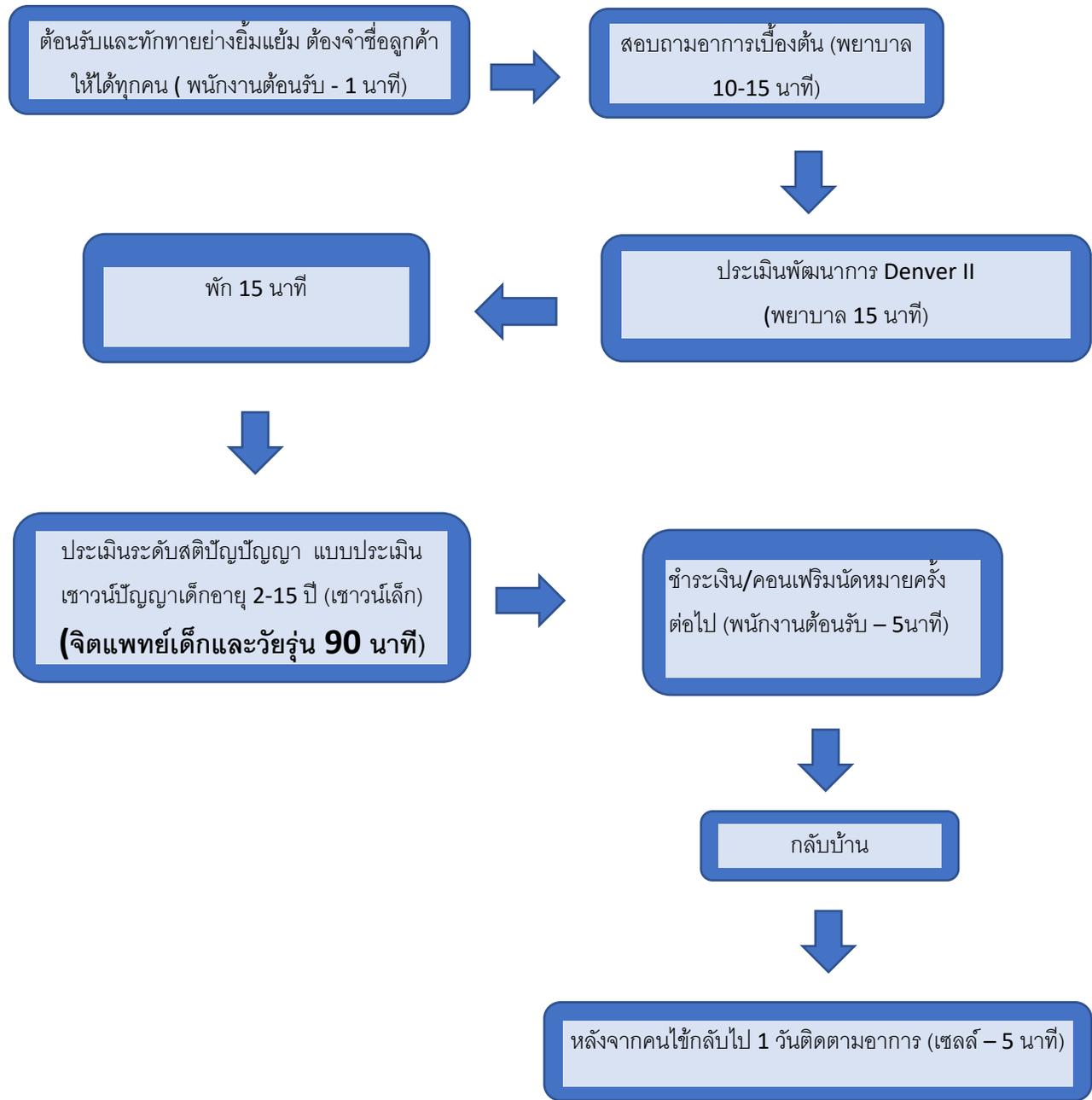


แพ็คเกจเสริมของแพ็คเกจเสริมที่ 1
การฝึกทักษะทางสังคม (Social Skill Training)



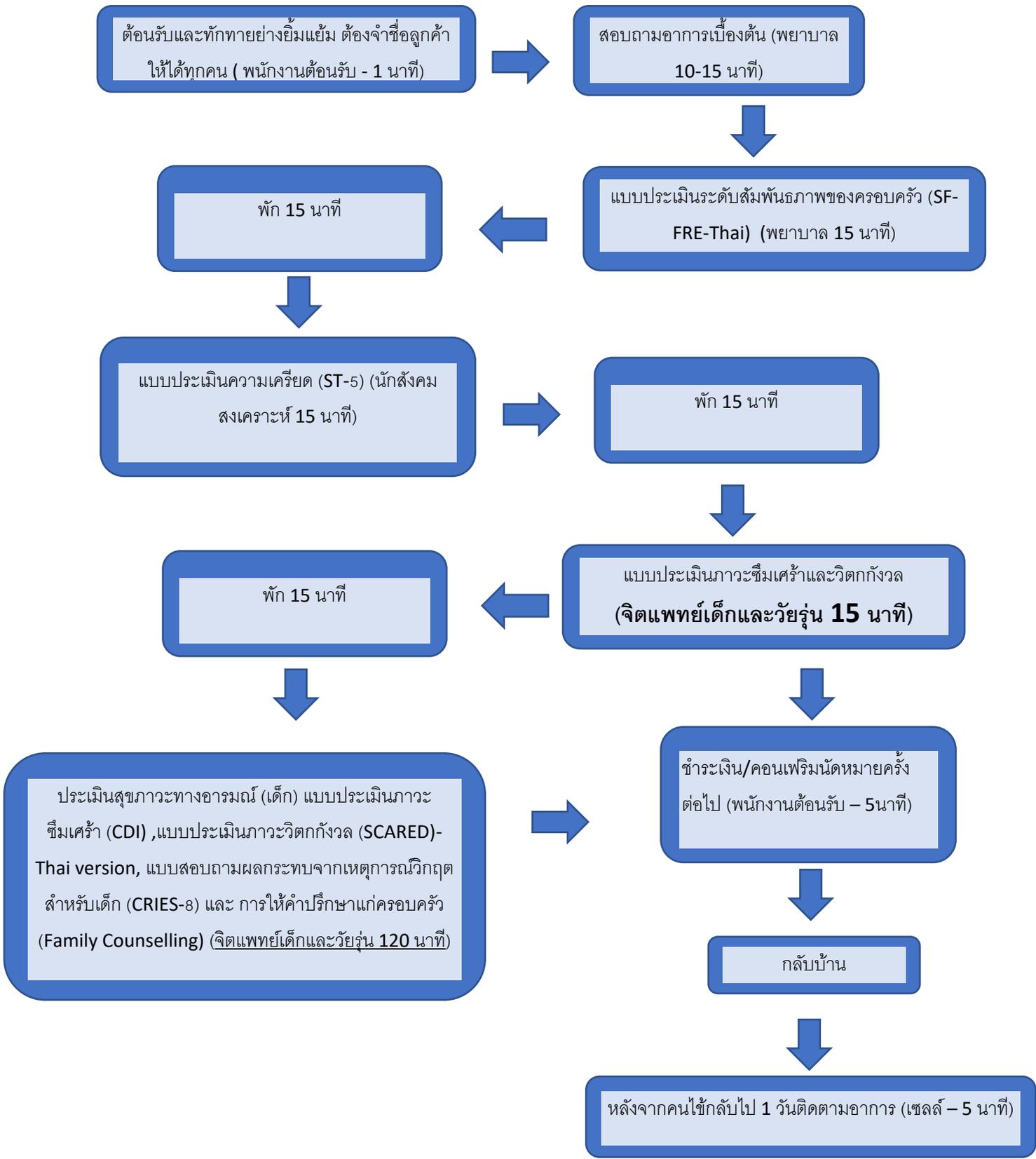
แพ็คเกจที่ 2.แพ็คเกจประเมินปัญหาด้านพัฒนาการเรียนรู้และ คำหาอัจฉริยะ ทางการเรียนและทักษะสังคม

