



โครงการธุรกิจบริการ บีเอ็ม ซักรีด
Service Project : BM Laundry service

จัดทำโดย

นางสาวกัญญ์ณัช

หาญจิตต์

นางสาวประภาพร

คำฤทธิ์

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีพระยาศรีสุนทร
ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย	โครงการธุรกิจบริการ บีเอ็ม ซักรีด
ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ	Service Project : BM Laundry service
จัดทำโดย	1. นางสาวกัญญณัช หาญจิตต์ 2. นางสาวประภาพร คำฤทธิ์

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสาร โครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา (ATC.)

(อาจารย์วิษณุ ตรีสะอาด)
อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	โครงการธุรกิจบริการ บีเอ็ม ซักรีด	
	Service Project : BM Laundry service	
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาวกัญญณัฏฐ์	หาญจิตต์
	2. นางสาวประภาพร	คำฤทธิ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วิชชุดมภ์	ศรีสะอาด
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์รัชฎา	ธรรมิสกุล
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562	
.....		

บทคัดย่อ

โครงการ บีเอ็ม ซักรีด เป็นโครงการประเภทธุรกิจการให้บริการ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้วิชาโครงการ 2) เพื่อสร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้ธุรกิจบริการ และการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา 3) เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ 14 มิถุนายน 2562 ถึง 24 กุมภาพันธ์ 2563 รวมปฏิบัติงานบริการ 8 สัปดาห์ สถานที่ดำเนินโครงการ คือ บ้านเลขที่ 220/134 ซ.มังกร ต.แพรกษา อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 6,000.00 บาท หักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และออกบริการคงเหลือ 15,705.00 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คน เท่า ๆ กัน คนละ 7,852.50 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการ 1) การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้วิชาโครงการ 2) สร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้ธุรกิจ

บริการและการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา 3) ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน โครงการ คือ

1) ขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจอาจทำให้แผนงานและงบประมาณผิดพลาด

2) เป็นธุรกิจที่เพิ่งเปิดตัวได้ไม่นานทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า

3) สภาพอากาศแปรปรวนทำให้เกิดผลกระทบระหว่างปฏิบัติงาน เช่น ผ้าไม่แห้ง เนื่องจากฝนตก

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทธุรกิจบริการ

1) ฝึกอบรมบุคลากรและสอบถามผู้เชี่ยวชาญรวมไปถึงค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) ทำการส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ และโฆษณาให้มากขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า

3) ก่อนถึงวันกำหนดส่งผ้าจะมีการโทรแจ้งลูกค้าก่อนล่วงหน้าว่า สภาพอากาศแปรปรวนอาจทำให้ผ้าแห้งช้ากว่าปกติ

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจ/ความคิดเห็น ปรากฏผลดังนี้ จากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้านบีเอ็มชักรีด โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$) เมื่อพิจารณาตามส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ($\bar{X} = 4.58$) รองลงมาคือด้านบุคลากร อยู่ในระดับความพึงพอใจเป็นอย่างมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$) ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับความพึงพอใจเป็นอย่างมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.54$) ด้านราคาและด้านกระบวนการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ($\bar{X} = 4.53$) และด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจเป็นอย่างมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.69$) ตามลำดับ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์วิชชุต์ ศรีสะอาด อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์ คอยตรวจสอบและแก้ไข ตลอดจนให้คำแนะนำและข้อคิดต่างๆมาโดยตลอด รวมทั้งขอขอบคุณอาจารย์ อุดมพร เปตานนท์ ที่ช่วยตรวจสอบแผนธุรกิจ และเพื่อนร่วมกลุ่มที่มีความสามัคคี ร่วมแรงร่วมใจกันทำงานสำเร็จ ล้มคอยให้ความช่วยเหลือในการจัดสถานที่ในการปฏิบัติงานรวมถึงข้อมูลและเทคนิคต่างๆในการปฏิบัติงานให้ได้เสมือนจริง จึงทำให้การจัดทำโครงการในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีคณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณเพื่อนๆที่ดี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงปีที่ 2 สาขาวิชาการตลาดทุกคน ที่คอยช่วยเหลือกันอย่างเต็มที่ คอยให้คำปรึกษาและร่วมกันทำวิชาโครงการจนถึงสำเร็จรวมทั้งขอขอบพระคุณทุก ๆ ท่านที่เกี่ยวข้อง

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการธุรกิจบริการ บีเอ็ม ชักรีด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	3
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ	3
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	8
แนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจ	13
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 P's)	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	25
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	28
แผนการปฏิบัติงาน	31
สถานที่ดำเนินโครงการ	31
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	31
การจัดทำแผนธุรกิจ	32
บทสรุปผู้บริหาร	32
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	33
ความเป็นมาของธุรกิจ	34
การบริการ	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	35
แผนบริหารจัดการ	40
แผนการตลาด	45
แผนการบริการ	49
แผนการเงิน	53
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	64
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	65
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	69
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	73
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	74
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	76
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	76
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	78
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	86
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	92
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	97

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันในยุคนี้ทำให้การประกอบธุรกิจบริการซักรีดเป็นธุรกิจที่ต้องการของสังคมไทยอย่างมาก ผู้คนส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องของความสะอาดสบาย ความเร่งรีบ และประหยัดเวลาเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันดังนั้นธุรกิจบริการซักรีดจึงมีมากขึ้นเพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก ก็สามารถเปิดร้านได้เลยทำให้มีคู่แข่งขึ้นสูง เนื่องจากผู้ประกอบการเกิดการแย่งชิงลูกค้าให้มาใช้บริการร้านซักรีดของตนธุรกิจบริการซักรีดเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวันของผู้คนในยุคนี้เพราะผู้คนส่วนใหญ่จะทำงานนอกบ้านหรือสถานที่พัก อพาร์ทเมนต์, ห้องเช่ามีความคับแคบไม่มีพื้นที่ในการซักผ้า จึงทำให้ไม่สามารถในการดูแลรักษาเสื้อผ้าของตนเองรวมถึงความไม่เอื้ออำนวยของสถานที่ เนื่องจากมีความจำกัดของพื้นที่ในห้องพัก ที่ไม่ได้แยกพื้นที่ซักล้างเอาไว้ผู้คนจึงต้องการอาศัยการบริการจากร้านซักรีดเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับตนเอง ซึ่งการซักรีดแต่ละร้านจะมีการบริการที่แตกต่างกันไป เพราะบางร้านอาจจะให้บริการที่ไม่ได้มาตรฐาน ผ้าไม่เรียบบ้าง มีกลิ่นอับบ้าง รวมถึงการบริการที่ไม่ทันต่อเวลาในการใช้งานของลูกค้า ปัญหาเหล่านี้ มีเพียงไม่กี่ร้านซักรีดเท่านั้นที่จะสังเกตเห็นปัญหาของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งร้านซักรีดเป็นธุรกิจการให้บริการที่ต้องทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในเรื่องของความสะอาด ความหอม ความเรียบของเนื้อผ้า และที่สำคัญที่สุดคือ ความตรงต่อเวลาในการรับส่งเสื้อผ้า เพื่อให้ทันต่อเวลาการใช้งานของลูกค้า

ทางคณะผู้จัดทำโครงการจึงนำธุรกิจบริการซักรีด BM Laundry service มาบริการให้ประชาชนที่มีการใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ ต้องการความสะดวกสบาย ในการทำความสะอาดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มต่างๆทางร้านเรามีความเอาใจใส่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจที่สุดทั้งด้านการบริการ ด้านความสะอาด ราคา รวมถึงการเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน และมีบริการส่งตรงถึงบ้านให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้าทุกท่านร้านของเราการรับประกันว่าจะไม่เกิดปัญหาหลังกาให้บริการร้าน BM Laundry service แน่แน่นอน เพราะเราเล็งเห็นถึงปัญหาของเนื้อผ้าและความสำคัญของลูกค้าเป็นอันดับแรก ธุรกิจร้านซักรีด BM Laundry service มีสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน, คอนโด , อพาร์ทเมนต์ต่างๆ มีแนวโน้มว่าจะมีการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ในการลงทุนทำธุรกิจซักรีด เป็นธุรกิจที่ลงทุนไม่มาก เนื่องจากทางกิจการของร้านซักรีด BM Laundry service เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ทำธุรกิจอยู่ที่บ้าน จึงไม่ต้องลงทุนเยอะ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. เพื่อให้เห็นภาพรวมของการดำเนินธุรกิจทั้งหมด
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

1. กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัท ที่ไม่มีเวลาว่าง ในการทำงาน บ้านของตนเอง

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. ได้ประสบการณ์ในธุรกิจการบริหารและบริการร้านซักรีด
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์มีความร่วมมือกันจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดียิ่งขึ้น

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการประเภทธุรกิจบริการบีเอ็มซีกริด คณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจ
4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 P's)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

ความหมายของการบริการ “การให้บริการ” ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญในการบริหารงานในลักษณะ งานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชนโดยตรงโดยหน่วยงาน และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการส่งต่อการบริการ (Delivery Service) ให้แก่ผู้รับบริการ มีนักวิชาการให้แนวความคิดเกี่ยวกับ “การให้บริการ” ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546 :344) กล่าวว่า การบริการ (Service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า สมวงศ์พงศ์สถาพร (2546 :47) การบริการหมายถึง “กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้บริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ โดยความหมาย ดังกล่าวข้างต้นสามารถพิจารณาความสำคัญของคำต่างๆ ได้ดังนี้

1. กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ (Delivery Activity) หมายถึง การดำเนินการหรือการกระทำ (Performance) ใดๆ ของธุรกิจให้บริการอันเป็นผลให้ผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตรงความต้องการของลูกค้า

2. สินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) หมายถึงการบริการซึ่งเกิดจากกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ ซึ่งได้แก่คำปรึกษาการรับประกัน การให้บริการความบันเทิงการให้บริการทางการเงิน เป็นต้น

3. ความต้องการของผู้รับบริการ (Customer Need and Want) หมายถึง ความจำเป็นและความปรารถนาของลูกค้าที่คาดหวังว่าจะได้จากบริการนั้นๆ

4. ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ ดังนั้น ในการบริการแต่ละประเภทจะประกอบด้วยส่วนประกอบต่างๆ

มากมายมารวมกันทั้งที่มองเห็นได้และไม่มีตัวตนซึ่งการแบ่งว่าอะไรเป็นคุณสมบัติหลักและคุณสมบัติเสริมจะทำให้ลูกค้าคาดหวังคุณสมบัติใดบ้าง และตอบสนองต่อความต้องการเหล่านั้นในการกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจบริการ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือต้องพิจารณาว่าธุรกิจให้ประโยชน์หลักและประโยชน์เสริมอะไรให้แก่ลูกค้า โดยที่คุณสมบัติหลักของการบริการจะเป็นสิ่งพื้นฐานที่ลูกค้าต้องได้รับจากการบริการนั้นๆ ลูกค้าจะไม่มีคาดหวังจากคุณสมบัติหลักของบริการ ซึ่งธุรกิจบริการจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติหลักของบริการ ให้สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งคุณสมบัติส่วนเสริมเป็นสิ่งหลักที่ลูกค้าคาดหวังว่าต้องได้รับการซื้อโดยลูกค้าจะไม่คาดหวังจากคุณสมบัติหลักจากแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการแสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของการให้บริการนั้น คือ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้นการที่จะวัดว่าการให้บริการบรรลุเป้าหมายหรือไม่วิธีหนึ่งคือการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เพราะการวัดความพึงพอใจนี้เป็นการตอบคำถามว่า ธนาคารที่ให้บริการฯ มีความสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการได้หรือไม่มากน้อยเพียงใดและอย่างไร พอสรุป ความหมายของการบริการได้ว่าเป็นการปฏิบัติรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้า บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้หรือแสดงความเป็นเจ้าของได้แต่สามารถที่จะถูกรับรู้ในเชิง ความพึงพอใจและสามารถช่วยรักษาลูกค้าไว้ได้

วิชาญ ฤทธิรงค์ (2528 อ้างถึงใน สามารถ ยิ่งคำแหง, 2553, หน้า 15) ได้ชี้แนะว่า การให้บริการและการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับความพอใจอยากที่จะมาใช้บริการอีกควรดำเนินการ ดังนี้

1. พนักงานต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย
2. ต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน
3. พนักงานมีความรอบรู้ในหน้าที่ บริการด้วยความรวดเร็วมีความกระตือรือร้น
4. ควรมีการสืบหาข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่างๆ เพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสม
5. การให้บริการลูกค้าจะต้องดูถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ
6. สถานที่ทำการต้องดูแลให้สะอาด มีการจัดที่พักรอสำหรับลูกค้า
7. หมั่นออกเยี่ยมลูกค้าหรือธุรกิจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
8. สร้างสื่อสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อลูกค้าชนิดปากต่อปากซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลที่สุด
9. การพัฒนาระบบงานโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา
10. ให้คำแนะนำด้านวิชาการและการตลาดแก่ลูกค้า

กุลชน ธนาพงศ์ธร (2530 อ้างถึงใน ทันดร ธนะกุลบริรักษ์, 2552, หน้า 303) กล่าวว่า หลักการให้บริการ ได้แก่

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การให้การให้นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมด

ไม่ใช่ เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มบุคคลโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากไม่เกิดประโยชน์สูงสุดใน การ เอื้ออำนวยประโยชน์บริหารแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินการนั้นๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการทุกคนอย่างสม่ำเสมอ และเท่าเทียมกันไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งในลักษณะแตกต่างจากบุคคลอื่น ๆ อย่างชัดเจน

4. หลักความประหยัดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการ จะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวกบริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากในให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากจนเกินไป สรุปได้ว่า การให้บริการ คือ การปฏิบัติรับใช้หรือการให้ความสะดวกต่าง ๆ ที่คนกลุ่มหนึ่ง จะเสนอให้คนอีกกลุ่มหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งจะต้องประกอบด้วย ความตั้งใจและความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการต่อการบริการนั้นๆ รวมถึงการให้บริการที่ได้รับการปรับปรุงให้ทัน กับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ศิริพงศ์ พุทธิพันธุ์ และ พยัค วุฒิรงค์ (2547, หน้า 57 -58) สรุปประเด็นเกี่ยวกับ ความพึงพอใจดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกกับความคาดหวัง
2. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกกับสิ่งเร้า
3. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกหรือทัศนคติกับสิ่งที่ได้รับ
4. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบประสบการณ์กับการคาดหวัง

กัลธิมา เหลืองอร่าม, นิธิวดี เหลืองอ่อน และปัญญา มั่นบำรุง (2545, หน้า 18) ได้ กล่าวถึง ความพึงพอใจต่อการให้บริการและการจงใจว่าบุคคลส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นสิ่งเดียวกัน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วความพึงพอใจเป็นความรู้สึกต่อการให้บริการ ส่วนการจงใจมาใช้บริการนั้นเป็นผลที่เกิดจากความรู้สึก ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการความแตกต่างที่เห็นได้ ชัดเจนคือ ความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่มีต่อการให้บริการของบุคคลในองค์กรเป็นเป้าหมาย แต่แรงจูงใจนั้นมีจุดหมาย อย่างไรก็ตาม ทั้งสองเรื่องไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนด้วย เหตุผล สอง ประการคือ ประการที่หนึ่ง ความพึงพอใจนั้นเป็นความพึงพอใจที่ตอบสนองสิ่งที่ชอบหรือไม่ชอบ

และเราถือว่าคนเราพยายามเข้าใจสิ่งที่ตนพอใจ และความพยายามหลีกเลี่ยงห่างสิ่งที่ตนไม่พอใจ ซึ่งเป็นผลให้ความพึงพอใจเชื่อมโยงกับพฤติกรรมในการมุ่งใจมาให้บริการ 14

ประการที่สอง ทฤษฎีการมุ่งใจทั้งหลายอยู่ภายใต้ข้อสมมติฐานในเรื่องความพึงพอใจซึ่งหมายความว่า แต่ละคนจะถูกมุ่งใจให้มุ่งหาสิ่งที่ตนพึงพอใจอันก่อให้เกิดผลที่ว่า ทฤษฎีการมุ่งใจนั้นยังต้องพิจารณาในเรื่อง ความพึงพอใจควบคู่ไปด้วย ความพึงพอใจมีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่งความหมายของความพึงพอใจในการบริการสามารถจำแนกออกเป็น 2 ความหมายใน ความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจผู้บริโภคหรือผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของ ผู้ให้บริการความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการ และกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของ การให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือ ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบ ดังกล่าวขอมนำมา ซึ่งความพึงพอใจในการบริการนั้น หากเป็นไปได้ในทางตรงกันข้าม การรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการ ได้รับจริงไม่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พอใจต่อ ผลิตภัณฑ์บริการและนำเสนอบริการนั้นได้

จากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้น สรุปว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคือ ความรู้สึกอารมณ์ ที่มีความสุข ความยินดี ทางจิตใจที่เกิดขึ้นเป็นผู้รับบริการ ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวเกิดจากการที่ผู้รับบริการได้รับการตอบสนองความต้องการเป็นผู้ตอบสนองเอง หรือผู้อื่นตอบสนองให้ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นระดับใดขึ้นอยู่กับปริมาณการตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นได้ครบถ้วนเพียงใด เช่นความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าและบริการ

นิคม เอี่ยมสะอาด (2539, หน้า27) กล่าวไว้ว่า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้า กับผู้ขายนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายแต่ผู้ให้บริการจะต้องได้รับการอบรมและชี้แจงให้ทราบ

ถึงนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี โดยมีแนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ 14 ประการ ดังนี้

1. รักษาความสัตย์สุจริตที่ไว้ให้กับลูกค้า การประกอบธุรกิจใด ๆ ก็ตามมักจะต้องมี การนัดหมายในการให้บริการต่าง ๆ เช่น บริการหลังการขายหรือบางครั้งถ้าสินค้าเป็นเรื่องของการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ถ้าลูกค้ามีปัญหาใดก็ตามองค์กรหรือผู้บริการจะต้องให้ความสนใจในการให้บริการ เมื่อมีการนัดหมายจะให้บริการเมื่อใดก็ตามหรืออย่างไรก็ตาม องค์กรนั้นจะต้อง ทำตามการนัดหมายหรือข้อตกลงนั้น ๆ โดยไม่บิดพลิ้วและควรให้บริการอย่างรวดเร็ว อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างมีประสิทธิภาพด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส มีความนอบน้อมโดยไม่มีการบ่นถึง 15 ความเหนื่อยยากหรือสิ่งเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ การกระทำเช่นนี้ ถือว่าเป็นกฎข้อแรกของผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นกฎเกณฑ์ ในการให้บริการลูกค้า

2. ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในไม่เกิน 5 นาที การรับโทรศัพท์ช้า ถือว่าเป็นการทาลายภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัท

3. การตอบรับในเรื่องได้รับเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ ภายใน 2 วัน เอกสารบางอย่างที่ส่งมายังบริษัทอาจจะไม่จำเป็นต้องตอบ แต่เอกสารที่เกี่ยวกับการขอให้บริการหรือสอบถามบริการ หรือข้อแนะนำต่าง ๆ ที่มีต่อบริษัทควรจะได้รับ การตอบรับทันทีภายใน 2 วัน อาจจะมีเอกสารบางอย่างที่ไม่สามารถตอบได้ภายใน 2 วันนั้น ผู้บริการจะต้องมีการตั้งเป้าหมายที่แน่ชัดว่าจะเสร็จเมื่อใด เจ้าของหรือบุคคลอ้างอิงในจดหมายหรือเอกสารนั้น ควรจะเป็นผู้ตอบหรือมีลายเซ็นที่แสดงว่าได้ตอบแล้วมิใช่ผู้อื่นตอบ

4. ไม่ควรให้ลูกค้ารอคอยนานเกิน 5 นาที การให้ลูกค้ารอคอยเป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้า เป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจของลูกค้าทั้งนี้เพราะลูกค้าจะรู้สึกว่าบริการนั้นมีราคาแพง ทั้งที่ไม่มีตัวเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นการที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการอย่างรวดเร็วจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจ

5. ผู้ให้บริการทุกคนต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า การติดต่อหรือทำธุรกิจกันทุกครั้งผู้ให้บริการจะต้องให้เกียรติแก่ลูกค้า แสดงกิจกรรมารยาที่ดีกับลูกค้า และต้องแสดงความอ่อนหวานราบรื่นทุตลอดจนคำขอบคุณที่ลูกค้าซึ่งพบว่ามีมันต์ขลังในการดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก

6. เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้นรับไปหาลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะมาหาความผิดพลาดหรือ ข้อบกพร่องบางประการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอ เช่น บริษัทได้ให้สัญญาแก่ลูกค้าว่าจะส่งมอบของ ภายในระยะเวลาหนึ่ง หรือการสัญญาว่าจะซ่อมสินค้าที่ซื้อไปให้เสร็จภายในเวลาที่กำหนดแต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากเหตุสุดวิสัยต่างๆ ในสถานการณ์นี้จำเป็นต้องอย่างยั้งที่ผู้ให้บริการจะต้องรับผิดชอบและ

ลูกค้าทราบก่อนที่ลูกค้าจะพบหรือทราบว่าผู้ให้บริการไม่สามารถทำตามที่ลูกค้าคาดหวังได้ การกระทำเช่นนี้จะสามารถลดความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าได้

7. ระบบการทำงานจะต้องมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งหมายถึง ระบบการให้บริการต่างๆ จะต้องอยู่ในสภาพดี ทำงานได้ตลอดเวลา เช่นเครื่องรับโทรศัพท์ เครื่องทำน้ำอุ่น หรือลิฟต์ของ โรงแรมจะต้อง อยู่ในสถานภาพที่ทำงานได้ตลอดเวลา มีการตรวจสอบตลอดเวลาหากมีปัญหาต้องได้รับการแก้ไข ทันที ถ้าสภาวะทางด้านลบเหล่านี้เกิดขึ้นอันเนื่องจากความไม่น่าเชื่อถือของระบบย่อมจะมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อองค์กร และยังสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ

8. การแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว หมายถึง การที่ไม่ควรให้ความผิดพลาดในเรื่องเดียวกันเป็นครั้งที่สองโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้ารายเดียวกัน เช่น ลูกค้าแจ้ง 16 ว่ายอดเงินฝากผิดพลาดหรือสะกดชื่อ หรือนามสกุลผิดพลาดธนาคารก็ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหา นั้นได้ทันที ยังคงมีความผิดพลาดนั้นๆ เกิดขึ้นเหมือนเดิม

9. พนักงานทุกคนจะต้องเป็นผู้รู้ คือ รู้ข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับงานสินค้า

10. พนักงานที่ต้องติดต่อทำงาน หรือให้บริการลูกค้าจะต้องเป็นผู้สามารถตัดสินใจเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมีอิสระจากการดำเนินของผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีการเอาใจใส่ใส่ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจเพียงใด

11. ในสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ หรือบริการพิเศษเล็ก ๆ หลักการข้อนี้สามารถสร้างได้ทั้ง ความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การแจกหรือแถมเมื่อซื้อสินค้าภายในวงเงินหนึ่ง

(อ้างอิงจาก <http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Marketing2557/>)

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารทายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไรมีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไรรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด ซึ่งจะขอกล่าวเป็นตอน ๆ ดังนี้

กระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด ซึ่งจะขอกล่าวเป็นตอน ๆ ดังนี้

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

นิตยาพร เสมอใจ (2550 : 18) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรม การตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สุปัญญา ไชยชาญ (2550 : 51) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์ และภาวนา สอนพลู (2552 : 241) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

ธนกฤต วันตะเมธ (2554 : 90) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทิ้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่างๆ ของผู้บริโภค

ชูชัย สมิทธิไกร (2554 : 6) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

ปณิศา มีจินดา (2553:10) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภค ผลลัพธ์ทั้งผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่งๆบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการขอ/พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้การประเมินผลในสินค้าหรือบริการจากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ สามารถแยก ได้ดังนี้

- 1.มีการแสดงกิริยาอาการของบุคคลด้วยการเดินทางไปจับจ่ายหาซื้อ และใช้สินค้าหรือบริการตามความต้องการของบุคคล

- 2.พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อการพิสูจน์ความต้องการ การตรวจสอบ การแสวงหาข่าวสาร การจับจ่าย และการพุดคุยเพื่อค้นหาคำยืนยัน

- 3.บุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่เป็นครอบครัวแม่บ้าน หรือซื้อไปเป็นของขวัญให้บุคคลอื่น

กัลยกร วรกุลฐานันท์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553 : 90) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อบัณฑิตด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภคได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายในและภายนอกจึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอะไร อย่างไร และทำไม

3. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย เพื่อตอบสนองความต้องการ (เจ้าของสินค้า)

สุปัญญา ไชยชาญ (2550 : 51-57) ให้กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า อาการที่แสดงออกในการซื้อของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการซื้อแบบเป็นปกติกิจ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคทำการซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะต้องซื้อเป็นประจำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะทั่วไป มีราคาต่อหน่วยต่ำ มีวางจำหน่ายทั่วไป ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อโดยไม่ยุ่งยากแต่อย่างใด

2. พฤติกรรมการซื้อแล้วลดความกังวลใจ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภค รู้จักดี และรู้ว่ามีความแตกต่างระหว่างตราหือ น้อยมาก แต่ผู้บริโภคก็ยังตัดสินใจได้ยากในการซื้อ เพราะเป็นประเภทที่มีราคาและความเสี่ยงสูง มีการซื้อเป็นครั้งคราว

3. พฤติกรรมการซื้อแบบซับซ้อน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภคมีความคุ้นเคย มีราคาสูง มีความเสี่ยงสูง แต่มีความถี่ในการซื้อต่ำมาก บางครั้งมีการซื้อเพียงครั้งเดียวตลอดอายุของผู้บริโภค ก่อนการลงมือซื้อ ผู้บริโภคต้องแสวงหาสารสนเทศ เพิ่มเติมอีกจำนวนมากเกี่ยวกับประเภทและตราผลิตภัณฑ์เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น บริโภคที่จะลงมือซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลมาใช้ เป็นต้น

4. พฤติกรรมการซื้อแบบแสวงหาความหลากหลาย ผู้บริโภคบางกลุ่มเมื่อจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความยุ่งยากน้อย ก็ยังถือว่าตราผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอยู่ ไม่อยากซื้อตราเดิม พฤติกรรมการซื้อจึงมีการเปลี่ยนเป็นตราใหม่เสมอๆ เพราะอยากหลุดพ้นจากความจำเจซ้ำซากอยากลองของใหม่จากความหมายดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ “การแสดงอาการที่เป็นกระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การประเมินผลสินค้าหรือบริการ จากการได้มาตามความต้องการและคาดหวังของผู้บริโภค” โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทของผู้บริโภค สามารถจำแนกได้ 4 กลุ่มดังนี้

1. ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลและองค์กร

1.1 ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลมักจะซื้อสินค้าไปใช้ในครัวเรือนของเขา เช่น ซื้อแป้ง สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก หรือซื้อไปเป็นของขวัญให้กับคนรักการซื้อและใช้นี้ต้องเป็นบุคคลสุดท้ายมิได้นำไปผลิตหรือขายต่อ

1.2 องค์กรในที่นี้คือนิติบุคคลที่จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไร จัดซื้อสินค้าหรือบริการไว้ใช้ในกิจการของตนเอง

2. ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลที่แท้จริง ผู้บริโภคที่มีศักยภาพและผู้บริโภคที่ไม่แท้จริง

2.1 ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลที่แท้จริง หมายถึง บุคคลที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านค้าใดร้านค้านั้นเป็นประจำสม่ำเสมอ

2.2 ผู้บริโภคมีศักยภาพในการซื้อ หมายถึง บุคคลที่พร้อมจะซื้อสินค้าหรือบริการแต่ยังได้รับการจูงใจหรือข้อมูลในสินค้าหรือบริการยังไม่เพียงพอ

2.3 ผู้บริโภคไม่แท้จริง หมายถึง บุคคลที่ไม่มีความต้องการในสินค้าหรือบริการทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

3. ผู้บริโภคที่เป็นอุตสาหกรรมและเป็นครัวเรือน

3.1 ผู้บริโภคที่เป็นอุตสาหกรรม หมายถึง ธุรกิจที่ซื้อสินค้าหรือบริการไปขายต่อหรือผลิตต่ออีกทอดหนึ่งประกอบด้วยพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ตัวแทนจัดจำหน่ายหรือเป็นหน่วยงานรัฐบาล ธุรกิจที่ผลิตต่อประกอบด้วย โรงงานอุตสาหกรรม งานเกษตรกรรมซื้อวัตถุดิบนำไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปอีกทอด

3.2 ผู้บริโภคที่เป็นครัวเรือน หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจซื้อสินค้าหรือบริการไว้ให้สมาชิกในครอบครัวใช้ เช่น แม่บ้าน

4. ผู้บริโภคที่เป็ผู้คาดหวัง ในที่นี้คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่นักการตลาดต้องการจะเข้าถึง ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยหลายประการที่สอดคล้องกับสินค้าของเขา

ลักษณะของการเกิดพฤติกรรมผู้บริโภค มีลักษณะดังนี้

1.เกิดจากการจูงใจ การแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค มักมีจุดมุ่งหมายคือ ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของตนเอง เช่น แรงจูงใจเกิดจากความสะดวกสบายในการเดินทางไปทำงานด้วยการซื้อรถยนต์นั่ง จะแสดงพฤติกรรมด้วยการขยันทำงานเก็บเงินหรือสรรหาแหล่งเงินผ่อนมาซื้อ เพื่อให้ได้สิ่งของที่ต้องการ ลักษณะการแสดงพฤติกรรมอาจมีลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้

1.1 ทำหน้าที่ให้เสร็จ เช่น ต้องการซื้อช็อคโกแลตไม่เพื่อแสดงความยินดีเมื่อเพื่อนสำเร็จการศึกษา หรือซื้อสิ่งของบำรุงสุขภาพให้คนไข้ เพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นห่วงเป็นใยเมื่อไปเยี่ยม

1.2 มีจุดมุ่งหมายมากกว่าหนึ่ง เช่น ต้องการซื้อรถยนต์คันแรกประสงค์ที่สามารถปรับเป็นห้องสำนักงานและใช้บรรทุกสิ่งของได้ หรือต้องการเครื่องปั้นอาหารที่สามารถใช้ได้หลายๆ ลักษณะ

1.3 มีจุดมุ่งหมายสลับซับซ้อน เช่น นักศึกษาต้องการขอเงินผู้ปกครองไปเที่ยวด้วยการช่วยผู้ปกครองทำงานบ้านแทน เพื่อให้ผู้ปกครองเห็นใจและยินดีจ่ายเงินให้หรือ ร้านค้าหาบเร่แผงลอยยอมจ่าย เงินค่าคุ้มครอง เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการทำมาหากิน

2. เกิดจากบทบาทของผู้บริโภคในหลาย ๆ ลักษณะดังนี้

2.1 เป็นผู้ซื้อในที่นี้อาจซื้อจากคำสั่งจากคนอื่น หรือซื้อเพื่อใช้เอง หรือซื้อเพื่อใช้เป็นของขวัญให้แก่คนรัก

2.2 เป็นผู้ใช้ ในที่นี้คือมีบุคคลอื่นซื้อมาให้ เช่น พ่อแม่ซื้อของมาให้ลูกใช้ ซึ่งผู้ใช้อาจไม่มีอำนาจซื้อก็ได้

2.3 ผู้ริเริ่ม คือ ผู้สร้างแนวคิดในสินค้าหรือบริการให้ตลาดยอมรับ โดยให้คำแนะนำหรือทำให้เกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.4 ผู้นำหรือผู้มีอิทธิพลในการชักจูงใจให้มีการตัดสินใจซื้อ คือ ผู้มีอำนาจหรือมีอิทธิพลจูงใจให้ผู้อื่นได้ปฏิบัติตามการซื้อตามผู้นำ โดยการแนะนำหรือใช้ข้อความข่าวสาร หรือสร้างแรงกระตุ้นชักจูงให้ผู้ตามกลุ่มมีการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.5 ผู้ตัดสินใจซื้อในระบบครอบครัว ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ในบ้านมักเป็นแม่บ้าน ไม่ว่าจะเป็นของใช้ในครัว ของใช้สำหรับเด็กเล็กหรือแม้แต่เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายของพ่อบ้านด้วยก็มี แต่ถ้าเป็นสินค้าใหญ่ๆ ราคาแพง

3. เกิดจากกิจกรรมหลายอย่างจากการซื้อดังนี้

3.1 เกิดความสนใจจากการดูภาพยนตร์โฆษณา หรือการจัดแสดงสินค้า หรือเพื่อนแนะนำให้ซื้อและใช้

3.2 สรรหาข้อมูลจากการเยี่ยมชมร้านค้าด้วยการพูดคุย หรือถกปัญหากับพนักงานขายในร้านค้า หรือพูดคุยในครอบครัว หรือถกปัญหากับเพื่อนๆ

3.3 ประเมินทางเลือกโดยตอบปัญหาในหัวข้อต่อไปนี้คือ ซื้อสินค้าอะไร ที่ไหน เมื่อใด วิธีใด ใช้ตราอะไร สินค้าชนิดไหน จากผู้ขายรายใด และต้องจ่ายเงินอย่างไร

3.4 ตัดสินใจซื้อด้วยการตกลงในรายละเอียดต่าง ๆ เช่น การชำระเงิน สถานที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ

3.5 ปฏิบัติหลังการซื้อ ทดลองใช้สินค้า จัดการเกี่ยวกับที่เก็บรักษาสินค้า การบำรุงรักษา จัดการเตรียมซื้อในครั้งต่อไป การจัดการกับขยะมูลฝอยที่เกิดจากการใช้สินค้า

4. เกิดจากปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อให้ง่ายขึ้น ดังนี้

4.1 เลือกสินค้าหรือบริการที่น่าพอใจมากกว่าเลือกสิ่งที่ดีที่สุด

4.2 เชื่อในคำแนะนำในการซื้อสินค้าหรือบริการจากศูนย์อิทธิพล

4.3 เชื่อถือในตราหือหรือชื่อสตัยในการซื้อสินค้าหรือบริการ

5. เกิดจากความแตกต่างระหว่างบุคคล บุคคลแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ลักษณะ เช่น บุคลิกภาพ วิธีการดำเนินชีวิต สถานภาพ เพศ อายุ ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกันด้วย เช่น บุคคลที่มีความทะเยอทะยานจะใฝ่หาความสะดวกสบาย ที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมากกว่าบุคคลอื่นๆ

6. เกิดจากการลงทุน การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีลักษณะคล้ายๆ กับนักธุรกิจคือ มีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหาผลประโยชน์จากการลงทุน ดังนี้

6.1 ลักษณะการลงทุนจากการซื้อประกอบด้วย

(1) ต้องใช้เวลาในการเสาะแสวงหาสินค้าที่ต้องการ

(2) ต้องใช้ร่างกายในการเดินทาง

(3) ต้องการให้สังคมรับรู้ว่าคุณซื้อสินค้าจากร้านที่มีระดับ เช่น ซื้อสินค้าในร้านค้าที่มีชื่อเสียงมากกว่าร้านหาบเร่แผงลอย ราคาแพงกว่าอื่นๆ ที่สินค้าเหมือนกัน

(4) ต้องใช้จิตใจ เช่น ความอดทนในการเดินทาง ความอดกลั้นในการรอคอยสินค้า

6.2 มีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหาผลประโยชน์ ดังนี้

(1) ความพึงพอใจที่ได้รับสูงสุดจากการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

(2) ความคุ้มค่า คุ้มราคาจากการตัดสินใจซื้อ

(3) ความสะดวกสบายหลังจากใช้สินค้า หรือพึงพอใจมากกว่าที่คาดหวัง

4. ได้รับการยกย่องนับถือจากสังคมจากการเลือกซื้อสินค้าให้ห้างที่มีความหรูหราและมีระดับ การลงทุนในภาคธุรกิจอาจมีการขาดทุนได้ คือลงทุนไปแล้วแต่ได้ผลตอบแทนจากการลงทุนไม่คุ้มค่า การบริโภคของผู้บริโภคก็เหมือนกัน อาจได้รับการขาดทุนในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

(4.1) ซื้อสินค้าหรือบริการมาแล้วได้ประโยชน์น้อย หรือไม่ได้ประโยชน์เลยทำให้เสียเงินโดยเปล่าประโยชน์

(4.2) ได้รับอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการ เช่น มีสารพิษตกค้างในร่างกายจากการบริโภคสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ หรือได้รับบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการทำลาย หรือเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม

(4.3) ได้รับการประณามจากสังคม หรือถูกสังคมเหยียดหยามจากการใช้สินค้า หรือบริการ เช่น การซื้อยาเสพติด หรือซื้อบริการทางเพศกับเด็กๆ

(4.4) เกิดความวิตกกังวลในการใช้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ เช่น ซื้อบ้านมาหลังหนึ่งมาอยู่ภายหลังว่า โครงสร้างฐานที่เป็นเสาเข็มไม่มีคุณภาพ ต้องวิตกกังวลกลัวว่าหลังคาจะหล่นมาทับเมื่อไรก็ตายเมื่อนั้น(อ้างอิงจาก) <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0>

3. แนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ หรือ Business Plan นั้น เป็นเสมือนกรอบแนวทางที่ทำให้การดำเนินการธุรกิจเป็นไปตามแผนงานที่วางเอาไว้ ทำให้ผู้ประกอบการทั่วไปจนถึงผู้ประกอบการรายใหม่มีความคิดและเป้าหมายที่ชัดเจน ในขณะเดียวกันสำหรับผู้ประกอบการที่กำลังคิดจะขยายกิจการแผนธุรกิจก็เป็นปัจจัยสำคัญ ที่ผู้ประกอบการตัดสินใจของผู้ร่วมทุน หรือสถาบันการเงินที่จะขอกู้ยืมเงินอีกด้วย แผนธุรกิจจึงถือเป็นสิ่งสำคัญในการจะประกอบธุรกิจทั้งการจัดทำก็ยังวิธีที่ค่อนข้างซับซ้อน ทำให้การที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นเพราะการทำแผนธุรกิจที่ไม่ดีอาจส่งผลกระทบต่อกิจการในระยะยาวได้ การจะเขียนแผนธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องมีการเตรียมพร้อมขั้นพื้นฐานก่อนจะอธิบายเทคนิคดังกล่าวควบคู่ไปกับส่วนองค์ประกอบของแผนธุรกิจ ดังต่อไปนี้

