

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2-1 แสดงกรอบความคิดในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบัน CHILD BRIGHT	23
ภาพที่ 2-2 แสดงโครงสร้างหลักสูตรของสถาบัน CHILD BRIGHT	23
ภาพที่ 3-1 กรอบแนวคิดแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมระดับมหภาคและสภาพแวดล้อมภายนอก	34
ภาพที่ 3-2 แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 - 2550.....	36
ภาพที่ 3-3 แสดงอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศรายไตรมาสของปี พ.ศ. 2549 - 2550	36
ภาพที่ 3-4 แสดงรายได้และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และอัตราหนี้สินต่อรายได้ของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2539 - 2549	37
ภาพที่ 3-5 แสดงจำนวนหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 - 2549	37
ภาพที่ 3-6 แสดงโครงสร้างประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2550, พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2580	39
ภาพที่ 3-7 แสดงอัตราการเกิดของประชากรไทย	40
ภาพที่ 3-8 แสดงกรอบแนวคิด FIVE-FORCES MODEL ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับอุตสาหกรรม	41
ภาพที่ 3-9 แสดงการจัดกลุ่มทางกลยุทธ์อุตสาหกรรมธุรกิจสถาบันพัฒนาเด็ก 1	55
ภาพที่ 3-10 แสดงการจัดกลุ่มทางกลยุทธ์อุตสาหกรรมธุรกิจสถาบันพัฒนาเด็ก 2.....	55
ภาพที่ 3-11 รายได้รวมของสถาบันพัฒนาเด็ก 4 รายหลักของตลาดในช่วงปี พ.ศ. 2546 - 2549.....	57
ภาพที่ 3-12 แนวโน้มส่วนแบ่งทางการตลาดของสถาบันพัฒนาเด็ก 4 รายหลักของตลาด	57
ภาพที่ 3-13 แสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของสถาบันพัฒนาเด็ก	60
ภาพที่ 4-1 แสดงโครงสร้างทางธุรกิจของสถาบัน CHILD BRIGHT	63
ภาพที่ 4-2 แสดงการจัดโครงสร้างองค์กรของสถาบัน CHILD BRIGHT	64
ภาพที่ 4-3 แสดงการรับผิดชอบงานตามหน้าที่ของพนักงานของสถาบัน CHILD BRIGHT	66
ภาพที่ 4-4 แผนภาพ THE GENERIC BUILDING BLOCKS OF COMPETITIVE ADVANTAGE	68
ภาพที่ 5-1 แสดงกลยุทธ์การเติบโตไปสู่ธุรกิจใหม่ของสถาบัน CHILD BRIGHT	70
ภาพที่ 5-2 แนวคิดกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจของ MICHAEL E. PORTER.....	70
ภาพที่ 6-1 ขั้นตอนในการแบ่งส่วนตลาด การเลือกเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	76
ภาพที่ 6-2 แสดงผังการวางตำแหน่งทางการตลาดของสถาบัน CHILD BRIGHT โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาและ ลักษณะหลักสูตร	82
ภาพที่ 6-3 แสดง LOGO และ BRAND COMPONENTS ของสถาบัน CHILD BRIGHT	85
ภาพที่ 6-4 แสดง กระบวนการตัดสินใจกำหนดราคา	88
ภาพที่ 6-5 แสดงแผนที่ตั้งของ ห้างสรรพสินค้า FUTURE PARK RANGSIT จังหวัดปทุมธานี.....	91
ภาพที่ 6-6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง MARKETING COMMUNICATION PROGRAM และ BRAND EQUITY	93
ภาพที่ 6-7 แสดง ผังกระบวนการบริการของสถาบัน CHILD BRIGHT	97
ภาพที่ 7-1 แสดงที่ตั้งห้างสรรพสินค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต.....	115
ภาพที่ 7-2 แสดงที่ตั้งห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์	116
ภาพที่ 7-3 แสดงที่ตั้งห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางแค.....	117
ภาพที่ 7-4 แสดงการวางผังพื้นที่ห้องของสถาบัน CHILD BRIGHT	119

ภาพที่ 8-1 ประมาณการรายได้ 5 ปีของสถาบัน CHILD BRIGHT	134
ภาพที่ 11-1 รูปแบบแนวคิด BALANCE SCORECARD.....	150