ประเมิน: ใช้ระยะเวลา 150 นาที



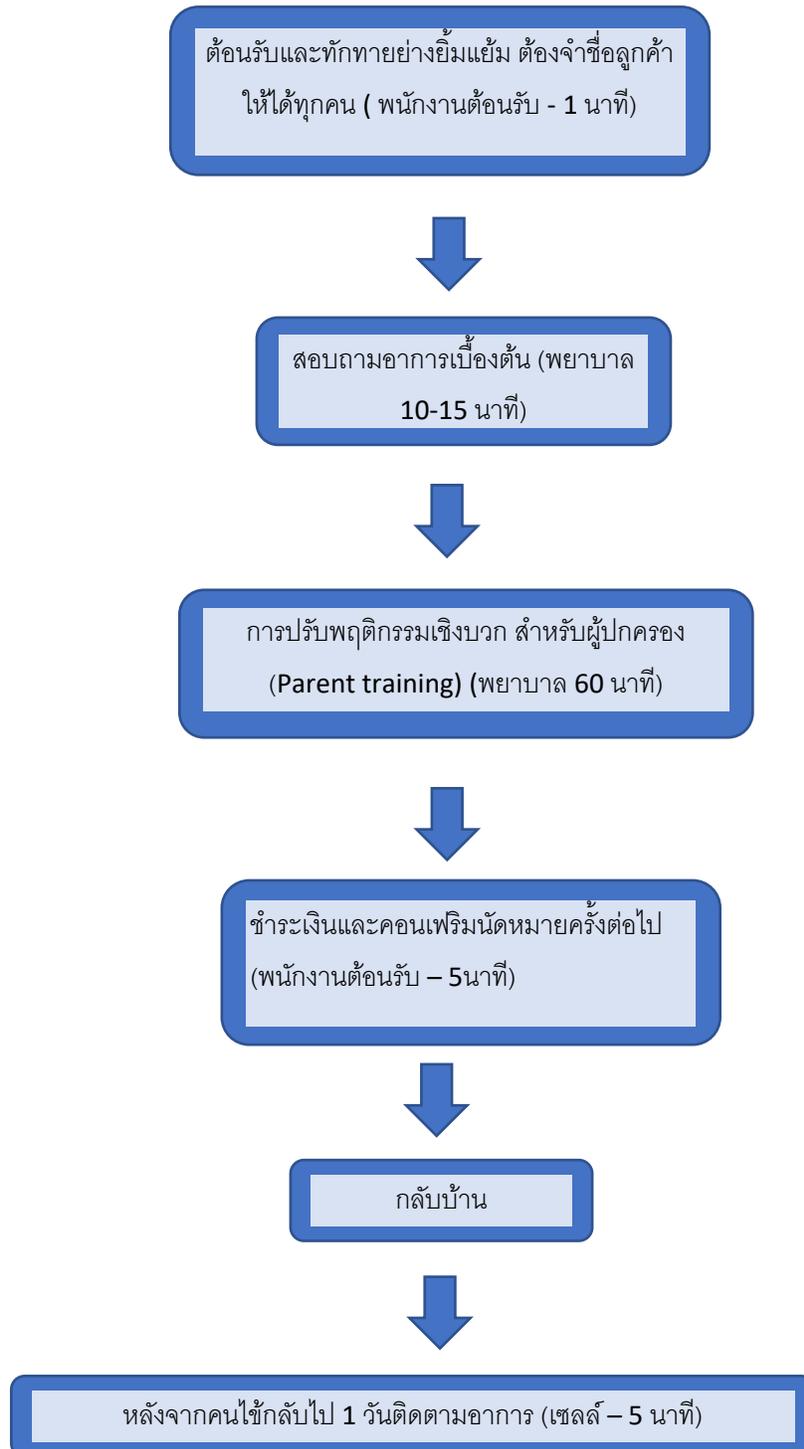
แพ็คเกจที่ 3. แพ็คเกจ Family gap

ประเมินครั้งที่ 2 : ใช้ระยะเวลา 150 นาที



**แพ็คเกจที่ 3. แพ็คเกจ Family gap การปรับพฤติกรรมเชิงบวก สำหรับผู้ปกครอง
(Parent training)**

สามารถจัดโปรแกรมเป็นแบบเดี่ยวหรือแบบกลุ่ม



แพ็คเกจที่ 3. แพ็คเกจ **Family gap** การสื่อสารเชิงบวก สำหรับผู้ปกครอง
(Positive Communication)

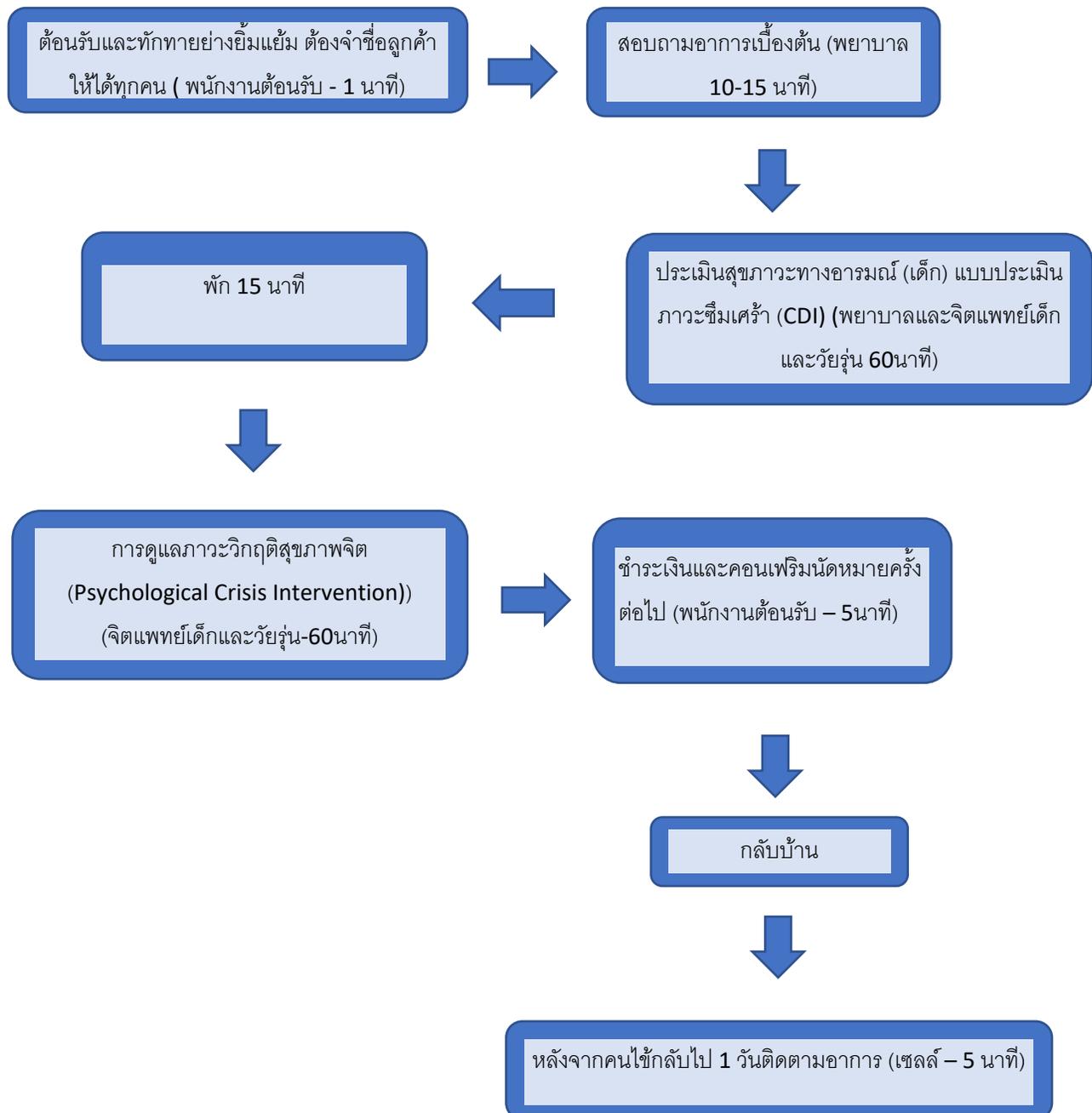
สามารถจัดโปรแกรมเป็นแบบเดี่ยวหรือแบบกลุ่ม