แนวคิดในการทำแผนธุรกิจ

- แนวคิดธุรกิจ (What): อธิบายแนวคิดธุรกิจให้ชัดเจนว่าทำธุรกิจอะไร มีความแตกต่างจากธุรกิจอื่นๆที่มีอยู่อย่างไร

- ลูกค้าเป้าหมาย (Who): ระบุลูกค้าเป้าหมายหลักของโครงการว่าจะขายใครรายได้ควรอยู่ที่เท่าไรและจะ เข้าถึงลูกค้ากลุ่มนั้นได้อย่างไร

- ที่ตั้งโครงการ (Where): ระบุทำเลที่ตั้งของโครงการให้ชัดเจนพร้อมลักษณะโดยรอบของทำเลที่จำ เป็นในการพัฒนาโครงการลักษณะทางกายภาพ และข้อกำหนดทางกฎหมายของที่ดินแปลงดังกล่าว

- รูปแบบการดำเนินธุรกิจว่าจะดำเนินการอย่างไร (How): อธิบายรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่จะทำ

- ใช้เงินลงทุนและผลตอบแทน (How Much): สรุปว่าธุรกิจนี้ต้องใช้เงินลงทุนเท่าไร หลักๆแล้ว ใช้กับอะไรแหล่งรายได้หลักมาจากไหน อะไรบ้างและผลตอบแทนจากโครงการนี้จะเป็นเท่าไรระยะเวลาคืนทุนจะเป็นกี่ปีจะหาแหล่งเงินทุน จากไหน มีความเสี่ยงอะไรบ้าง

-ทำไมถึงคิดว่าธุรกิจที่จะทำถึงจะมีลูกค้ามาใช้บริการ (Why): อธิบายว่าทำไมถึงคิดว่าธุรกิจนี้จะประสบความสำเร็จด้านยอดขายตามแผนที่วางไว้ทำไมถึงมั่นใจ ใจได้ว่าธุรกิจนี้ไปได้สวย แนวคิดในการวางแผนและการวิเคราะห์โครงการวิเคราะห์และประเมินโครงการ (Project Analysis and Appraisal) คือ กระบวนการรวบรวมวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องในระหว่างโครงการ ที่เน้นการคาดคะเนถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการมีโครงการแล้วพิจารณาตัดสินใจสมควรจะดำเนินการตามโครงการนั้นหรือไม่ เมื่อศึกษาความเป็นไปได้ เบื้องต้นของโครงการแล้วขั้นตอนต่อมาคือการศึกษาความเป็นไปได้โดยละเอียด (Feasibility Study) คือ การศึกษาและการจัดทำเอกสารที่ประกอบด้วยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (Justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Soundness) ของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีคือโครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการมีวัตถุประสงค์ ให้ผู้ตัดสินใจมีข้อมูลพื้นฐานเพียงพอที่จะตัดสินใจจะลงทุนในโครงการนั้น หรือไม่ซึ่งการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะประกอบไปด้วยการศึกษาในด้านต่างๆ

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
2. ประวัติโดยย่อของกิจการ
3. การวิเคราะห์สถานการณ์
4. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ
5. แผนการตลาด
6. แผนการจัดการและแผนกำลังคน
7. แผนการผลิต
8. แผนการเงิน
9. แผนการดำเนินงาน
10. แผนฉุกเฉิน

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหาร)ผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล) เป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่าจะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ หนึ่ง ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ สอง ต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือหนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถันเนื้อหาในบทสรุปผู้บริหาร ควรจะกล่าวถึงดังต่อไปนี้

1. อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไร และแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไรพยายามอธิบายให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่จะทำนั้นจะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตหรือวิถีการใช้สินค้าหรือบริการไปจากเดิมอย่างไรบอกด้วยว่าธุรกิจจะก่อตั้งเมื่อไร สินค้า/บริการมีคุณสมบัติพิเศษอะไรในแง่รูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย เทคโนโลยี ฯลฯ ที่จะได้เปรียบเหนือคู่แข่งหากธุรกิจดำเนินการมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้วบอกด้วยว่า ขนาดของธุรกิจใหญ่ขนาดไหน มีความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมาอย่างไร

2. โอกาสและกลยุทธ์ สรุปว่าอะไรคือโอกาส ทำไมจึงน่าสนใจ และจะใช้โอกาสนั้นด้วยวิธีอย่างไรข้อเท็จจริงของการตลาด เงื่อนไขตลาด สภาพของคู่แข่ง เช่น คู่แข่งขันไม่ปรับปรุงสินค้ามานานแล้ว คู่แข่งขันกำลังเพลี่ยงพล้ำ แนวโน้มของอุตสาหกรรมและอื่นๆ ที่คู่แข่งันแสดงว่าโอกาสทางการค้ากำลังเปิดให้

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมายระบุและอธิบายย่อๆถึงลักษณะตลาด ใครเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก จะจัดวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อย่างไร จะวางแผนการเข้าถึงลูกค้าอย่างไร รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของตลาด ขนาดและอัตราการเติบโตของกลุ่มลูกค้ายอดขาย และส่วนแบ่งตลาดที่คาดหวัง

4. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจระบุถึงความได้เปรียบและความเหนือกว่าในการแข่งขัน เช่น ความได้เปรียบจากตัวผลิตภัณฑ์ การได้เปรียบจากการเข้าตลาดก่อน ความได้เปรียบจากการที่คู่แข่งอยู่ในภาวะอ่อนแอ ตลอดจนเงื่อนไขอื่นๆ ของอุตสาหกรรมนั้น

5. ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไรบทสรุปให้เห็นถึงความคุ้มค่าของการลงทุน เช่น กำไรขั้นต้น กำไรจากการดำเนินงาน ระยะเวลาของการทำกำไร ระยะเวลาการคุ้มทุน ระยะเวลาที่กระแสเงินสดจะเป็นบวก การคาดหวังอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน และการคาดคะเนผลตอบแทนทางการเงินอื่นๆ

6. ทีมผู้บริหารสรุปความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และทักษะของผู้ที่เป็นตัวหลักในการก่อตั้งและบริหาร พร้อมสมาชิกในทีม บอกย่อๆ ถึงความสำเร็จในอดีต โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการทำกำไร การบริหารงานและคน

7. ข้อเสนอผลตอบแทนระบุสั้นๆ ถึงเงินลงทุนหรือเงินกู้ที่ต้องการ จะเอาเงินไปทำอะไรจะตอบแทนเจ้าของเงินอย่างไร ผลตอบแทนของการลงทุนของเจ้าหน้าที่หรือผู้ร่วมลงทุนจะเป็นเท่าใด

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ)ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อูคร) ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้าบริการ/ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์)ผู้เขียน : อ.ดร.ครรชิตพล ยศพรไพบุลย์) ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขันความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่างๆของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรกระทำเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทางกลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการ

การวิเคราะห์สถานการณ์หรือเรียกอย่างย่อๆว่า SWOT ANALYSIS

1. การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน หมายถึง การตรวจสอบความสามารถและความพร้อมของกิจการในด้านต่างๆ ทั้งนี้โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ในส่วนที่เป็น จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของกิจการ

2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องพยายามเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าว เป็นไปในลักษณะที่เป็นโอกาส (Opportunities) หรืออุปสรรค (Threats) ในการดำเนินธุรกิจผลลัพธ์จากขั้นตอนของการวิเคราะห์สถานการณ์ คือ บทวิเคราะห์ความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่างๆ ของกิจการ

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ)ผู้เขียน (อ.ดร.พิภพ อุดร : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึงผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนกหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการจัดการเป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้นคือ ภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะกลาง ประมาณ 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปี

ลักษณะของเป้าหมายของธุรกิจที่ดีมี 3 ประการ คือ

1. มีความเป็นไปได้ หมายความว่า กิจการมีโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายได้ หากได้มีการดำเนินงานอย่างเต็มที่ตามแผนธุรกิจที่วางไว้ การกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจควรประเมินจากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ กล่าวคือ ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่เลื่อนลอยเกินความจริงจนทำไม่ได้ และก่อให้เกิดความท้อแท้ แต่ก็ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ง่ายจนเกินไปจนไม่ต้องทุ่มเทความพยายามใดๆ ก็สามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย เป้าหมายที่ดีจึงควรเป็นผลลัพธ์ที่ทำได้ยากแต่มีความเป็นไปได้

2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม หมายถึง มีความชัดเจนที่สามารถประเมินได้ว่า กิจการบรรลุตามเป้าหมายนั้นหรือไม่ ทั้งนี้ โดยทั่วไป ควรจะต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนว่า จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายนั้นภายในระยะเวลาเท่าใด

3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายถึง เป้าหมายย่อยๆ ในแต่ละฝ่ายควรมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้แน่ใจว่าเป้าหมายระยะสั้นๆ เป็นไปเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเป้าหมายในระยะปานกลางและระยะยาวกล่าวคือ ไม่มุ่งหวังเพียงกำไรหรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากจนเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นจะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาดผู้เขียน (อ.ดร.พิภพ อุด : แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการเนื้อหาของ

แผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาดที่ต้องทำให้ได้ในระยะเวลาของแผนคืออะไรบ้าง
2. ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
3. จะนำเสนอสินค้าบริการอะไรให้กลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าใด และด้วยวิธีการใด/
4. จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
5. ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไรในการตอบคำถาม

ดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์และ

พิจารณาณที่ดี ในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และวิธีการทางการตลาดสำหรับกิจการตามองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาด
2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด
 - กลยุทธ์การตลาดเพื่อความสามารถในการแข่งขัน
 - กลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางการตลาด
 - กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
4. การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการจัดการและแผนคน) ผู้เขียน (ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล : ในส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์กรว่าประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไรรวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์กร โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้นการเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหารมีความสมดุลในด้าน

ความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ

รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ คือ

1. โครงสร้างองค์กร

1.1 ตำแหน่งงานหลักๆ ขององค์กร คนที่จะมาดำรงตำแหน่ง พร้อมทั้งแผนผังองค์กร

1.2 หากผู้บริหารคนใดคนหนึ่ง ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มเวลา ต้องระบุว่าใครจะเป็นผู้ช่วยในงานนั้น เพื่อทำให้งานสมบูรณ์

1.3 หากทีมงานผู้บริหารเคยทำงานร่วมกันมาก่อน ให้ระบุว่าเคยทำงานอะไร มีความสำเร็จในฐานะทีมที่ดีอะไรบ้าง

2. ตำแหน่งบริหารหลัก

2.1 ระบุว่าตำแหน่งบริหารหลักๆ มีความรู้ ความชำนาญอะไรบ้าง และมีความเหมาะสมในตำแหน่งงานนั้นอย่างไร

2.2 ระบุบทบาท ภาระความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งในทีมบริหาร

2.3 อาจใส่ประวัติสั้นๆ ของทีมบริหารเอาไว้ในส่วนนี้ด้วยก็ได้ หรือมีเจ้านั้นอาจนำไปใส่ไว้รวมกันในภาคผนวก

3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหาร ระบุเงินเดือนที่จ่ายแก่ผู้บริหาร ตลอดจนผลประโยชน์ในรูปแบบอื่น ๆ และสัดส่วนการถือหุ้น ของผู้บริหารแต่ละคน

4. ผู้ร่วมลงทุน ระบุผู้ร่วมลงทุนอื่นๆ และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น

5. คณะกรรมการบริษัท ระบุคุณสมบัติของกรรมการบริษัท องค์กรประกอบและภูมิหลังของกรรมการแต่ละคนว่าจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการอย่างไร

องค์กรประกอบที่ 7 : แผนการผลิต/ปฏิบัติการผู้เขียน : อ.ดร.เอกจิตต์ จิงเจริญ) หลังจากที่ได้ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต/ปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ แผนการผลิตปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังแผนภาพที่ 1 โดย วัตถุดิบและทรัพยากร นั้น หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน เงินลงทุน และอื่นๆ สำหรับ กระบวนการ

ผลิตและปฏิบัติการ หมายถึง กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และ ผลผลิต นั้น หมายความว่าถึง จำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้ในการวางแผนการผลิต/ปฏิบัติ นั้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและปฏิบัติการภายใน

กิจการตามประเด็นที่สำคัญๆ รวม 10 ประเด็นดังต่อไปนี้ คือ

1. คุณภาพ
2. การออกแบบสินค้าและบริการ
3. การออกแบบกระบวนการผลิตและปฏิบัติการ และการตัดสินใจเรื่องกำลังการผลิต
4. การเลือกสถานที่ตั้ง
5. การออกแบบผังของสถานประกอบการ
6. การออกแบบระบบงานและการวางแผนกำลังคน
7. การจัดการกระบวนการจัดส่งวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป (Supply-Chain Management)
8. ระบบสินค้าคงคลัง
9. กำหนดการผลิตและปฏิบัติการ
10. การดำรงรักษาเครื่องมือและเครื่องจักร

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงิน) ผู้เขียน : รศ.ประนอม โฉมวิวัฒน์ ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใดจะได้มาจากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของการตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้นคือกิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ การตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมหลักทั้งสาม คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมดำเนินงานจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสามและสรุปออกมาเป็นงบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานสรุปขั้นสุดท้ายของขบวนการจัดทำบัญชีที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจหรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าในรอบระยะเวลาที่ผ่านมาธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไร งบการเงินประกอบด้วย

1. งบดุล เป็นรายงานที่แสดงถึงฐานะของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่ง ในงบดุลจะประกอบไปด้วยข้อมูลทางการเงินที่แสดงถึงฐานะของกิจการ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ

2. งบกำไรขาดทุน เป็นงบที่แสดงถึงผลการดำเนินงานของกิจการ โดยแสดงรายได้ ค่าใช้จ่ายและกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

3. งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้เป็นเจ้าของ ส่วนของผู้เป็นเจ้าของหรือส่วนของผู้ถือหุ้น ประกอบไปด้วย 2 ส่วนด้วยกัน คือ- ทุนเรือนหุ้น- กำไรสะสมงบนี้จึงแสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของทุนเรือนหุ้นและกำไรสะสม

4. งบกระแสเงินสด เป็นงบการเงินที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง จะรายงานให้ทราบว่า เงินสดในปีปัจจุบันที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้น มีสาเหตุจากอะไรในกิจกรรม 3 ประเภท ดังต่อไปนี้-กิจกรรมดำเนินงาน- กิจกรรมลงทุน- กิจกรรมจัดหาเงิน

5. นโยบายบัญชี หมายถึง หลักการบัญชีหรือวิธีปฏิบัติที่กิจการใช้ในการจัดทำและนำเสนอ งบการเงิน เนื่องจากหลักการบัญชีที่กิจการเลือกใช้มิได้หลายวิธี วิธีการบัญชีที่กิจการเลือกใช้จะมีผลกระทบต่องบการเงินไม่เหมือนกัน กิจการจึงต้องบอกข้อมูลดังกล่าวให้ผู้ใช้งบการเงินทราบโดยทั่วไปแล้วกิจการควรเปิดเผยนโยบายบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน- วิธีการรับรู้รายได้- การตีราคาสินค้าคงเหลือ- การตีราคาเงินทุน- ค่าเผื่อหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ- วิธีการคิดค่าเสื่อมราคา และการตัดบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน- การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ- การจัดทำงบการเงินรวม

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน (ผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล)หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าวโดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉินแผนฉุกเฉิน เป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

ตัวอย่างของประเด็นความเสี่ยงทางธุรกิจและการเตรียมพร้อมที่ควรระบุไว้ในแผนฉุกเฉิน ได้แก่กรณีดังต่อไปนี้

- สินค้าผลิตไม่ทันตามคำสั่งซื้อเนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ
- สินค้าผลิตมากจนเกินไป ทำให้มีสินค้าในมือเหลือมาก
- เกิดการชะงักการเติบโตของทั้งอุตสาหกรรม
- ต้นทุนการผลิตการจัดการสูงกว่าที่คาดไว้/ ฯลฯ

(อ้างอิงจาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E>)

4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดทางตลาดบริการ (7 P'S)

Kotler (2003) ให้ความหมายของการบริการ คือ การกระทำหรือการปฏิบัติใดๆก็ตามที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้ต่ออีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นที่ที่ไม่อาจจับต้องได้ และจึงไม่มีการยกกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของ ใดๆทั้งสิ้น ผลกระทบของการบริการนี้อาจจะผูกติดหรือไม่ผูกติดกับตัวสินค้าก็ได้ Lovelock & Wright (2007) กล่าวว่า การให้บริการ คือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาเป็นพื้นฐาน ในการปฏิบัติงานเพื่อนำส่งผลที่ลูกค้าต้องการ กับการแลกเปลี่ยนเงิน เวลา ความพยายาม ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับคุณค่าจากสินค้า แรงงาน ทักษะ การอำนวยความสะดวก แต่ลูกค้าไม่สามารถครอบครองสิ่งเหล่านั้นได้ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิด ความต้องการสินค้าและบริการของตน ซึ่งหมายถึงส่วนประกอบที่เป็นปัจจัยในการวางแผนการตลาดในสินค้าหรือบริการ โดยมากแล้ว หากเป็นสินค้าจะมีส่วนประสม 4 ปัจจัย คือ 1. สินค้า บริการ/ (Product/Service) 2. ราคา (Price) 3. ช่องทางการจำหน่าย (Place/Distribution Channel) 4. และกิจกรรมการส่งเสริมการขาย (Promotion)

แต่ส่วนผสมทางการตลาดบริการจะมีความแตกต่าง จากส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าธรรมดาทั่วไป เพราะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน การให้บริการในกระบวนการต่างๆ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งปัจจัยทั้งสามส่วนนี้ผสมกันเป็นหลักของการส่งมอบบริการสำหรับตลาดธุรกิจบริการนั้น จะมีการทำการตลาดในส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มอีก 3 ปัจจัย คือ 1. ผู้ให้บริการ (People) 2. กระบวนการให้บริการ (Process) 3. และสภาพแวดล้อมในการให้บริการ (Physical Evidence) ส่วน 12 ประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ซึ่งบริการ (Service) เป็นกิจกรรมที่สนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า จะเห็นได้ว่าก่อนที่จะมีการซื้อ ผู้ซื้อจะต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพ และประโยชน์ที่จะได้จากบริการที่จะได้รับ ผู้ขายต้องสร้างความเชื่อมั่นโดยจะต้องพยายามหาหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถทำการตัดสินใจได้เร็วขึ้นซึ่งก็คือ ส่วน ประสมทางการตลาดทั้ง 7 หรือ 7P's (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542, หน้า 50) ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และสุกร เสรีรัตน์ 2541) สรุปเกี่ยวกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix 's) ว่าขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค และ

