

ชื่อเรื่อง แผนการตลาด Beauty and Medical Spa
 ผู้ศึกษาค้นคว้า จินตนา บุตรศรีชาติ
 ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ครรชิตพล ยศพรไพบุลย์
 ประเภทสารนิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ,
 มหาวิทยาลัยรัตนนคร, 2551
 คำสำคัญ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ เป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเป็นแผนการตลาดของ Beauty and Medical Spa ซึ่งแผนการตลาดของธุรกิจ Beauty and Medical Spa มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ Beauty and Medical Spa ให้บริการด้าน Medical ซึ่งจะมีส่วนของการให้บริการทางการแพทย์เข้ามาให้บริการ คือ การดูแลรักษาผิวหนังด้วยเลเซอร์ การดูแลสัดส่วนของร่างกาย และการทำสวณล้างลำไส้ ควบคู่กับการให้บริการสปา คือ การนวดหน้า นวดตัว นวดคอป่าไหล่ และนวดเท้าเป็นต้น ด้านราคากำหนดราคาในระดับค่อนข้างสูง เพราะกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีระดับรายได้ค่อนข้างสูง ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีกำลังในการจ่ายและต้องการการบริการที่ดี ด้านช่องทางการตลาดเป็นการจำหน่ายในช่องทางตรง ควบคู่กับผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต การส่งเสริมการตลาด เลือกใช้สื่อการโฆษณาในนิตยสาร Health & Cuisine แผ่นพับ การเปิดเว็บไซต์ ด้านบุคคล มีการกำหนด Job description สำหรับพนักงานในแต่ละตำแหน่งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ด้านกระบวนการ มีการส่งมอบบริการให้ผู้รับบริการ โดยมีการปฏิบัติตามลำดับขั้นตอนด้วยความคล่องตัว มีข้อกำหนดที่ชัดเจน ด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ เน้นในเรื่องความผ่อนคลายและความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ ด้านรูปลักษณะทางกายภาพ มีการจัดตกแต่งร้านที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยผสมกับแบบสมัยใหม่ เป็นธรรมชาติและสวยงาม และ ผลการดำเนินงานพบว่า ในปีแรกมีการใช้งบประมาณทางแผนการตลาด 370,000 บาท และจากการดำเนินกิจการจะได้กำไรจากการประกอบการในปีที่ 2 (ปี พ.ศ. 2553) และสามารถได้ทุนคืนในปีที่ 3 (ปี พ.ศ.2554) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ยอดกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี และถือได้ว่าจะเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างดี