บทที่ 3
ลักษณะทั่วไปและขอบเขตของธุรกิจ

บริษัท อาฟเตอร์เวิร์ค เมดิคอล สปา จำกัด (After Work Medical Spa Co., Ltd.) ดำเนินธุรกิจภายในประเทศ ประเภทร้านให้บริการเมดิคอล สปา ซึ่งกำหนดทำเลที่ตั้งริมถนนเจริญนคร โดยใช้ชื่อ “ศูนย์กายภาพบำบัด After Work Medical Spa” และใช้สัญลักษณ์ (Logo) ของร้านค้าแสดงดังรูปภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1
สัญลักษณ์ของตราสินค้า After Work Medical Spa

หมายเหตุ : ดูความหมายของสัญลักษณ์ตราสินค้าได้ในบทที่ 8 (ตราสินค้า)

After Work Medical Spa เน้นการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก (Target Customers) ที่กำหนดไว้ คือ ผู้ที่มีอายุ 28-50 ปีในกรุงเทพมหานคร มีสถานภาพในสังคมระดับ B+ ขึ้นไป มีรายได้ต่อครัวเรือน 50,000 บาทขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และมีทัศนคติด้านการตอบสนองต่ออาการปวดเมื่อยกระดูก และกล้ามเนื้อ โดยการรักษาด้วยวิธีแพทย์ทางเลือกกายภาพบำบัด และนวดบำบัด

สำหรับบริการที่มีในร้าน After Work Medical Spa แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. **บริการรักษาด้วยกายภาพบำบัด** โดยนักกายภาพบำบัดผู้เชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 2 ปี

2. **บริการนวดเพื่อสุขภาพ** แบ่งเป็น 2 ประเภทย่อย คือ นวดแผนไทย และนวดประคบสมุนไพร โดยพนักงานนวดที่มีความรู้ ความสามารถในการนวดที่ผ่านการฝึกอบรมจากสถาบันที่ได้รับการยอมรับจากกระทรวงสาธารณสุข

After Work Medical Spa เปิดให้บริการที่อาคารพาณิชย์ 3 คูหา 1120, 1122, 1124 ถนนเจริญนคร เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร 10600 เป็นพื้นที่เช่าระยะเวลา 3 ปี (ต่อสัญญาทุก 3 ปี) ขนาดพื้นที่ 270 ตารางเมตร จะเปิดให้บริการในเดือนพฤษภาคม 2552

3.1 **วิสัยทัศน์** (Vision)

"After Work Medical Spa จะมุ่งมั่นเป็นผู้นำด้านผลการรักษา และการบำบัดโรคที่เกี่ยวกับอาการปวดเมื่อยกระดูก และกล้ามเนื้อในธุรกิจ Medical Spa ด้วยวิธีการให้บริการที่เป็นเลิศ จากบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ"

3.2 **พันธกิจ** (Mission)

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ข้างต้น After Work Medical Spa มีพันธกิจที่ต้องปฏิบัติ ดังนี้

1) ต้องพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบำบัดต้องเกิดประสิทธิผลต่อผู้ใช้บริการจริง
2) ต้องมีบุคลากรที่มีความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการบำบัด
3) ต้องทำให้ After Work Medical Spa เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนทำงานว่า เป็นสปาสำหรับบำบัดโรคเกี่ยวกับอาการปวดเมื่อยกระดูก และกล้ามเนื้อ
4) สามารถตอบสนองต่อผู้ถือหุ้น พนักงาน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

3.3 **เป้าหมายในการดำเนินงาน**

3.3.1 **เป้าหมายระยะสั้น** (1-2 ปี)

1) 25% ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักร้าน After Work Medical Spa ผ่านการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ
2) มีลูกค้ามาใช้บริการในร้านเฉลี่ย 20 คนต่อวัน ภายใน 2 ปี
3) สร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัทที่ตั้งอยู่ในรัศมีให้บริการอย่างน้อย 2 ราย

3.3.2 เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1) 50% ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักร้าน After Work Medical Spa พร้อมกับจดจำแบรนด์ After Work Medical Spa ได้ รวมถึงทราบข้อแตกต่างระหว่างการให้บริการแบบเมดิคอล สปา กับสปาทั่วไป
2) มีลูกค้ามาใช้บริการในร้านเฉลี่ย 30 คนต่อวัน
3) สร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัทชั้นนำเพิ่มอีกอย่างน้อย 1 รายภายในปีที่ 5 เพื่อให้ลูกค้าองค์กรอย่างน้อย 3 รายในทุกช่วงเวลา

3.3.3 เป้าหมายระยะยาว (6-10 ปี)

1) 80% ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักร้าน After Work Medical Spa พร้อมกับจดจำแบรนด์ After Work Medical Spa ได้ รวมถึงทราบข้อแตกต่างระหว่างการให้บริการแบบเมดิคอล สปา กับสปาทั่วไป
2) มีลูกค้าเข้าใช้บริการเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 35 คนต่อวันในแต่ละสาขา
3) รักษาระดับลูกค้าองค์กรให้ได้อย่างน้อย 3 รายในทุกช่วงเวลา
4) ขยายสาขาเพิ่มอย่างน้อย 1 สาขา ซึ่งตั้งอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจที่สำคัญของกรุงเทพ ที่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอาศัยและทำงานอยู่หนาแน่น

3.4 <u>แนวคิดหลักของธุรกิจ (Business Concept)</u>

แนวคิดหลักของธุรกิจ (Business Concept) ที่ก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันแก่ธุรกิจ (Competitive Advantage) เกิดจากการสร้างความแตกต่างจากธุรกิจอื่น สำหรับ After Work Medical Spa มีคุณค่าหลัก (Core Value) ที่สำคัญที่สร้างความแตกต่างจากสปาทั่วไปหรือธุรกิจอื่น ได้แก่ การให้บริการโดยนักกายภาพบำบัดที่มีความเชี่ยวชาญกับการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย ตลอดจนมีการให้คำปรึกษาแก่กลุ่มเป้าหมายเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในชีวิตประจำวันให้ถูกต้อง ทำให้ผลของการบำบัดรักษาเป็นที่น่าพอใจกว่า เนื่องจากผู้ใช้บริการจะมีโอกาสหายจากอาการดังกล่าวได้มากกว่า และไม่กลับมาเป็นซ้ำอีกในระยะเวลาอันสั้น