

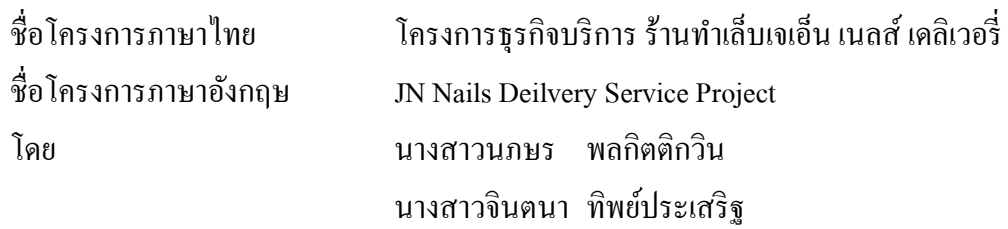


โครงการธุรกิจบริการ ร้านทำเล็บเจเอ็น เนลส์ เดลิเวอรี่
JN Nails Deilvery Service Project

จัดทำโดย

นางสาวนภสร พลกิตติกวิน
นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ปีการศึกษา 2562



(อาจารย์วิชชุต์ ศรีสะอาด)
อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)
อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธุ์)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	โครงการธุรกิจบริการ ร้านทำเล็บเจเอ็น เนลส์ เดลิเวอรี่ JN Nails Deilvery Service Project	
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาวนภสร	พลกิตติกวิน
	2. นางสาวจินตนา	ทิพย์ประเสริฐ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วิษุฒม์ ศรีสะอาด	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์รัชฎา ธรรมมิตกุล	
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562	

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภทธุรกิจบริการ“ร้านทำเล็บ JN Nails Deilvery” มีวัตถุประสงค์(1.) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านทำเล็บ JN Nails Delivery (2.)เพื่อศึกษาแนวโน้มของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ โอกาส อุปสรรค และคู่แข่งของธุรกิจ เพื่อสร้างความพร้อมต่อการเริ่มประกอบธุรกิจ (3.)พัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามเล็บและบำรุงเล็บรูปแบบใหม่ ให้มีรูปแบบการใช้งานที่สะดวกมากขึ้น มีคุณภาพที่สูงขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีที่สุด มีขั้นตอนดำเนินการ3ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่(1.) ขั้นเตรียมการ ขั้นตอนที่(2.) ขั้นดำเนินการ ละขั้นตอนที่(3.)ขั้นประเมินผลจากการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการคือ เริ่มดำเนินการตั้งแต่ มิถุนายน 2562 จนถึง กุมภาพันธ์ 2563 งบประมาณที่ใช้ 5,000 จำนวน 2 คน เป็นจำนวน 10,000 บาท สถานที่ Condo The Coast ถนนสุขุมวิท เลขที่ 15 หมู่ 6 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ เมื่อหักค่าใช้จ่ายและมีรายได้จากการบริการมีเงินคงเหลือ 23,625 บาท คืนทุนและแบ่งกำไรที่เหลือ คืนสมาชิกกลุ่ม 2 คน คนละ 11,812.50 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการได้ (1.) การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2.)สร้างประสบการณ์ในธุรกิจบริการและเพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา(3.)ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติงานโครงการ (1.) การเดินทางอาจล่าช้า เนื่องจากการจราจรติดขัดไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด (2.) วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอาจชำรุดเสียหาย(3.)ในการดำเนินงาน งบประมาณในการลงทุนอาจเพิ่ม ไม่เป็นไปตามที่วางแผน

ด้านงบประมาณ

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา (1.) เตรียมความพร้อมของทีมงานฝึกปฏิบัติคนให้ เกิดความชำนาญก่อนลงปฏิบัติงานจริง (2.) การโฆษณาประชาสัมพันธ์โปรโมทร้านผ่านทาง Facebook, Line (3.) การเอาใจลูกค้าเพิ่มจำนวนแบบของสินค้าให้มากขึ้นเพื่อที่จะได้ตรงตาม ต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับทางร้านและเพิ่มแบบใหม่ๆให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน โดยถาม เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด(7P's)พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อร้านทำเล็บ JN Nails Delivery ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.39$) หากพิจารณารายข้อแล้วปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ใน ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.54$) และรองลงมาก็คือปัจจัย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.53$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.52$) อยู่ใน ระดับมากที่สุด ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.36$) อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการบริการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.32$) อยู่ในระดับมาก ด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.26$) อยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ มี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.12$) อยู่ในระดับมาก