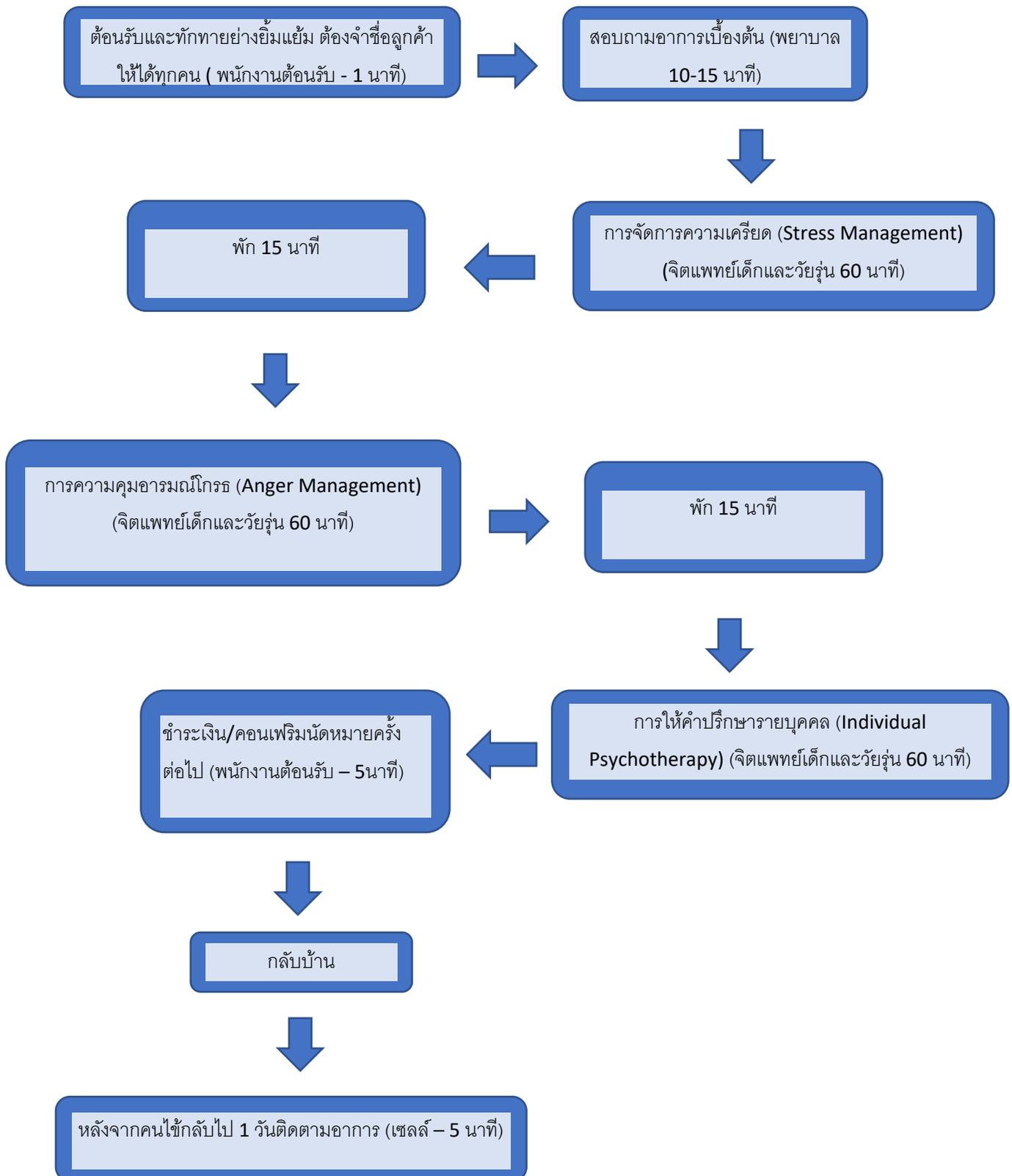
แพ็คเกจที่ 4.แพ็คเกจ Stress/Adjustment problems

ระยะเวลาในการประเมิน : แบ่งออกเป็น 2 ครั้งในการทำประเมิน

ประเมินครั้งที่ 1 : ใช้ระยะเวลา 120 นาที



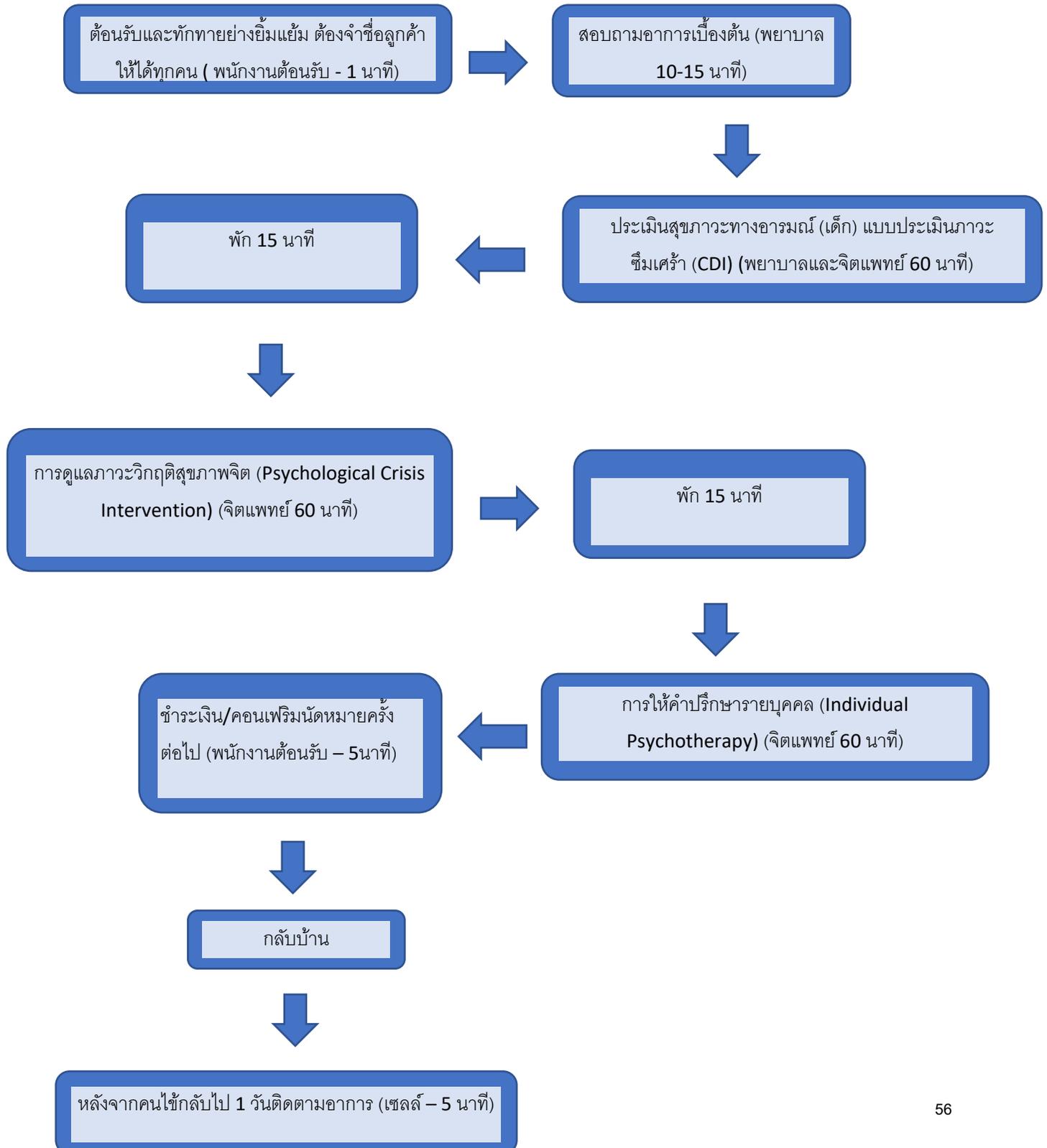
ประเมินครั้งที่ 2 : ใช้ระยะเวลา 180 นาที



