

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อ | (1) |
| กิตติกรรมประกาศ..... | (2) |
| สารบัญตาราง | (8) |
| สารบัญภาพประกอบ..... | (11) |
| | |
| บทที่ | |
| 1. บทนำ..... | 1 |
| 1.1 คำนำ | 1 |
| 1.2 ลักษณะของธุรกิจ..... | 3 |
| 1.2.1 VISION..... | 3 |
| 1.2.2 MISSION..... | 3 |
| 1.2.3 เป้าหมายของธุรกิจ..... | 3 |
| 1.3 ขอบเขตธุรกิจของบริษัท..... | 4 |
| 1.3.1 กลุ่มเป้าหมาย..... | 4 |
| 1.3.2 สถานที่ตั้งของธุรกิจ..... | 5 |
| 1.3.3 ปรัชญา และลักษณะของการให้บริการ | 5 |
| 1.3.4 ประเภทของการให้บริการ | 7 |
| 2. สภาพตลาดและการบริการ | 8 |
| 2.1 สภาพตลาดสปา | 8 |
| 2.1.1 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจสปา..... | 8 |
| 2.1.2 สปาในตลาดโลก..... | 10 |
| 2.1.3 สปาในประเทศไทย | 11 |
| 2.2 การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม | 14 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.2.1 | การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาค | 14 |
| 2.2.2 | โครงสร้างตลาดและสภาพอุตสาหกรรม..... | 19 |
| 2.3 | การวิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน..... | 20 |
| 2.3.1 | การเข้ามาของกลุ่มรายใหม่..... | 20 |
| 2.3.2 | สินค้าทดแทน | 21 |
| 2.3.3 | อำนาจการต่อรองของลูกค้า / ผู้ใช้บริการ..... | 21 |
| 2.3.4 | อำนาจการต่อรองของผู้ขาย | 21 |
| 2.3.5 | การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน | 22 |
| 2.4 | การวิเคราะห์คู่แข่ง..... | 23 |
| 2.4.1 | คู่แข่งทางตรง..... | 23 |
| 2.4.2 | คู่แข่งทางอ้อม..... | 23 |
| 2.5 | การวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้ SWOT Model และ TOWS Matrix..... | 24 |
| 2.5.1 | จุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาสทางธุรกิจ, อุปสรรคทางธุรกิจ..... | 24 |
| 2.5.2 | TOWS Matrix..... | 27 |
| 3. | กลยุทธ์องค์กร..... | 28 |
| 3.1 | โครงสร้างกลุ่มผู้บริหาร | 28 |
| 3.1.1 | กลยุทธ์ระดับธุรกิจ | 28 |
| 3.1.2 | กลยุทธ์ระดับหน่วยงาน..... | 29 |
| 3.2 | แนวทางการจัดการธุรกิจ..... | 32 |
| 3.2.1 | การวางแผนการดำเนินงาน | 32 |
| 3.2.2 | การสร้างระบบการจัดการธุรกิจ | 33 |
| 4. | แผนการตลาด..... | 42 |
| 4.1 | แผนการทำวิจัยตลาด | 42 |
| 4.1.1 | วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 42 |
| 4.1.2 | ขอบเขตของการวิจัย..... | 42 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 4.1.3 | ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 43 |
| 4.1.4 | แนวทางการวิจัย | 43 |
| 4.1.5 | เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 43 |
| 4.2 | การวิจัยตลาด | 53 |
| 4.2.1 | วงจรชีวิตธุรกิจสปา..... | 53 |
| 4.2.2 | วิธีการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 54 |
| 4.3 | ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 58 |
| 4.3.1 | ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | 58 |
| 4.3.2 | ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสปา..... | 60 |
| 4.3.3 | ส่วนที่ 3 แนวความคิดเรื่องสปาเพชรและสถานบริการสปา..... | 64 |
| 4.3.4 | ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ..... | 65 |
| 4.3.5 | ส่วนที่ 3 ข้อมูลการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปา | 67 |
| 4.3.6 | ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค กับ พฤติกรรมการใช้บริการสปา | 68 |
| 4.4 | แผนการตลาด..... | 70 |
| 4.4.1 | วัตถุประสงค์ทางการตลาด..... | 70 |
| 4.4.2 | กลยุทธ์การตลาดโดยรวม..... | 71 |
| 4.4.3 | กลุ่มลูกค้า | 71 |
| 4.4.4 | กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด | 75 |
| 4.5 | การควบคุมแผนการดำเนินงาน | 108 |
| 4.5.1 | การควบคุมแผนประจำปี..... | 108 |
| 4.5.2 | การควบคุมผลกำไร..... | 108 |
| 4.5.3 | การควบคุมประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่าย..... | 109 |
| 4.5.4 | การควบคุมคุณภาพของการบริการ..... | 109 |
| 5. | แผนการผลิต..... | 110 |
| 5.1 | การลงทุน..... | 110 |
| 5.1.1 | เงินลงทุน..... | 110 |

