

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร.....	i
กิตติกรรมประกาศ.....	ii
สารบัญ.....	iii
สารบัญตาราง.....	vii
สารบัญภาพ.....	ix
บทที่ 1 บทนำ แนวคิดเริ่มแรกในการทำธุรกิจและข้อมูลสนับสนุน.....	1
บทนำ.....	1
แนวคิดเริ่มแรกในการทำธุรกิจและข้อมูลสนับสนุน.....	1
บทที่ 2 สปา และเมดิคอล สปา.....	4
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปา.....	4
องค์ประกอบของสปา.....	5
ประเภทของสปา.....	6
สปาในประเทศไทย.....	8
เมดิคอล สปา.....	9
กายภาพบำบัด.....	10
การนวดเพื่อสุขภาพ.....	11
บทที่ 3 ลักษณะทั่วไปและขอบเขตธุรกิจ.....	13
วิสัยทัศน์ (Vision).....	14
พันธกิจ (Mission).....	14
เป้าหมายในการดำเนินงาน.....	14
แนวคิดหลักของธุรกิจ (Business Concept).....	15
บทที่ 4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก.....	16
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (Macro Factor Analysis).....	17
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับอุตสาหกรรม (Industry Analysis).....	22

บทที่ 5	การวิเคราะห์คู่แข่ง และการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	28
	การวิเคราะห์คู่แข่งทางตรงของ After Work Medical Spa.....	28
	การวิเคราะห์คู่แข่งทางอ้อมของ After Work Medical Spa.....	38
	การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis).....	39
	การวิเคราะห์ TOWS Matrix.....	41
	การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจเมดิคอล สปา (Key Success Factor).....	43
	ประเด็นสำคัญด้านการตลาด (Key Issue of Marketing).....	45
บทที่ 6	กลยุทธ์องค์กร.....	46
	โครงสร้างองค์กร (Corporate Structure).....	46
	ประวัติผู้บริหารและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ.....	47
	กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy).....	49
	กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Business level Strategy).....	50
	กลยุทธ์ระดับหน่วยงาน (Functional Level Strategy).....	50
บทที่ 7	การวิจัยตลาด.....	53
	วัตถุประสงค์การวิจัย.....	53
	ขอบเขตของงานวิจัย.....	53
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย.....	54
	การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review).....	58
	กระบวนการวิจัย (Research Methodology).....	61
	ผลการวิจัย.....	66
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	71
บทที่ 8	กลยุทธ์การตลาด.....	72
	การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation).....	72
	การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Market Targeting).....	75
	การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Product Positioning).....	77
	ตราสินค้า.....	79
	วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objectives).....	83
	การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดของ After Work Medical Spa.....	84
	การประเมินผล และการควบคุมผลทางการตลาด.....	116

บทที่ 9	กลยุทธ์การดำเนินงาน.....	119
	การออกแบบบริการ.....	119
	เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับบำบัดรักษาของ After Work Medical Spa.....	121
	การจัดการคุณภาพ.....	124
	การออกแบบกระบวนการให้บริการ.....	125
	การเลือกทำเลที่ตั้งสถานประกอบการ.....	125
	การวางผังสถานประกอบการ.....	127
	การบริหารทรัพยากรมนุษย์.....	129
บทที่ 10	กลยุทธ์การเงิน.....	139
	การประมาณการความต้องการ (Forecast Demand).....	139
	สมมติฐานในการพยากรณ์งบการเงิน.....	141
	การประมาณการรายได้ของ After Work Medical Spa.....	144
	การประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายของ After Work Medical Spa.....	145
	นโยบายทางด้านบัญชี และการเงิน.....	150
	การพยากรณ์งบการเงินของ After Work Medical Spa.....	154
	การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากเงินลงทุน.....	158
	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	163
บทที่ 11	แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan).....	167
	การแบ่งประเภทความเสี่ยง.....	167
	แผนการตอบสนองของความเสี่ยงที่เกิดขึ้น.....	168
บทที่ 12	แผนงานในอนาคต.....	171

ภาคผนวก 1	ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัยครั้งที่ 1.....	172
	(แบบสอบถามเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเมดิคอล สปา)	
ภาคผนวก 2	ผลการวิจัยจากการตอบแบบสอบถามครั้งที่ 1.....	176
ภาคผนวก 3	ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัยครั้งที่ 2.....	183
	(แบบสอบถามเพื่อทำการศึกษาและวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด)	
ภาคผนวก 4	ผลการวิจัยจากแบบสอบถามครั้งที่ 2.....	185
ภาคผนวก 5	สิทธิและหน้าที่ของลูกจ้างและนายจ้าง ตาม พ.ร.บ. คู่คุ้มครองแรงงาน ปี 2541..	188
ภาคผนวก 6	รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งกิจการ และเงินลงทุน.....	200
ภาคผนวก 7	การประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และงบการเงิน.....	203
ภาคผนวก 8	แบบ (จำลอง) เรียกเก็บเงินค่ารักษาสุขภาพบำบัด.....	228
บรรณานุกรม.....		229