



โครงการธุรกิจบริการ
ฟิม & อัม บาร์เบอร์

จัดทำโดย
นายพีระทัต เกิดศิริ

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย	โครงการธุรกิจบริการ ฟิม & อัม บาร์เบอร์
ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ	Film & Aum Barber
จัดทำโดย	นายพีระทัต เกิดศิริ

.....

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสาร โครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิชาโครงการ ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยี อรรถวิทย์พัฒนการ (ATC.)

.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)
อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์อุดมพร เปตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย คอยตรวจสอบ และแก้ไขตลอดจนให้คำแนะนำและข้อคิดต่างๆ มาโดยตลอดรวมทั้งขอขอบคุณอาจารย์วงศ์เดือน ประไพวรพันธ์ ที่ช่วยตรวจสอบแผนธุรกิจ และคุณอาของ นายผดุงศักดิ์ คำบุญมา ที่คอยให้ความช่วยเหลือในการจัดสถานที่ในการปฏิบัติงานรวมถึงข้อมูลและเทคนิคต่างๆในการปฏิบัติงานให้ได้เสมือนจริงจึงทำให้การจัดทำโครงการในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ทางผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณเพื่อนๆที่ดี ของผู้จัดทำ ที่คอยช่วยเหลือกันอย่างเต็มที่ คอยให้คำปรึกษาและร่วมกันทำวิชาโครงการจนถึงสำเร็จรวมทั้งขอขอบพระคุณทุกๆท่านที่เกี่ยวข้อง และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ

ผู้จัดทำ

โครงการธุรกิจบริการ ฟิม & อัม บาร์เบอร์

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	โครงการธุรกิจบริการ ร้าน ฟิม & อัม บาร์เบอร์ Film & Aum Barber
ผู้จัดทำโครงการ	1. นายพีระทัต เกิดศิริ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อุดมพร เปตตานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

โครงการร้าน ฟิม & อัม บาร์เบอร์ เป็นโครงการประเภทธุรกิจการให้บริการ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ 2) เพื่อสร้างประสบการณ์ในดำเนินธุรกิจบริการและการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษ 3) เพื่อให้นักศึกษารู้จักการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1. ขั้นเตรียมการ ขั้นที่ 2. ขั้นดำเนินการ และขั้นที่ 3. ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ 4 มิถุนายน 2562 ถึง 26 กุมภาพันธ์ 2563 รวมปฏิบัติงานบริการ 8 สัปดาห์ สถานที่ดำเนินโครงการ คือ ซอยบางปลา 22 58/15 หมู่ 12 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 1,400 บาท ได้กำไรทั้งสิ้น 12,050 บาท หักค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 1,510 บาท รวมรายได้สุทธิ เป็นจำนวนเงิน 11,940 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการ 1) การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้วิชาโครงการ 2) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและสร้างประสบการณ์ในธุรกิจบริการเพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษ 3) ทำให้รู้จักการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ 1.พนักงานขาดความชำนาญและทักษะในการตัดผม 2. พนักงานขาดความรู้และความเข้าใจในขั้นตอนการปฏิบัติงาน

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทธุรกิจบริการ 1. ควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการตัดผม เพื่อให้พนักงานมีความชำนาญและทักษะการบริการลูกค้ามากขึ้น 2. ควรศึกษาทำความเข้าใจขั้นตอนการปฏิบัติงานก่อนลงมือปฏิบัติจริง เพื่อลดความผิดพลาดในการให้บริการลูกค้า และสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

6. จากระายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจ/ความคิดเห็น จากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้าน ฟิม & อัม บาร์เบอร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.45$) เมื่อพิจารณาตามส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.83$) และด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมาคือด้านบุคลากร อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมาคือด้านกระบวนการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.49$) และด้านราคา อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.13$) และด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.07$) ตามลำดับ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของ โครงการ	2
เป้าหมายของ โครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพการให้บริการลูกค้า	3
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	4
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	5
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 P's)	8
แนวคิดการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	10
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	13
แผนการดำเนินงาน	14
สถานที่ดำเนินโครงการ	15
งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	16
การจัดทำแผนธุรกิจ	17
บทสรุปผู้บริหาร	17
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	18
ความเป็นมาของธุรกิจ	19
การบริการ	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	20
แผนบริหารจัดการ	26
แผนการตลาด	30
แผนการบริการ	38
แผนการเงิน	44
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	54
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	56
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	60
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	69
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	70
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	72
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	72
บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	74
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	85
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	93
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	99

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการตัดผมถือว่าเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่งในยุคปัจจุบันนี้ เพราะว่าการตัดผมมีหลากหลายแนวหลายสไตล์และอย่างผมผู้ชายต้องยาวทุก 1-2 เดือนและนั่นเป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมต้องใช้บริการเป็นประจำร้านตัดผมจึงเป็นตัวเลือกที่ดีที่สามารถช่วยออกแบบทรงผมให้ตรงกับบุคลิกภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้สามารถเพิ่มความมั่นใจในตัวเองได้โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะเลือกร้านตัดผมที่ใช้เป็นประจำอันเกิดจากความเชื่อมั่นในตัวช่างตัดผมที่จะเข้าใจและมองในสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการได้ผู้บริโภคจึงเกิดความไว้วางใจช่างตัดผมและเกิดการบอกปากต่อปากจึงเกิดการสร้างกำไรให้กับธุรกิจร้านตัดผมมากยิ่งขึ้นและยังสร้างโอกาสให้ช่างตัดผมเกิดการความเชี่ยวชาญในการตัดผมและมีประสบการณ์มากยิ่งขึ้น

ทรงผมชายมีมากมายหลากหลายแบบ แต่ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในหมู่ผู้ชายก็คือทรงผมสไตล์วินเทจ เป็นทรงผมที่ได้รับความนิยมอย่างมากเพราะเป็นทรงผมที่ตัดแล้วเรียบง่ายแล้วยังเหมาะกับทุกเพศทุกวัยตั้งแต่เด็กเล็กไปจนถึงผู้สูงอายุ โดยส่วนใหญ่จะได้รับอิทธิพลจากศิลปินดารานักแสดงหรือจากในหนังภาพยนตร์จึงทำให้เกิดความนิยมอย่างมากทำให้ผู้คนส่วนใหญ่หันมาตัดผมสไตล์วินเทจมากขึ้น

ทางคณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นช่องทางการทำธุรกิจบริการร้านตัดผมที่สามารถช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและสร้างความมั่นใจในบุคลิกภาพของผู้บริโภคทางคณะผู้จัดทำโครงการเน้นการบริการตัดผมลูกค้าชายเพราะมีความเชี่ยวชาญทำให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดจากธุรกิจที่ตนเองทำอยู่และยกระดับธุรกิจให้เพื่อการสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจและเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบันให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อปฏิบัติงานทดลองบริการในสถานที่จริง

การติดตามผล และการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และสร้างประสบการณ์ในธุรกิจการบริการเพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา
3. ทำให้รู้จักการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการกลุ่มบริการ ”ฟิม & อัม บาร์เบอร์” จัดทำขึ้นโดยนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ได้มุ่งศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ ซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพการให้บริการลูกค้า
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด 7P's
5. แนวคิดการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพการให้บริการลูกค้า

ในแง่แนวคิดทางวิชาการ แนวคิดพื้นฐาน (Basic Concept) ในเรื่องคุณภาพการให้บริการ ประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (service quality) และคุณค่าของลูกค้า (customer value) (Cronin, and Taylor, 1992; Oliver, 1993; Zeithaml, Parasuraman, and Berry, 1988) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ เป็นพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาที่บุคคลมีต่อบริการที่ได้รับหรือเกิดขึ้น (Oliver, 1993)

ส่วนแนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดยโครนิน และเทเลอร์ (Cronin and Taylor, 1992) ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการได้รับบริการ กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มารับบริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ส่วนคุณภาพการให้บริการในมุมมองเชิงการตลาด คอร์ดับเบิลสกี รัสท์ และซาร์ฮอริก (Cordupleski, Rust, and Zahorik, 1993) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่

(Bitner, 1992) ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่าคุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ โดยประการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ก่อให้เกิดกรอบการพิจารณาตัวแบบการศึกษาคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐาน 3 แนวคิดดังกล่าวได้

ในสองนัยยะ กล่าวคือ นัยยะแรก คุณภาพการให้บริการสามารถพิจารณาได้จากทั้งสามองค์ประกอบ หรืออย่างน้อย 2 องค์ประกอบรวมกัน และนัยยะที่สอง คุณภาพการให้บริการพิจารณาได้จากตัวชี้วัดซึ่งพัฒนาจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเป็นหลัก เช่น แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ (service quality) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้เขียนพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่มักให้ความสนใจทำการศึกษาค้นคว้าคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐานสองแนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ ส่วนแนวคิดที่สอง วัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ที่เสนอโดยซีแทมส์ พาราชูรามานและคณะ

คำถามที่มักเกิดขึ้นต่อมาก็คือ เราจะใช้การวัดความพึงพอใจของประชาชนหรือผู้รับบริการที่มีต่อการบริการ หรือจะวัดจากคุณภาพการให้บริการ จึงสามารถตอบได้ในเบื้องต้น คำตอบก็คือ เราจะวัดโดยอาศัยแนวคิดพื้นฐานใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่สำคัญคือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการวัด โดยเฉพาะในประเด็นความต้องการนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินไปใช้ประโยชน์นั่นเอง เพียงแต่แนวคิดทฤษฎีและข้อสรุปทั่วไปจากการวิจัยเท่าที่ปรากฏ จะรองรับและยอมรับวิธีการวัดคุณภาพการให้บริการในกรอบการมองเรื่องคุณภาพการให้บริการมากกว่ากรอบการมองด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Engle, Blackwe และMiniard กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการบริโภคใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมเพื่อให้กิจกรรมนั้นลุล่วง เสรี วงษ์มนธา (2548 :32-46) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภคคือ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

พฤติกรรมผู้บริโภค จะอยู่ที่กิจกรรมหลัก 3 ประการคือ

1. การจัดหา (Obtaining)

หมายถึงกิจกรรมต่างๆที่คนนำไปสู่การซื้อหรือได้มาซึ่งรับสินค้าและบริการมาใช้ กิจกรรมนับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการซึ่งรวมไปถึงการเปรียบเทียบสินค้าและบริการแต่จนถึงการตกลงใจซื้อ ทั้งนี้ นักวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะต้องสนใจและพิจารณาด้วยพฤติกรรมอย่างไร

2. การบริโภค (Consuming)

หมายถึงการติดตามดูว่าผู้บริโภคนั้นทำการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆที่ใดอย่างไรภายใต้สถานการณ์อย่างไร รวมตลอดไปถึงการดูด้วยว่า การใช้สินค้านั้นๆทำไปเพื่อความสุขอย่างครบเครื่องสมบูรณ์แบบหรือเพียงเพื่อความต้องการขั้นพื้นฐานเท่านั้น

3. การกำจัดหรือทิ้ง (Disposing)

หมายถึงการติดตามดูว่า ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการและหีบห่อของสินค้าหมดไปอย่างไร โดยติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไปและที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วย รวมไปถึงการดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Shelly อ้างโดย ปรายดา (2536) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ขณะที่ (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

พิทักษ์ (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยาใดๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มีกระตุ้น

สุเทพ (2541) ได้สรุปว่า สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ มีด้วยกัน 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่างๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่างๆที่สนองความต้องการของบุคคล

4. ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness) หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีมิตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

ขณะที่ ปรีชากร (2535) ได้มีการสรุปว่า ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ใช้เป็นเครื่องมือบ่งชี้ถึงปัญหาที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงานนั้นมี 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยด้านบุคคล (personal factors) หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ

2. งาน ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำงาน เพศ จำนวนสมาชิกในความรับผิดชอบ อายุ เวลาในการทำงาน การศึกษา เงินเดือน ความสนใจ เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านงาน (factor in the Job) ได้แก่ ลักษณะของงาน ทักษะในการทำงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ความห่างไกลของบ้านและที่ทำงาน สภาพทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านการจัดการ (factors controllable by management) ได้แก่ ความมั่นคงในงาน รายรับ ผลประโยชน์ โอกาสก้าวหน้า อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ สภาพการทำงาน เพื่อนร่วมงาน ความรับผิดชอบ การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร การนิเทศงาน เป็นต้น

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา(biological) เกิดขึ้นจากสภาวะดั้งเดิม เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับการนิยมนามากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow) ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลานั้น ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1.1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

1.3 ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

1.4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้น (ความต้องการทางกาย) ลำสุด หรือไม่ (องการสูงสุดความดี) แต่เมื่อความ (ความปลอดภัย) ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ ต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

ซิกมันด์ ฟรอยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ขณะที่ ชาร์ลี (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจดังนี้ได้ 3 ประเภท คือ

2.1 ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism) เป็นทฤษฎีของความพึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความสุขแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ

2.2 ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism) เป็นทฤษฎีของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

2.3 ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism) ทฤษฎีนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด 7P's

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่างๆขององค์กรเจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการมีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

1. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติ ในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็วและทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

5. แนวคิดการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ความหมายของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ชินจิตต์ แจ่มเจนกิจ (2546, น. 12-13) คือ กิจกรรมการตลาดที่กระทำต่อลูกค้า อาจจะเป็นลูกค้าผู้บริโภคหรือลูกค้าคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละรายอย่างต่อเนื่องมุ่งให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจมีการรับรู้ที่ดี ตลอดจนรู้สึกชอบบริษัทและสินค้าหรือการบริการของบริษัท ทั้งนี้จะมุ่งเน้นกิจกรรมการสื่อสารแบบสอง

ลินซ์ฟ้า แสงจันทร์ (2547, น. 47-49) คือกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ปฏิบัติต่อลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยแนวทางการปฏิบัติเป็นลักษณะตัวต่อตัวหรือเฉพาะกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม อันก่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการ รวมถึงการจงรักภักดีต่อตราหือหรือองค์กร ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและเพื่อผลกำไรในระยะยาวขององค์กร

วิรพงศ์ จันทร์สนาม (2551, น. 45) คือการบูรณาการเครื่องมือทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และกระบวนการการให้บริการลูกค้าในการขาย การตลาดทางตรง การจัดการทางบัญชีและกระบวนการสั่งซื้อ และการสนับสนุนการให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและรับรู้ที่ดี ทั้งยังต้องสามารถทำการวิเคราะห์ถึงคุณค่าความสำคัญของลูกค้าแต่ละบุคคล (Customization) สร้างความจงรักภักดี (Loyalty) และสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กรตลอดไป

โกศล พรประสิทธิ์เวช (2552, น. 1-3) การศึกษา “ความต้องการ” และ “พฤติกรรม” ของลูกค้าเป็นกระบวนการตอบสนองให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมีความสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้น นำไปสู่รายได้ผลงานที่มากขึ้นในอนาคต นำข้อมูลที่ได้จาก CRM มาวิเคราะห์วางแผนกลยุทธ์ กำหนดนโยบายการขาย การให้บริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้าแต่ละกลุ่ม สินค้าหรืองานแต่ละชนิด ในการปรับปรุง เพิ่ม/ลด การทำงานให้เหลือเท่าที่จำเป็น เพื่อลดค่าใช้จ่ายลง นำข้อมูลที่ได้จากระบบมาใช้ในการตรวจสอบและควบคุมภายในได้ง่ายและสะดวกขึ้น

กล่าวโดยสรุป การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใดๆ ที่นำมาสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความ พึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร โดยให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทั้งต่อตัวลูกค้าและองค์กร (Win-Win Strategy) อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน

วัตถุประสงค์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ใดๆ ก็ตามล้วนแต่มีวัตถุประสงค์สำคัญ ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าการบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่ง

2. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือการบริการ และบริษัททำให้ลูกค้าทราบวิธีการใช้สินค้าอย่างถูกต้องสามารถจดจำ และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทและสินค้าหรือบริการของบริษัทในระยะยาว

3. เพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อบริษัทสินค้าหรือบริการ กรณีที่บริษัทมีสินค้าจำหน่ายหลายสายผลิตภัณฑ์ การที่ลูกค้าซื้อสินค้าของบริษัทในสายผลิตภัณฑ์หนึ่งแล้วรู้สึกประทับใจไปทางบวกโอกาสที่บริษัทจะเสนอขายสินค้าในสายผลิตภัณฑ์อื่น (Cross Selling) ได้สำเร็จก็จะมีมากขึ้น

4. เพื่อให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือการบริการต่อไปยังผู้อื่น เกิดการพูดแบบปากต่อปาก (Words-of-Mouth) ในทางบวกเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งมีความน่าเชื่อถือมากกว่าคำกล่าวอ้างในโฆษณาเสียอีก

ความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ชินจิตต์ แจงเจนกิจ (2546, น. 44-46) กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มี 4 ประการ ได้แก่

1. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผู้บริโภครหรือคนกลางในช่องทางการตลาดแต่ละราย (Customized) อย่างเป็นกันเอง (Personalized)

2. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์อาจจะยังไม่ได้เพิ่มยอดขายในทันที หากแต่ผลลัพธ์ในรูปของยอดขาย จะเกิดขึ้นในระยะยาวจากการที่ลูกค้ารู้สึกประทับใจ มีความเข้าใจและรับรู้ที่ดี ดังนั้นสิ่งที่ได้รับจากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ คือ การผูกสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องในระยะยาว (Long-Time Relationship)

3. บริษัทและลูกค้าได้ประโยชน์จากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทั้งสองฝ่าย (WinWinStrategy)

4. ช่วยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เขมจิรา กุลขำ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการร้านเสริมสวยในอำเภอสมุย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยประกอบอาชีพอิสระ/รับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท และมีสัญชาติไทย พฤติกรรมในการใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการสระ เชีท และใช้บริการร้านประจำเนื่องจากพอใจมีช่างที่มีฝีมือดีในการให้บริการ ร้านเสริมสวยที่มีผู้ตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด เป็นร้านใกล้ที่พักอาศัย ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้บริการโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการ 101 - 250 บาท/ครั้ง ผู้ใช้บริการต้องการให้ร้านเสริมสวยทำทรงผมได้ทุกแบบที่ต้องการ ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการ

เลือกใช้บริการร้านเสริมสวยในอำเภอเกาะสมุย พบว่า โดยรวมผลการประเมินอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพ และด้านสถานที่ ตามลำดับ ส่วนการส่งเสริมการตลาด ผลการประเมินความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ด้านเพศ สัญชาติ อายุ อาชีพ มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับการศึกษาและระดับรายได้ไม่มีผลต่อปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน

สราธรัตน์ เรืองปราชญ์ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อบริการร้านเสริมสวยในเขตรังสิต ผลการวิจัยพบว่าจาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี สถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาทใช้บริการร้านเสริมสวยต่อครั้งด้วยจำนวนเงินน้อยที่สุดเท่ากับ 40 บาท และใช้บริการด้วยจำนวนเงินมากที่สุดเท่ากับ 1,800 บาท ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน เวลาที่ใช้บริการมากที่สุด คือ 17.00-20.00 น.วันที่ใช้บริการมากที่สุด ไม่ระบุแน่นอนสาเหตุสำคัญที่สุดในการเข้าใช้บริการ คือ โกล์ที่พักอาศัยบริการที่ใช้มากที่สุด คือ ตัด/ซอย ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเข้ารับบริการร้านเสริมสวย คือ ตัวท่านเอง บริเวณร้านที่เข้ารับบริการมากที่สุด คือ บริเวณอื่น ๆ รอบ ๆ เขตรังสิต ผู้บริโภคส่วนใหญ่เดินทางมาใช้บริการร้านเสริมสวย โดย รยชนต์ส่วนบุคคล ได้ผลสรุปว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับ ก่อนข้างมาก ได้แก่ด้านการส่งเสริมการตลาดการทดสอบสมมติฐานข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลด้าน เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ร้านเสริมสวยในเขตรังสิต ด้านจำนวนเงินที่ซื้อหรือใช้บริการต่อครั้ง แตกต่างกัน และยังชี้ให้เห็นว่า ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการตามความต้องการของลูกค้า เอาใจใส่ต่อลูกค้าและ บริการด้วยความรวดเร็ว ซึ่งจะก่อให้เกิดความประทับใจและเชื่อมั่นในฝีมือของช่างเกิดการบอก ต่อไปยังคนใกล้ชิด เป็นการขยายฐานลูกค้าอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ผู้ประกอบการควร ให้ความสำคัญเรื่องของการฝึกฝน และศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ ให้ทันยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณของช่างการปฏิบัติตัวต่อลูกค้าซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจต่อลูกค้าส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป และผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้งให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย ทั้งในด้านระยะทาง และที่จอดรถ หากร้านเสริมสวย อยู่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และใกล้แหล่งชุมชนจะส่งผลต่อรายได้และจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

ภัทรเดช วิบูลย์จันทร์ (2560) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า อำนจการต่อรองของลูกค้าพบว่าช่างหรือพนักงานจะมีลูกค้าประจำในแต่ละครั้งลูกค้ามีการต่อรองราคาค่าบริการและระบุข้อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการใช้แต่หากกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการใช้ไม่มีลูกค้าส่วนใหญ่ยังใช้บริการเหมือนเดิม นอกจากนี้มีสิ่งทีลูกค้านำเสนอหรือต้องการให้ร้านเสริมสวยปรับปรุงคือต้องการให้ปรับปรุงในด้านราคา เช่น กำหนดราคาถูกกว่าคู่แข่ง มีราคาให้เลือกหลายระดับ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยแรงกดดันประการ อธิบายว่าอำนจการต่อรองของลูกค้าปัจจัยหนึ่งอำนจนับเป็น 5 ที่สร้างแรงกดดันต่อการแข่งขัน ดูได้จากกาหนดราคาซื้อขายสินค้า เช่น เมื่อองค์กรจะตั้งราคาสินค้าต้องคำนึงถึงลูกค้าว่าราคาจะสูงไปหรือไม่ หากราคาสูงลูกค้าจะไปซื้อสินค้าและบริการของรายอื่นหรือไม่

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจบริการ
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมเครื่องมืออุปกรณ์และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองปฏิบัติธุรกิจบริการประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจบริการตามขั้นตอนที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงานธุรกิจบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงาน

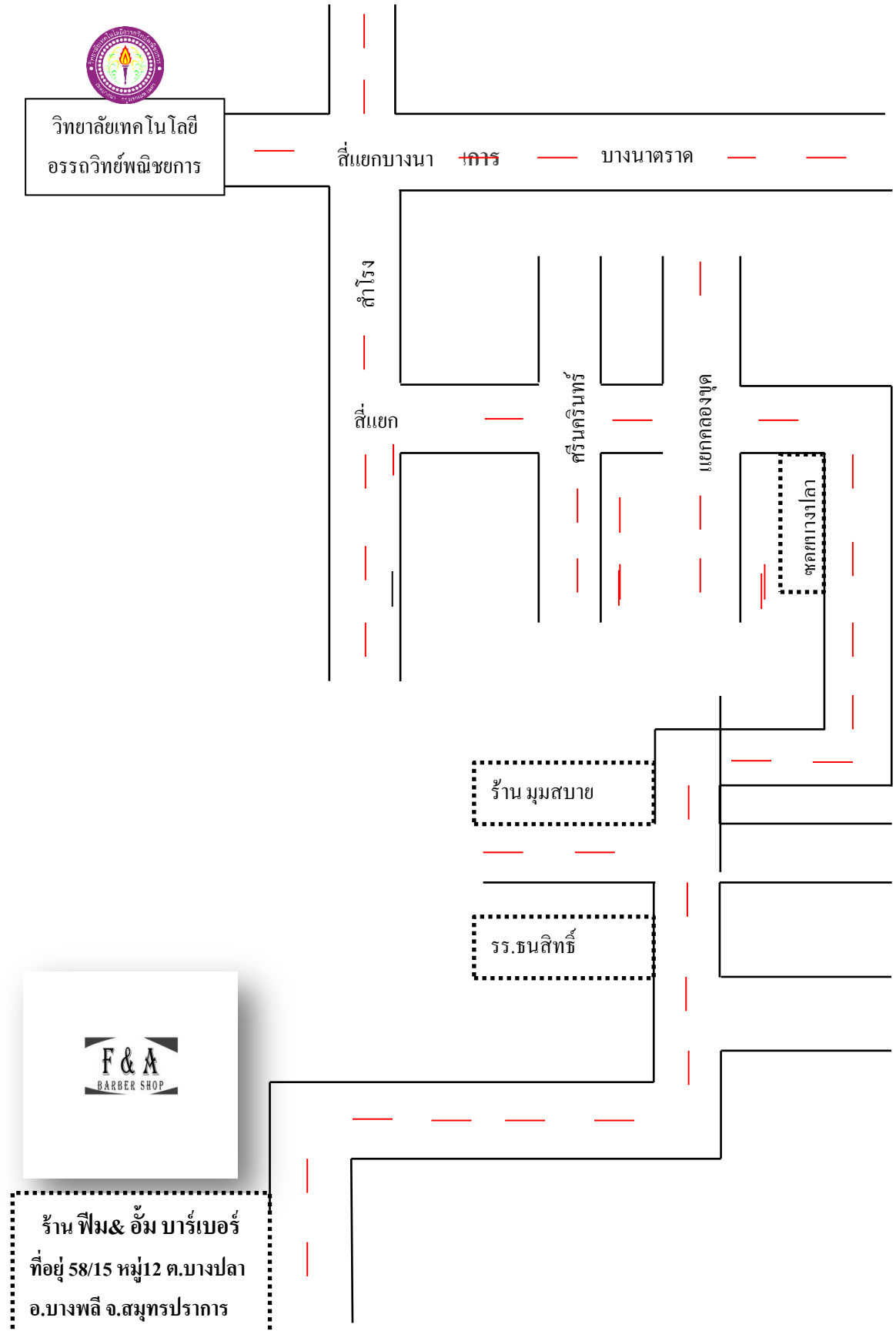
ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ	↔								
2. ประชุมวางแผนงานวางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำธุรกิจขายสินค้า		↔							
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และการส่งเสริมการตลาด			↔						
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน							↔		
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน ซอยบางปลา 58/15 หมู่ 12 ต.บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