| | |
|---|-----|
| 5.2 การเลือกสถานที่ | 114 |
| 5.2.1 ขั้นตอนในการเลือกทำเล..... | 115 |
| 5.3 ค่าใช้จ่ายและต้นทุนสินค้าหรือบริการ..... | 116 |
| 5.4 แผนการปฏิบัติการ | 117 |
| 5.5 การเตรียมและตรวจสอบความพร้อมในการให้บริการ | 121 |
| 5.5.1 สภาพพื้นที่ | 121 |
| 5.5.2 การบริการ | 122 |
| 5.5.3 ห้องให้บริการ..... | 122 |
| 5.5.4 ขั้นตอนการดำเนินงานการให้บริการ | 123 |
| 6. การบริหารทรัพยากรบุคคล..... | 126 |
| 6.1 การสรรหาและคัดเลือก..... | 126 |
| 6.2 การฝึกอบรมและพัฒนา..... | 131 |
| 6.3 การประเมินการปฏิบัติงานและให้ข้อมูลป้อนกลับ | 137 |
| 6.4 การจ่ายผลตอบแทนและสวัสดิการ | 137 |
| 6.4.1 การจ่ายเงินเดือน..... | 137 |
| 6.4.2 การจ่ายคอมมิชชั่น..... | 138 |
| 6.4.3 การเพิ่มเงินเดือนและจ่ายโบนัส | 138 |
| 6.4.4 การจ่ายสวัสดิการ | 139 |
| 6.5 แรงงานสัมพันธ์..... | 139 |
| 7. แผนการเงิน | 140 |
| 7.1 ข้อสมมติฐานการพยากรณ์ตัวแปรทางการเงิน | 140 |
| 7.1.1 นโยบายแหล่งเงินทุนและแผนการเงิน..... | 140 |
| 7.1.2 การใช้จ่ายของเงินทุน..... | 141 |
| 7.1.3 ข้อสมมติฐานในการจัดทำแผนการเงินที่สำคัญ | 141 |

| | |
|---|-----|
| 7.2 เครื่องมือที่คาดว่าจะใช้และแนวทางการเตรียมข้อมูลในการวิเคราะห์ทางการเงิน..... | 142 |
| 7.2.1 เครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน | 142 |
| 7.2.2 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในการดำเนินงาน..... | 143 |
| 8. การประเมินแผนธุรกิจ..... | 150 |
| 8.1 แนวทางการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ | 150 |
| 8.1.1 ยอดขาย ต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร | 150 |
| 8.1.2 แนวโน้มการทำกำไร และระยะเวลาในการทำกำไร | 152 |
| 8.1.3 ปัจจัยวิกฤตที่เป็นเงื่อนไขแห่งความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ..... | 153 |
| 8.2 แผนฉุกเฉินสำหรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้..... | 154 |
| 8.2.1 มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด | 154 |
| 8.2.2 คู่แข่งเน้นการแข่งขันด้านราคา..... | 154 |
| 8.2.3 ความเสี่ยงทางด้านความเชื่อถือในตราสินค้าของบริษัท | 155 |
| 8.3 ข้อเสนอแนะ | 155 |
| 9. บทสรุป..... | 156 |
| ภาคผนวก | |
| ก. ประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ผู้ประกอบต้องรู้..... | 175 |
| ข. แบบสอบถามพฤติกรรมผู้ใช้บริการสปา..... | 196 |
| ค. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด | 202 |
| ง. ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน..... | 240 |
| บรรณานุกรม | 310 |
| ประวัติการศึกษา..... | 312 |