พบว่าผู้บริโภคผ่าน กระบวนการ 7 ขั้นตอน คือธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix's) หรือ 7P's ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่สามารถสนองความจำเป็นรวมทั้งความต้องการของมนุษย์ได้ คือผู้ขายจะต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไป แล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจสามารถจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ ที่ไม่สามารถจับต้องไม่ได้ กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ โดยทั่วไปการผลิตผลิตภัณฑ์ต้องมีการพิจารณาคุณภาพสินค้า ลักษณะการออกแบบ ขนาด การรับประกัน เป็นต้นซึ่งสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของ (Cost) ลูกค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้นๆคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงคุณค่าเพราะ เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือบริการในรูปเงินตราเกี่ยวข้องโดยตรงกับวิธีการกำหนดราคานโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ อีกทั้งในการกำหนดราคาผู้จำหน่ายจะต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในมุมมองของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับจากลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ สูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่ให้บริการในส่วนเริ่มต้น โดยการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ลูกค้าต้องไปรับ บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ ดังนั้นทำเลที่ตั้งจึงเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะเข้ามา ใช้บริการสถานที่ให้บริการจึงต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมาย ให้ได้มากที่สุด และต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย ซึ่งความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภทธุรกิจบริการนั้น ช่องทางการให้บริการถือเป็น หนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพราะหากสามารถหาช่องทางเข้าถึงลูกค้า ได้มากเท่าไร ผลกำไรก็จะเพิ่มสูงขึ้นมากเท่านั้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารทางข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการตลาด (Marketing Mix 's) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) ประกอบด้วย การติดต่อสื่อสาร โดยใช้พนักงานขายดำเนินการขาย (Personal Selling) รวมทั้งการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคล (Non Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประเภท ต้องใช้หลักการเลือกใช้ เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication) ซึ่งเครื่องมือ ส่งเสริมการตลาด ได้แก่ วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2547, หน้า 161)

4.1 การสื่อสารโดยใช้บุคคล (Personal Communication) เป็นการใช้บุคคลในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคกล่าวคือ การขายโดยใช้พนักงานขาย เส้นทางของข้อมูลข่าวสารจะเป็นไปแบบสองทาง (Two-Way Communication) ทำให้พนักงานผู้ให้บริการได้เรียนรู้และศึกษาเกี่ยวกับลูกค้าโดยตรง และการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) เป็นการเล่าประสบการณ์โดยตรงจากลูกค้ารายหนึ่งที่เคยใช้บริการไปสู่ลูกค้ารายอื่นๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคทั้งใน ทิศทางด้านบวกและลบ

4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เช่น การจัดแถลงข่าว การจัดกิจกรรม พิเศษ ขึ้น และการสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่เป็นการตอบสนองต่อสังคม เช่น โครงการ CSR เป็นต้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจและการจดจำที่ดีต่อธุรกิจบริการโดยใช้วิธีต่างๆ ให้ผู้บริโภคจดจำ

แบรนด์สินค้าได้ และยังเป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภคแก่ธุรกิจบริการอีกด้วย

4.3 การโฆษณา (Advertising) เป็นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในการบริการ โดยผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ต่างๆ สื่อออนไลน์ สื่อกลางแจ้ง เช่น แผ่นโฆษณา ไปสเตอร์ รวมไปถึงสื่อการโฆษณาแบบเคลื่อนที่ เช่น ป้ายโฆษณาที่ติดข้างข้างรถ ไฟฟ้า หรือสื่อแบบเจาะจง เช่น การสื่อสารถึงผู้บริโภคโดยตรงผ่านอีเมล หรือไปรษณีย์ ซึ่งช่วยให้ส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ เฉพาะเจาะจงได้มากกว่าแบบอื่น

4.4 อุปกรณ์เครื่องมือและการบริการ (Instructional Materials) ได้แก่ การให้ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของผู้จำหน่าย เช่น แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับผู้ใช้บริการได้

4.5 การออกแบบภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Design) เป็นองค์ประกอบสำคัญ อย่างหนึ่งในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ กล่าวคือ ป้ายสัญลักษณ์หน้าร้าน เครื่องหมาย สัญลักษณ์ ตัวอักษร การใช้สีรวมถึงเครื่องแบบพนักงาน ซึ่งมีผลต่อการสร้างความจดจำ ของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กร

4.6 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อ 14 กระตุ้นให้ช่องทางการขายและพนักงานสามารถขายหรือให้บริการได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าทำการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการเร็วขึ้นหรือมากขึ้นในช่วงที่ทำโปรโมชั่น เช่น การแลกซื้อ และ รับสิทธิพิเศษต่างๆ หรือจัดรายการซื้อ 1 แถม 1 เป็นต้น

5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employees) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการผลิตและบริการ ซึ่งต้องผ่านการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการจูงใจพนักงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เหนือคู่แข่ง ดังนั้นเพื่อคุณภาพในการ

บริการ องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการอบรมพนักงาน มีการสนับสนุนที่จำเป็น ในการมอบหมายอำนาจ และหน้าที่ ความรับผิดชอบ เพื่อสร้างพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ ความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีความรับผิดชอบ มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับลูกค้า มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ รวมถึงมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) หมายถึง สิ่งที่ปรากฏแก่สาธารณชนเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer Value Proposition) และช่วยสื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของการบริการ เช่น ความรวดเร็วในการบริการ ความสะอาด หรือประโยชน์อื่นๆ ลักษณะทางกายภาพอาจได้แก่ การตกแต่งภายใน วัสดุตกแต่ง โครงสร้างทางสถาปัตยกรรม เฟอร์นิเจอร์และการวางผังร้าน สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งสัดส่วนของพื้นที่ภายในอาคาร และลักษณะกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดลูกค้าทำให้ลูกค้ามองเห็นภาพการให้บริการได้อย่างชัดเจน รวมถึงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีไว้ให้บริการต่างๆ เป็นต้น บรรยากาศในร้านค้าจะต้องตอบ โจทย์กับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

7. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง กระบวนการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการได้อย่างประทับใจลูกค้าและรวดเร็ว (Customer Satisfaction) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัยที่ก่อให้เกิดการสร้างกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพได้ ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจะต้องมีการเชื่อมโยงกันได้เป็นอย่างดี หากมีขั้นตอนไหนผิดพลาดเพียงขั้นตอนเดียวก็จะทำให้การบริการอาจไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า หรือไม่มีคุณภาพเท่าที่ควรการปรับปรุงกระบวนการให้บริการ จึงเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอและจริงจังจะต้องออกเป็นนโยบายและแผนการปฏิบัติให้เป็นกิจจะลักษณะอีกทั้งยังต้องอาศัยการระดมความคิดเห็นจากทั้งพนักงานและลูกค้า http://dspace.bu.ac.th/bitstream/17/1/siripa_kitp.pdf

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

ณัฐกานต์ ศรียะเกต (2559) ศึกษาเรื่องแผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ธุรกิจบริการชกอบริด โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในองค์กรรูปแบบการบริหารจัดการกลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของสถานบริการชกอบริด 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจบริการชกอบริด 3) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพต่อสถานที่บริการชกอบริด ผลการวิจัย/ผลการดำเนินโครงการปรากฏว่า การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่องแผนธุรกิจเพื่อสร้าง ธุรกิจใหม่ธุรกิจชกอบริดนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในองค์กร รูปแบบการบริหารจัดการกลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของสถานบริการชกอบริด 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการ

ดำเนินธุรกิจ บริการซักอบรีด 3) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพต่อสถานที่บริการซักอบรีด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทดสอบความตรงของเนื้อหาและความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์คกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการให้บริการอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.89 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.85 ปัจจัยด้านราคาภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.91 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3.88 และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3.76

เบญจวรรณ มงคลชาติ (2557) การศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการร้านซักอบรีดของประชาชน จังหวัดนครราชสีมา วัตถุประสงค์ของการวิจัยเชิงสำรวจนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้ บริการร้านซักอบรีดของผู้บริโภคในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดนครราชสีมา 2) ศึกษาปัจจัยส่วน ประสมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านซักอบรีดของผู้บริโภค ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ผู้ใช้บริการร้าน ซักอบรีดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เท่ากับ 400 เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบตามความสะดวก)Convenience Sampling) ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ)60.00) มีอายุ ระหว่าง 30ปีถึง 39 ปี ร้อยละ)37.50) สถานภาพโสด ร้อยละ)53.27) การศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ)68.53) เป็นพนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน ร้อยละ)55.28) รายได้ระหว่าง 10,000 ถึง 30,000 บาท ร้อยละ)55.00) อาศัย บ้านส่วนตัว ร้อยละ) 53.00) สมาชิกใน ครอบครัว 3 ถึง 4 คน ร้อยละ)41.00) ใช้ บริการร้านซักอบรีด ช่วงเวลา หลัง 17.00 น. เป็นต้นไป ร้อยละ)65.00) ใช้บริการทุก ประเภทที่ทางร้านให้บริการ เหตุผลสำคัญคือ ไม่มีเวลาว่าง ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อ สัปดาห์คือ 101 ถึง 200 บาท จำนวนผ้าโดย เฉลี่ยที่นำมาซักอบรีด ซักแห้ง หรือรีดอย่าง / เดียวในแต่ละครั้งคือ 6 ถึง 10 ชิ้น รูปแบบการ คิดค่าบริการในการซักอบรีดคือต่อชิ้น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย และ อิทธิพลของบุคคลในการใช้บริการ ระดับ การศึกษามีความ สัมพันธ์กับช่วงเวลา และ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ อาชีพมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลา ประเภทการใช้ บริการ ความถี่ในการให้บริการ ค่าใช้จ่าย และ อิทธิพลของบุคคลในการใช้บริการ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทของการใช้ บริการ และ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสถานที่ อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลา ประเภท ของการใช้บริการ ค่าใช้จ่าย และ อิทธิพลของ บุคคลในการใช้บริการและจำนวนสมาชิก ใน ครอบครัวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้ บริการ อิทธิพลของบุคคล และ รูปแบบการ คิด ค่าบริการ ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยส่วน ประสมการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อ การตัดสินใจใช้บริการร้านซักอบรีดคือ ด้าน คุณภาพบริการ รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริม การตลาด และที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ด้านราคาและวิธีการชำระเงิน

กัณฑ์พงศ์ ฤทธิ์วิระเดช (2557) แผนธุรกิจร้านบริการซักรีด การจัดทำแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์โครงสร้าง โอกาส ปัญหาอุปสรรคก่อนที่จะเริ่มทำการประกอบการ เป็นเครื่องมือในการวางแผนธุรกิจให้สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพที่สุด แผนธุรกิจนี้ดำเนินขึ้นเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งธุรกิจบริการร้านซักรีด Washer Washing ร้านซักรีดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเป็นการดำเนินธุรกิจใหม่ เทคนิคและ วิธีการในการจัดทำแผนคือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การวิเคราะห์การแข่งขัน และการสำรวจในรูปแบบของแบบสอบถามกับตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในพบว่า เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ใช้เงินลงทุนไม่สูง มีโครงสร้างไม่ ซับซ้อน จึงทำให้การบริหารและการดำเนินงานนั้นง่ายและคล่องตัว และเนื่องจากเป็นเจ้าของแต่เพียง ผู้เดียวจึงมีอำนาจในการตัดสินใจทันทีและผลการวิจัยภายนอกพบว่า กระแสนิยมของการรักษา สิ่งแวดล้อมเป็นกระแสนิยมที่ผู้บริโภคกำลังตื่นตัวมาก และความเร่งรีบของการใช้ชีวิตในเมือง ทำให้มีเวลาน้อยลงในเรื่องการแข่งขันพบว่ามีความรุนแรงมากแต่ทางร้านเน้นสร้างความแตกต่างของธุรกิจ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจึงพบว่าได้เปรียบในเรื่องของการบริการรับ-ส่งเสื้อผ้าฟรีถึงบ้าน ซึ่งเป็น บริการที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด และมีมาตรฐาน ASTM WK35985 คือการซักรีดที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด และข้อเสียเปรียบคือ ราคาที่สูงกว่า บริการซักรีดทั่วไป จึงเป็นที่มาของการสร้างกลยุทธ์บริการรับ-ส่งเสื้อผ้าฟรีถึงบ้าน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจบริการ
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจ แผนกลยุทธ์ และการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองปฏิบัติการบริการและประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจตามขั้นตอนการบริการ ที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และการส่งเสริมการตลาด			↔						
5. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำธุรกิจบริการ			↔						
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน บ้านเลขที่ 220/134 ซ.มังกร ต.แพรกษา อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 3,000 บาท

1. วัสดุดิบ

ผงซักฟอก	500	บาท
น้ำยาปรับผ้านุ่ม	350	บาท
น้ำยารีดผ้าเรียบ	500	บาท
น้ำยาซักผ้าขาว	100	บาท

2. อุปกรณ์

เครื่องซักผ้า	-	บาท
เตารีด	-	บาท
โต๊ะรีดผ้า	-	บาท
ไม้แขวนเสื้อ	50	บาท

3. เบ็ดเตล็ด

ค่าเครื่องแบบพนักงาน(300*3)	900	บาท
ค่าสื่อ / โฆษณา / ป้ายร้าน	600	บาท
รวม	3,000	บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจบริการ บีเอ็มซักรีด เป็นธุรกิจที่ต้องการพัฒนาการให้บริการกับลูกค้าเป้าหมาย โดยเริ่มก่อตั้งกิจการเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2562 ตั้งอยู่ที่ 220/134 ซ.มังกร ต.แพรงษา อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280 ผู้ก่อตั้งกิจการคือ คุณประภาพร คำฤทธิ์ และ คุณกัญญณัช หาญจิตต์ โดยเกิดขึ้นจากปัญหาของผู้ประกอบการเองที่ได้เข้าไปใช้บริการร้านซักรีดแห่งหนึ่ง และมีปัญหาเกิดขึ้นหลังการให้บริการคือ ผ้าไม่เรียบ มีกลิ่นอับ รวมถึงการบริการที่ไม่ทันเวลาในการนำผ้าไปซัก ผู้ประกอบการจึงเกิดความคิดริเริ่มธุรกิจบริการซักรีด โดยเน้นการให้บริการลูกค้าที่สะดวกและรวดเร็ว เพราะเราเข้าใจปัญหาที่ว่าบางครั้งลูกค้าเอาเสื้อผ้ามาซักรีด เพื่อต้องการนำชุดไปใช้แต่บางร้านกลับบริการให้ไม่ทันเวลาหรือเกิดปัญหา แต่ทางร้านของเรามีการรับประกันว่าจะไม่ให้เกิดเหตุการณ์แบบนั้นเมื่อคุณมาใช้บริการร้าน บีเอ็มซักรีด เพราะเราเล็งเห็นความสำคัญของลูกค้าเป็นอันดับแรก สถานะการแข่งขันมีการแข่งขันที่สูงเพราะมีธุรกิจซักรีดเปิดเป็นจำนวนมากทำให้ผู้ให้บริการมีทางเลือกเยอะจึงทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดทางบริษัทจึงจำเป็นต้องหาจุดเด่นและแก้ไขจุดด้อยเช่นการมีบริการรับส่งเสื้อผ้าถึงบ้านที่ช่วยให้ลูกค้าสะดวกและไม่ต้องเสียเวลารับผ้าเอง การตรงต่อเวลา และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มข้าราชการ กลุ่มบุคคลทำงาน บริษัทเอกชนที่ไม่มีเวลาว่าง ในการทำงานบ้านของตนเอง

กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการบริการมีการให้บริการซักรีดทั่วไป เป็นการซักรีดแบบปกติ แต่ทางร้านมีบริการน้ำยาปรับผ้านุ่มให้เลือก 3 แบรินด์ คือ Dowhy , Hygiene , Comfort การให้บริการซักรีดเหมา เป็นบริการซักรีดแบบเหมา การให้บริการซักผ้านวมหรือชุดเครื่องนอน การให้บริการรับ-ส่งเสื้อผ้า การรับ-ส่งเสื้อผ้าเป็นบริการเสริมสำหรับทุกท่าน ที่ให้ลูกค้าไม่ต้องมาส่งสินค้าที่ร้านเอง โดยการบริการรับส่งสินค้าฟรีในระยะทางไม่เกิน 3 กิโลเมตร จากที่ตั้งของร้าน ถ้าเกินจากนั้นคิดตามระยะทางกิโลเมตรละ 50 บาท (เมื่อลูกค้าใช้บริการเกิน 2,000 บาท) และทางร้านมีการรับประกันสินค้าให้กับลูกค้าเมื่อเสื้อผ้าของลูกค้าชำรุดหรือเสียหายจากทางร้านบีเอ็มซักรีดจริงทางร้านจะชดเชยค่าเสียหายให้ 20% ของราคาเสื้อผ้าเท่านั้นทุกกรณีเพื่อเป็นการรับประกันให้ลูกค้าไว้วางใจการให้บริการของทางร้าน บีเอ็มซักรีด ด้านราคาของทางร้านบีเอ็มซักรีดจะตั้งราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งเล็กน้อยเพื่อเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางสามารถเข้ามาใช้บริการได้ และเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าโดยลูกค้าสามารถเลือกชำระเป็นเงินสด หรือ โอนชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารของทางร้านบีเอ็มได้ตามเลขที่บัญชีของร้านไม่มีขั้นต่ำ(กรณีที่ลืมพกเงินสด

ติดตัวหรือเงินสดไม่พอง่าย) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจนี้ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีคนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ใกล้ห้างสรรพสินค้า และสถานที่ราชการ ทำให้คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาเร่งรีบในการทำงานจึงไม่มีเวลาในการทำความสะดวกสบาย การตั้งทำเลตรงนี้อาจทำให้มีจำนวนลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นอีกด้วย ลูกค้าสามารถจองคิวและสอบถามข้อมูลการให้บริการได้ตามช่องทางหลักในหน้าเพจ FACEBOOK และ INSTAGRAM ของทางร้านบีเอ็มซักรีด ด้านการส่งเสริมการตลาดของทางร้านจะมีการสะสมแต้ม เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ มีการจัดโปรโมชั่น และประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media

โดยแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้นั้นผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจนี้นั้นสามารถเจริญเติบโตได้อีก โดยวิเคราะห์จากกระแสของคอนโด ห้างเช่า และอพาร์ทเมนต์ ฯ ในพื้นที่สมุทรปราการ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคิดว่าธุรกิจนี้น่าจะไปได้ดี เพราะผู้ประกอบการมองว่าลูกค้ากลุ่มคอนโด ห้างเช่า และ อพาร์ทเมนต์ ฯ ส่วนใหญ่จะไม่มีเวลาซักรีดผ้าเอง อีกทั้งค่าบริการของร้าน บีเอ็มซักรีด ที่ไม่ได้มีราคาแพงจนเกินไป กลุ่มลูกค้าสามารถใช้เงินตรงนี้คุ้มค่ากับคุณภาพในการให้บริการ และในอนาคตก็มีการเตรียมวางแผนในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจบริการซักรีดด้วยการขยายสาขาเพิ่มขึ้น