สถานที่ดำเนินการ



งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เกือบคนละ 700 บาท รวมเป็นเงิน 1,400 บาท

1. อุปกรณ์

ปัตตาเลี่ยนใหญ่	-	บาท
ปัตตาเลี่ยนเล็ก	-	บาท
ปัตตาเลี่ยน	-	บาท
กรรไกร	-	บาท
กรรไกรฟันปลา	-	บาท
หวีใหญ่	-	บาท
หวีเล็ก	50	บาท
หวีซอย	30	บาท
กระปุกแป้ง	90	บาท
ใบมีดโกน	89	บาท
ผ้ากันเปื้อน	110	บาท

2. เบ็ดเตล็ด

ค่าเครื่องแบบพนักงาน	400	บาท
ป้ายโฆษณา	500	บาท
รวม	1,269	บาท

การติดตามผล และการประเมิน

- นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
- แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
- รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
- สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และสร้างประสบการณ์ในธุรกิจการบริการเพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษ
- ทำให้รู้จักการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจบริการร้านตัดผม “ฟิม & อัม บาร์เบอร์” ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2562 โดยมี นายพีระทัต เกิดศิริ เป็นผู้ก่อตั้ง จึงมีแนวคิดที่จะทำธุรกิจประเภทบริการ เพื่อสร้างความมั่นใจใน คุณภาพของผู้บริโภคและให้เกิดความพึงพอใจในการบริการมากที่สุด เปิดให้บริการร้านเสริม สวยที่ ซอยบางปลา 22 58/15 หมู่12 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 คู่แข่งของกิจการ คือ ร้านตัดผมชายหลงยุค, ร้านตัดผม little redfox, ร้านตัดผมบางแก้วบาร์เบอร์

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุน 200,000 บาท ในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียน 5,400,000 บาท มีต้นทุนในการผลิต 442,362 บาท มีกำไรสุทธิ 4,842,369.85 บาท

แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจ

เพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่สนใจการตัดผมสไตล์วินเทจและผู้คนที่สนใจการดูแล คุณภาพของตนเองและยังไม่เจอร้านที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนทางร้านเปิด โอกาสให้ลูกค้าเลือกทรงตามใจที่ลูกค้าต้องการ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมร คุณภาพทุกครั้งเมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการ

ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของธุรกิจ

ธุรกิจบริการตัดผมสไตล์วินเทจ ฟิม & อัม บาร์เบอร์ เป็นธุรกิจบริการด้านการตัดผม สไตล์วินเทจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ และใช้อุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพและทำความสะอาดทุกครั้ง เมื่อใช้งานเสร็จ และทางร้านจะแบ่งค่าบริการเป็น

1. ตัดผมเด็ก-นักเรียน 350 บาท
2. ตัดผมผู้ใหญ่ 450 บาท
3. ตัดผม-แกะลาย 600 บาท

ทางร้านมีหน้าร้านอยู่ที่ ซอยบางปลา 22 58/15 หมู่12 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ 10540 และมีการประชาสัมพันธ์ทางเพจ facebook เพื่อให้สามารถติดตามหรือดู โปรโมชันใหม่ ๆ ของทางร้านได้

สถานะตลาด

ปัจจุบันในด้านการแข่งขันช่องทางการตลาด จะต้องเพิ่มศักยภาพมากขึ้นในด้านการบริการ ลูกค้าที่เข้มข้นมากขึ้น เพราะลูกค้ามีโอกาสที่จะเลือกซื้อและใช้บริการได้หลายแห่ง ดังนั้นธุรกิจตัด ผมจะต้องหันมาพัฒนาคุณภาพการบริการ และดูแลเอาใจใส่อุปกรณ์ให้มากขึ้นกว่าเดิม

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมาหรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

ธุรกิจบริการ ฟิม & อัม บาร์เบอร์ เป็นธุรกิจตัดผมเป้าหมายคือบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการตอบสนองที่ดีของลูกค้าโดยเริ่มก่อตั้งกิจการเมื่อ 1 มกราคม 2561

ก่อตั้งโดย นายพีระทัต เกิดศิริ

ที่อยู่ ซอยบางปลา 58/15 หมู่ 12 ต.บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

ธุรกิจบริการ ฟิม & อัม บาร์เบอร์ เป็นธุรกิจบริการตัดผมชาย หลากหลายสไตล์แต่จะเน้นเป็นสไตล์วินเทจ ก่อตั้งวันที่ 1 มกราคม 2562 โดยจะเน้นเป็นเฉพาะเพศชายเท่านั้น ธุรกิจเกิดจากความชื่นชอบส่วนตัวของ นายพีระทัต เกิดศิริ ที่มองว่าการตัดผมนั้นศิลปะที่แตกต่าง และเป็นแฟชั่นที่ได้รับความนิยมรับทุกยุคทุกสมัยโดย นาย พีระทัต เกิดศิริ ได้ผ่านเกณฑ์การฝึกอบรมทักษะการตัดผมประกอบอาชีพเป็นที่เรียบร้อย โดยมีใบประกาศนียบัตรเป็นเครื่องยืนยันการันตี โดยทางร้านจะเน้นคุณภาพเป็นหลักเพื่อการตอบสนองที่ดีจากลูกค้า

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินการ

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาการดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะเสร็จแล้ว
1	ประชุมวางแผนธุรกิจ	3 สัปดาห์	3 สัปดาห์
2	เลือกธุรกิจที่จะทำ	3 สัปดาห์	3 สัปดาห์
3	จัดซื้ออุปกรณ์ในการบริการ	1 สัปดาห์	1 สัปดาห์
4	หาทำเลที่ตั้ง	1 สัปดาห์	1 สัปดาห์
5	ประเมินสรุปผล	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		10 สัปดาห์	10 สัปดาห์

4. การบริการ

4.1 รายละเอียดการบริการ

ธุรกิจบริการตัดผมชายร้าน ฟิม & อิม บาร์เบอร์ มีบริการตัดผมชายให้เลือกหลากหลายรูปแบบ หรือตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งทางร้านรับบริการตัดผม ดังนี้

1. ตัดผมเด็ก-นักเรียน
2. ตัดผมผู้ใหญ่
3. ตัดผมเกะลาย

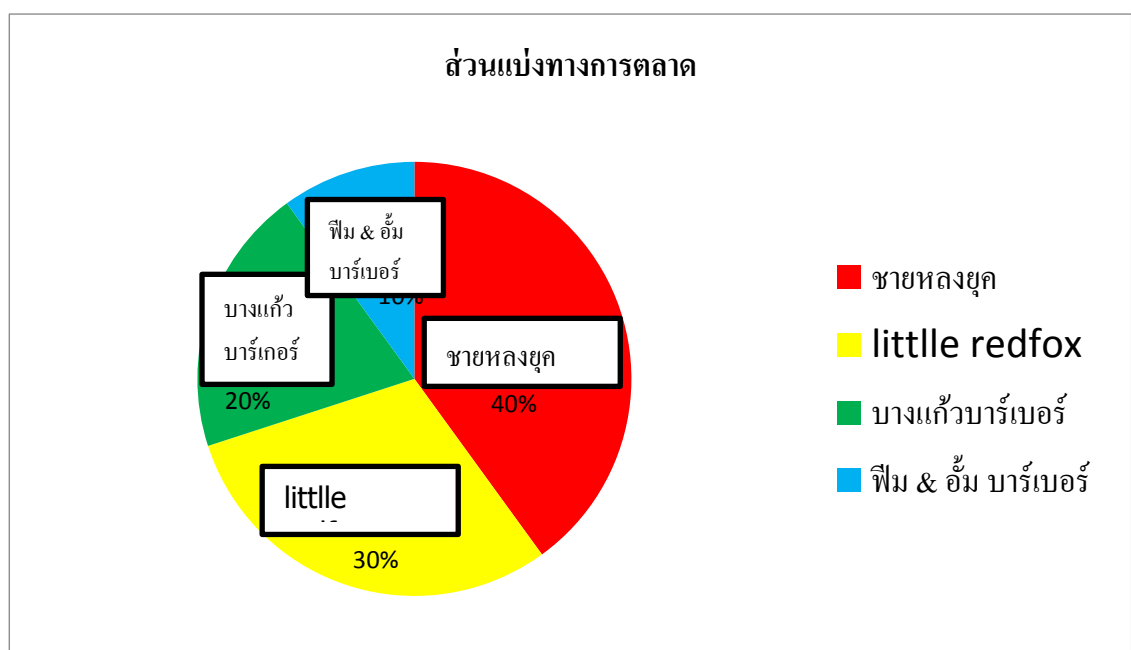
5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายในที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วมากขึ้นทั้งจากสถานะเศรษฐกิจที่ผันผวนสภาพสิ่งแวดล้อมความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีตลอดจนนโยบายและความวุ่นวายของการเมืองสังคมวัฒนธรรมต่างๆ ก็ล้วนแล้วส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ต้องเผชิญกับสถานะความไม่แน่นอนและการแข่งขันในตลาดที่ทวีความรุนแรงขึ้นเพื่อที่จะแย่งลูกค้ากันและอุตสาหกรรมประเภทนี้มีความผันผวนตามเศรษฐกิจของประเทศ เพราะเมื่อเศรษฐกิจตกต่ำลง ลูกค้าก็เลือกที่จะประหยัดเงิน และจะใช้บริการเดือนละครั้ง

5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

มีการแข่งขันที่สูงเพราะมีธุรกิจบริการตัดผมชายเปิดเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกที่จะใช้บริการเยอะ จึงทำให้เกิดการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ทางร้านจึงจำเป็นต้องหาจุดเด่นและแก้ไขจุดด้อย คือ บริการอย่างมีประสิทธิภาพให้มากที่สุดและเน้นคุณภาพในการบริการเป็นหลักสำคัญเพื่อการตอบสนองที่ดีจากลูกค้า



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

ธุรกิจบริการร้านตัดผมชายผู้ชายยังคงมีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องจากมีปัจจัยหนุนจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจในการดูแลเนื่องจากมีปัจจัยรูปลักษณ์ภายนอกในดูดี อยู่เสมอ เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีต่อผู้ที่พบเห็นนอกจากนี้จากสภาพสังคมที่มี การแข่งขันในการใช้ชีวิตสูงส่งผลให้คนส่วนใหญ่เกิดอาการเครียดจากการเรียน หรือการทำงาน ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตสูงส่งผลให้คนส่วนใหญ่เกิดอาการเครียดจากการเรียน หรือการทำงาน ทำให้พฤติกรรมการใช้ บริการในร้านตัดผมไม่ใช่เพียงเพื่อดูแลรูปลักษณ์ ให้ดูดีเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่กลายมาเป็นเพื่อช่วยให้เกิดความผ่อนคลาย ตลอดจนพบปะพูดคุยกับลูกค้าที่มาใช้บริการภายในร้าน

5.4 ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และทุกสาขาอาชีพที่เป็นเฉพาะเพศชาย

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์

กลุ่มผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ตาม บ้านพักส่วนตัว บ้านเช่า คอนโดและอพาร์ทเมนต์ ที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ประกอบการ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

เกณฑ์ทางด้านประชากร

กลุ่มนักเรียน - นักศึกษา กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และทุกสาขาอาชีพที่เป็นเฉพาะเพศชายที่ใส่ใจในการดูแลภาพลักษณ์ของตนเอง โดยมีอายุระหว่าง 6 – 60 ปี

เกณฑ์ทางด้านจิตวิทยา

กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ที่ต้องเข้าสังคมและพบปะผู้คนเป็นจำนวนมาก

เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรม

กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจในการดูแลตัวเองทั้งภายในและภายนอก รูปลักษณ์ ภายนอกให้ดูดี อยู่เสมอ เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีต่อผู้ที่พบเห็น

5.6 สภาพการแข่งขัน

ในปัจจุบันเราไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่า การตกแต่งทรงผมของผู้ชายเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากในชีวิตประจำวันที่ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดี และยังสามารถสร้างความมั่นใจในการออกไปพบปะกับผู้อื่น ทำให้ความต้องการรู้ร้านตัดผมสุภาพบุรุษเป็นที่ต้องการอย่างมากสำหรับผู้ชาย แต่ในทางกลับกันร้านตัดผมที่พบมากในปัจจุบันส่วนใหญ่มักเป็นร้านตัดผมประเภทชาลอนที่เน้นการให้บริการสำหรับผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ในส่วนของร้านตัดผมประเภทบาร์เบอร์ที่ให้บริการสำหรับผู้ชายกลับกลายเป็นร้านที่อยู่ ตามชุมชนก็ยังคงมีมาตรฐาน และคุณภาพหรือยังมีรูปแบบที่โบราณอยู่มากนัก