กิตติกรรมประกาศ

งานโครงการฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์วิษณุ ฤทธิสอาด ที่กรุณาให้คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดเวลาของการดำเนินงาน และที่ขาดไม่ได้คืออาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ รวมทั้ง อาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่คอยให้คำปรึกษาการจัดทำแผนธุรกิจ รวมถึงขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในทุกเรื่องที่เป็นประโยชน์ จนกระทั่งโครงการฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ท้ายที่สุดนี้คณะผู้จัดทำโครงการ ขอขอบคุณ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติโครงการนี้ให้ผ่านไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการธุรกิจบริการทำเล็บ JN Nails Delivery

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมิน โครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านทำเล็บ	3
แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ	4
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	14
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (4p)	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	22
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	24
แผนการปฏิบัติงาน	25
สถานที่ดำเนินโครงการ	26
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	27
การจัดทำแผนธุรกิจ	29
บทสรุปผู้บริหาร	29
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	30
ความเป็นมาของธุรกิจ	31
ผลิตภัณฑ์	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	32
แผนบริหารจัดการ	40
แผนการตลาด	45
แผนการผลิต	49
แผนการเงิน	52
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	63
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	64
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	68
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	72
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	73
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	76
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	76
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	79
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	87
ภาคผนวก ค ประมวลภาพสินค้า หรือบริการในโครงการ	95
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	105

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ผลิตภัณฑ์ทาเล็บกลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้หญิงส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ความสวยงามเป็นสิ่งสำคัญสำหรับสุภาพสตรีในยุคนี้ ผลิตภัณฑ์ทาเล็บ เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่อยู่ในกระแสแฟชั่นได้รับความนิยมสูง ทำให้สถาบันความงามหลายๆแห่ง และในด้านต่างๆ ได้รับความนิยมและเติบโตอย่างต่อเนื่อง หนึ่งในนั้น ธุรกิจร้านทำเล็บ JN Nails Delivery ที่ให้บริการเฉพาะทางความงามในด้านการทำเล็บโดยผู้เชี่ยวชาญ การใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย และใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และยังเป็นตัวช่วยผลักดันให้เกิดกระแสนิยมของแฟชั่นการทาเล็บและเพนท์เล็บ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ทาเล็บมีความนิยมที่สูงมากขึ้น จึงทำให้การทาเล็บหรือการเพนท์เล็บกลายเป็นกระแสแฟชั่นหรือแม้กระทั่งเป็นกิจกรรมยามว่างของผู้หญิงในยุคปัจจุบันอีกทั้งธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาให้ตัวเองงดงามจากภายนอก ทั้งนี้ในการพบปะเพื่อนฝูง และการติดต่อเพื่อทำธุรกิจทำให้คนส่วนใหญ่ต้องการความสวยงาม และดูดีในสายตาบุคคลอื่นเพื่อช่วยสร้างความมั่นใจทำให้บุคคลที่พบเห็นเกิดการจดจำและประทับใจตั้งแต่ภายนอก เพื่อปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพและเสริมสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง ยังเน้นการใส่ใจสุขภาพของผิวหนังเล็บและจมูกเล็บของลูกค้าคือทางร้านมีการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลเล็บวัสดุจากธรรมชาติ ตามแบบฉบับของประเทศจีนด้วยดังนั้นร้าน JN Nails Delivery จึงเป็นร้านเพนท์เล็บทางเลือกใหม่ สำหรับผู้หญิงที่ใส่ใจในการดูแลสุขภาพและให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ที่ดีคืออยู่เสมอ

ร้าน JN Nails Delivery มองเห็นแนวทางการสร้างธุรกิจที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ทาเล็บภายใต้สินค้าของเรา และโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุนทำธุรกิจประเภทนี้ เพราะการแข่งขันที่ยังมีไม่สูงมากนัก และอาศัยปัจจัยหลายๆอย่างด้วยกัน เช่น ราคาค่าบริการ การบริการ และสำคัญที่สุด คือ การสร้างจุดขายที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถสร้างความแตกต่างได้ในสายตาของผู้บริโภคได้ชัดเจน และสร้างความภักดีในตราสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง ก็จะเป็นการรักษาศักยภาพในการทำกำไรได้ในระยะยาว นอกจากนี้ร้านทำเล็บ JN Nails Delivery ยังให้บริการเพนท์เล็บนอกสถานที่ตามทำเลที่ลูกค้านัดหมายและจากปัจจัยเหล่านี้ทำให้คณะผู้จัดทำมีความมั่นใจที่จะสามารถดำเนินธุรกิจร้านทำเล็บ JN Nails Delivery ให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจเสริมความงามได้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขาย และบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