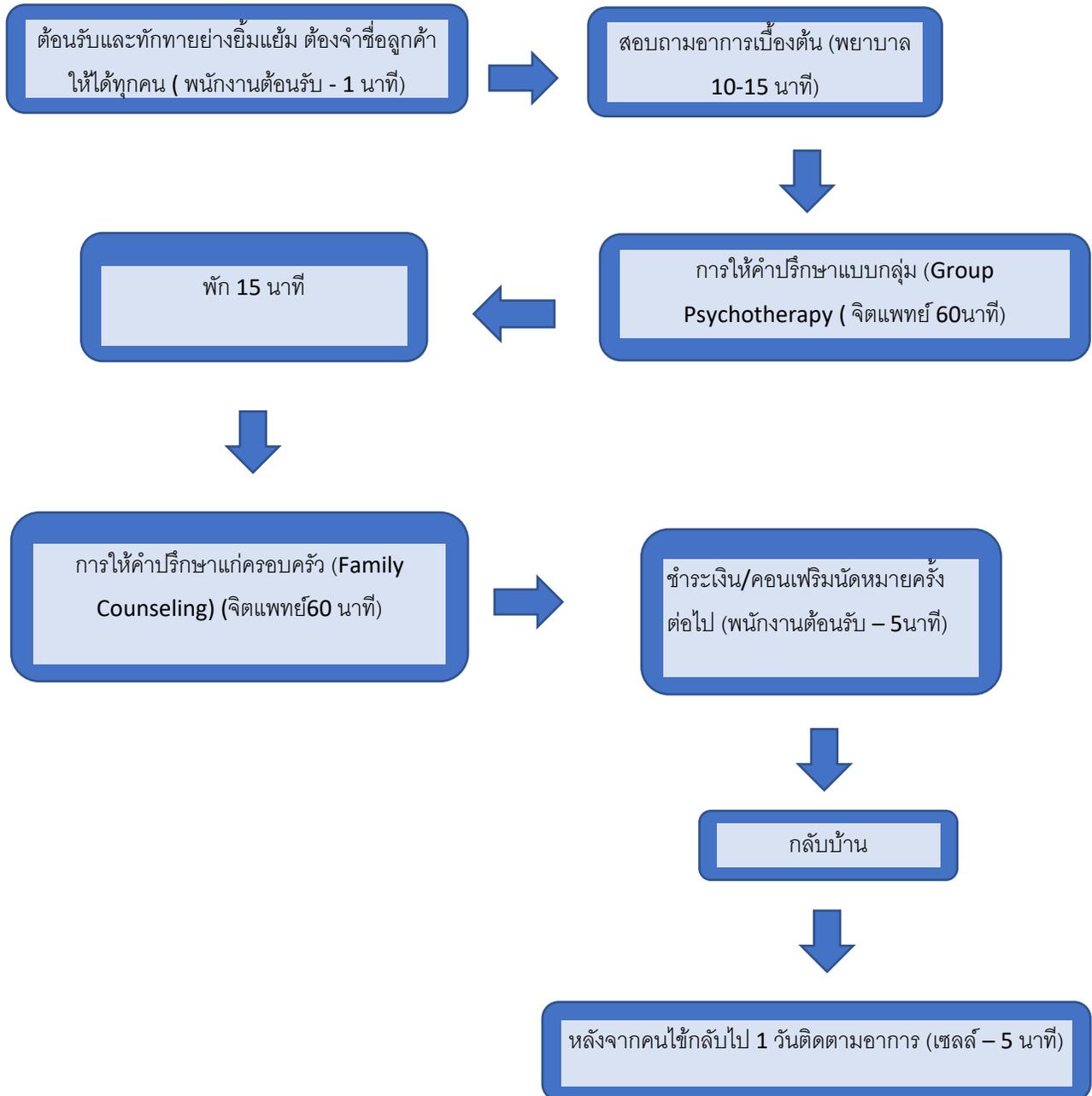
แพ็คเกจที่ 5. แพ็คเกจประเมินภาวะซึมเศร้า (Depression)

ระยะเวลาในการประเมิน : แบ่งออกเป็น 2 ครั้งในการทำประเมิน

ประเมินครั้งที่ 1 : ใช้ระยะเวลา 180 นาที



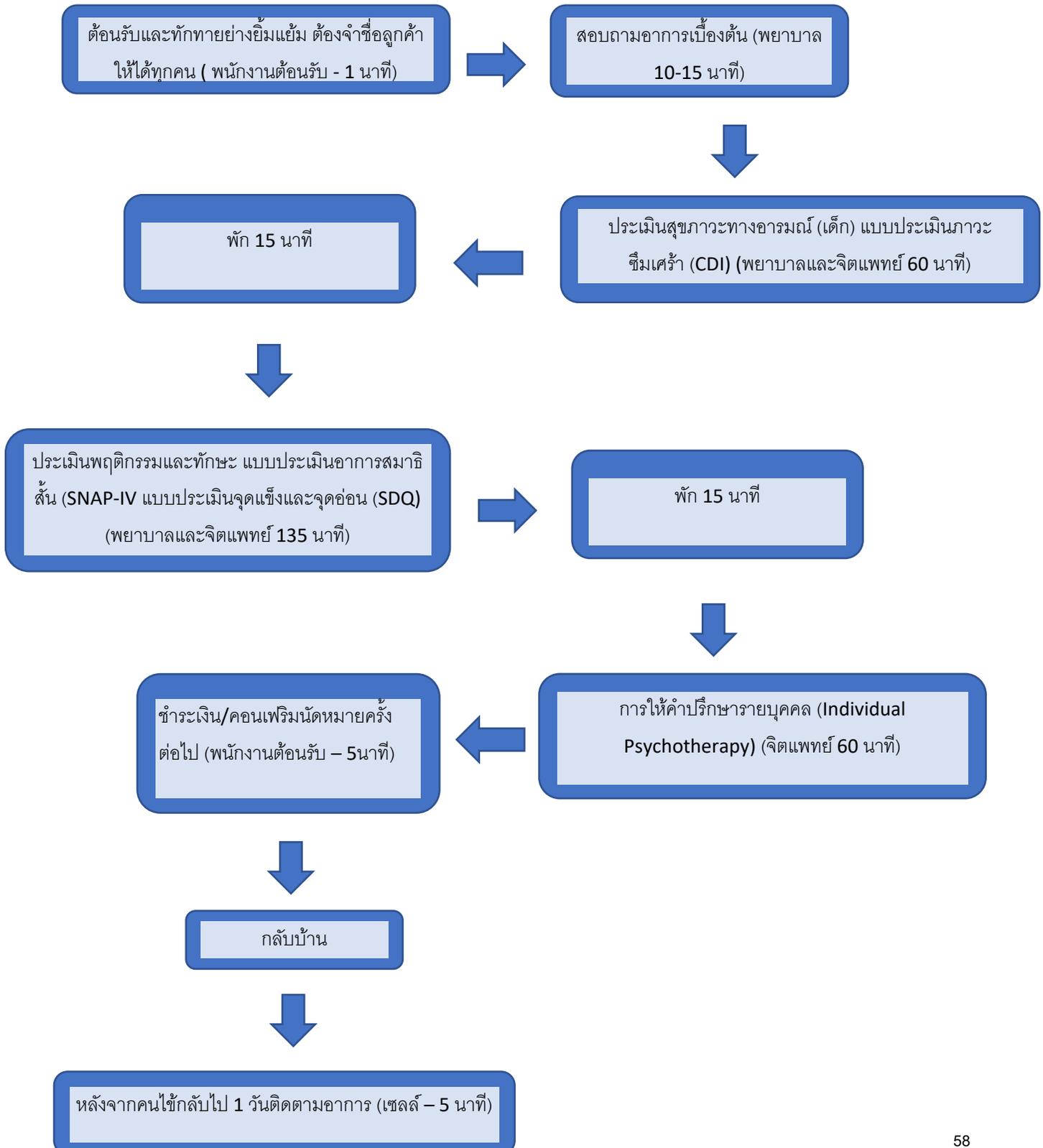
ประเมินครั้งที่ 2 : ใช้ระยะเวลา 120 นาที