5.7 สภาพคู่แข่ง

1. ร้านตัดผมชายหลงยุค
2. ร้านตัดผม little redfox
3. ร้านตัดผมชาย บางแก้วบาร์เบอร์

5.8 รายละเอียดเปรียบเทียบคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	ร้าน ฟิม & อัม บาร์เบอร์	ร้านชายหลงยุค	ร้าน little redfox	ร้าน บางแก้ว บาร์เบอร์
ด้านบริการ	ตัดผมชาย สไตลิ่งวินเทจ	ตัดผมชาย สไตลิ่งวินเทจ	ตัดผมชาย	ตัดผมชาย
ด้านราคา	ตัดผมเด็กเล็ก-นักเรียน 350 บาท ตัดผมผู้ใหญ่ 400 บาท ตัดผม-แกะลาย 600 บาท	ตัดผมเด็ก 80 บาท ตัดผมเด็กโต 150 บาท ตัดผมผู้ใหญ่ 200 บาท	ตัดผมเด็ก 450 บาท ตัดผมผู้ใหญ่ 500 บาท	ตัดผมเด็ก 120 บาท ผู้ใหญ่ 160 บาท

การเปรียบเทียบ	ร้าน ฟิม & อัม บาร์ เบอร์	ร้านขายทองยุค	ร้าน little redfox	ร้าน บางแก้ว บาร์เบอร์
ด้าน ช่องทาง การจัด จำหน่าย	- ซอยบางปลา 58/15 หมู่12 ต.บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	C-06 ตลาดนัดเรือบิน ถนน เทพารักษ์ ตำบลบางปลา . อำเภอบางพลี จ.สมุทรปราการ	38-39 Bangna - Trad Road ตำบล บางแก้ว อำเภอบางพลี จ.สมุทรปราการ 10540	ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	-ป้ายหน้าร้าน - โฆษณาผ่านสื่อ ออนไลน์ facebook -ลูกค้าที่พาเพื่อน มาตัดจะลดราคา 30 %	- ป้ายหน้าร้าน - โฆษณาผ่านสื่อ ออนไลน์ facebook	- ป้ายหน้าร้าน - โฆษณาผ่านสื่อ ออนไลน์ facebook	- ป้ายหน้าร้าน - โฆษณาผ่าน สื่อ ออนไลน์ facebook

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ Swot Analysis

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหาร จัดการ	- มีการวางแผนการจัดการภายในองค์กรอย่างเป็นระบบเพื่อการทำงานอย่างราบรื่น -ผู้บริหารมีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า -ทางร้านมีที่ปรึกษาในการทำธุรกิจ	-ธุรกิจเป็นธุรกิจที่เพิ่งเปิดใหม่ ทำให้ทางร้านมีต้นทุนจำกัด จึงทำให้ไม่สามารถจ้างพนักงานได้

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการตลาด	- มีการอัปเดตข่าวสารข้อมูลของทางร้านและมีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ	- เป็นธุรกิจที่เปิดใหม่ ทำให้คนรู้จักน้อย - การจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้าต้องใช้เวลาพอสมควร
ด้านการบริการ	- ทางร้านนั้นใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า - พนักงานมีทักษะด้านการตัดผมและมีประสบการณ์ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่น	- ขั้นตอนในการบริการจะต้องใช้เวลานานเกินไป
ด้านการเงิน	- ทางร้านได้ การจัดงบประมาณการเงินอย่างเป็นระบบ วางแผน และการจัดสรรงบการเงินก่อนเริ่มปฏิบัติงานจริงทุกครั้ง - ทางร้านมีเงินทุนสำรอง รองรับในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน	- เป็นธุรกิจที่ลงทุนค่อนข้างสูง

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
ตลาดและกลุ่มเป้าหมายลูกค้า	- กลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงานส่วนใหญ่จะต้องมีบุคลิกภาพให้ดูดีอยู่เสมอเพราะต้องเข้าสังคม พบปะผู้คนมากมายจึงต้องใส่ใจดูแลรูปลักษณ์เป็นอย่างมาก	- ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้บริการร้านตัดผมได้มาก เพราะมีผู้ประกอบการธุรกิจตัดผมชายเป็นจำนวนมาก
สถานการณ์แข่งขัน	-	- คู่แข่งก่อตั้งมานานและมีรายได้เปรียบทางด้านลูกค้าเก่า
สังคม	- ผู้คนในสังคม ณ ปัจจุบันนิยมการตัดผมสไตล์วินเทจมากยิ่งขึ้น จึงหันมาใส่ใจการตัดผมมากขึ้นกว่าเดิม	- คนในสังคมบางส่วนมองว่าการเข้าร้านตัดผม เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นเท่าไร
เทคโนโลยี	- ปัจจุบันผู้คนให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยี ทำให้ง่ายต่อการสื่อสารกับลูกค้าในการให้ข้อมูลข่าวสารหรือโปรโมชั่นต่างๆ	- การใช้เทคโนโลยีเพื่อโปรโมทสินค้าหรือการส่งเสริมการขายต้องการคอนเทนต์แบบได้ง่าย เพราะมันสามารถเข้าถึงได้ง่าย
สภาพเศรษฐกิจ	-	- สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันตกต่ำทำให้ลูกค้ามีภาระค่าใช้จ่ายมากขึ้น
กฎหมายระเบียบข้อบังคับ	- รัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจ SME อย่างจริงจัง	- ถ้ามีข้อบังคับมากเกินไปจะทำให้ธุรกิจลำบากมากขึ้น
กลุ่มผู้จำหน่ายเครือข่าย	-	- ขาดการขยายกิจการในการให้บริการ

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ

ฟิม & อัม บาร์เบอร์

ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ

ซอยบางปลา 58/15 หมู่ 12 ต.บางปลา

อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ

เป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุน

ทุนจดทะเบียน

200,000 บาท

ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา

ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 - เดือนกุมภาพันธ์ 2563

หมายเลขทะเบียนการค้า

1659900704300

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1	นายพิระทัต เกิดศิริ	ประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับ นายจิรศักดิ์ ครองชัย เท่านั้น
ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสั่งการสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นายพิระทัต เกิดศิริ	20,000	200,000.00	100 %
	รวมจำนวนหุ้น / มูลค่าหุ้น	20,000	200,000.00	100 %

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุล นายพีระทัต เกิดศิริ อายุ 19 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเทพศิรินทร์ สมุทรปราการ ปีการศึกษา 2561

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน -

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ -

6.6 แผนผังองค์กร



นายพีระทัต เกิดศิริ

ประธาน

6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A.	ชื่อ	นายพีระทัต เกิดศิริ
	ตำแหน่ง	ประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	วางแผนการบริหารการจัดการ ภายในบริษัท
	การศึกษา / คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	13,000 บาท / เดือน

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1	นายพีระทัต เกิดศิริ	ประธานบริษัท	1	25,000.00
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			1	25,000.00

6.9 วิสัยทัศน์

บริการอย่างมีประสิทธิภาพมุ่งมั่นตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเต็มใจและมีคุณภาพ

6.10 พันธกิจ

1. ใช้อุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพและผ่านเกณฑ์ความปลอดภัย
2. พัฒนาความสามารถหาความรู้ใหม่ๆและเก็บเกี่ยวประสบการณ์อยู่เสมอ

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. สร้างธุรกิจเพื่อให้ร้าน ฟิม & อัม บาร์เบอร์ เป็นรู้จักในกลุ่มลูกค้าเพศชาย
2. พัฒนาธุรกิจให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อธุรกิจ

เป้าหมายระยะกลาง

1. พัฒนาศักยภาพอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจทุกครั้งที่ใช้บริการ
2. สร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของร้าน

เป้าหมายระยะยาว

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น เช่น เสื้อผ้า หมวก และอุปกรณ์เครื่องมือการตัดผม
2. ขยายกิจการให้มีหลายสาขามากขึ้นให้เป็นที่รู้จักในเขตพื้นที่และต่างจังหวัด

6.12 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. การบริการที่มีประสิทธิภาพก่อให้เกิดความประทับใจจากลูกค้า
2. มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าทุกครั้ง
3. พัฒนาธุรกิจตัวเองอยู่ตลอดเวลา

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีการแบ่งผลกำไรให้หุ้นส่วนเมื่อธุรกิจคืนทุนแล้ว
2. หลังจาก 2 ปีเป็นต้นไปหุ้นส่วนจะได้รับเงินปันผลเพิ่มขึ้น

6.14 แผนดำเนินการอื่นธุรกิจ

แผนการขยายกิจการเพื่อเพิ่มฐานข้อมูลลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิม โดยจะเน้นการจัดโปรโมชั่นของทางร้านผ่านทาง Pang Facebook เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. พัฒนาธุรกิจ ฟิม & อัม บาร์เบอร์ เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
2. บริการให้ลูกค้าประทับใจทุกครั้ง เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ
3. รักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มนักเรียน - นักศึกษา กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทเอกชนข้าราชการ รัฐวิสาหกิจและทุกสาขาอาชีพที่เป็นเฉพาะเพศชายที่ใส่ใจการดูแลภาพลักษณ์ของตนเอง โดยมีอายุระหว่าง 6 – 60 ปี

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

รายละเอียดการบริการ

1. บริการตัดผมเด็กเล็ก-นักเรียน

เป็นการบริการตัดทุกแบบทุกทรงตามใจที่ลูกค้าต้องการรวมถึงการเชีทผมและกันจอนโดยคิดค่าบริการ 350 บาทต่อครั้ง



2. บริการตัดผมผู้ใหญ่

เป็นการบริการตัดผมทุกแบบทุกทรงตามใจที่ลูกค้าต้องการรวมถึงการเช้ทผมกันจอนและโกน
หนวดโดยคิดราคา 450 บาทต่อครั้ง



3. บริการตัดผมและแกะลาย

เป็นการบริการตัดผมทุกแบบทุกทรงและแกะลายตามใจที่ลูกค้าต้องการรวมถึงการเช้ทผมกัน
จอนและโกนหนวดโดยคิดราคา 600 ต่อครั้ง



7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

บริการตัดผมชายสไตลิ่ง ฟีม & อัม บาร์เบอร์ เป็นราคาที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูงเพราะทางร้านจะใส่ใจวัตถุดิบที่มีคุณภาพเป็นหลักและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพผ่านเกณฑ์ความปลอดภัย เพื่อมาใช้ในการบริการลูกค้า

บริการ	ค่าบริการ
บริการตัดผมเด็กเล็ก-นักเรียน	350 บาท ต่อ ครั้ง
บริการตัดผมผู้ใหญ่	450 บาท ต่อ ครั้ง
บริการตัดผมแกะลาย	600 บาท ต่อ ครั้ง

การชำระเงิน

ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสด หรือ โอนชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารของทางร้านได้ตามบัญชีธนาคารของทางร้าน ดังนี้

ชื่อบัญชีร้าน นายจิรศักดิ์ ครองชัย

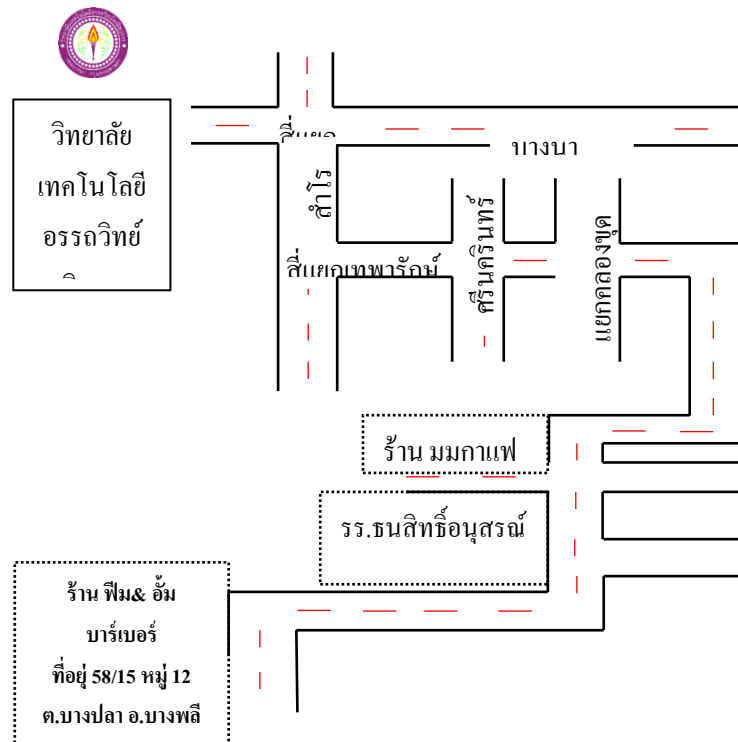
ธ.กสิกรไทย เลขที่บัญชี 056-1-49787-7 บัญชี ออมทรัพย์



7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจนี้ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีคนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ใกล้บ้านพักส่วนตัว บ้านเช่า คอนโด และ อพาร์ทเมนต์ ร้านบริการตัดผมชาย ฟีม & อิม บาร์เบอร์ จะมีหน้าร้านอยู่ที่ซอยบางปลา 22 58/15 หมู่ 12 ต.บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จะเปิดร้าน จันทร์ -อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 10.00 - 20.00 น.