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอธุรกิจนี้ต่อ ผู้ร่วมทุนในธุรกิจ

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อการวางแผนในการบริหารจัดการธุรกิจ
2. เพื่อให้ปฏิบัติงานตามแผนการที่กำหนดให้บรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท

โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. ผู้ร่วมลงทุนจะต้องรับผิดชอบการบริหารจัดการภายในของบริษัทร่วมกัน
2. เมื่อบริษัทได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด จะมีการปันผลให้กับผู้ร่วมทุน ทุก ๆ 1 ปี

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

ธุรกิจบริการ บีเอ็มซักรีด เป็นธุรกิจที่ต้องการพัฒนาการให้บริการกับลูกค้าเป้าหมาย โดยเริ่มก่อตั้งกิจการเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2562

ก่อตั้งโดย นางสาวประภาพร คำฤทธิ์

นางสาวกัญญณ์ช หาญจิตต์

ที่อยู่ 220/134 ซ.มังกร ต.แพรกษา อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

โดยเกิดขึ้นจากปัญหาของผู้ประกอบการเองที่ได้เข้าไปใช้บริการร้านซักรีดแห่งหนึ่ง และมีปัญหาเกิดขึ้นหลังการให้บริการก็คือ ผ้าไม่เรียบ มีกลิ่นอับ รวมถึงการบริการที่ไม่ทันเวลาในการนำผ้ามารับเสื้อผ้า ผู้ประกอบการจึงเกิดความคิดริเริ่มธุรกิจบริการซักรีด โดยเน้นการให้บริการลูกค้าที่สะดวกและรวดเร็ว เพราะเราเข้าใจปัญหาที่ว่าบางครั้งลูกค้าเอาเสื้อผ้ามาซักรีด เพื่อต้องการนำชุดไปใช้แต่บางร้านกลับบริการให้ไม่ทันเวลาหรือเกิดปัญหา แต่ทางร้านของเรามีการรับประกันว่าจะไม่ให้เกิดเหตุการณ์แบบนั้นเมื่อคุณมาใช้บริการร้าน บีเอ็มซักรีด เพราะเราเล็งเห็นความสำคัญของลูกค้าเป็นอันดับแรก

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลา ดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1.	ประชุมวางแผนธุรกิจ	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
2.	เลือกธุรกิจที่จะทำ	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
3.	จัดซื้ออุปกรณ์ในการบริการ	1 สัปดาห์	1 สัปดาห์
4.	หาทำเลที่ตั้ง	1 สัปดาห์	1 สัปดาห์
5.	ประเมินสรุปผล	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		8 สัปดาห์	8 สัปดาห์

4. การบริการ

4.1 รายละเอียดการบริการ

1. บริการซักรีดธรรมดา (เสื้อผ้าทั่วไป)

เป็นการซักรีดแบบปกติโดยใช้น้ำยาซักทั่วไปแต่ก็เป็นน้ำยาสูตรเข้มข้นของคือ Dowhy , Hygiene , Comfort ที่มีกลิ่นหอมติดทนนานโดยคิดราคาเป็นรายตัว 20 – 30 บาทต่อชิ้น

2. บริการซักฟ้านวม / ชุดเครื่องนอน

เป็นบริการซักฟ้านวม และ ชุดเครื่องนอน โดยจะคิดเป็นราคาเดียวกันชุดละ 80 บาท

3. การรับประกันสินค้า

ร้านบีเอ็มซักรีดมีการรับประกันเสื้อผ้าในกรณีที่เสื้อผ้าชำรุดหรือเสียหายจากทางร้านจริง โดยทางร้านจะรับผิดชอบให้ลูกค้า 100 %

ภาพการบริการ



5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

เนื่องจากธุรกิจซักรีดเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ทำให้สามารถเข้าสู่ธุรกิจประเภทนี้ได้ง่ายทำให้ธุรกิจบริการซักรีดมีคู่แข่งเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และส่งผลให้ธุรกิจนี้มีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เพื่อที่จะแย่งลูกค้ากัน และอุตสาหกรรมประเภทนี้มีความผันผวนตามเศรษฐกิจของประเทศ เพราะเมื่อเศรษฐกิจตกต่ำลง ลูกค้าก็เลือกที่จะประหยัดเงิน โดยการซักรีดเองที่บ้าน ดังนั้น การแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการซักรีดมีผลในเชิงลบต่อความน่าสนใจธุรกิจประเภทนี้

5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

มีการแข่งขันที่สูงเพราะมีธุรกิจซักรีดเปิดเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกเยอะ จึงทำให้เกิดการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ทางบริษัทจึงจำเป็นต้องหาจุดเด่นและแก้ไขจุดด้อย เช่น การมีบริการรับส่งเสื้อผ้าถึงบ้านที่ช่วยให้ลูกค้าสะดวกและไม่ต้องเสียเวลามารับผ้าเอง การตรงต่อเวลา และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

5.3 แนวโน้มทางการตลาด

โดยแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้นั้นผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจนี้นั้นสามารถเจริญเติบโตได้อีก โดยวิเคราะห์จากกระแสของคอนโด ห้องเช่า และอพาร์ทเมนต์ ฯ ในพื้นที่สมุทรปราการ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและคิดว่าธุรกิจนี้น่าจะไปได้ดี เพราะผู้ประกอบการมองว่าลูกค้ากลุ่มคอนโด ห้องเช่าและอพาร์ทเมนต์ ฯ ส่วนใหญ่จะไม่มีเวลาซักรีดผ้าเอง อีกทั้งค่าบริการของร้านบีเอ็มซักรีด ที่ไม่ได้มีราคาแพงจนเกินไป กลุ่มลูกค้าสามารถใช้เงินตรงนี้คุ้มค่ากับคุณภาพในการให้บริการ และในอนาคตก็มีการเตรียมวางแผนในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจบริการซักรีดด้วยการขยายสาขาเพิ่มขึ้น

5.4 ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มข้าราชการ กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทเอกชนที่ไม่มีเวลาว่าง ในการทำงานบ้านของตนเอง

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์

กลุ่มผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ตามคอนโด ห้องเช่า และอพาร์ทเมนต์ ฯ ที่อยู่บริเวณใกล้เคียงสถานที่ประกอบการ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ

เกณฑ์ทางด้านประชากร

กลุ่มนักเรียน-นักศึกษา และกลุ่มข้าราชการ เพราะเป็นกลุ่มที่ต้องอาศัยเวลาอยู่ภายนอกบ้าน ไม่มีเวลาในการดูแลซักรีดเสื้อผ้าเอง

เกณฑ์ทางด้านจิตวิทยา

กลุ่มข้าราชการเพราะเป็นกลุ่มที่ต้องเข้าสังคมและพบปะผู้คนจำนวนมาก

เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรม

กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาในการซักผ้าและมีความเร่งรีบซึ่งมีเวลาจำกัดมากในชีวิตประจำวัน จึงต้องการใช้บริการร้านซักรีดเพื่อให้ตนเองได้รับความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการพักผ่อนมากขึ้น

5.6 สภาพการแข่งขัน



ที่มา : มูลค่าตลาดซักอบรีดไทย. (2558). ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้นจาก <https://youtu.be/hsRj22mK5u0>

จากข้อมูลด้านบนแสดงให้เห็นว่าระดับการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงมาก เพราะเป็นธุรกิจที่สามารถเปิดได้ง่ายและใช้เงินลงทุนไม่มาก รวมถึงการไม่ต้องใช้ความรู้มากในการบริหารจัดการ จึงทำให้มีการแข่งขันการบริการซักรีดเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และเป็นการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เพราะต้องการแย่งลูกค้าให้มาใช้บริการร้านตนเองให้มากที่สุด

5.7 คู่แข่งขัน

- 1) I-KLEAN Laundry
- 2) Fong Fab Laundry
- 3) Londricare Laundry

5.8 รายละเอียดเปรียบเทียบคู่แข่ง

การ เปรียบเทียบ	ธุรกิจของเรา BM Laundry service	คู่แข่งชั้นที่ 1 I-KLEAN Laundry	คู่แข่งชั้นที่ 2 Fong Fab Laundry	คู่แข่งชั้นที่ 3 Londricare Laundry
ด้านบริการ	ซักรีด	ซัก รีด	ซักรีด	ซักรีด
ด้านราคา	20 ขึ้น 500 บาท 30 ขึ้น 700 บาท 50 ขึ้น 1,000 บาท ชุดเครื่องนอน 80 บาท ซักหมากิโลละ 110 บาท	ซักรีดแบบซัก เครื่อง 20 ขึ้น 500 บาท 30 ขึ้น 700 บาท 50 ขึ้น 1,000 บาท	ซักรีดแบบซัก เครื่อง 20 ขึ้น 500 บาท 30 ขึ้น 700 บาท 50 ขึ้น 1,000 บาท	ซักรีดแบบซัก เครื่อง 20 ขึ้น 500 บาท 30 ขึ้น 700 บาท 50 ขึ้น 1,000 บาท
ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	- เฟื่องฟ้า 15 ซอย มังกร - ช่องทางออนไลน์ Facebook, Instagram	ห้างมาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิ ชั้น 3	ห้างบิ๊กซี สาขา บางพลี ชั้น 1	อพาร์เมนต์ กิตตินครเพลส ชั้น 1
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	- ประชาสัมพันธ์ผ่าน ทาง Social Media - ใช้บริการครบ 10 ครั้ง ซัก 20 ขึ้นฟรี 1 ครั้ง	- ซักผ้าห่มลด 10% - สิทธิพิเศษสำหรับ สมาชิก - ซักรีด 50 ขึ้นขึ้น ไปสมัครบัตร สมาชิกฟรี	- ซักผ้าห่ม 5 ผืน ขึ้นไปซักฟรี 1 ผืน - ซักรีด 100 ขึ้น ขึ้นไปสมัครบัตร สมาชิกฟรี	- มีบัตรสมาชิกลด 5% - ซักรีด 100 ขึ้นขึ้น ไปสมัครบัตร สมาชิกฟรี

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	- ผู้บริหารงานมีการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ - จำนวนบุคลากรน้อย ทำให้ง่ายต่อการจัดการ - เป็นกิจการขนาดเล็ก ทำให้การบริหารไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อนลดปัญหาขัดแย้ง	- จำนวนพนักงานยังไม่เพียงพอต่อการทำงาน - ยังขาดพนักงานที่มีความชำนาญหรือทักษะในการซักอบรีด ทำให้งานอาจล่าช้า
ด้านการตลาด	- มีการอัพเดทข้อมูลการให้บริการผ่านช่องทาง Social Media อยู่เสมอ	- เป็นร้านที่เปิดใหม่ ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จัก ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ในระยะแรกๆ
ด้านการบริการ	- สร้างบุคลากรทุกคนให้มีใจรักในการบริการ - มีการรับประกันเสื้อผ้าหากชำรุดเสียหายจากทางร้านเพื่อให้ลูกค้าได้รับการให้บริการที่ดีและมีมาตรฐานและกลับมาใช้บริการอีก	- ทางร้านไม่มีบริการซักรีดด่วน ทำให้เสียลูกค้าที่ต้องการใช้ผ้าด่วน
ด้านการเงิน	- มีการใช้เงินทุนจากส่วนของเจ้าของเป็นส่วนใหญ่ของการลงทุนทั้งหมด - มีทีมงานวางแผนและบริหารการเงินอย่างเป็นระบบ	- มีเงินจำนวนไม่มาก ไม่มีการกู้ยืมเงินจากธนาคาร

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	- กลุ่มข้าราชการส่วนใหญ่จะต้องแต่งตัวให้ดูดีอยู่เสมอเพราะต้องเข้าสังคม และชุดเครื่องแบบที่รัดยักทำให้กลุ่มลูกค้าราชการมาใช้บริการมากขึ้น - ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นข้าราชการที่ไม่มีเวลาช้อปปิ้งเอง ทำให้เข้าถึงได้ง่ายเพราะยังไม่มีร้านช้อปปิ้งในแพลตฟอร์ม	- กลุ่มลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการร้านช้อปปิ้งเพราะมีผู้ประกอบการหลากหลายในธุรกิจนี้
สถานการณ์แข่งขัน	-	- คู่แข่งมีจำนวนมากขึ้นเพราะเป็นธุรกิจที่เปิดขึ้นได้ง่ายทำให้มีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงและเกิดการแย่งชิงลูกค้า
สังคม	- ปัจจุบันคนทำงานนอกบ้านมากขึ้น ทำให้ไม่มีเวลาในการช้อปปิ้งเอง ทำให้มาใช้บริการร้านช้อปปิ้งเพื่อความสะดวกสบาย	-
เทคโนโลยี	- เทคโนโลยีทาง Social Media ที่ให้ความทันสมัยในการประชาสัมพันธ์ สะดวกและรวดเร็วในการติดต่อสอบถามข้อมูลในการให้บริการ	- คู่แข่งอาจมีกลยุทธ์ทางเทคโนโลยีที่ใช้โฆษณาบนสื่อ Social Media ทำให้ผู้บริโภคเห็นสื่อได้ง่ายและทั่วถึง
สภาพเศรษฐกิจ	- ในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง และเศรษฐกิจมีความตกต่ำทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาประหยัดค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น	- เศรษฐกิจตกต่ำทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาช้อปปิ้งเองเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย
กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ	- รัฐบาลมีการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจทำให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างคล่องตัว	- การตั้งร้านในพื้นที่ห้ามตั้งจะมีผลกระทบทางกฎหมาย
กลุ่มผู้จำหน่าย , เครือข่าย	-	- การให้บริการลูกค้าลูกค้ายังไม่ทั่วถึงในทุกพื้นที่และยังไม่มีการขายสาขาย่อยทำให้ลูกค้าหันไปใช้บริการร้านอื่นที่สะดวกและใกล้บ้าน

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	บีเอ็มซักกรีด (BM Laundry service)
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	220/134 ซ.มังกร ต.แพรกษา อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	เป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุน
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 – เดือนกุมภาพันธ์ 2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	1235856608493

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวประภาพร คำฤทธิ์	ประธาน
2	นางสาวกัญญณ์ช หาญจิตต์	รองประธาน
3		หัวหน้าฝ่ายการผลิต
4		หัวหน้าฝ่ายการตลาด
5		หัวหน้าฝ่ายการเงิน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับ นางสาวประภาพร คำฤทธิ์ เท่านั้น ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสั่งการสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1.	นางสาวประภาพร คำฤทธิ์	10,000	100,000	50%
2.	นางสาวกัญญณ์ช หาญจิตต์	10,000	100,000	50%
3.		-	-	-
4.		-	-	-
5.		-	-	-
6.		-	-	-
	รวมจำนวนหุ้น	20,000	200,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุล นางสาวประภาพร คำฤทธิ์ อายุ 20 ปี

การศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ 3 จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทย์ พณิชยการ ปีการศึกษา 2560

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทย์พณิชยการ ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท Rampada ตำแหน่ง พนักงานเสริมความงาม

ปี 2562 บริษัท คลินิกมังกรทันตกรรม ตำแหน่ง ผู้ช่วยแพทย์

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

เล่นกีฬาน้ำโปง ปีพศ. 2554 รางวัลที่ 1

ท่องทำนองเสนาะ ปีพศ. 2556 รองอันดับที่ 1

B. ชื่อ-นามสกุล นางสาวกัญญณัฏฐ์ หาญจิตต์ อายุ 20 ปี

การศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ 3 จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทย์อรรณพวิทย์ พณิชยการ ปีการศึกษา 2560

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทย์พณิชยการ ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท Ford ตำแหน่ง Sale

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

นางรำ ปีพศ. 2558 นางรำโรงเรียน

C. ชื่อ-นามสกุล.....อายุ.....ปี

การศึกษาระดับปีการศึกษา.....

ประสบการณ์.....

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ.....

6.6 แผนผังองค์กร



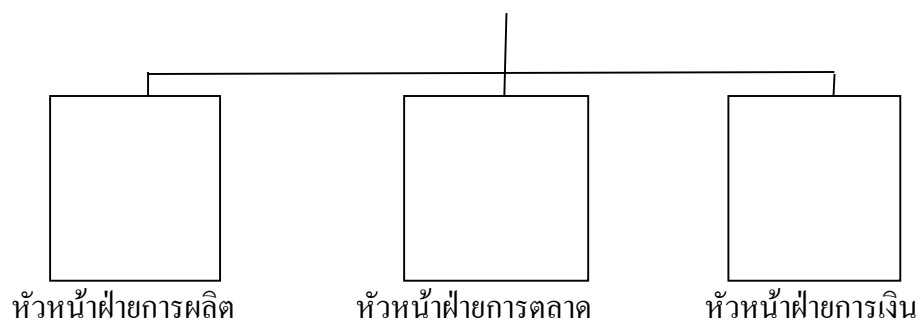
ประภาพร คำฤทธิ

ประธาน



กัญญณ์ช หาญจิตต์

รองประธาน



6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A. ชื่อ ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ การศึกษา / คุณสมบัติ อัตราเงินเดือน	นางสาวประภาพร คำฤทธิ์ ประธานบริษัท วางแผนการบริหารจัดการ ภายในบริษัท กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) 10,000 บาท / เดือน
B. ชื่อ ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ การศึกษา/คุณสมบัติ อัตราเงินเดือน	นางสาวนางสาวกัญญณ์ช หาญจิตต์ รองประธานบริษัท ช่วยในการบริหารจัดการทุก ๆ ฝ่ายในบริษัท กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) 9,000 บาท/เดือน
C. ชื่อ ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ ทั้งหมด การศึกษา/คุณสมบัติ อัตราเงินเดือน	 หัวหน้าฝ่ายการผลิต ควบคุมดูแลการผลิตสินค้า ติดตาม และตรวจสอบสินค้า 9,000 บาท / เดือน
D. ชื่อ ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ การศึกษา/คุณสมบัติ อัตราเงินเดือน	 หัวหน้าฝ่ายการตลาด วางแผนกลยุทธ์การตลาด และการส่งเสริมการขาย 9,000 บาท / เดือน
E. ชื่อ ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ การศึกษา/คุณสมบัติ อัตราเงินเดือน	 หัวหน้าฝ่ายการเงิน จัดทำบัญชีการเงิน เพื่อรายงานฐานะการเงินบริษัท 9,000 บาท / เดือน

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1.	นางสาวประภาพร คำฤทธิ์	ประธาน	1	10,000
2.	นางสาวศิริลักษณ์ เนินพลับ	รองประธาน	1	9,000
3.		หัวหน้าฝ่ายการผลิต	1	9,000
4.		หัวหน้าฝ่ายการตลาด	1	9,000
5.		หัวหน้าฝ่ายการเงิน	1	9,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			5	46,000

6.9 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการชักรีด ด้วยการมอบสิ่งที่ดี และมีคุณภาพเป็นเลิศในการให้บริการ

6.10 พันธกิจ

1. คัดเลือกพนักงานที่เชี่ยวชาญด้านชักรีดโดยเฉพาะ
2. รักษาคุณภาพของสินค้าและเอกลักษณ์เฉพาะของทางร้านให้อยู่ในระดับมาตรฐาน
3. จัดระบบการบริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและพัฒนารูปแบบการบริการให้ตรงตามความต้องการอย่างต่อเนื่อง