แพ็คเกจที่ 6. แพ็คเกจ Bullying

ระยะเวลาในการประเมิน : แบ่งออกเป็น 1 ครั้งในการทำประเมิน

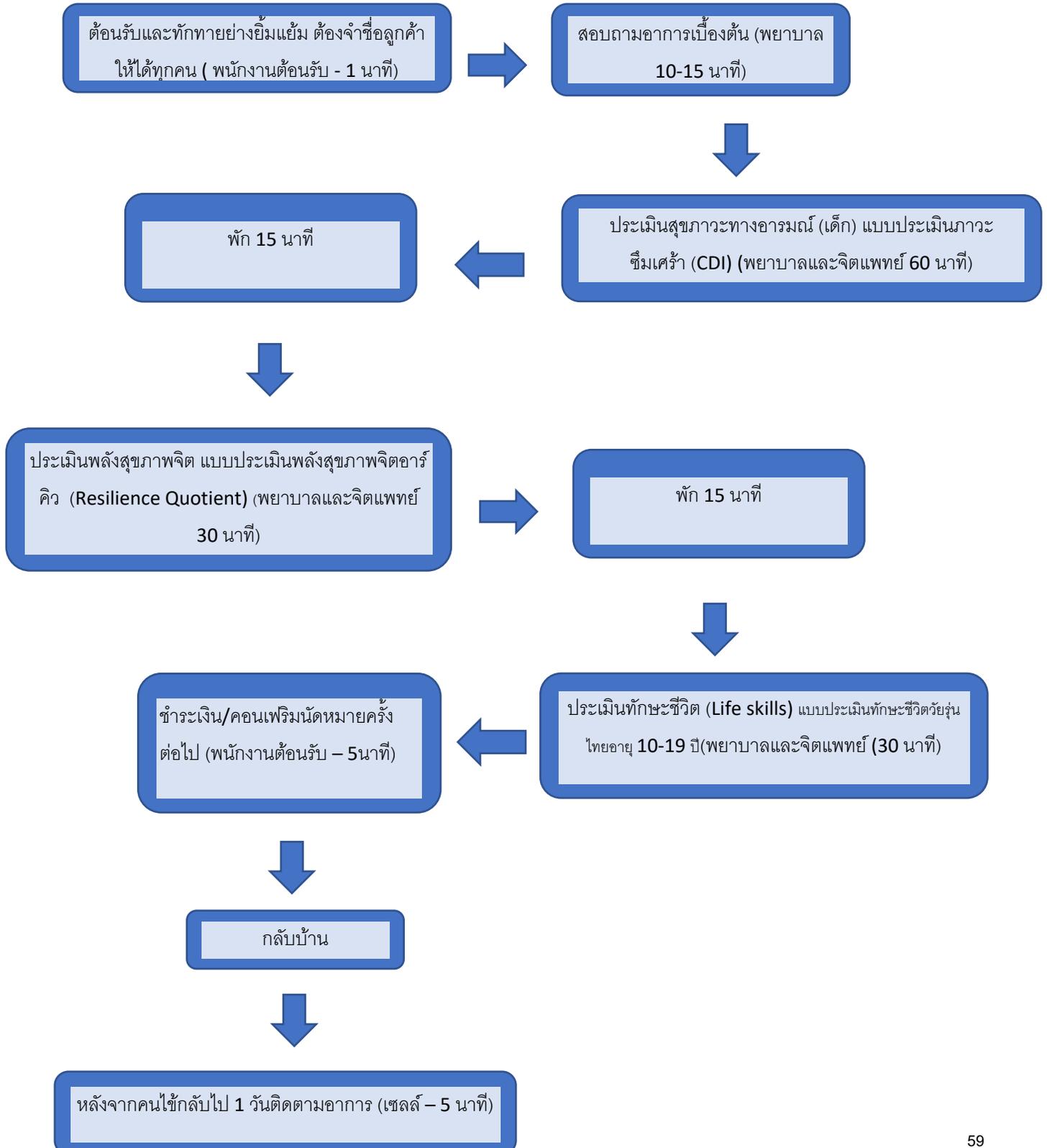
ประเมินครั้งที่ 1 : ใช้ระยะเวลา 225 นาที



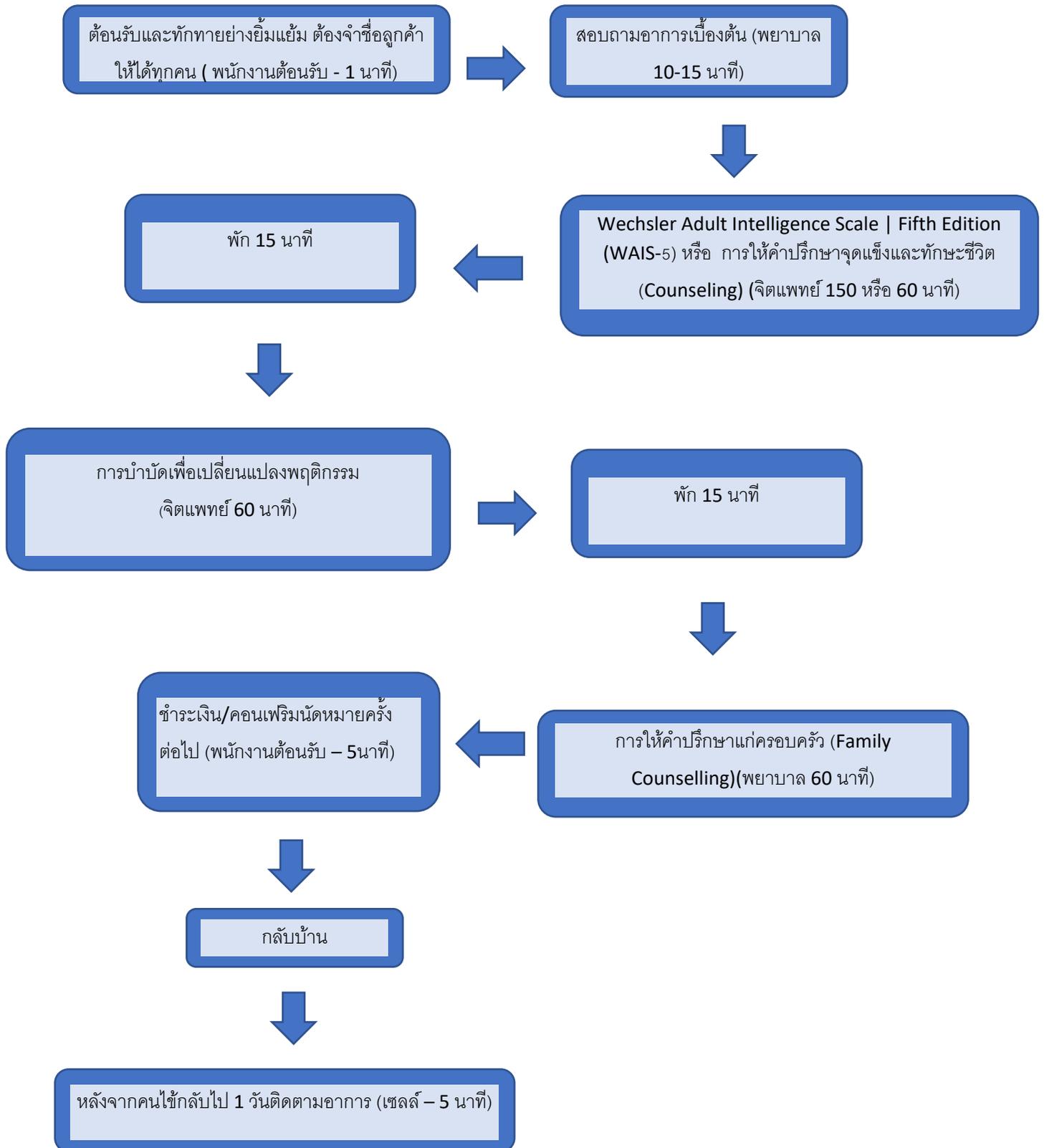
แพ็คเกจที่ 7.แพ็คเกจประเมินปัญหาพฤติกรรมกับการใช้ชีวิต

ระยะเวลาในการประเมิน : แบ่งออกเป็น 2 ครั้งในการทำประเมิน

ประเมินครั้งที่ 1 : ใช้ระยะเวลา 135 นาที



ประเมินครั้งที่ 2 : ใช้ระยะเวลา 180-210 นาที



แผนการเงิน

Mind and Brain Wellness Clinic (มายน์ แอนด์ เบรนต์ เวลเนส คลินิก)