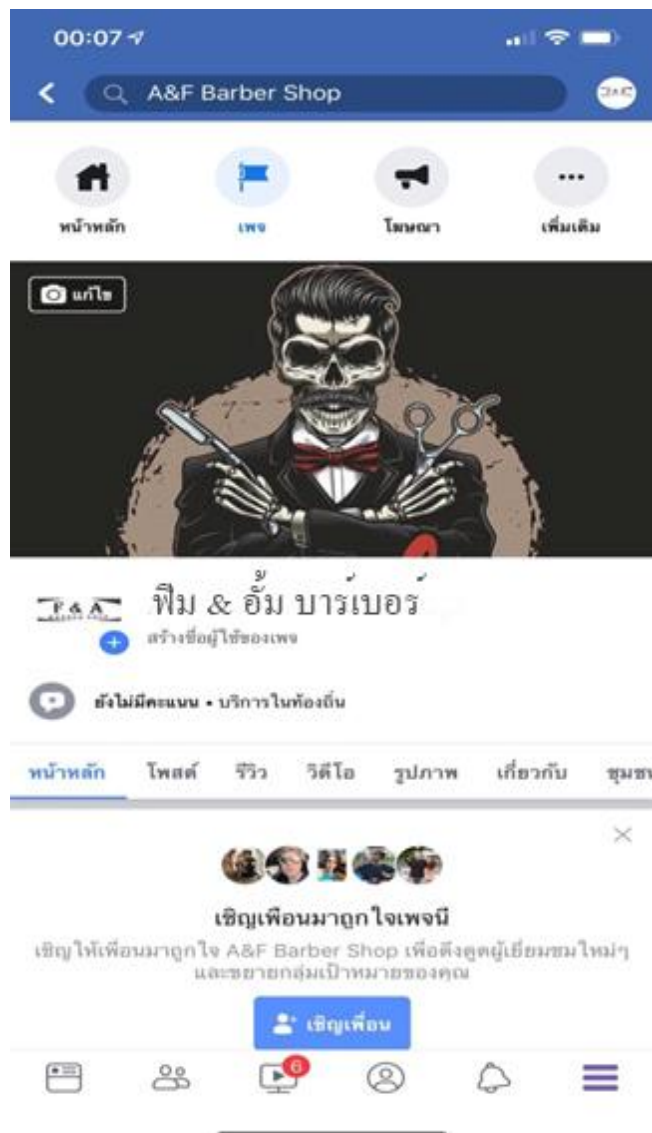
สถานที่ประกอบการ



หน้าร้านที่ใช้บริการ



ช่องทางการติดต่อออนไลน์ ลูกค้าสามารถจองคิวและสอบถามข้อมูลการให้บริการได้ตามช่องทางหลักในหน้าเพจ Facebook : ฟีม & อัม บาร์เบอร์



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

ร้าน ฟิม & อัม บาร์เบอร์ มีการโปรโมทป้ายร้านและให้ข่าวสารแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วและทางร้านมีการจัดโปรโมชั่นคือ ทานลูกค้าที่พาเพื่อนมาตัดจะลดราคา 30 % ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ย. – 30 พ.ย. 62

1. ป้ายโลโก้ของร้าน



2. โปรโมชั่นของร้าน



3. ป้ายหน้าร้าน ฟิม& อัม บาร์เบอร์



7.3.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร

ธุรกิจตัดผมชาย เป็นธุรกิจบริการที่ต้องมีความละเอียด เอาใจใส่ มีความรู้เรื่องการตัดผมและเข้าใจลูกค้าอย่างดี และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ เต็มใจในการบริการมีความซื่อสัตย์และอดทน ซึ่งพนักงานจะต้องมีคุณลักษณะดังนี้

1. มีความมุ่งมั่นในการทำงาน
2. มีพื้นฐานความรู้ในด้านตัดผม
3. มีความเป็นมิตรและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
4. รักงานบริการ
5. รู้จักพัฒนาตนเองอยู่เสมอ
6. มีความซื่อสัตย์ สุจริต ในการทำงาน
7. มีความรับผิดชอบ
8. ตรงต่อเวลา
9. หาความรู้และเก็บเกี่ยวประสบการณ์อยู่เสมอ

7.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

ขั้นตอนการบริการตัดผม

1. ต้อนรับลูกค้า
2. ให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกทรง
3. ลงมือให้บริการ
4. ลูกค้าตรวจสอบความเรียบร้อย
5. ลูกค้าชำระค่าบริการ
6. กล่าวขอบคุณลูกค้าที่มาใช้บริการ

7.3.7 กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ

การตกแต่งร้าน ที่จะเน้นการจัดวางของภายในร้านให้เป็นระเบียบ มองดูสะอาดตาเป็นหลัก และ ทางร้านจะมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีคุณภาพให้เหมาะสมกับลูกค้าจะต้องชำระเงินค่าบริการโดยจะมีอุปกรณ์ที่ผ่านมาตรฐาน และเมื่อพนักงานใช้อุปกรณ์เสร็จจะทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอและทางร้านจะมีชุดยูนิฟอร์มเหมือนกันเพื่อความแตกต่างและดูน่าเชื่อถือ



อุปกรณ์สำหรับให้บริการ

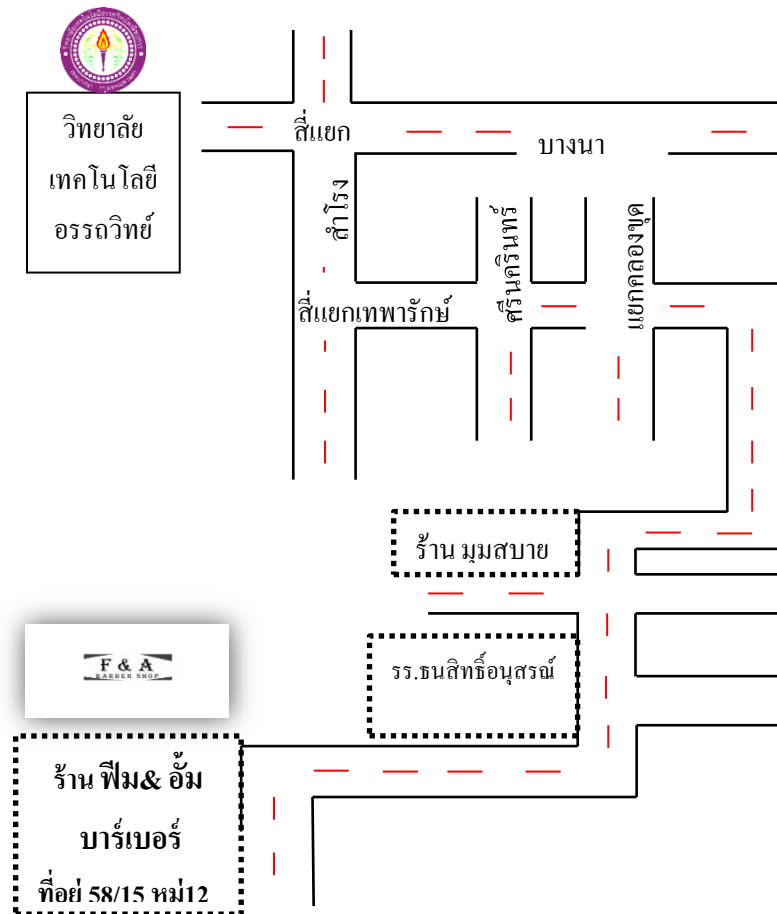


ชุดยูนิฟอร์ม

8. แผนการบริการ

8.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้งสถานที่ ซอยบางปลา 58/15 หมู่12 ต.บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ



8.2 อุปกรณ์ และเครื่องมือในการบริการ

ลำดับ	รายการ	ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ(ปี)
1	ปัตตาเลี่ยนใหญ่	ใช้สำหรับตัดผม	2	6,000.00	5
2	ปัตตาเลี่ยนเล็ก	ใช้สำหรับไโรเฟรมผม	2	2,800.00	5
3	หวีตัด	ใช้สำหรับตัดผม	1	100.00	5
4	หวีซอย	ใช้สำหรับซอยผม	1	90.00	5

8.3 ข้อมูลบริการ

จำนวนหน่วยการบริการสูงสุด	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
อัตราประมาณการในการบริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เป้าหมายหน่วยการบริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เวลาที่ใช้ต่อรอบการบริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เวลาการบริการต่อวัน	540 / 9	หน่วย (นาที / ชั่วโมง)
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการ	-	คน
อัตราค่าจ้างแรงงานในการบริการ	-	บาท (ต่อคน / วัน)

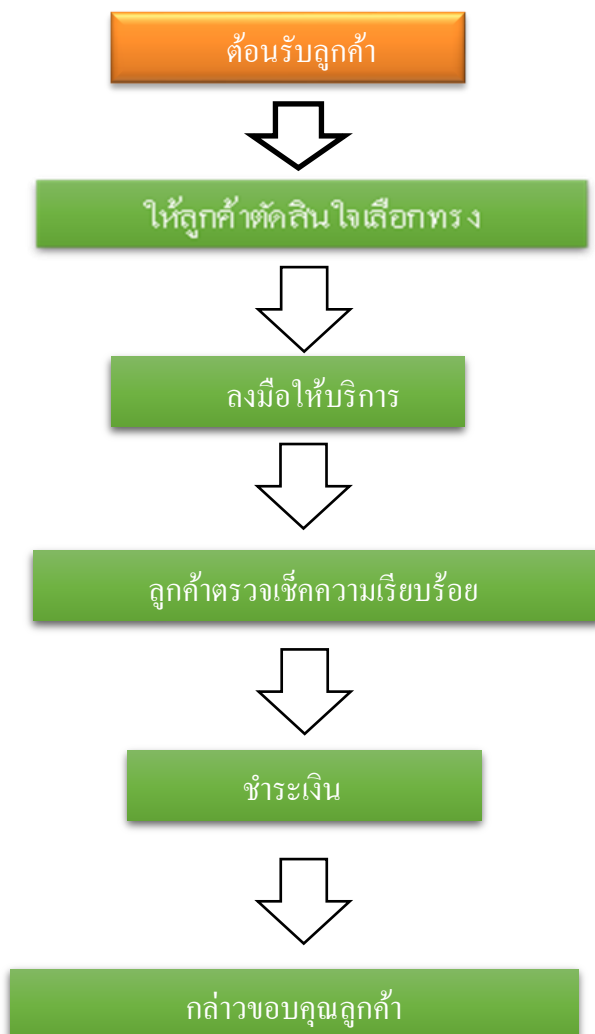
8.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

1. ปัตตาเลียนใหญ่
2. ปัตตาเลียนเล็ก
3. ปัตตาเลียน
4. กรรไกร
5. กรรไกรฟันปลา
6. หวีใหญ่
7. หวีเล็ก
8. หวีชอย
9. กระปุกแป้ง
10. ไบมัดโคน

8.5 ขั้นตอนในการบริการ

1. ต้อนรับลูกค้า
2. ให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกทรง
3. ลงมือให้บริการ
4. ชำระค่าบริการ
5. กล่าวขอบคุณลูกค้า

8.6 แผนผังกระบวนการบริการ



ต้อนรับลูกค้า



ให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกทรง



ลงมือให้บริการ



ลูกค้าตรวจเช็คความเรียบร้อย



ชำระเงิน



กล่าวขอบคุณลูกค้า



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้ยืม	รวมมูลค่า
1	เงินสด	200,000.00	-	200,000.00
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	200,000.00	-	200,000.00
	โครงสร้างทางการเงิน (เปอร์เซ็นต์)	100%	-	100%

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1	ที่ดิน	-	-
2	อาคาร	-	-
3	ส่วนตกแต่ง / ปรับปรุง	ใช้ในการตกแต่ง	20,000.00
4	อุปกรณ์ / เครื่องมือ	ใช้ในการบริการ	15,000.00
5	เครื่องใช้สำนักงาน	-	-
6	ยานพาหนะ	-	-
7	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
8	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
9	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			35,00.00

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ -%	-	5 %	10 %
การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการ -%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการบริการ -%	-	5 %	10 %
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 1-%	-	5 %	10 %
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 2-%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 3-%	-	-	-
ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณใน 1 ปี - วัน / เดือน	30 วัน / เดือน		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) - %	-		
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-		

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ระยะเวลาการให้เครดิตค่าบริการ - วัน / เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตสินเชื่อกู้ยืม - วัน / เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ยืม (ถ้ามี) - บาท	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ยืม (ถ้ามี) – บาท	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น - %	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว - %	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	100,000.00		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ	-		
นโยบายทางการเงินอื่นๆ	-		