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. ทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับการให้บริการของร้านโดยใช้สื่อทาง Social Media (Facebook , Instergam) เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และจดจำแบรนด์
2. สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการให้บริการทุกครั้ง
3. สร้างรายได้จากการบริการให้มากกว่าเงินลงทุนร้อยละ 5

เป้าหมายระยะกลาง

1. เน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อต่อยอดการรับรู้ ให้ลูกค้าจดจำแบรนด์ และ กลายเป็นร้านชักรีดที่ลูกค้านึกถึงเป็นอันดับแรก
2. ขยายสาขา 2 – 3 ร้าน โดยเริ่มทีละร้านในกลุ่มลูกค้าคอนโด และ อพาร์ทเมนต์ เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าและให้บริการได้ทั่วถึงมากขึ้น
3. สร้างกำไรให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 – 10 ต่อปี ของเงินลงทุนทั้งหมด
4. เพิ่มบริการใหม่ๆ กับกลุ่มลูกค้าเฉพาะบางสาขา

เป้าหมายระยะยาว

1. ทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการจดจำและเพิ่มการรับรู้ในวงกว้างให้มากขึ้น
2. ขยายกิจการเพิ่มมากขึ้นในเขตและจังหวัดใกล้เคียงสมุทรปราการ
3. การเปิดช่องทางทำธุรกิจด้านแฟรนไชส์ให้กับผู้ที่สนใจ
4. สร้างกำไรให้เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 10 – 20 ต่อปี ของเงินลงทุนทั้งหมด
5. มีฐานลูกค้าประมาณ 5,000 ราย

6.12 ปัจจัยความสำเร็จ

1. ทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Social media (Facebook , Line) ของทางร้านเพื่อโปรโมทร้านให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างด้วยการประชาสัมพันธ์ การนำเสนอข้อมูลรูปภาพ การให้บริการของร้านเพื่อให้ลูกค้าได้พูดคุยและติดต่อสอบถามการให้บริการง่ายขึ้น
2. การให้บริการที่ดี มีคุณภาพ และคุ้มค่าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ
3. มีบุคลากรมีความรู้ความสามารถและการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบเหมาะสม
4. มีระบบการจัดเก็บข้อมูล การจัดการด้านการตลาด การบริหารเงิน และการบัญชี ที่สามารถประเมินประสิทธิภาพและวัดประสิทธิผลของการดำเนินงาน
5. มีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีการแบ่งเงินปันผลให้หุ้นส่วนทุก ๆ คน โดยยึดหลักในการถือครองหุ้นส่วน
2. หลังจาก 2 ปี เป็นต้นไปหุ้นส่วนทุกคนจะได้รับโบนัส เพิ่มขึ้น

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

แผนการขยายกิจการ เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิมโดยจะเน้นการจัดตั้งสถานที่การให้บริการที่ใกล้กับคอนโด อพาร์ทเมนต์ ห้องเช่า หรือบริเวณที่มีผู้คนอาศัยอยู่จำนวนมาก

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. มุ่งสร้างธุรกิจบีเอ็มซีกริดให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย
2. ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ประมาณ 30% รู้จักบีเอ็มซีกริด ในฐานะร้านบริการซักกริดที่ให้บริการดีที่สุด
3. มีอัตราส่วนจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านบีเอ็มซีกริดไม่ต่ำกว่า 15%

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มข้าราชการ กลุ่มบุคคลทำงาน บริษัทเอกชนที่ไม่มีเวลว่างในการทำงานบ้านของตนเอง

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

รายละเอียดการบริการ

1. ชักรีดธรรมดา (เสื้อผ้าทั่วไป)

เป็นการชักรีดแบบปกติโดยใช้น้ำยาซักทั่วไปแต่ก็เป็นน้ำยาพิเศษเฉพาะของทางร้านที่มีกลิ่นหอมติดทนนานกว่าร้านอื่น โดยคิดราคาเป็นรายตัว 15 – 30 บาทต่อชิ้น

2. บริการชักรีดเหมา

เป็นบริการชักรีดแบบเหมารวมโดยเราจะซักผ้ารวมตามน้ำหนักกิโลในการซักผ้า กิโลกรัมละ 110 บาท (เริ่มต้นที่ 3 กิโลกรัมเป็นต้นไป)

3. บริการซักฟ้านวม / ชุดเครื่องนอน

เป็นบริการซักฟ้านวม และ ชุดเครื่องนอน โดยจะคิดเป็นราคาเดียวกันชุดละ 80 บาท

4. การรับประกันสินค้า

ร้านปีเอ็มชักรีดมีการรับประกันเสื้อผ้าในกรณีที่เสื้อผ้าชำรุดหรือเสียหายจากทางร้านจริง โดยทางร้านจะรับผิดชอบให้ลูกค้า 100% ของราคาเสื้อเท่านั้นทุกกรณี

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

มีการกำหนดราคาโดยการเปรียบเทียบกับราคาคู่แข่งในระดับที่ราคาถูกกว่า เพราะเราคำนึงถึงรายได้ของกลุ่มเป้าหมาย แต่เชื่อว่าลูกค้าก็สามารถยอมรับได้เพราะเรามีบริการเสริมให้กับลูกค้าและทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่คุ้มค่างกับราคาที่จ่ายไป

บริการ	ค่าบริการ
บริการชักรีดแบบทั่วไป 20 ชิ้น	500 บาท
บริการชักรีดแบบทั่วไป 30 ชิ้น	700 บาท
บริการชักรีดแบบทั่วไป 50 ชิ้น	1,000 บาท
บริการซักฟ้านวม - ชุดเครื่องนอน	ผืน / ชุดละ 80 บาท
บริการชักรีดเหมา (3 กิโลกรัมขึ้นไป)	กิโลกรัมละ 110 บาท

ลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการชักรีดแบบทั่วไป 30 , 50 , 100 ชิ้นตามลำดับ

การชำระเงิน

ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสด หรือ โอนชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารของทางร้าน (โดยไม่มีขั้นต่ำ) ได้ตามบัญชีธนาคารของทางร้าน ดังนี้

ชื่อบัญชีร้าน “บีเอ็มซักรีด”

ร.กสิกรไทย เลขที่บัญชี 027-3-36878-7 บัญชี ออมทรัพย์
สาขา อิมพีเรียล สำโรง
ร.ไทยพาณิชย์ เลขที่บัญชี 406-647341-5 บัญชี ออมทรัพย์
สาขา อิมพีเรียล สำโรง

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจนี้ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีคนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ใกล้อาร์ทเม้นท์ และสถานที่ราชการ ทำให้คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาเร่งรีบในการทำงานจึงไม่มีเวลาในการทำความสะดวกผ้า การตั้งทำเลตรงนี้อาจทำให้มีจำนวนลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นอีกด้วย

สถานที่บริการ 17/54 ม.8 แพลตด้าวรจัน 5 ห้องที่ 1 (สก.บางพลี) ตำบลบางพลีใหญ่
อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540

ช่องทางการติดต่อออนไลน์ ลูกค้าสามารถจองคิวและสอบถามข้อมูลการให้บริการได้ตาม
ช่องทางหลักในหน้าเพจ Facebook : BM Laundry service หรือ Instagram : BM Laundry service

ช่องทางการติดต่อออนไลน์



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

ร้าน BM Laundry service เป็นร้านที่เพิ่งเปิดตัวขึ้นได้ไม่นาน โดยทางร้านมีการส่งเสริมการขายด้วยการทำบัตรสะสมแต้ม การประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media และการจัดโปรโมชั่น

ให้กับลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ ซื้อม่อ และต้องการให้ลูกค้าติดหรือจงรักภักดีต่อแบรนด์ของเรา

1. ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media

Facebook : BM Laundry service

7.3.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร

ธุรกิจซักอบรีด เป็นธุรกิจบริการที่ต้องมีความละเอียด เอาใจใส่ มีความรู้เรื่องผ้าเป็นอย่างดี และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ความอดทนและความซื่อสัตย์ ซึ่งพนักงานจะต้องมีคุณลักษณะดังนี้

1. มีความมุ่งมั่นในการทำงาน
2. มีพื้นฐานความรู้หรือมีประสบการณ์ในการซัก อบ รีด
3. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้กับลูกค้า
4. รักงานบริการ
5. มีความอดทน
6. มีความซื่อสัตย์ สุจริต
7. มีความรับผิดชอบ
8. ตรงต่อเวลา

7.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

ขั้นตอนการซัก อบ รีด

1. การรับผ้าจากลูกค้า
2. การคัดแยกชนิดผ้าขาว / ผ้าสี / ผ้าชนิดพิเศษ
3. การนำไปซักเครื่อง / ซักมือ
4. การทำผ้าแห้งโดยการนำไปตากแดด หรือ อบผ้า
5. การรีด
6. การส่งมอบให้แก่ลูกค้า

7.3.7 กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ

การตกแต่งร้าน ที่เน้นการจัดวางของภายในร้านให้เป็นระเบียบ มองดูสะอาดตา ผนังด้านข้างของร้านมีการจัดตั้งราวเหล็กสำหรับแขวนเสื้อผ้า เพื่อประหยัดพื้นที่ ซึ่งภายในร้านจะไม่ได้ตกแต่งอะไรมากนักเพราะทางร้านจะให้ความสำคัญกับความสะอาดและความเป็นระเบียบภายในร้านเป็นหลัก



โดยจะมีการออกแบบตกแต่งร้านเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ โดดเด่น และดึงดูดสายตาของลูกค้า โดยใช้ป้ายและสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการเชิญชวนให้ลูกค้าเกิดความสนใจ

การแต่งกายของพนักงานที่ดูเรียบร้อยและให้เป็นที่น่าจดจำ ด้วยการใส่ชุดยูนิฟอร์มของทางร้านทำให้ง่ายต่อการจดจำของลูกค้ามากขึ้น

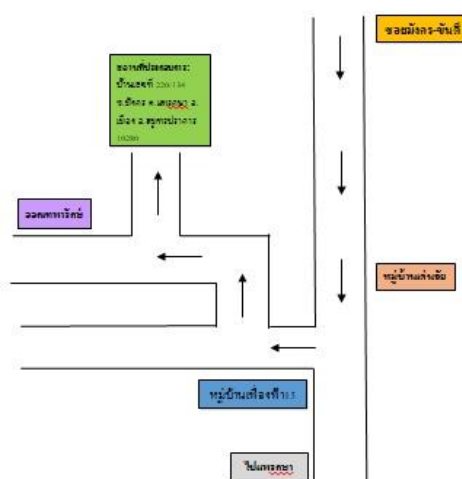


8. แผนการบริการ

8.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้งสถานที่ 220/134 ซ.มังกร ต.แพรกษา อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

หมายเลขโทรศัพท์ 096-8390618



8.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ

ลำดับ	รายการ	การใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ
1.	ผงซักฟอก	แอ็คชั่น/ใส่ไปในเครื่องซักผ้า	5	500	1 เดือน
2.	น้ำยาปรับผ้านุ่มคอมฟอร์ท	ใส่ให้เสื้อหอม	15	160	1 เดือน
3.	น้ำยาปรับผ้านุ่มไฮยีน	ใส่ให้เสื้อหอม	23	100	1 เดือน
4.	น้ำยาปรับผ้านุ่มควานี่	ใส่ให้เสื้อหอม	31	150	1 เดือน
5.	น้ำยาซักผ้าขาว	ไว้ซักเสื้อผ้าขาว	4	100	1 เดือน
6	น้ำยารีดผ้าเรียบไฟไลน์	ช่วยให้ผ้าเรียบยิ่งขึ้น	5	500	1 เดือน
7	เครื่องซักผ้า	ไว้ซักเสื้อผ้าให้ไวขึ้น	3	12,000	6 ปี
8	เตารีดไอน้ำ	ไว้รีดผ้าให้เรียบ	1	1,700	2 ปี
9	โต๊ะรีดผ้า	ไว้รองเสื้อผ้าเวลารีด	1	400	1 ปี
10	ไม้แขวนผ้า	ไว้แขวนเสื้อผ้าเวลาตากผ้า	6	50	1 ปี

8.3 ข้อมูลการบริการ

จำนวนหน่วยการบริการสูงสุด	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน/เดือน/ปี)
อัตราประมาณการให้บริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน/เดือน/ปี)
เป้าหมายหน่วยการบริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน/เดือน/ปี)
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการบริการ	3 / 30 / 900 / 10,800	หน่วย (ชั่วโมง/คน/เดือน/ปี)
เวลาบริการต่อวัน	480 / 8	หน่วย (นาที/ชั่วโมง)
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการ	5	คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	300	บาท (ต่อคน / วัน)

8.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

1. เครื่องซักผ้า
2. เตารีดไอน้ำ
3. โต๊ะรีดผ้า
4. ผงซักฟอก
5. น้ำยารีดผ้า
6. น้ำยาปรับผ้านุ่ม
7. น้ำยาซักผ้าขาว

8.5 ขั้นตอนการบริการ

1. การรับผ้าจากลูกค้า
2. การคัดแยกชนิดผ้าขาว / ผ้าสี / ผ้าชนิดพิเศษ
3. การนำไปซักเครื่อง / ซักมือ
4. การทำผ้าแห้งโดยการนำไปตากแดด หรือ อบผ้า
5. การรีด
6. การส่งมอบให้แก่ลูกค้า

8.6 แผนผังกระบวนการบริการ

การรับผ้าจากลูกค้า



การคัดแยกผ้า (ขาว/สี/ชนิดพิเศษ)



การนำไปซักเครื่อง / ซักมือ



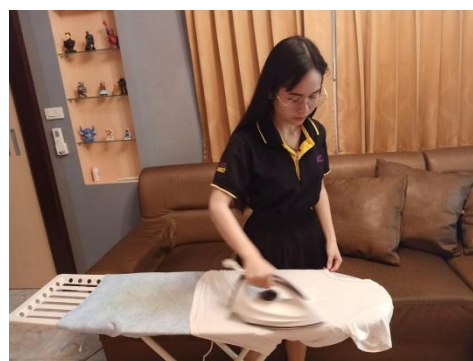
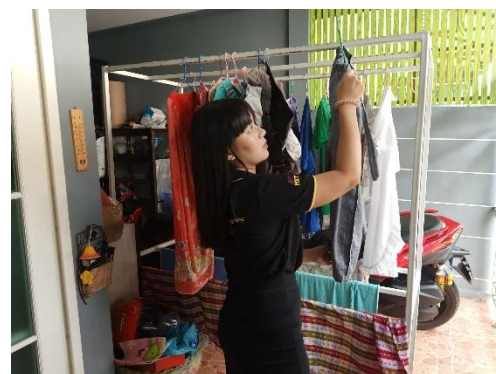
การทำผ้าให้แห้งโดยการนำไปตากแดด
หรือ อบผ้า



การรีด



การส่งผ้าให้ลูกค้า



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้	รวมมูลค่า
1.	เงินสด	200,000	-	200,000
2.				
3.				
	รวมมูลค่าลงทุนทั้งสิ้น	200,000	-	200,000
	โครงสร้างทางการเงิน(เปอร์เซ็นต์)	100 %	-	100 %

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

1.	ที่ดิน	-	-
2.	อาคาร	-	-
3.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	ใช้ตกแต่ง / ปรับปรุงร้านและเครื่องมือ	5,000
4.	อุปกรณ์/เครื่องมือ	ใช้ในการบริการ	51,450
5.	เครื่องใช้สำนักงาน	-	-
6.	ยานพาหนะ	ใช้ขับรถไฟส่งเสื้อผ้า	36,500
7.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
8.	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
9.	รายการอื่น ๆ (ถ้ามี)	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			92,950

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	เดือนที่1	เดือนที่ 2	เดือนที่3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ -%	-	5 %	10 %
การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการ -%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนค่าบริการ -%	-	5 %	10 %
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 1-%	-	5 %	10 %
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 2-%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 3-%	-	-	-
ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณใน 1 ปี – วัน / เดือน	26วัน		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) -%	-		
สมมติฐานทางการเงินอื่น ๆ	-		

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3
ระยะเวลาการให้เครดิตค่าบริการ – วัน / เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตซื้อสินค้า – วัน/เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้(ถ้ามี) – บาท	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น -%	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว -%	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	100,000		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่น ๆ	-		
นโยบายทางการเงินอื่น ๆ	-		

หมายเหตุ : การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายทุกรายการขึ้นกับสถานะของเศรษฐกิจ

9.6 ประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ (คน)			
20 ขึ้น 500 บาท	3,600	3,780	4,158
30 ขึ้น 700 บาท	4,800	5,040	5,544
50 ขึ้น 1,000 บาท	2,400	2,520	2,772
รวมจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	10,800	11,340	12,474
ค่าบริการ (บาท/หน่วย)			
20 ขึ้น 500 บาท	500	500	500
30 ขึ้น 700 บาท	700	700	700
50 ขึ้น 1,000 บาท	1,000	1,000	1,000
ค่าบริการเฉลี่ย			
รายได้จากการบริการ (บาท)			
20 ขึ้น 500 บาท	1,800,000	1,890,000	2,079,000
30 ขึ้น 700 บาท	3,360,000	3,528,000	3,880,800
50 ขึ้น 1,000 บาท	2,400,000	2,520,000	2,772,000
รวมรายได้จากการบริการ	7,560,000	7,938,000	8,731,800
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
- ขายด้วยเงินสด	7,560,000	7,938,000	8,731,800
- ขายด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
- ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	7,560,000	7,938,000	8,731,800

9.7 ประมาณการต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าซื้อมาในการบริการ (หน่วย)			
ผงซักฟอก (8 กก.)	60	63	70
น้ำยาปรับผ้านุ่มคอนฟอร์ส (3,600 มล.)	185	195	215
น้ำยาปรับผ้านุ่ม ไฮยีน (3,600 มล.)	277	291	321
น้ำยาปรับผ้านุ่ม ดาวนี่ (3,600 มล.)	370	389	428
น้ำยาซักผ้าขาว (1,500 มล.)	48	51	57
น้ำยารีดผ้าเรียบ (20 ลิตร)	246	259	285
ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ (บาท)			
ผงซักฟอก (8 กก.)	500.00	525.00	577.50
น้ำยาปรับผ้านุ่มคอนฟอร์ส (3,600 มล.)	160.00	168.00	184.80
น้ำยาปรับผ้านุ่ม ไฮยีน (3,600 มล.)	100.00	105.00	115.50
น้ำยาปรับผ้านุ่ม ดาวนี่ (3,600 มล.)	150.00	157.50	173.25
น้ำยาซักผ้าขาว (1,500 มล.)	100.00	105.00	115.50
น้ำยารีดผ้าเรียบ (20 ลิตร)	500.00	525.00	577.50
ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการบริการ (บาท)			
ผงซักฟอก (8 กก.)	30,000.00	33,075.00	40,425.00
น้ำยาปรับผ้านุ่มคอนฟอร์ส (3,600 มล.)	29,600.00	32,760.00	39,732.00
น้ำยาปรับผ้านุ่ม ไฮยีน (3,600 มล.)	27,700.00	30,555.00	37,075.50
น้ำยาปรับผ้านุ่ม ดาวนี่ (3,600 มล.)	55,500.00	61,267.50	74,151.00
น้ำยาซักผ้าขาว (1,500 มล.)	4,800.00	5,355.00	6,583.50
น้ำยารีดผ้าเรียบ (20 ลิตร)	123,000.00	135,975.00	164,587.50
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ (บาท)	270,600.00	298,987.50	362,554.50

ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
เจ้าหนี้การค้าสินค้าซื้อมาเพื่อบริการรวม	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าบริการและสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ	270,600.00	298,987.50	362,554.50

9.8 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนค่าบริการ (บาท)			
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อให้บริการ	270,600.00	298,987.50	362,554.50
ค่าแรงงานในการบริการ	324,000.00	340,200.00	374,220.00
ค่าไฟฟ้าในการบริการ	36,000.00	34,800.00	38,280.00
ค่าน้ำประปาในการบริการ	7,000.00	7,350.00	8,085.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ	-	-	-
ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	5,000.00	5,250.00	5,775.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการบริการ	2,000.00	2,100.00	2,310.00
รวมต้นทุนการบริการ	644,600.00	691,687.50	794,524.50
ค่าเสื่อมราคาในการบริการ (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการบริการ	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	10,630.00	10,630.00	10,630.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการบริการ	10,630.00	10,630.00	10,630.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น	655,230.00	702,317.50	805,154.50
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-

+ บวก สิ้นค้าซื้อมาเพื่อ บริการคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สิ้นค้าซื้อมาเพื่อ บริการคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สิ้นค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สิ้นค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สิ้นค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สิ้นค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	655,230.00	702,317.50	805,154.50

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	552,000.00	579,600.00	637,560.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	21,000.00	22,050.00	24,255.00
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	96,000.00	100,800.00	110,880.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	30,000.00	31,500.00	34,650.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	18,000.00	18,950.00	20,790.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	9,600.00	10,080.00	11,088.00
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่างๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	7,200.00	7,560.00	8,316.00
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่นจากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	762,600.00	800,730.00	880,803.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน	10,290.00	10,290.00	10,290.00
ค่าเสื่อมราคายาพาหนะ	1,825.00	1,825.00	1,825.00
รวมค่าเสื่อมราคา	12,115.00	12,115.00	12,115.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	774,715.00	812,845.00	892,918.00

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการบริการ	7,529,000.00	7,938,000.00	8,731,800.00
รายได้อื่น ๆ	-	-	-
รวมรายได้	7,529,000.00	7,938,000.00	8,731,800.00
หัก – ต้นทุนขาย	655,230.00	702,317.50	805,154.50
กำไรขั้นต้น	6,904,770.00	7,235,682.50	7,926,645.50
หัก – ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	774,715.00	812,845.00	892,918.00
กำไรจากการดำเนินการ	6,130,055.00	6,422,837.50	7,033,727.50
หัก – ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	6,130,055.00	6,422,837.50	7,033,727.50

หัก – ภาษีเงินได้นิติบุคคล	919,508.25	963,425.62	1,055,059.12
กำไรสุทธิ	5,210,546.75	5,459,411.88	5,978,668.38
หัก – เงินปันผลจ่าย	-	-	-
กำไรสะสม	-	5,210,546.75	248,865.12
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	5,210,546.75	248,865.12	5,729,803.26
มูลค่าทางบัญชีหุ้น	26.05 %	1.24 %	28.64 %

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการบริการ	7,560,000.00	7,938,000.00	8,731,800.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจากค่าใช้จ่ายในการบริการ	655,230.00	702,317.50	805,154.50
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	774,715.00	812,845.00	892,918.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	919,508.25	963,425.62	1,055,059.12
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการรวม	5,210,546.75	5,459,411.88	5,978,668.38
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตกแต่ง	5,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	51,450.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ยานพาหนะ	36,500.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนรวม	92,950.00		
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดรับจากการกู้หนี้ยืมสิน	-	-	-

เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	5,117,596.75	5,459,411.88	5,978,668.38
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	5,117,596.75	5,459,411.88	5,978,668.38

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	5,117,596.75	5,459,411.88	5,978,668.38
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	5,117,596.75	5,459,411.88	5,978,668.38
สินทรัพย์ที่ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	92,950.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	92,950.00	-	-
รวมสินทรัพย์	5,210,546.75	5,459,411.88	5,978,668.38
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน			
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-

หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ค่า) กว่าทุน	5,210,546.75	248,865.12	5,729,803.26
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	5,210,546.75	248,865.12
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	5,210,546.75	5,459,411.88	5,978,668.38
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	5,210,546.75	5,459,411.88	5,978,668.38

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	-	-	-
อัตราส่วนเส้นทรัพยากรคล่องตัว (เท่า)	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน			
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	91.33%	91.15%	90.77%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	81.08%	80.91%	80.55%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	68.92%	68.77%	68.47%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per Share)	26.05 %	1.24 %	28.64 %
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	คู่แข่งเพิ่มมากขึ้น	ทำให้ธุรกิจสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดที่คาดว่าจะได้รับไปบางส่วน	เพิ่มรูปแบบของการบริการให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่
2	ลูกค้ารู้จักน้อยเพราะร้านเปิดใหม่	ทำให้ธุรกิจอาจขาดทุนได้	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social media (facebook , instagram)
3	มีพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	ทำให้การบริการลูกค้าล่าช้าและอาจทำให้เสียลูกค้าไปบางส่วน	รับสมัครพนักงานเพิ่มที่มีความชำนาญในการซักอบรีดผ้าหรือมีประสบการณ์ จะทำให้การบริการเป็นไปได้อย่างรวดเร็วขึ้น

บทที่ 4
ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวประภาพร คำฤทธิ์		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
1 ก.ค. 62	คิดริเริ่มโครงการธุรกิจบริการเพื่อเสนออาจารย์ที่ปรึกษา	
5 ก.ค. 62	จัดพิมพ์เอกสารเพื่อนำเสนอขออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
7 ก.ค. 62	จัดพิมพ์เอกสารบทที่ 1 (บทนำ)	
8 ก.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
9 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
15 ก.ค. 62	จัดพิมพ์เอกสารบทที่ 2	
16 ก.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
17 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
5 ส.ค. 62	เริ่มคิดแผนธุรกิจและเอกสารบทที่ 3	
18 ส.ค. 62	จัดพิมพ์เอกสารบทที่ 3 และแผนธุรกิจ	
20 ส.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 3 และแผนธุรกิจให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
25 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 และแผนธุรกิจให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
31 ส.ค. 62	จัดเตรียมเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการ	
3 ก.ย. 62	ทำ Power Point ที่จะต้องนำเสนอโครงการ	
5 ก.ย. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 แผนธุรกิจ และ Power Point ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 1	
10 ก.ย. 62	ส่งเอกสารทั้งหมดที่เตรียมจะ Present ให้อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมตรวจ	
15 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1	
25 ก.ย. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์และออกแบบป้ายหน้าร้าน	
30 ก.ย. 62	ส่งแบบป้ายร้านให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
5 ต.ค. 62	สั่งทำป้ายไวนิล	
7 ต.ค. 62	จัดหาซื้อวัสดุอุปกรณ์สำหรับการให้บริการและจัดตกแต่งร้าน	
9 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 1	
15 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 2	
18 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 3	
20 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 4	
24 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 5 และซื้อวัตถุดิบเพิ่ม	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นางสาวประภาพร คำฤทธิ์		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
26 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 6 (อาจารย์ที่ปรึกษามานิตชน)	
28 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 7	
30 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 8	
6 พ.ย. 62	จัดเตรียมเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการ ครั้งที่ 2	
18 พ.ย. 62	ทำ Power Point ที่จะต้องนำเสนอโครงการ ครั้งที่ 2	
13 พ.ย. 62	ส่งเอกสารทั้งหมดและ Power Point ที่เตรียมจะ Present ครั้งที่ 2 ให้ อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง	
19 พ.ย. 62	ส่งเอกสารทั้งหมดที่เตรียมจะ Present ให้อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมตรวจ	
24 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2	
26 พ.ย. 62	จัดพิมพ์เอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติรายบุคคล , บัญชี)	
27 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 4 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
29 พ.ย. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
30 พ.ย. 62	จัดพิมพ์ภาคผนวก ข (แบบสอบถาม)	
3 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
5 ธ.ค. 62	ถ่ายเอกสารแบบสอบถามจำนวน 105 ชุด	
6 ธ.ค. 62	แจกแบบสอบถาม	
14 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
15 ม.ค. 63	จัดพิมพ์เอกสารบทที่ 5	
17 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
19 ม.ค. 63	จัดพิมพ์บรรณานุกรมและส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
30 ม.ค. 63	ส่งแปลผลข้อมูลแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
11 ก.พ. 63	ส่งเอกสารภาคผนวก ค และ ง ตามลำดับให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
13 ก.พ. 63	จัดพิมพ์เอกสารบทคัดย่อ กิตติกรรมประกาศ และสารบัญ	
15 ก.พ. 63	ส่งเอกสารบทคัดย่อ กิตติกรรมประกาศ และสารบัญให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจ	
20 ก.พ. 63	ส่งเอกสารรวมเล่มโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมตรวจก่อนนำไปเข้า รูปเล่มโครงการ	
22 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการพร้อมแผ่นซีดี 1 แผ่น	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวกัญญ์ณัช หาญจิตต์		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
1 ก.ค. 62	คิดริเริ่มโครงการธุรกิจบริการเพื่อเสนออาจารย์ที่ปรึกษา	
5 ก.ค. 62	จัดพิมพ์เอกสารเพื่อนำเสนอขออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
7 ก.ค. 62	จัดพิมพ์เอกสารบทที่ 1 (บทนำ)	
8 ก.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
9 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
15 ก.ค. 62	จัดพิมพ์เอกสารบทที่ 2	
16 ก.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
17 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
5 ส.ค. 62	เริ่มคิดแผนธุรกิจและเอกสารบทที่ 3	
18 ส.ค. 62	จัดพิมพ์เอกสารบทที่ 3 และแผนธุรกิจ	
20 ส.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 3 และแผนธุรกิจให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
25 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 และแผนธุรกิจให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
31 ส.ค. 62	จัดเตรียมเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการ	
3 ก.ย. 62	ทำ Power Point ที่จะต้องนำเสนอโครงการ	
5 ก.ย. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 แผนธุรกิจ และ Power Point ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 1	
10 ก.ย. 62	ส่งเอกสารทั้งหมดที่เตรียมจะ Present ให้อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมตรวจ	
15 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1	
25 ก.ย. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์และออกแบบป้ายหน้าร้าน	
30 ก.ย. 62	ส่งแบบป้ายร้านให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
5 ต.ค. 62	สั่งทำป้ายไวนิล	
7 ต.ค. 62	จัดหาซื้อวัสดุอุปกรณ์สำหรับการให้บริการและจัดตกแต่งร้าน	
9 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 1	
15 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 2	
18 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 3	
20 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 4	
24 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 5 และซื้อวัตถุดิบเพิ่ม	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นางสาวกัญญ์ณัช หาญจิตต์		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
26 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 6 (อาจารย์ที่ปรึกษามานิตเทศน์)	
28 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 7	
30 ต.ค. 62	เปิดร้านให้บริการล้างรถ ครั้งที่ 8	
6 พ.ย. 62	จัดเตรียมเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการ ครั้งที่ 2	
18 พ.ย. 62	ทำ Power Point ที่จะต้องนำเสนอโครงการ ครั้งที่ 2	
13 พ.ย. 62	ส่งเอกสารทั้งหมดและ Power Point ที่เตรียมจะ Present ครั้งที่ 2 ให้ อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง	
19 พ.ย. 62	ส่งเอกสารทั้งหมดที่เตรียมจะ Present ให้อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมตรวจ	
24 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2	
26 พ.ย. 62	จัดพิมพ์เอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติรายบุคคล , บัญชี)	
27 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 4 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
29 พ.ย. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
30 พ.ย. 62	จัดพิมพ์ภาคผนวก ข (แบบสอบถาม)	
3 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
5 ธ.ค. 62	ถ่ายเอกสารแบบสอบถามจำนวน 105 ชุด	
6 ธ.ค. 62	แจกแบบสอบถาม	
14 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
15 ม.ค. 63	จัดพิมพ์เอกสารบทที่ 5	
17 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
19 ม.ค. 63	จัดพิมพ์บรรณานุกรมและส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
30 ม.ค. 63	ส่งแปลผลข้อมูลแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
11 ก.พ. 63	ส่งเอกสารภาคผนวก ค และ ง ตามลำดับให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
13 ก.พ. 63	จัดพิมพ์เอกสารบทคัดย่อ กิตติกรรมประกาศ และสารบัญ	
15 ก.พ. 63	ส่งเอกสารบทคัดย่อ กิตติกรรมประกาศ และสารบัญให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจ	
20 ก.พ. 63	ส่งเอกสารรวมเล่มโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมตรวจก่อนนำไปเข้า รูปเล่มโครงการ	
22 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการพร้อมแผ่นซีดี 1 แผ่น	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการร้าน บีเอ็ม ชักรีด

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
26/6/2019	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2 คน	3,000.00	6,000				-	-	6,000
8/7/2019	ปริญ์เอกสารแบบนำเสนอและบทที่ 1				-	-	65			5,935
15/7/2019	ปริญ์เอกสารบทที่ 2				-	-	150			5,785
26/8/2019	ปริญ์เอกสารบทที่ 3				-	-	180			5,605
6/10/2019	สั่งทำป้ายไวนิล				1 ป้าย	-	300			5,305
7/10/2019	ค่าตกแต่งร้าน				-	-	200			5,105
"	ค่าทำสื่อโฆษณา				-	-	300			4,805
7/10/2019	น้ำยาปรับผ้านุ่ม				1 แกนลอน	350	350			4,455
"	น้ำยาซักผ้าขาว				1 แกนลอน	350	350			4,105
"	ผ้าคลุมโต๊ะรีดผ้า				2 ผืน	200	400			3,705
"	น้ำยารีดผ้าเรียบ				1 แกนลอน	500	500			3,205
"	ไม้แขวนเสื้อ				5 โหล	30	150			3,055
รวม				5,000			2,945			3,055

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการร้าน บีเอ็ม ชักริด

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
7/10/2019	ยอดยกมา							-	-	3,055
"	น้ำยาปรับผ้านุ่มคอมฟอร์ท				5 ถุง	160	800			2,255
"	น้ำยาปรับผ้านุ่มไฮซิน				5 ถุง	100	500			1,755
	น้ำยาปรับผ้านุ่มดาวนี่				5 ถุง	150	750			1,005
10/10/2019	บริการซักอบรีด	20 ชิ้น	500	500						1,505
"	บริการซักอบรีด	30 ชิ้น	700	700						2,205
"	บริการซักอบรีด	30 ชิ้น	700	700						2,905
14/10/2019	บริการซักอบรีด	50 ชิ้น	1,000	1,000						3,905
"	บริการซักชุดเครื่องนอน	5 ชุด	80	400						4,305
"	บริการซักอบรีด	50	1,000	1,000						5,305
"	บริการซักผ้านวม	7 ผืน	80	560						5,865
18/10/2019	บริการซักอบรีด	50 ชิ้น	-	1,000						6,865
"	บริการซักอบรีด	30 ชิ้น	-	700						7,565
รวม				6,560			450			7,565

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการร้าน บีเอ็ม ชักรีด

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
19/10/2019	ยอดยกมา							-	-	7,565
"	บริการซักอบรีด	50 ชิ้น	-	1,000						8,565
"	บริการซักอบรีด	20 ชิ้น	-	500						9,065
"	บริการซักอบรีด	20 ชิ้น	-	500						9,565
25/10/2019	บริการซักอบรีด	30 ชิ้น	-	700						10,265
"	บริการซักอบรีด	20 ชิ้น	-	500						10,765
"	บริการซักอบรีด	50 ชิ้น	-	1,000						11,765
"	บริการซักชุดเครื่องนอน	7 ชุด	80	560						12,325
"	น้ำยาซักผ้าขาว				1 ถัง	500	500			11,825
"	ผงซักฟอก				1 ถัง	250	250			11,575
"	น้ำยาปรับผ้านุ่มคอมฟอร์ท				4 ถัง	160	640			10,935
รวม				4,760			1,390			10,935

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการร้าน บีเอ็ม ชักรีด

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
27/10/2019	ขอคชกมา							-	-	10,935
"	บริการซักอบรีด	20 ชิ้น	-	500						11,435
"	บริการซักอบรีด	20 ชิ้น	-	500						11,935
"	บริการซักอบรีด	30 ชิ้น	-	700						12,635
28/10/2019	บริการซักอบรีด	50 ชิ้น		1,000						13,635
"	บริการซักชุดเครื่องนอน	3 ชุด	80	240						13,875
"	บริการซักอบรีด	50 ชิ้น	-	1,000						14,875
30/10/2019	บริการซักอบรีด	20 ชิ้น	-	500						15,375
"	บริการซักอบรีด	20 ชิ้น	15	500						15,875
"	บริการซักผ่านวม	5 ผืน	80	400						16,275
12/11/2019	ปริญเอกสารบทที่ 1-3				-	-	450			15,825
29/11/2019	ปริญเอกสารบทที่ 4				-	-	120			15,705
รวม				5,340			570			15,705

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการธุรกิจบริการร้าน บีเอ็มชกรี๊ด

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ทุนในการดำเนินงาน	6,000.00	บาท
-------------------	----------	-----

หักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และออกบริการคงเหลือ	15,705.00	บาท
---	-----------	-----

แบ่งกำไรให้สมาชิกเท่าๆ กัน ดังนี้

1.นางสาวประภาพร	คำฤทธิ	7,852.50	บาท
-----------------	--------	----------	-----

2.นางสาวกัญญ์ณัช	หาญจิตต์	7,852.50	บาท
------------------	----------	----------	-----

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินงานโครงการธุรกิจบริการ ปีเอ็ม ชักริด ปฏิบัติงานระยะเวลาตั้งแต่ 1 – 30 ตุลาคม 2562 มีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 2 คน จำนวนลงทุนคนละ 3,000.00 บาท เป็นจำนวนเงินทั้งหมด 6,000.00 บาท สถานที่ในการออกปฏิบัติคือ 220/134 ซ.มังกร ต.แพรกษา อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานบริการเป็นระยะเวลา 1 เดือนตั้งแต่ 1-30 ตุลาคม 2561 ซึ่งการปฏิบัติงานเมื่อหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และออกบริการ คงเหลือ 13,705 บาท แบ่งให้ผู้ร่วมลงทุน 2 คน คนละ 6,852.50 บาท

การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ

1. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้และเพิ่มรายได้ให้นักศึกษา
2. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์และความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
3. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
1	24-28 มิ.ย.62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
2	1-12 ก.ค.62	ส่งเนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
3	15-31 ก.ค.62	ส่งเนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
4	1 -30 ส.ค.62	ส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนิน โครงการ)	
5	1 -30 ส.ค.62	จัดทำแผนธุรกิจ - บทสรุปผู้บริหาร - วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ - ความเป็นมาของธุรกิจ - ผลิตภัณฑ์ - วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
		- แผนการบริหารจัดการ - แผนการตลาด - แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ - แผนการเงิน - แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	
6	2-6 ก.ย.62	ส่ง PowerPoint (โครงการ + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียม Present งาน)	
7	21 ก.ย.62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)	
8	1-31 ต.ค.62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการ งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ - ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์ (1 ต.ค. 61) - ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ (2 ต.ค. 61) - นำกระดาษหนังสือพิมพ์ม้วน (3 ต.ค. 61) - นำหนังสือพิมพ์ที่ม้วนมาสานต่อกัน (4 ต.ค. 61) - วัดขนาดกระดาษลังและตัดตามแบบ (5 ต.ค. 61) - นำชิ้นส่วนมาประกอบ (6 ต.ค. 61) - นำชิ้นงานไปพ่นสี (8 ต.ค. 61) - ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน (10 ต.ค. 61) - ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน (11 ต.ค. 61) - แกะไขแบบป้ายไวนิล (12 ต.ค. 61) - ส่งแบบไวนิล (15 ต.ค. 61) - สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ (5 พ.ย. 61)	
9	1-8 พ.ย.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน นำเสนองานโครงการ การ ออกร้านจัดแสดงสินค้า หรือบริการ	
10	16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
11	13 ธ.ค.62	งาน ATC นิทรรศน์	
12	16-20 ธ.ค.62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	
	13-17 ม.ค.63	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	
13	20-24 ม.ค.63	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)	
14	27-31 ม.ค.63	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	
15	3-7 ก.พ.63	กำหนดส่ง - ภาคผนวก ก - ภาคผนวก ข - ภาคผนวก ค - ภาคผนวก ง	
16	10-14ก.พ.63	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ	
		กำหนดส่ง บทคัดย่อ	
17	17-21ก.พ.63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
18	24-28ก.พ.63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งาน
2. ระยะทางการเดินทางของสมาชิกมีความห่างไกลมาก ทำให้การปฏิบัติงานล่าช้า
3. สภาพอากาศแปรปรวนทำให้เกิดผลกระทบระหว่างปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์
2. นัดหมายเวลาปฏิบัติงานให้เร็วขึ้น เพื่อลดการปฏิบัติงานล่าช้า

บรรณานุกรม

- กัณตพงษ์ ฤทธิวีระเดช. (2557). แผนธุรกิจร้านบริการซักรีด. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2562, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2197/1/kantapong_ritv.pdf
- นัตยาพร เสมอใจ. (2558). แนวคิดกับพฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นหาข้อมูลวันที่ 7 สิงหาคม 2562, จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E>
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2556). ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดทางการบริการ. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2562, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/1157/1/siripa_kitp.pdf
- ณัฐกานต์ ศรียะเกต. (2559). แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ ธุรกิจซักอบรีด . ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2562, จาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2650>
- รัตติกร ปิยะวาทีนทร์. (2557). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของธุรกิจซักอบรีด. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2562 , จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/siripa_kitp.pdf
- วิชาญ ฤทธิรงค์. (2553). การให้บริการและการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับความพอใจ ค้นหาเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2562. จาก <http://rd.hu.ac.th/Download%20File/Full%20Text%20Research/600242.pdf>
- วิทยา ด้านธำรงกุล,ผศ. (2556). องค์ประกอบของแผนธุรกิจ. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2562, จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8E>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2556). แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2562, จาก <http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Marketing2557/>

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ	บีเอ็ม ซักรีด (BM Laundry service)		
ระยะเวลาการดำเนินงาน	กรกฎาคม 2562 – กุมภาพันธ์ 2563		
สถานที่การดำเนินงาน	220/134 ซ.มังกร ต.แพรเทศ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280		
ประมาณการค่าใช้จ่าย	3,000 บาท		
ผู้รับผิดชอบโครงการ			
1. นางสาวประภาพร คำฤทธิ	รหัสนประจำตัว 37035	ปวส.2/26	
2. นางสาวกัญญณัช หาญจิตต์	รหัสนประจำตัว 36961	ปวส.2/26	

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ
 (นางสาวประภาพร คำฤทธิ)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

ลงชื่อ.....
 (อาจารย์วิษณุ ตีระสอาด)/...../.....

ลงชื่อ.....
 (อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)/...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด
 (อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)/...../.....

ชื่อโครงการ	บีเอ็ม ชักริด (BM Laundry service)	
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่มธุรกิจบริการ	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วิษุฒม์ ศรีสะอาด	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล	
ผู้รับผิดชอบโครงการ		
1. นางสาวประภาพร	คำฤทธิ์	ประธานโครงการ
2. นางสาวกัญญฉัตร	หาญจิตต์	รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน ธุรกิจบริการชักริดเป็นธุรกิจที่ต้องการของสังคมไทยอย่างมาก ผู้คนส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องของความสะอาดสบายและความเร่งรีบ เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ในชีวิตประจำวัน ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของธุรกิจบริการชักริดจึงมีมากขึ้น และเป็นธุรกิจ ที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวันของผู้คนในยุคนี้ เพราะผู้คนส่วนใหญ่จะทำงานนอกบ้าน และไม่มีเวลาในการดูแลชักริดเสื้อผ้าของตน จึงมีความต้องการอาศัยการบริการจากร้านชักริด

ทางคณะผู้จัดทำโครงการจึงนำธุรกิจบริการชักริด BM Laundry service มาบริการให้ประชาชนที่มีการใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ ต้องการความสะดวกสบาย ในการทำความสะอาดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มต่างๆทางร้านเรามีความเอาใจใส่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจที่สุดทั้งด้านการบริการ ด้านความสะอาด ราคา รวมถึงการเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน และมีบริการส่งตรงถึงบ้านให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้าทุกท่านร้านของเราการรับประกันว่าจะไม่เกิดปัญหาหลังกาให้บริการร้าน BM Laundry service แน่แน่นอน เพราะเราเล็งเห็นถึงปัญหาของเนื้อผ้าและความสำคัญของลูกค้าเป็นอันดับแรก ธุรกิจร้านชักริด BM Laundry service มีสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน, คอนโด , อพาร์ทเม้นต่างๆ มีแนวโน้มว่าจะมีการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ในการลงทุนทำธุรกิจชักริด เป็นธุรกิจที่ลงทุนไม่มาก เนื่องจากทางกิจการของร้านชักริด BM Laundry service เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ทำธุรกิจอยู่ที่บ้าน จึงไม่ต้องลงทุนเยอะ

วัตถุประสงค์

4. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
5. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษ
6. เพื่อให้ นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มข้าราชการ กลุ่มบุคคลทำงาน บริษัทเอกชนที่ไม่มีเวลาว่างในการทำงานบ้านของตนเอง

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัตถุดิบ และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองปฏิบัติการบริการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจตามขั้นตอนการบริการ ที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน บ้านเลขที่ 220/134 ซ.มังกร ต.แพรงกษา อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 3,000 บาท

1. วัสดุคิบ

ผงซักฟอก	500	บาท
น้ำยาปรับผ้านุ่ม	350	บาท
น้ำยารีดผ้าเรียบ	500	บาท
น้ำยาซักผ้าขาว	100	บาท

2. อุปกรณ์

เครื่องซักผ้า	-	บาท
เตารีด	-	บาท
โต๊ะรีดผ้า	-	บาท
ไม้แขวนเสื้อ	50	บาท

3. เบ็ดเตล็ด

ค่าเครื่องแบบพนักงาน(300*3)	900	บาท
ค่าสื่อ / โฆษณา / ป้ายร้าน	600	บาท
รวม	3,000	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. สร้างประสบการณ์ในธุรกิจการบริการ เพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ปัญหาและอุปสรรค

1. การปฏิบัติงานอาจล่าช้า หรือไม่เป็นไปตามแผนงาน
2. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอาจชำรุด เสียหาย

ข้อเสนอแนะ

1. เตรียมความพร้อมของทีมงาน ฝึกปฏิบัติคนให้เกิดความชำนาญก่อนลงปฏิบัติงานจริง
2. ตรวจสอบวัสดุ อุปกรณ์ทุกครั้ง ก่อนปฏิบัติงาน

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วิชชุต์ ศรีสะอาด)
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

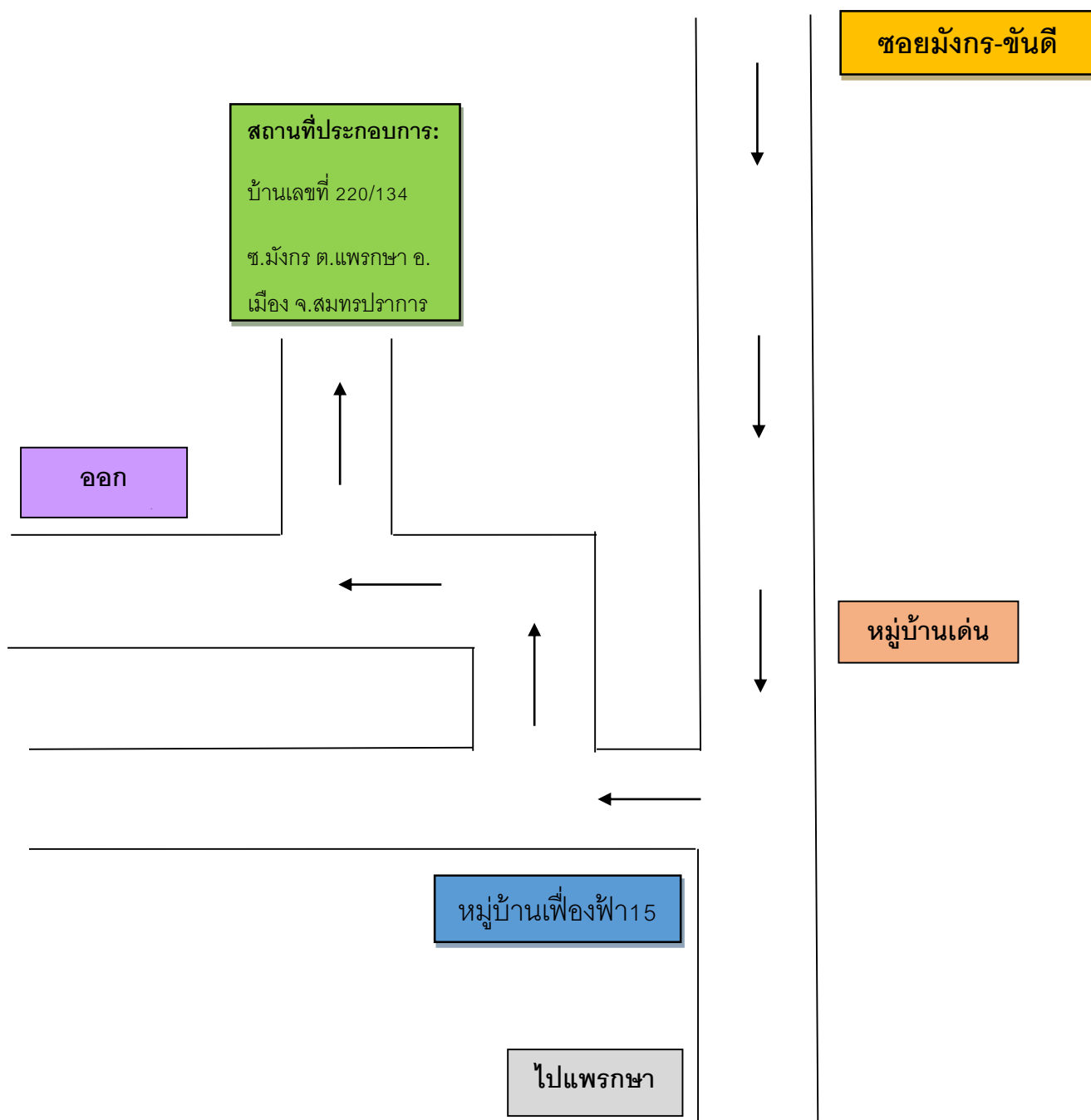
ลงชื่อ.....

(อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพพรรณ)
อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม
- ตัวอย่างแบบสอบถาม

รายงานผลแบบสอบถาม

โครงการธุรกิจบริการร้าน บีเอ็ม ชักรีด (BM Lanudry service)

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านบีเอ็มชักรีด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการประเภทธุรกิจการให้บริการ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 100 คน โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการร้านบีเอ็มชักรีด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	50	49.0
หญิง	52	51.0
รวม	102	100.0
2. อายุ		
อายุต่ำกว่า 20 ปี หรือเทียบเท่า	57	55.9
อายุ 21 – 30 ปี	39	38.2
อายุ 31 – 40 ปี	3	2.9
อายุ 41 ปี ขึ้นไป	3	2.9
รวม	102	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	4	3.9
ระดับมัธยมตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	36	35.3
อนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	53	52.0
ปริญญาตรี	8	7.8
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	1	1.0
รวม	102	100.0

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	95	93.1
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1	1.0
พนักงานบริษัทเอกชน	2	2.0
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	2	2.0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	2	2.0
รวม	102	100.0
5. รายได้ประจำเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	94	92.2
รายได้ 5,000 – 10,000 บาท	2	2.0
รายได้ 10,001 – 15,000 บาท	1	1.0
รายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป	5	4.9
รวม	102	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านบีเอ็มซักรีด ปรากฏผลข้อมูล ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็น เพศหญิงจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา เพศชาย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีอายุต่ำกว่า 20 ปี หรือเทียบเท่า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 55.9 รองลงมาอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 และ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีระดับการศึกษาที่ ระดับอนุปริญญาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และ ระดับปริญญาตรีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 93.1 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

รายได้ประจำเดือน พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 92.2 รองลงมา รายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 4.9 และรายได้ 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการร้านบีเอ็มซักรีด

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

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

ข้อ	รายการประเมิน	ผลการประเมิน							ระดับความพึงพอใจ
		5	4	3	2	1	$\bar{x}$	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)									
1	คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการซักอบรีด	76.5%	19.6%	2.9%	-	1.0%	4.71	0.62	มากที่สุด
2	มาตรฐานของอุปกรณ์ที่ใช้ในการซักอบรีด	68.6%	29.4%	2.0%	-	-	4.67	0.51	มากที่สุด
ด้านราคา (Price)									
3	ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	55.9%	42.2%	1.0%	1.0%	-	4.53	0.58	มากที่สุด
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)									
4	ที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สะดวกต่อการให้บริการ	57.8%	38.2%	2.0%	1.0%	1.0%	4.51	0.69	มากที่สุด
5	ช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน facebook และ line	61.8%	34.3%	2.9%	1.0%	-	4.57	0.61	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)									
6	การทำบัตรสะสมแต้มเมื่อใช้บริการซักรีดครบ 10 ครั้ง ซักฟรี 1 ครั้ง	63.7%	34.3%	2.0%	-	-	4.62	0.53	มากที่สุด
7	อัปเดตข่าวสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media เช่น Facebook และ Line อยู่เสมอ	58.8%	37.3%	2.9%	1.0%	-	4.54	0.61	มากที่สุด

ด้านบุคลากร (People)									
8	การให้บริการของพนักงาน เช่น ความตรงต่อเวลาและความสุภาพ	65.7%	30.4%	3.9%	-	-	4.62	0.56	มากที่สุด
9	ความรู้และความชำนาญในการชักอบริคของพนักงาน	54.9%	42.2%	2.9%	-	-	4.52	0.56	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ (Process)									
10	ขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ	57.8%	40.2%	2.0%	-	-	4.56	0.54	มากที่สุด
11	ระยะเวลาในการให้บริการ	53.9%	42.2%	3.9%	-	-	4.50	0.58	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ (Physical evidence)									
12	ภาพลักษณ์ของร้านบีเอ็มชักริด โดยภาพรวม	64.7%	31.4%	3.9%	-	-	4.61	0.57	มากที่สุด
13	ความสะอาดของอุปกรณ์และพื้นที่ให้บริการ	57.8%	40.2%	2.0%	-	-	4.56	0.54	มากที่สุด

โดยภาพรวมจากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้านบีเอ็มชักริด ด้านผลิตภัณฑ์ในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการชักอบริค มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านราคาในความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านการจัดจำหน่าย ในช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน Facebook และ Line มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการทำบัตรสะสมแต้มเมื่อใช้บริการชักริดครบ 10 ครั้ง ชักริดฟรี 1 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านบุคลากร ในขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ในภาพลักษณ์ของร้านบีเอ็มชักริด โดยภาพรวม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการชักอบริค มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.71$) รองลงมา มาตรฐานของอุปกรณ์ที่ใช้ในการชักอบริค มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$)

ด้านราคา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.53$)

ด้านการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน Facebook และ Line มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมา ที่ตั้งของร้านอยู่ในพื้นที่สะดวกต่อการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.51$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การทำบัตรสะสมแต้มเมื่อใช้บริการชักรีดครบ 10 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมา อัปเดตข่าวสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media เช่น Facebook และ Line อยู่เสมอ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$)

ด้านบุคลากร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้บริการของพนักงาน เช่น ความตรงต่อเวลาและความสุภาพ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมา ความรู้และความชำนาญในการชกอบรีดของพนักงาน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.52$)

ด้านบุคลากร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมา ระยะเวลาในการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$)

ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ภาพลักษณ์ของร้านบีเอ็มชักรีด โดยภาพรวม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.61$) รองลงมา ความสะอาดของอุปกรณ์และพื้นที่ให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.56$)

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

- ตราลินค้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- เอกสารสื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ
- ประมวลภาพอื่น ๆ

ตราโลโก้บริษัท



อุปกรณ์การบริการ



วัสดุอุปกรณ์



วัสดุสิ้นเปลือง



ขั้นตอนการบริการ

1. รับผ้าจากลูกค้า



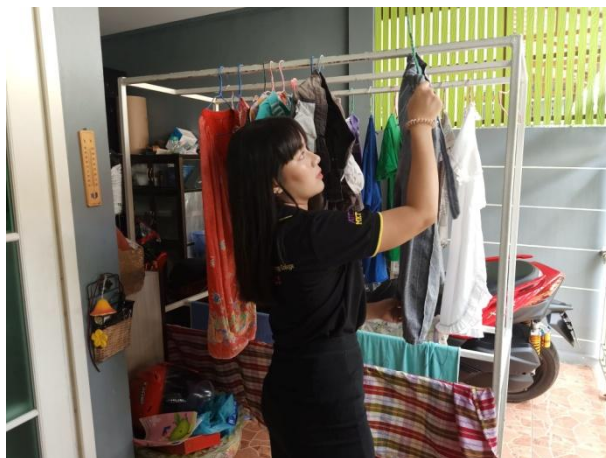
2. คัดแยกชนิดของผ้า (ผ้าขาว, ผ้าสี)



3. นำผ้าไปซัก และปั่นแห้ง (เครื่อง,มือ)



4. นำเสื้อผ้าที่ปั่นแห้งแล้วมาตากแดด



5. ทำการรีด



6. ส่งมอบให้แก่ลูกค้าพร้อมขอบคุณที่มาใช้บริการ



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวประภาพร คำฤทธิ์
วัน เดือน ปี	:	20 กันยายน 2542
สถานที่เกิด	:	กรุงเทพมหานคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวกัญญณัช หาญจิตต์
วัน เดือน ปี	:	26 มีนาคม 2542
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