เป็นคลินิกที่เปิดการให้บริการด้านการพัฒนา Mental Health Wellness ของกลุ่มเด็กและเยาวชน ในช่วงระหว่างอายุ ๖-๑๘ ปี โดยแหล่งที่มาของเงินลงทุนมาจากส่วนของเจ้าของและผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น ๑๐๐% มีใช้งบประมาณการลงทุนโดยประมาณ ๑๓,๒๐๐,๕๒๙ บาท ตามประมาณการดังนี้

Projection ของโครงการ mind and brain wellness clinic

Initial investment (เงินลงทุนเริ่มต้น) ๑๒,๕๖๖,๘๐๐.๐๐

Working cap (เงินหมุนเวียน) ๖๓๓,๗๒๙.๐๐

Investment (เงินลงทุนในการเปิดคลินิก) ๑๓,๒๐๐,๕๒๙.๐๐

Break even (คืนทุน) ๗ เดือน

รายได้ใน ๑ ปีแรกนั้นเกิดจากส่วนหนึ่งที่ใช้เงินลงทุนในการทำ marketing ก่อนร้านเปิด และค่อยๆ ให้รายได้เติบโต จะคืนทุนภายใน ๗ เดือน

โดยมีแผนการเติบโตตามตารางหน้าถัดไป

		การลงทุน ปัจจุบัน	ม.ค. ๖๔	ก.พ. ๖๔	มี.ค. ๖๔	เม.ย. ๖๔	พ.ค. ๖๔	มิ.ย. ๖๔
รายได้	รายได้จากชั่วโมงทีมบำบัด		๑,๒๕๖,๗๐๐.๐๐	๑,๘๘๕,๐๕๐.๐๐	๓,๑๔๑,๗๕๐.๐๐	๓,๗๗๐,๑๐๐.๐๐	๕,๐๒๖,๘๐๐.๐๐	๗,๕๔๐,๒๐๐.๐๐
	รายได้จากการขายยา		๔๓๘,๔๘๐.๐๐	๖๕๗,๗๒๐.๐๐	๑,๐๙๖,๒๐๐.๐๐	๑,๓๑๕,๔๔๐.๐๐	๑,๗๕๓,๙๒๐.๐๐	๒,๖๓๐,๘๘๐.๐๐
	รายได้จากเทศ		๔๘,๗๒๐.๐๐	๗๓,๐๘๐.๐๐	๑๒๑,๘๐๐.๐๐	๑๔๖,๑๖๐.๐๐	๑๙๔,๘๘๐.๐๐	๒๙๒,๓๒๐.๐๐
รายได้รวม			๑,๗๔๓,๙๐๐.๐๐	๒,๖๑๕,๘๕๐.๐๐	๔,๓๕๙,๗๕๐.๐๐	๕,๒๓๑,๗๐๐.๐๐	๖,๙๗๕,๖๐๐.๐๐	๑๐,๔๖๓,๔๐๐.๐๐
ต้นทุน	ต้นทุนจากชั่วโมงทีมบำบัด	๓๙.๙๒%	๕๐๑,๖๙๐.๐๐	๗๕๒,๕๓๕.๐๐	๑,๒๕๔,๒๒๕.๐๐	๑,๕๐๕,๐๗๐.๐๐	๒,๐๐๖,๗๖๐.๐๐	๓,๐๑๐,๑๔๐.๐๐
	ต้นทุนได้จากการขายยา	๒.๐๐%	๘,๗๖๙.๖๐	๑๓,๑๕๔.๔๐	๒๑,๙๒๔.๐๐	๒๖,๓๐๘.๘๐	๓๕,๐๗๘.๔๐	๕๒,๖๑๗.๖๐
	ต้นทุนได้จากเทศ	๑๐.๐๐%	๔,๘๗๒.๐๐	๗,๓๐๘.๐๐	๑๒,๑๘๐.๐๐	๑๔,๖๑๖.๐๐	๑๙,๔๘๘.๐๐	๒๙,๒๓๒.๐๐
ต้นทุนรวม			๕๑๕,๓๓๑.๖๐	๗๗๒,๙๙๗.๔๐	๑,๒๘๘,๓๒๙.๐๐	๑,๕๔๕,๙๙๔.๘๐	๒,๐๖๑,๓๒๖.๔๐	๓,๐๙๑,๙๘๙.๖๐
กำไรขั้นต้น			๑,๒๒๘,๕๖๘.๔๐	๑,๘๔๒,๘๕๒.๖๐	๓,๐๗๑,๔๒๑.๐๐	๓,๖๘๕,๗๐๕.๒๐	๔,๙๑๔,๒๗๓.๖๐	๗,๓๗๓,๔๑๐.๔๐
SG&A			๑,๗๖๕,๓๘๐.๐๐	๑,๙๓๙,๗๗๐.๐๐	๒,๒๘๘,๕๕๐.๐๐	๒,๔๖๒,๙๔๐.๐๐	๒,๘๑๑,๗๒๐.๐๐	๓,๕๐๙,๒๘๐.๐๐
กำไรก่อน ภาษี			(๕๓๖,๘๑๑.๖๐)	๙๐๓,๐๘๒.๖๐	๗๘๒,๘๗๑.๐๐	๑,๒๒๒,๗๖๕.๒๐	๒,๑๐๒,๕๕๓.๖๐	๓,๘๖๔,๑๓๐.๔๐
ทรัพย์สิน รวม		๑๒,๕๖๖,๘๐๐.๐๐	๑๓,๑๐๓,๖๑๑.๖๐	๑๓,๒๐๐,๕๒๙.๐๐	๑๒,๔๖๗,๑๕๘.๐๐	๑๑,๑๙๔,๘๙๒.๘๐	๙,๐๙๒,๓๓๙.๒๐	๕,๒๓๐,๒๐๘.๘๐