หมายเหตุ : การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายทุกรายการขึ้นกับสถานะของเศรษฐกิจ

9.5 ประมวลการณ์ในการขายรายเดือน

[illegible]

9.6 ประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ (คน)			
บริการตัดผมเด็กเล็ก-นักเรียน	1,800.00	1,890.00	2,079.00
บริการตัดผมผู้ใหญ่	4,200.00	4,410.00	4,851.00
บริการตัดผมแกะลาย	4,800.00	5,040.00	5,544.00
รวมจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	10,800.00	11,340.00	12,474.00
ค่าบริการ (บาท / หน่วย)			
บริการตัดผมเด็กเล็ก-นักเรียน 350 บาท	350.00	350.00	350.00
บริการตัดผมผู้ใหญ่ 450 บาท	450.00	450.00	450.00
บริการตัดผมแกะลาย 600 บาท	600.00	600.00	600.00
ค่าบริการเฉลี่ย	1,400.00	1,400.00	1,400.00
รายได้จากการบริการ (บาท)			
บริการตัดผมเด็กเล็ก-นักเรียน 350 บาท	630,000.00	661,500.00	727,650.00
บริการตัดผมผู้ใหญ่ 450 บาท	1,890,000.00	1,984,500.00	2,182,950.00
บริการตัดผมแกะลาย 600 บาท	2,880,000.00	3,024,000.00	3,326,400.00
รวมรายได้จากการบริการ (บาท)	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)			
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน / เดือน)			
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)			
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00

9.7 ประมาณการต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าที่ซื้อในการบริการ (หน่วย)			
โบมิดโกน (กล่อง)	11.00	12.00	64.00
แป้ง (แพค)	26.00	28.00	31.00
เจลแต่งผม (แพค)	60.00	63.00	70.00
ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ (บาท)			
จำนวนสินค้าที่ซื้อในการบริการ (หน่วย)			
โบมิดโกน (กล่อง)	350.00	367.50	404.25
แป้ง (แพค)	360.00	378.00	415.80
เจลแต่งผม (แพค)	600.00	630.00	693.00
ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการบริการ (บาท)			
โบมิดโกน (กล่อง)	3,850.00	4,410.00	5,659.50
แป้ง (แพค)	9,360.00	10,584.00	12,889.80
เจลแต่งผม (แพค)	3,600.00	39,690.00	48,510.00
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ (บาท)	49,210.00	54,684.00	67,059.30
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
เจ้าหนี้การค้าสินค้าซื้อมาเพื่อบริการรวม	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าบริการและสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ	49,210.00	54,684.00	67,059.30

9.8 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนค่าบริการ (บาท)			
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อบริการ	49,210.00	54,684.00	67,059.30
ค่าแรงงานในการบริการ	-	-	-
ค่าไฟฟ้าในการบริการ	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าน้ำประปา	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ	-	-	-
ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	5,000.00	5,250.00	5,775.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการบริการ	2,000.00	2,100.00	2,310.00
รวมต้นทุนการบริการ	74,210.00	80,934.00	95,934.30
ค่าเสื่อมราคาในการบริการ (บาท)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการบริการ	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	1,798.00	1,798.00	1,798.00
ค่าเสื่อมยานพาหนะ			
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการบริการ	1,798.00	1,798.00	1,798.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น	76,008.00	82,732.00	97,732.30
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	76,008.00	82,732.00	97,732.30

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริการและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	300,000.00	315,000.00	346,500.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายเช่าสำนักงาน	48,000.00	50,400.00	55,440.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	-	-	-
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่างๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	-	-	-
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	380,400.00	399,420.00	434,362.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน	3,000.00	3,000.00	3,000.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	-	-	-
รวมค่าเสื่อมราคา	3,000.00	3,000.00	3,000.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	383,400.00	402,420.00	442,362.00

9.10 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการบริการ	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00
รายได้อื่น ๆ			
รวมรายได้	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00
หัก – ต้นทุนขาย	76,008.00	82,732.00	97,732.30
กำไรขั้นต้น	5,323,992.00	5,587,268.00	6,139,267.70
หัก – ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	383,400.00	402,420.00	442,362.00
กำไรจากการดำเนินการ	4,940,592.00	5,184,848.00	5,696,905.70
หัก – ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	4,940,592.00	5,184,848.00	5,696,905.70
หัก – ภาษีเงินได้นิติบุคคล	741,088.80	777,727.20	854,535.85
กำไรสุทธิ	4,199,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85
หัก – เงินปันผลจ่าย	-	-	-
กำไรสะสม	-	4,199,503.20	207,617.60
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	4,199,503.20	207,617.60	4,634,752.25
มูลค่าทางบัญชีหุ้น	20.99 %	1.03 %	23.17 %

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการบริการ	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการ	76,008.00	82,732.00	97,732.30
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	383,400.00	402,420.00	442,362.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	741,088.80	777,727.20	854,535.85
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการรวม	4,199,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตกแต่ง	20,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	15,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์เครื่องใช้สำนักงาน	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนรวม	35,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดรับจากการก่อหนี้สิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงินรวม	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	4,164,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	4,164,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	4,134,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-	-	-
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	35,000.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	35,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์	4,199,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ค่า) กว่าทุน	4,199,503.20	207,617.60	4,634,752.25
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	4,199,503.20	207,617.60
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,199,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85
รวมหนี้สินส่วนของผู้ถือหุ้น	4,199,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	4,134,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-	-	-
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	35,000.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	35,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์	4,199,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ค่า) กว่าทุน	4,199,503.20	207,617.60	4,634,752.25
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	4,199,503.20	207,617.60
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,199,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85
รวมหนี้สินส่วนของผู้ถือหุ้น	4,199,503.20	4,407,120.80	4,842,369.85

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	-	-	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	สภาพคล่องตัว สูง	สภาพคล่องตัว สูง	สภาพคล่องตัว สูง
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดำเนินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน			
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	98.59 %	98.54 %	98.43 %
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	91.49 %	91.44 %	91.34 %
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	77.76 %	77.72 %	77.63 %
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per Share)	20.99 %	1.03 %	23.17 %
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10	10	10
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3 ปี	3 ปี	3 ปี
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	3 ปี	3 ปี	3 ปี
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี	3 ปี	3 ปี

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	สถานะเศรษฐกิจ	สถานะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้ผู้คนประหยัดในการใช้จ่ายมากขึ้น	จัดโปรโมชั่นลดราคาให้ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นกว่าเดิม
2	ลูกค้ารู้จักน้อยเพราะร้านเปิดใหม่	ทำให้ธุรกิจขาดทุนในเริ่มแรกได้และต้องใช้เวลาในการสร้างฐานลูกค้า	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social media facebook และจัดโปรโมชั่นเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้า
3	เงินทุนฉุกเฉินขาดมือ	เมื่อเกิดอุบัติเหตุทางร้าน กระทั่งจะไม่มีเงินซ่อมแซม	ต้องระมัดระวังในการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นาย พีระทัต เกิดศิริ		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
4 มิ.ย. 62	ประชุมโครงการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
6 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มโครงการธุรกิจบริการเพื่อเสนออาจารย์ที่ปรึกษา	
10 มิ.ย. 62	เริ่มทำเอกสารอนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
11 มิ.ย. 62	ส่งเอกสารนำเสนออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
13 มิ.ย. 62	แก้ไขเอกสารอนุมัติโครงการ	
18 มิ.ย. 62	ส่งเอกสารนำเสนออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
29 มิ.ย. 62	เริ่มทำบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
1 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจครั้งที่ 1	
4 ก.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1	
9 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจครั้งที่ 2	
7 ก.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1	
12 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
14 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
18 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจครั้งที่ 1	
23 ก.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 2	
24 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจครั้งที่ 2	
26 ก.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
29 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
30 ก.ค. 62	เริ่มทำแผนธุรกิจ บทที่ 3 ให้อาจารย์ตรวจ	
8 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
13 ส.ค. 62	แก้ไขแผนธุรกิจบทที่ 3	
20 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
22 ส.ค. 62	แก้ไขแผนธุรกิจบทที่ 3	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นาย พิระทัต เกิดศิริ		
วัน / เดือน /ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
26 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
28 ส.ค. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
3 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1	
6 ก.ย. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1-3 และ ppt ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
24 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสาร โครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
9 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไวนิล	
10 ต.ค. 62	ส่งแบบป้ายไวนิลให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจครั้งที่ 1	
11 ต.ค. 62	แก้ไขป้ายไวนิล	
12 ต.ค. 62	ส่งแบบป้ายไวนิลให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจครั้งที่ 2	
13 ต.ค. 62	สั่งทำป้ายไวนิล	
16 ต.ค. 62	ซื้อของเตรียมเปิดร้านบริการ	
18 ต.ค. 62	เปิดร้านบริการตัดผม ครั้งที่ 1	
19 ต.ค. 62	เปิดร้านบริการตัดผม ครั้งที่ 2	
20 ต.ค. 62	เปิดร้านบริการตัดผม ครั้งที่ 3	
21 ต.ค. 62	เปิดร้านบริการตัดผม ครั้งที่ 4	
22 ต.ค. 62	เปิดร้านบริการตัดผม ครั้งที่ 5	
23 ต.ค. 62	เปิดร้านบริการตัดผม ครั้งที่ 6	
24 ต.ค. 62	เปิดร้านบริการตัดผม ครั้งที่ 7	
25 ต.ค. 62	เปิดร้านบริการตัดผม ครั้งที่ 8	
28 ต.ค. 62	จัดเตรียมเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการ ครั้งที่ 2	
31 ต.ค. 62	เริ่มทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
7 พ.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 2 ครั้งที่ 1	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
26 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสาร โครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
30 พ.ย. 62	เริ่มทำเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
2 ธ.ค. 62	แก้ไขเอกสารแบบสอบถามโครงการ ครั้งที่ 1	
4 ธ.ค. 62	แก้ไขเอกสารแบบสอบถามโครงการ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นาย พิระทัต เกิดศิริ		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
6 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์ (แจกแบบสอบถาม)	
15 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 4 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
17 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจครั้งที่ 1	
18 ธ.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 4	
20 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์	
19 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 5 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
20 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 ครั้งที่ 1	
22 ม.ค. 63	แก้ไขเอกสารบทที่ 5	
24 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 ฉบับสมบูรณ์	
25 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
27 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
29 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
31 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์	
1 ก.พ. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ก ถึง ง ส่งอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
4 ก.พ. 63	แก้ไขเอกสารภาค ผนวก ก ถึง ง ส่งอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ครั้งที่ 1	
6 ก.พ. 63	ส่งเอกสารภาค ผนวก ก ถึง ง ฉบับสมบูรณ์	
9 ก.พ. 63	จัดทำกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ สารบัญ	
11 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ สารบัญ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจครั้งที่ 1	
12 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ สารบัญ	
13 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ สารบัญ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจครั้งที่ 2	
14 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ สารบัญ ฉบับสมบูรณ์	
16 ก.พ. 63	จัดทำส่วนหน้าปกและนำส่งรูปเล่มโครงการ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นาย พิระทัต เกิดศิริ		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
20 ก.พ. 63	แก้ไขหน้าปก สารบัญ และนำส่งรูปเล่มโครงการ ครั้งที่ 1	
21 ก.พ. 63	ส่งเอกสารรวมเล่มโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ ปรึกษาร่วมตรวจก่อนนำไปเข้ารูปเล่มโครงการ	
26 ก.พ. 63	นำส่งรูปเล่มโครงการฉบับสมบูรณ์ พร้อมซีดี 1 แผ่น	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการบริการตัดผมชาย ฟิม & อัม บาร์เบอร์ (ครั้งที่ 1)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
3 ก.ค. 62	เก็บเงิน	1	700.00	1,400.00						1,400.00
6 ก.ค. 62	ค่าปริญเอกสารอนุมัติโครงการ			-	-	-	-			-
21 ส.ค. 62	ค่าปริญเอกสารบทที่ 1-3			-	-	-	-			-
12 ต.ค. 62	ปัตตาเลี่ยนใหญ่ (มีแล้ว)			-	-	-	-			-
12 ต.ค. 62	ปัตตาเลี่ยนเล็ก (มีแล้ว)			-	-	-	-			-
12 ต.ค. 62	กรรไกร (มีแล้ว)			-	-	-	-			-
12 ต.ค. 62	กรรไกรฟันใหญ่ (มีแล้ว)			-	-	-	-			-
12 ต.ค. 62	หวีใหญ่ (มีแล้ว)			-	-	-	-			--
12 ต.ค. 62	หวีเล็ก (มีแล้ว)			-	-	-	-			-
12 ต.ค. 62	หวีซอย (มีแล้ว)			-	-	-	-			-
12 ต.ค. 62	กระปุกแป้ง				1อัน	90.00	90.00			1,310.00
รวม		รวมรายรับ		1,400.00	รวมรายจ่าย		90.00	ยอดคงเหลือ		1,310.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการบริการตัดผมชาย ฟิม & อัม บาร์เบอร์ (ครั้งที่ 1 ต่อ)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
12 ต.ค. 62	กระดาษ A4 รีม	-	-	-	1 รีม	120	120.00	-	-	1,190.00
12 ต.ค. 62	ค่าเครื่องแบบพนักงาน	-	-	-	1 ตัว	200	200.00	-	-	990.00
11 ต.ค. 62	ค่าป้ายไวนิล	-	-	-	1 ผืน	550	550.00	-	-	440.00
12 ต.ค. 62	ค่าเจลแต่งผม (ขวด)	-	-	-	2 กระปุก	20	20.00	-	-	420.00
12 ต.ค. 62	ค่าแป้ง (กระปุก)	-	-	-	2 กระปุก	20	20.00	-	-	400.00
12 ต.ค. 62	ค่าใบมีดโกน (1 รัง)	-	-	-	1 รัง	150	150.00	-	-	150.00
										250.00
18 ต.ค. 62	บริการตัดผมเด็ก (ต่อคน)	3	350.00	1,050.00						1,300.00
	บริการตัดผมผู้ใหญ่ (ต่อคน)	2	450.00	900.00						
รวม		รวมรายรับ		3,350.00	รวมรายจ่าย		1,150.00	ยอดคงเหลือ		2,200.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการบริการตัดผมชาย ฟิม & อัม บาร์เบอร์ (ครั้งที่2)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
19 ต.ค. 62	ชกขอดมา			2,200.00						2,200.00
	บริการตัดผมผู้ใหญ่ (ต่อคน)	2	450.00	900.00						3,100.00
	บริการตัดเด็กเล็ก (ต่อคน)	2	350.00	700.00						3,800.00
รวม		รวมรายรับ		3,800.00	รวมรายจ่าย			ยอดคงเหลือ		3,800.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการบริการตัดผมชาย ฟิม & อัม บาร์เบอร์ (ครั้งที่3)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
20 ต.ค. 62	ชกขอดมา			3,800.00						3,800.00
	บริการตัดผมเด็ก (ต่อคน)	1	350.00	350.00						4,150.00
	บริการตัดผมผู้ใหญ่ (ต่อคน)	2	450.00	900.00						5,050.00
รวม		รวมรายรับ		5,050.00	รวมรายจ่าย			ยอดคงเหลือ		5,050.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการบริการตัดผมชาย ฟิม & อัม บาร์เบอร์ (ครั้งที่4)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
21 ต.ค. 62	ชกขอดมา			5,050.00						5,050.00
	บริการตัดผมผู้ใหญ่ (ต่อคน)	1	450.00	450.00						5,500.00
	บริการตัดผมเด็ก (ต่อคน)	3	350.00	1,050.00						6,550.00
รวม		รวมรายรับ		6,550.00	รวมรายจ่าย			ยอดคงเหลือ		6,550.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการบริการตัดผมชาย ฟิม & อัม บาร์เบอร์ (ครั้งที่ 5)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
22 ต.ค. 62	ชกขอดมา			6,550.00						6,550.00
	บริการตัดผมผู้ใหญ่ (ต่อคน)	2	450.00	900.00						7,450.00
	บริการตัดผมเด็ก (ต่อคน)	2	350.00	700.00						8,150.00
รวม		รวมรายรับ		8,150.00	รวมรายจ่าย			ยอดคงเหลือ		8,150.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการบริการตัดผมชาย ฟิม & อัม บาร์เบอร์ (ครั้งที่6)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
23 ต.ค. 62	ชกขอดมา			8,150.00						8,150.00
	บริการตัดเด็กเล็ก (ต่อคน)	2	350.00	700.00						8,850.00
	บริการตัดผม-แกะลาย (ต่อคน)	1	600.00	600.00						9,450.00
รวม		รวมรายรับ		9,450.00	รวมรายจ่าย			ยอดคงเหลือ		9,450.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการบริการตัดผมชาย ฟิม & อัม บาร์เบอร์ (ครั้งที่ 7)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
24 ต.ค. 62	ชกขอดมา			9,450.00						9,450.00
	บริการตัดผมผู้ใหญ่ (ต่อคน)	1	350.00	450.00						9,900.00
	บริการตัดผมเด็ก (ต่อคน)	2	450 .00	700.00						10,600.00
รวม		รวมรายรับ		10,600.00	รวมรายจ่าย			ยอดคงเหลือ		10,600.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการบริการตัดผมชาย ฟิม & อัม บาร์เบอร์ (ครั้งที่ 8)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
25 ต.ค. 62	ยกยอดมา			10,600.00						10,600.00
	ตัดผมเด็ก (ต่อคน)	1	350.00	350.00						10,950.00
	ตัดผมผู้ใหญ่ (ต่อคน)	3	450.00	1,350.00						12,300.00
	กระดาษ A4 (1รีม)				1	120	120.00			12,180.00
	ค่าเช่ารูปเริ่มโครงการ				1	200	200.00			11,980.00
	ค่าแผ่นซีดี				1	20	20.00			11,960.00
	ค่ากล่องซีดี				1	20	20.00			11,940.00
รวม		รวมรายรับ		12,300.00	รวมรายจ่าย		360.00	ยอดคงเหลือ		11,940.00