		ก.ค. ๖๔	ก.ค. ๖๔	ก.ย. ๖๔	ต.ค. ๖๔	พ.ย. ๖๔	ธ.ค. ๖๔	CA WHB4 รายได้รวมปีที่๑
รายได้	รายได้จากชั่วโมงทีมบำบัด	๑๐,๐๕๓,๖๐๐.๐๐	๑๐,๐๕๓,๖๐๐.๐๐	๑๐,๐๕๓,๖๐๐.๐๐	๑๐,๐๕๓,๖๐๐.๐๐	๑๐,๐๕๓,๖๐๐.๐๐	๑๐,๐๕๓,๖๐๐.๐๐	๘๒,๙๔๒,๒๐๐.๐๐
	รายได้จากการขายยา	๓,๕๐๗,๘๔๐.๐๐	๓,๕๐๗,๘๔๐.๐๐	๓,๕๐๗,๘๔๐.๐๐	๓,๕๐๗,๘๔๐.๐๐	๓,๕๐๗,๘๔๐.๐๐	๓,๕๐๗,๘๔๐.๐๐	๒๘,๙๓๙,๖๘๐.๐๐
	รายได้จากเทศ	๓๘๙,๗๖๐.๐๐	๓๘๙,๗๖๐.๐๐	๓๘๙,๗๖๐.๐๐	๓๘๙,๗๖๐.๐๐	๓๘๙,๗๖๐.๐๐	๓๘๙,๗๖๐.๐๐	๓,๒๑๕,๕๒๐.๐๐
รายได้รวม		๑๓,๙๕๑,๒๐๐.๐๐	๑๓,๙๕๑,๒๐๐.๐๐	๑๓,๙๕๑,๒๐๐.๐๐	๑๓,๙๕๑,๒๐๐.๐๐	๑๓,๙๕๑,๒๐๐.๐๐	๑๓,๙๕๑,๒๐๐.๐๐	๑๑๕,๐๙๗,๔๐๐.๐๐
ต้นทุน	ต้นทุนจากชั่วโมงทีมบำบัด	๔,๐๑๓,๕๒๐.๐๐	๔,๐๑๓,๕๒๐.๐๐	๔,๐๑๓,๕๒๐.๐๐	๔,๐๑๓,๕๒๐.๐๐	๔,๐๑๓,๕๒๐.๐๐	๔,๐๑๓,๕๒๐.๐๐	๓๓,๑๑๑,๕๔๐.๐๐
	ต้นทุนได้จากการขายยา	๗๐,๑๕๖.๘๐	๗๐,๑๕๖.๘๐	๗๐,๑๕๖.๘๐	๗๐,๑๕๖.๘๐	๗๐,๑๕๖.๘๐	๗๐,๑๕๖.๘๐	๕๗๘,๗๙๓.๖๐
	ต้นทุนได้จากเทศ	๓๘,๙๗๖.๐๐	๓๘,๙๗๖.๐๐	๓๘,๙๗๖.๐๐	๓๘,๙๗๖.๐๐	๓๘,๙๗๖.๐๐	๓๘,๙๗๖.๐๐	๓๒๑,๕๕๒.๐๐
ต้นทุนรวม		๔,๑๒๒,๖๕๒.๘๐	๔,๑๒๒,๖๕๒.๘๐	๔,๑๒๒,๖๕๒.๘๐	๔,๑๒๒,๖๕๒.๘๐	๔,๑๒๒,๖๕๒.๘๐	๔,๑๒๒,๖๕๒.๘๐	๓๗,๐๑๑,๘๘๕.๖๐
กำไร ขั้นต้น		๙,๘๒๘,๕๔๗.๒๐	๙,๘๒๘,๕๔๗.๒๐	๙,๘๒๘,๕๔๗.๒๐	๙,๘๒๘,๕๔๗.๒๐	๙,๘๒๘,๕๔๗.๒๐	๙,๘๒๘,๕๔๗.๒๐	๘๑,๐๘๕,๕๑๔.๔๐
SG&A		๔,๒๐๖,๘๔๐.๐๐	๔,๒๐๖,๘๔๐.๐๐	๔,๒๐๖,๘๔๐.๐๐	๔,๒๐๖,๘๔๐.๐๐	๔,๒๐๖,๘๔๐.๐๐	๔,๒๐๖,๘๔๐.๐๐	๔๐,๐๑๘,๖๘๐.๐๐
กำไรก่อน ภาษี		๕,๖๒๑,๗๐๗.๒๐	๕,๖๒๑,๗๐๗.๒๐	๕,๖๒๑,๗๐๗.๒๐	๕,๖๒๑,๗๐๗.๒๐	๕,๖๒๑,๗๐๗.๒๐	๕,๖๒๑,๗๐๗.๒๐	๔๑,๐๖๖,๘๓๔.๔๐
สินทรัพย์ รวม		๓๙๑,๔๙๘.๔๐	๖,๐๑๓,๒๐๕.๖๐	๑๑,๖๓๔,๙๑๒.๘๐	๑๗,๒๕๖,๖๒๐.๐๐	๒๒,๘๗๘,๓๒๗.๒๐	๒๘,๕๐๐,๐๓๔.๔๐	๔๖๐,๓๘๙,๖๐๐.๐๐

แผนฉุกเฉิน

โปรแกรมที่จะเปิด (ของเดิม)

๑. การประเมินระดับสติปัญญา (IQ) และพหุปัญญา รวมถึงการวางแผนในการส่งเสริมจุดแข็งและพัฒนาจุดอ่อน
๒. การตรวจประเมินและวินิจฉัยปัญหาสุขภาพจิตหรือโรคทางจิตเวช พร้อมวางแผนการรักษา ทั้งทางชีวภาพและทางจิตสังคม
๓. บริการตรวจประเมินความเครียดของผู้รับบริการ (เด็ก-ผู้ใหญ่) ด้วยเครื่อง Neuro-biofeedback พร้อมให้คำปรึกษาเบื้องต้น
๔. การคัดกรองความเข้มแข็งทางใจและปัญหาสุขภาพจิต ด้วยแบบประเมิน พร้อมให้คำปรึกษาเบื้องต้น
๕. บริการให้ความรู้และคำปรึกษาเบื้องต้นโดยผู้เชี่ยวชาญ (Counseling และ Psycho-education) แก่เด็ก/เยาวชน/ผู้ปกครอง/ครู
๖. โปรแกรมกระตุ้นพหุปัญญารายบุคคลโดยทีมสหวิชาชีพ
๗. โปรแกรมการผ่อนคลายความเครียด (Stress Management) พร้อมการตรวจด้วยเครื่อง Neuro-biofeedback (เด็ก-ผู้ใหญ่)
๘. โปรแกรมการสื่อสารทางบวก (Positive communication) และการส่งเสริมช่วงเวลาคุณภาพ ในครอบครัว (Quality time)
๙. โปรแกรมการสื่อสารทางบวก (Positive communication) และการส่งเสริมทักษะการบริหารชั้นเรียน (Classroom management)
๑๐. โปรแกรมการป้องกันการกลั่นแกล้งในสถานศึกษา (Bullying Prevention Programmed)
๑๑. บริการการวางแผนการศึกษารายบุคคล (Individual Learning Programmed)
๑๒. บริการบำบัดจิตใจรายบุคคล (Individual psychotherapy)
๑๓. บริการบำบัดจิตใจแบบกลุ่ม (Group psychotherapy)
๑๔. บริการครอบครัวบำบัด (Family therapy)
๑๕. บริการคู่สมรสบำบัด (Marital therapy)
๑๖. การสั่งจ่ายยาโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ
๑๗. การส่งต่อเชื่อมโยงไปยังหน่วยงาน/องค์กรพันธมิตร เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการและการเรียนรู้ตามความถนัดของเด็ก/เยาวชน

๕.ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงการธุรกิจ (Business Strategies)

ธุรกิจควรมีแผนงานและกลยุทธ์ที่ชัดเจนเพื่อที่จะนำธุรกิจไปสู่อนาคต ซึ่งกลยุทธ์ที่กล่าวมาได้แก่

๑. มีแพทย์ซึ่งชำนาญการในการวินิจฉัยโรคทางจิตเวชเพื่อที่จะวินิจฉัยโรคได้อย่างเฉียบขาดและแม่นยำด้วยหลักการที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะนำไปสู่การไว้วางใจจากคนไข้และเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการในอนาคต
๒. มีแพทย์ให้รองรับกับทุกอาการและเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการในทุกช่วงเวลา เพื่อที่จะรักษาคุณภาพการ ให้บริการและรักษาโอกาสในการทำรายได้จากการรักษาด้วยโปรแกรมต่างๆ
๓. ตำแหน่งที่ตั้งสถานบริการต้องเข้าถึงง่าย เดินทางสะดวก และ ใกล้สถานศึกษา(สามย่านมิตรทาวน์) เพื่อที่จะช่วยดึงดูดลูกค้า(เด็กและเยาวชน)ให้เข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวก
๔. มีการติดต่อกับโรงพยาบาลอื่นเช่น โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลสมิติเวช และโรงพยาบาลศรีธัญญาสมเด็จในกรณีที่ตรวจและเจอผู้ป่วยที่อาการรุนแรงเพื่อส่งต่อรักษา เพื่อให้ผู้ป่วยมั่นใจว่าคลินิกมีสถานที่รองรับสำหรับ ทุกอาการทางจิตเวช

๖.ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Results)

ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการทำธุรกิจนี้คือ

๑. อัตราการเกิดโรคทางจิตเวชลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยมาจากการรักษาที่มีคุณภาพของทีมจิตแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ
๒. การรองรับจำนวนผู้ป่วย ๒๕๐ คนต่อปีซึ่งจะเป็นการเก็บตกผู้ป่วยที่อยู่นอกระบบสาธารณสุขและช่วยยกระดับชีวิตให้กับผู้ป่วยรวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ป่วย

๗.แนวทางการต่อยอดธุรกิจให้ยั่งยืน (Recommendation for Next Steps)

การจะทำให้ธุรกิจเดินไปอย่างยั่งยืนนั้นต้องใช้วิธีต่างๆได้แก่

- ๑.รักษาฐานลูกค้ากลุ่มเดิมและ หาลูกค้ากลุ่มใหม่ ซึ่งปัจจัยที่จะทำให้ราบรื่นคือต้องมีการรักษาที่มีคุณภาพและการบริการที่ยอดเยี่ยมเพื่อที่จะรักษาลูกค้ากลุ่มเดิมไว้ และดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่
- ๒.ลงพื้นที่ในหลายๆพื้นที่ที่มีเด็กและเยาวชนอาศัยอยู่มากเช่นเขตชุมชน สถานศึกษา รวมถึงโรงเรียนกวดวิชาต่างๆ เพื่อที่เพิ่มการรับรู้ให้กับลูกค้าในกลุ่มที่สนใจซึ่งได้แก่เด็กและเยาวชนและเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจนั่นเอง
- ๓.รักษาบุคลากรที่มีความสามารถเพื่อที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้ากลุ่มเดิมและช่วยให้ลูกค้ากลุ่มใหม่เข้ามารักษา โดยจะต้องพิจารณาให้ผลประโยชน์และสวัสดิการที่คุ้มค่ากับการทำงานของบุคลากรนั้นๆ
- ๔.ยกระดับแบรนด์ให้เป็นที่สุดถึงและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดรวมถึงยกระดับความน่าเชื่อถือของแบรนด์โดยการทำให้แบรนด์ให้ติดตลาด ให้มองเป็นมาตรฐานคุณภาพโรงเรียน
- ๕.ขยายขอบเขตการให้บริการให้ครบวงจรครอบคลุมทันสมัยมากขึ้น
- ๖.พยายามหาเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่ช่วยในการพัฒนาศักยภาพของเด็กและเยาวชน
- ๗.ขยายฐานรูปแบบธุรกิจแบบครบวงจร การใช้ศาสตร์ และ ศิลป์ ช่วยในการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ และ การรักษาในเด็กและเยาวชน

๘.บทสรุปในธุรกิจ Mind and Brain Wellness

Mind and Brain Wellness Clinic (มายน์ แอนด์ เบรนด์ เวลเนส คลินิก) เป็นสถานประกอบการ Mental Health Wellness เพื่อใช้ในการส่งเสริม พัฒนา เสริมสร้าง การป้องกัน รักษาและฟื้นฟู สมรรถภาพทางปัญญา สมอง จิตใจ แบบครบวงจร ให้กับเด็ก เยาวชน และวัยรุ่น ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากรผู้ชำนาญการ ในการทดสอบวัดผล การscreening ,testing เพื่อวัดความ Genius และ Career path ในเด็ก เยาวชน และวัยรุ่น เพื่อพัฒนาเสริมสร้าง ๗Q ทักษะของเด็กยุคใหม่ (IQ EQ CQ MQ PQ AQ SQ) ภายใต้คอนเซ็ปต์ Medical Professional & Academic Professional แบบครบวงจร เพื่อให้เด็ก เก่ง ดี มีสุข โดยยึดรูปแบบการรักษาตามหลักของเวชศาสตร์การแพทย์จากทีมจิตแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ(Psychiatrist) นักจิตวิทยา (Phycologist) นักจิตวิทยาบำบัด(Psychotherapist) ใช้หลักการผสมผสานระหว่างคลินิกรักษาเชิงสุขภาพและระบบพัฒนาหุปัญญาทั้ง๘ด้าน รวมถึงการใช้เทคโนโลยี และเครื่องมือที่ทันสมัยในการตรวจวินิจฉัย ประกอบกับการตกแต่งสถานที่ภายในให้เป็นคลินิกที่ให้อารมณ์ความเป็นสุนทรีย์ะ รู้สึกผ่อนคลาย ให้ความอบอุ่น ตลอดจนการวางแผนพัฒนาแอปพลิเคชันที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการติดตาม แนะนำ และเก็บ ข้อมูลการรักษา เฉพาะบุคคล โดยข้อมูลจะเป็นความลับส่วนบุคคลอย่างสูงสุด เพื่อความมั่นใจในการเข้ารับบริการของลูกค้า ทั้งนี้โปรแกรมทุกโปรแกรมที่ถูกออกแบบมาเฉพาะบุคคล จะสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดให้กับผู้เข้ารับบริการ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงประเด็นที่สุด

๘.รายการอ้างอิงทางวิชาการ (References)

- กรมสุขภาพจิต. (๒๕๕๑). บริการสุขภาพจิตมุ่งชีวิตเป็นสุข. กรุงเทพมหานคร: กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.
- กรมสุขภาพจิต. (๒๕๖๗). สกัดความรู้ Mental Health Journal Club x KM: สุขภาพจิตเด็ก และวัยรุ่น หัวข้อ "โอกาสและความเสี่ยงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อประโยชน์ทางสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่น". สืบค้น ๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๗, จาก <https://dmh-elibrary.org/items/show/๑๖๕๕>
- กรมสุขภาพจิต. (๒๕๖๗). ป้องกันใกล้ตัวลูกจาก Cyber bullying. สืบค้น ๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๗, จาก <https://dmh.go.th/newsdmh/view.asp?id=๒๗๗๑๗#:~:text=%E0%B8%9A%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%83%E0%B8%AB%E0%B8%89%E0%B8%A5%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%A๓%E0%B8%B๙%E0%B8%8๙%E0%B8%A๗%E0%B8%8๘%E0%B8%B๒,%E0%B๙%8๐%E0%B8%8๔%E0%B8%B๕%E0%B8%A๒%E0%B8%8๗%E0%B8%8๒%E0%B8%8๙%E0%B8%B๒%E0%B8%8๗%E0%B8%8๐%E0%B8%8๒%E0%B8%B๒%E0%B8%8๗%E0%B8%B๘%E0%B8%8๑%E0%B8%8๐%E0%B8%A๑%E0%B8%B๗%E0%B8%8๘%E0%B8%AD>
- นพ.จิตพันธ์ ธานีรัตน์. (๒๕๖๖). เลี้ยงลูกแบบไหนดี. ใน นพ.จิตพันธ์ ธานีรัตน์, หนังสือเข้าใจ...แล้วไปต่อ. (น.๘๗-๙๕). โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์: กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.
- กรมสุขภาพจิต. (๒๕๖๗). คู่มือกิจกรรมพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ในวัยรุ่นอายุ ๑๒ - ๑๖ ปี. สืบค้น ๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๗, จาก <https://dmh-elibrary.org/items/show/๑๑๓๑>
- โรงพยาบาลแพทย์รังสิต. (๒๕๖๗). เลี้ยงลูกอย่างไรให้มีความฉลาดครบทั้ง๗ด้าน(๗Qที่ควรรู้) . สืบค้น ๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๗, จาก <https://www.patransit.com/เลี้ยงลูกอย่างไรให้มี/>
- วัลลภา วิจิตร. (๒๕๖๗). สังเกตสัญญาณเตือนช่วยลูกถูกบูลลี่. สืบค้น ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๗, จาก https://www.manarom.com/blog/helping_your_Child_deal_with_bullying.html
- แพทย์หญิงเบญจพร ต้นตสูติ. (๒๕๖๗). ปัญหาสุขภาพจิตเด็กสังเกตอย่างไร. สืบค้น ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๗, จาก https://www.manarom.com/blog/Children_mental_health_problems.html



รายชื่อผู้เรียนหลักสูตร WHB รุ่นที่ 4
กลุ่มแคลเซียม (Calcium: Ca)

ลำดับ	รหัส	ชื่อ - นามสกุล
1.	WHB4-041	นายแพทย์พงศ์เกษม ไข่มุกด์
2.	WHB4-029	แพทย์หญิงธีรธร ทองก้อนใหญ่
3.	WHB4-035	คุณประยูร เอื้อภัทรกุล
4.	WHB4-007	ทันตแพทย์หญิงกุลวรินทร์ รุ่งศิริระนาทิกน
5.	WHB4-051	คุณพินิตา ไชยกุล
6.	WHB4-049	คุณพันธิวา พงษ์ศักดิ์ศิลป์
7.	WHB4-009	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญชัย กาแก้ว
8.	WHB4-011	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ครรจิตพล ยศพรโพบูลย์
9.	WHB4-022	คุณดวงพร ต๊ะปัญญา
10.	WHB4-027	คุณธัญวรัตน์ อนันต์ชาญศรี
11.	WHB4-028	คุณธารธร อักษรานูวัตร
12.	WHB4-033	คุณนันทวรรณชยา ภาจิตประพันธ์
13.	WHB4-044	คุณพรรณรังสี เต็มแสงเลิศ
14.	WHB4-055	แพทย์หญิงภาณีชา ลีวัลักษณ์
15.	WHB4-076	นายแพทย์วีระศักดิ์ หล่อทองคำ
16.	WHB4-095	คุณอภิญา ชลสายพันธ์