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการธุรกิจบริการ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

ได้

ลงทุน	1,400.00 บาท
หักค่าใช้จ่าย	1,510.00 บาท
บวกค่าบริการ	12,050.00 บาท
คงเหลือสุทธิ	11,940.00 บาท

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

1. นายพีระหัตต์ เกิดศิริ

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินงานโครงการธุรกิจบริการ ฟิม & อัม บาร์เบอร์ ลงทุนเป็นจำนวนเงินทั้งหมด 1,400.00 บาท สถานที่ในการออกปฏิบัติคือ ซอยบางปลา 58/15 หมู่ 12 ต.บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานบริการตั้งแต่ 4 มิ.ย. 62 – 26 ก.พ. 2563 ซึ่งการปฏิบัติงานเมื่อหักค่าใช้จ่ายต่างๆ และออกบริการ คงเหลือ 11,940.00 บาท

การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินโครงการ ดังนี้

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

ได้

สรุปตารางการปฏิบัติงานจริง

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน
1.	4 – 18 มิ.ย. 62	1. ประชุมโครงการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา 2. เริ่มทำเอกสารอนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 3. ส่งเอกสารนำเสนออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ
2.	29 มิ.ย. - 12 ก.ค. 62	1. เริ่มทำบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 2. ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์
3.	14 - 29 ก.ค. 62	1. เริ่มทำบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 2. ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจครั้งที่ 1
4.	30 ก.ค. - 26 ส.ค. 62	1. เริ่มทำแผนธุรกิจ บทที่ 3 ให้อาจารย์ตรวจ 2. ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์
5.	28 ส.ค. – 3 ก.ย. 62	1. ส่ง ppt. นำเสนอโครงการ
6.	6 ก.ย. 62	1. ส่งเอกสารบทที่ 1-3 และ ppt ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง

สรุปตารางการปฏิบัติงานจริง(ต่อ)

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน
7.	21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1
8.	9 - 25 ต.ค. 62	ปฏิบัติภาคสนาม 1. ออกแบบป้ายไวนิล 2. ชื่อของเตรียมบริการ 3. บริการตัดผมไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง
9.	28 ต.ค. – 7 พ.ย. 62	1. ส่ง Powerpoint (บทที่ 1-3) เพื่อเตรียม (Present) ครั้งที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ
10.	16 พ.ย. 62	1. นำเสนอ (Present) ครั้งที่ 2
11.	30 พ.ย. – 6 ธ.ค. 62	1. เริ่มทำเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ ปรึกษาตรวจ 2. ส่งเอกสารแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์
12.	13 ธ.ค. 62	1. งาน Atc นิทรรศน์ (แจกแบบสอบถาม)
13.	15 - 20 ธ.ค. 62	1. เริ่มทำบทที่ 4 ให้อาจารย์ตรวจ 2. ส่งเอกสารบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์
14.	19 - 24 ม.ค. 63	1. เริ่มทำบทที่ 5 ให้อาจารย์ตรวจ 2. ส่งเอกสารบทที่ 5 ฉบับสมบูรณ์
15.	25 – 31 ม.ค. 63	1. เริ่มทำบรรณานุกรมให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 2. ส่งบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์
16.	1 – 6 ก.พ. 63	1. เริ่มทำเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจ 2. ส่งเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ฉบับสมบูรณ์
17.	9 – 14 ก.พ. 63	1. เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ สารบัญ ให้อาจารย์ ที่ปรึกษาตรวจ 2. ส่งกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ สารบัญ ฉบับสมบูรณ์
18.	16 – 21 ก.พ. 63	1. เริ่มทำส่วนหน้าปกนำและส่งรูปเล่มโครงการ 2. ส่งเอกสารรวมเล่มโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ก่อนนำไปเข้ารูปเล่มโครงการ
19.	26 ก.พ. 63	นำส่งรูปเล่มโครงการฉบับสมบูรณ์ พร้อมซีดี 1 แผ่น

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. พนักงานขาดความชำนาญและทักษะในการตัดผม
2. พนักงานขาดความรู้และความเข้าใจในขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา

1. ควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการตัดผม เพื่อให้พนักงานมีความชำนาญและทักษะการบริการลูกค้ามากขึ้น
2. ควรศึกษาทำความเข้าใจขั้นตอนการปฏิบัติงานก่อนลงมือปฏิบัติจริง เพื่อลดความผิดพลาดในการให้บริการลูกค้า และสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

บรรณานุกรม

- กรานจณา เสนานุช. (2558). การบริการลูกค้า. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.impressionconsult.comweb/index.php/articles/1442.html>
- กฤษณะ สังการ. (2559). การบริหารคุณภาพการให้บริการลูกค้า. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/164-servicequality2.html>
- กิริติ วงษ์ทองศรี. (2559). การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.sundae.co.th/article/?cmd=article&id=168>.
- เขมจิรา กุลดำ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก <http://newtdc.thailis.or.th/>
- จริยา รอดธรรม. (2558). การสร้างความพึงพอใจในการบริการลูกค้า. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/1173-article-.html>
- ธิดารัตน์ บุญมาก. (2559). ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก <http://thesisavenue.blogspot.com>.
- ภัทรเดช วิบูลย์จันทร์ . (2560) . ศึกษาเรื่องการตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.rcim.in.th/>
- รัฐสภา เมืองทองอ่อน. (2559). สถานะการแข่งขันของธุรกิจร้านเสริมสวยในจังหวัดภูเก็ต. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก http://webportal.pkru.ac.th/data_journals
- รัตญา แซ่เขา. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเสริมสวยของสตรีในกรุงเทพมหานคร. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก <http://mis.nrru.ac.th/gradjournal>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . (2538). ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.utccmbaonline.com>.
- สธารัตน์ เรืองปราชญ์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อบริการร้านเสริมสวยในเขตรังสิต. ค้นหาข้อมูล 1 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.repository.rmutt.ac.th>

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ชื่อโครงการ ฟิม & อัม บาร์เบอร์
แผนงาน นักศึกษาศาखाวิชาการตลาด โครงการกลุ่มธุรกิจบริการ

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นายพีระทัต เกิดศิริ ประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการตัดผมถือว่าเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่งในยุคปัจจุบันนี้ เพราะว่าการตัดผมมีหลากหลายแนวหลายสไตล์และอย่างผมผู้ชายต้องยาวทุก 1-2 เดือนและนั่นเป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมต้องใช้บริการเป็นประจำ ร้านตัดผมจึงเป็นตัวเลือกที่ดีที่สามารถช่วยออกแบบทรงผมให้ตรงกับบุคลิกภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้สามารถเพิ่มความมั่นใจในตัวเองได้โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะเลือกร้านตัดผมที่ใช้เป็นประจำ อันเกิดจากความเชื่อมั่นในตัวช่างตัดผมที่จะเข้าใจและมองในสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการได้

ทางคณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นช่องทางในการทำธุรกิจบริการร้านตัดผมที่สามารถช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและสร้างความมั่นใจในบุคลิกภาพของผู้บริโภค ทางคณะผู้จัดทำโครงการเน้นการบริการตัดผมลูกค้าชาย เพราะมีความเชี่ยวชาญและต่อยอดจากธุรกิจที่ตนเองทำอยู่ในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

4. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
5. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
6. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อปฏิบัติงานทดลองการบริการในสถานที่จริง

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

7. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ
8. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
9. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
10. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจบริการ
11. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
12. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

5. จัดเตรียมเครื่องมืออุปกรณ์และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
6. ทดลองปฏิบัติธุรกิจบริการประเมินผลการปฏิบัติงาน
7. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจบริการตามขั้นตอนที่วางแผนไว้
8. จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

4. สรุปผลการปฏิบัติงานธุรกิจบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน
5. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
6. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	ม.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ	↔								
2. ประชุมวางแผนงานวางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำธุรกิจขายสินค้า		↔							
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และการส่งเสริมการตลาด			↔						
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน							↔		
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน 58/15 หมู่ 12 ต.บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เกือบคนละ 700 บาท รวมเป็นเงิน 1,400 บาท

1. อุปกรณ์

ปัตตาเลี่ยนใหญ่	-	บาท
ปัตตาเลี่ยนเล็ก	-	บาท
ปัตตาเลี่ยน	-	บาท
กรรไกร	-	บาท
กรรไกรฟันปลา	-	บาท
หวีใหญ่	-	บาท
หวีเล็ก	50	บาท
หวีซอย	30	บาท
กระปุกแป้ง	90	บาท
โบมีดโกน	89	บาท
ผ้ากันเปื้อน	110	บาท

2. เบ็ดเตล็ด

ค่าเครื่องแบบพนักงาน 200 บาท ต่อคน 2 คน	400	บาท
ป้ายโฆษณา	500	บาท
รวม	1,269	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
8. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและสร้างประสบการณ์ในธุรกิจการบริการเพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษ
9. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ปัญหาและอุปสรรค

1. การปฏิบัติงานอาจล่าช้า หรือไม่เป็นไปตามแผนงาน
2. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอาจชำรุดเสียหาย

ข้อเสนอแนะ

1. เตรียมความพร้อมของทีมงาน ฝึกปฏิบัติคนให้เกิดความชำนาญก่อนลงปฏิบัติงานจริง
2. ตรวจสอบวัสดุอุปกรณ์ทุกครั้ง ก่อนปฏิบัติงาน

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ ฟิม & อัม บาร์เบอร์

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ผู้รับผิดชอบโครงการ นายพีระทัต เกิดศิริ ระดับชั้น ส2/21 เลขที่3

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
1	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28 มิ.ย.62		
2	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	1-12 ก.ค.62		
3	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	15-31 ก.ค.62		
4	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	1 -30 ส.ค.62		
	แผนธุรกิจ			
	- บทสรุปผู้บริหาร			
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ			
	- ความเป็นมาของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	- วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด			
	- แผนการบริหารจัดการ			
	- แผนการตลาด			
	- แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ			
	- แผนการเงิน			
	- แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง			
5	ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียม นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	2-6 ก.ย.62		
6	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ)	21 ก.ย. 62		

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	1-31 ต.ค.62		
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+ แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	1-8 พ.ย. 62		
9	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย. 62		
10	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	2-6 ธ.ค.62		
11	งาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	13 ธ.ค.62		
12	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	16-20 ธ.ค.62		
	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	13-17 ม.ค.63		
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา))	20-24 ม.ค.63		
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค.63		
15	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติ ผู้จัดทำโครงการ	3-7 ก.พ.63		
16	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	10-14ก.พ.63		
17	กำหนดส่ง ตรวจสอบรูปเล่มโครงการ	17-21ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28ก.พ.63		

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม
- ตัวอย่างแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการที่มีต่อร้าน “ ฟิม & อัม บาร์เบอร์ ”

แบบสอบถามชุดนี้ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการที่มีต่อร้าน “ ฟิม & อัม บาร์เบอร์ ” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการประเภทของธุรกิจบริการ จึงขอความร่วมมือจากทุกท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อความสมบูรณ์ในการทำเอกสารในวิชาโครงการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมายถูกต้องลงในช่องว่าง (✓) ตามความเป็นจริงของท่าน

1. อายุ

() อายุต่ำกว่า 15 ปี

() อายุ 16 – 30 ปี

() อายุ 31 – 45 ปี

() อายุมากกว่า 46 ปี ขึ้นไป

2. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
ปวช.

() อนุปริญญา/ปวส.

() ปริญญาตรีหรือสูงกว่า

3. อาชีพ

() นักเรียน/นักศึกษา

() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว

4. รายได้

() ต่ำกว่า 5,000 บาท

() รายได้ 5,001 – 10,000 บาท

() รายได้ 10,001 – 15,000 บาท

() มากกว่า 15,000 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการที่มีต่อร้าน “ฟิม & อัม บาร์เบอร์”

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมายลงในช่องว่าง (✓) ตามความเป็นจริงของท่าน

5	หมายถึง	ผู้ตอบให้ความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	ผู้ตอบให้ความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	ผู้ตอบให้ความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	ผู้ตอบให้ความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	ผู้ตอบให้ความพึงพอใจน้อยที่สุด

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีคุณภาพ มีมาตรฐาน					
2. อุปกรณ์ที่ใช้มีมาตรฐาน ทันสมัย					
3. มีทรงผมให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย					
ด้านราคา (Price)					
4. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพบริการที่ได้รับ					
5. มีวิธีการชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น ชำระด้วยเงินสด หรือชำระด้วย แอปพลิเคชันของธนาคาร					
6. ราคาเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น ๆ					
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)					
7. ที่ตั้งของร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกใน การเดินทางและหาถ่าย					
8. มีการให้บริการผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Pagefacebook					

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
9. มีการแนะนำทรงผมและบริการจากพนักงาน					
10. มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น ลูกค้ำที่พาเพื่อนมาตัดจะลดราคา 30 %					
ด้านบุคลากร (People)					
11. พนักงานมีทักษะและความชำนาญในการให้บริการ					
12. พนักงานเต็มใจให้บริการ					
13 .พนักงานมีบุคลิกภาพดี สะอาด					
ด้านกระบวนการ (Process)					
14. มีการให้บริการที่รวดเร็ว					
15. มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอย่างชัดเจน					
16. มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่มาใช้บริการและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ					

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
17. ความสวยงามของสถานที่ให้บริการ					
18. ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ					
19. ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ ชัดเจน					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

รายงานผลแบบสอบถาม

โครงการธุรกิจบริการร้าน ฟิม & อัม บาร์เบอร์

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านฟิม & อัม บาร์เบอร์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการประเภทธุรกิจการให้บริการ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 100 คน โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการร้านฟิม & อัม บาร์เบอร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สภาพภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
อายุต่ำกว่า 15 ปี	29	29.0
อายุ 16 – 30 ปี	32	32.0
อายุ 31 – 45 ปี	26	26.0
อายุมากกว่า 46 ปี ขึ้นไป	13	13.0
รวม	100	100.0
2. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	30	30.0
ระดับมัธยมตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	35	35.0
อนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	25	25.0

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี หรือ สูงกว่า	10	10.0
รวม	100	100.0
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	38	38.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	9	9.0
พนักงานบริษัทเอกชน	44	44.0
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	9	9.0
รวม	100	100.0
4. รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	26	26.0
รายได้ 5,000 – 10,000 บาท	26	26.0
รายได้ 10,000 – 15,000 บาท	32	32.0
มากกว่า 15,000 ขึ้นไป	16	16.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านฟิม & อัม บาร์เบอร์ ปรากฏผลข้อมูล ดังนี้

อายุ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีอายุ 16 – 30 ปี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 32.00 อายุอายุต่ำ 15 ปี เป็นร้อยละ 29.00 อายุ 31 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.00 และ อายุ 46 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุ 16 – 30 ปีหรือเทียบเท่า รองลงมาคือ อายุ 15 ปี / อายุ 31– 45 ปี / อายุ 46 ปี ขึ้นไป ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) คิดเป็นร้อยละ 35.00 ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ร้อยละ 30.00 ระดับอนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 25.00 ปริญญาตรี หรือสูงกว่าคิด เป็นร้อยละ 10.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) / รองลงมาคือระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับอนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) / ปริญญาตรี หรือสูง ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 44.00 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 38.00 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.00 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.00 โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา/ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ / เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ

รายได้ประจำเดือน พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีรายได้ 10,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.00 รายได้ 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 รายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้กว่า 10,000 – 15,000 บาท / รองลงมาคือ รายได้ 5,000 – 10,000 บาทขึ้นไป/ และ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/รายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการร้านฟิม & อัม บาร์เบอร์

สามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เปรียบเทียบเท่ากับเกณฑ์ ดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ข้อ	รายการประเมิน	ผลการประเมิน						SD
		5	4	3	2	1	$\bar{X}$	
1	ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีคุณภาพ มีมาตรฐาน	80.00%	16.00%	4.00%	-	-	4.76	0.51
2	อุปกรณ์ที่ใช้มีมาตรฐาน ทันสมัย	80.00%	20.00%	-	-	-	4.80	0.40
3.	มีทรงผมให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย	93.00%	7.00%	-	-	-	4.92	0.26
ด้านราคา (Price)								
4.	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพบริการที่ได้รับ	39.00%	21.00%	34.00%	6.00%	-	3.93	0.99
5.	มีวิธีการชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น ชำระด้วยเงินสด หรือชำระด้วยแอปพลิเคชันของธนาคาร	76.00%	24.00%	-	-	-	4.76	0.43
6.	ราคาเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ	19.00%	42.00%	29.00%	10.00%	-	3.70	0.89

ข้อ	รายการประเมิน	ผลการประเมิน						
		5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)								
7.	ที่ตั้งของร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทางและหาง่าย	28.00%	62.00%	10.00%	-	-	4.18	0.59
8.	มีการให้บริการผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Pagefacebook	59.00%	37.00%	4.00%	-	-	4.55	0.58
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)								
9.	มีการแนะนำทรงผมและบริการจากพนักงาน	51.00%	36.00%	13.00%	-	-	4.38	0.71
10.	มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น ลูกค้าที่พาเพื่อนมาตัดจะลดราคา 30 %	74.00%	26.00%	-	-	-	4.74	0.44
ด้านบุคลากร (People)								
11.	พนักงานมีทักษะและความชำนาญในการให้บริการ	72.00%	25.00%	3.00%	-	-	4.96	0.53
12.	พนักงานเต็มใจให้บริการ	85.00%	15.00%	-	-	-	4.85	0.36
13.	พนักงานมีบุคลิกภาพดี สะอาด	56.00%	44.00%	-	-	-	4.56	0.50
ด้านกระบวนการ (Process)								
14.	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	63.00%	13.00%	21.00%	3.00%	-	4.36	0.92
15.	มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอย่างชัดเจน	91.00%	9.0%	-	-	-	4.91	0.29
16.	มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่มาใช้บริการและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ	30.00%	60.00%	10.00%	-	-	4.20	0.60
ด้านลักษณะทางกายภาพ(Physical Evidence)								
17.	ความสวยงามของสถานที่ให้บริการ	16.00%	53.00%	20.00%	11.00%	-	3.74	0.86
18.	ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ	64.00%	23.00%	12.00%	1.0%	-	4.50	0.75
19.	ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ชัดชัดเจน	28.00%	42.00%	29.00%	1.0%	-	3.97	0.78

หมายเหตุ เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเสนอแนะ โดย John.W.Best ดังนี้

ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	4.50 – 5.00	คือ	มากที่สุด
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	3.50 – 4.40	คือ	มาก
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	2.50 – 3.49	คือ	ปานกลาง
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	1.50 – 2.49	คือ	น้อย
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	1.00 – 1.49	คือ	น้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.83	0.39	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.13	0.77	มาก
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.37	0.58	มาก
4. ด้านบุคลากร	4.56	0.57	มากที่สุด
5. ด้านสภาพแวดล้อมให้บริการ	4.70	0.46	มากที่สุด
6. ด้านสภาพกระบวนการ	4.49	0.60	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.07	0.80	มาก
รวม	4.45	0.58	มาก

จากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้าน ฟิม & อัม บาร์เบอร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.45$) เมื่อพิจารณาตามส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.83$) และด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมาคือด้านบุคลากร อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมาคือด้านกระบวนการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.49$) และด้านราคา อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.13$) และด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.07$) ตามลำดับ

ภาคผนวก ก ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

- ตราสินค้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- เอกสารสื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ
- ประมวลภาพอื่นๆ

- ตราสินค้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

ตราโลโก้บริษัท



โปรโมชั่นของร้าน



ฟิม & อัม บาร์เบอร์
เมื่อสักครู๋ · 📍

...

🎉 ทางร้านได้มีการจัดโปรโมชั่นคือ ทานลูกค้าพาเพื่อนมาตัดจะลดราคา 30%
👉 ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ย. - 30 พ.ย. 2562 👉



ป้ายหน้าร้าน



ฟิม & อัม บาร์เบอร์

	เด็กเล็ก } 350 นักเรียน
	ผู้ใหญ่ 450
	ตัดผม } 600 แกะลาย
โปรโมชั่น ลูกค้า พาเพื่อนมาตัด ลดราคา 30%	

 : ฟิม & อัม บาร์เบอร์

สถานที่ตั้ง
ซอยบางปลา 58/15 หมู่ 12 ต.บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

วัสดุอุปกรณ์



ชุดยูนิฟอร์ม

- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ

ต้อนรับลูกค้า



ให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกทรง



ลงมือให้บริการ



ลูกค้าตรวจเช็คความเรียบร้อย



ชำระเงิน



กล่าวขอบคุณลูกค้า



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นายพีระทัต เกิดศิริ
วัน เดือน ปี	:	29 เมษายน 2543
สถานที่เกิด	:	กรุงเทพมหานคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