เป้าหมายของโครงการ

1. เสนอขายสินค้า และบริการให้กับบุคคลที่มีความสนใจบริการประเภทเล็บสวยงาม
2. ขายสินค้า และบริการได้กำไรมากกว่าที่ลงทุน

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สร้างประสบการณ์ในธุรกิจการขาย และบริการ เพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์มีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการร้านทำเล็บ JN Nails Delivery เป็นโครงการประเภทธุรกิจบริการ ใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านทำเล็บ
2. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7 'P)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านทำเล็บ

การทำเล็บ คือ การตกแต่งมือและเล็บซึ่งปฏิบัติได้ทั้งในที่บ้านหรือในร้านทำเล็บ โดยช่างเล็บมือชีพที่มีใบอนุญาตหรือช่างทำเล็บ การทำเล็บไม่เพียงรักษาและดูแลเล็บธรรมชาติของเราแต่ยังช่วยถนอมมืออีกด้วย การทำเล็บ ประกอบด้วยการตะไบขอบเล็บให้เป็นทรงที่ต้องการ บำบัดหนังกำพร้า นวดมือและทํานํ้ายาบนเล็บ นอกจากนี้ยังมีบริการ ทำเล็บพิเศษสำหรับเฉพาะมือและเท้า สำหรับมือจะแช่ด้วยสารที่ทำให้นุ่มแล้วตามด้วยการทาโลชั่น ซึ่งเป็นลักษณะที่ทำในร้านทั่วไป ขั้นตอนนี้สามารถใช้กับเล็บเท้า และเท้า ที่เรียกว่า การบำบัดเล็บ อาจรวมถึง การใช้ เช่น acrylics หรือเล็บเทียมแบบ gel การทำ เล็บ บางคนอาจรวมถึง การเพ้นท์ลายบนเล็บหรือ ติดด้วยเพชรพลอย ในหลายพื้นที่ ช่างทำเล็บต้องมีใบได้รับอนุญาตและต้องปฏิบัติตามระเบียบ เนื่องจากผิวหนังจะถูกจัดการและมีการตัดแต่ง บางครั้งอาจมีความเสี่ยงที่จะกระจายการติดเชื้อเมื่อเครื่องมือที่ใช้ถูกใช้ในคนจำนวนมากดังนั้นเรื่องความสะอาดและอนามัย จึงสำคัญมาก

(อ้างอิงจาก<https://th.wikipedia.org/>)

สัทธิภาพของผู้ประกอบการ

1. มีความรักในอาชีพหรืองานที่ตนทำอยู่
2. ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
3. เปิดใจให้กว้าง พร้อมรับคำติชม
4. กิริยามารยาทเรียบร้อย พุดจาอ่อนหวาน
5. มีเหตุผลและรับผิดชอบในงานของตน
6. มีความอดทน

7. รักษาเวลา รู้คุณค่าและวิธีประหยัดเวลา แรงงานและวัสดุ
8. มีความขยันหมั่นเพียร
9. แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
10. รู้จักเอาใจลูกค้า
11. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า
12. มีความสนใจในข่าวสารข้อมูลและสถานการณ์ปัจจุบันที่อาจจะมีผลต่อการประกอบ
13. ค้นคว้าวิธีการใหม่ๆที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานและสินค้าอยู่เสมอธุรกิจงานบริการประเภทนี้นั้นเจ้าของกิจการเป็นนักลงทุนขนาดเล็กย่อยต้องการเปิดธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนเบื้องต้นไม่มากนักเมื่อเทียบกับงานบริการประเภทอื่น และมีการบริการต้นทุนค่อนข้างสิ้น เมื่อเทียบกับการลงทุนงานบริการประเภทอื่นคาดการณ์ว่าในปีถัดไปงานบริการรายย่อยในประเทศไทยนั้นจะมีสัดส่วนถึง 90% จากงานบริการทั้งหมด

2. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเสมือนแผนที่ในการเดินทางที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการแผนจะให้รายละเอียดต่างๆทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงินที่จะชี้ผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อน และข้อควรระวัง เช่น

การพัฒนาสินค้า หรือ บริการมีโอกาสในการขยายสายผลิตภัณฑ์ตลอดจน ทำให้สินค้าหรือบริการมีความหลากหลาย ครบถ้วนตามที่ลูกค้าต้องการ และถ้าสินค้าที่นำเสนอเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในท้องตลาด ควรมีรูปแบบแสดงให้เห็นลักษณะของสินค้า หรือ ตัวต้นแบบด้วยการประเมินศักยภาพของสินค้าและบริการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์โดยประเมินว่าสินค้าอยู่ในช่วงใดของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์จะมีศักยภาพทางการตลาดเป็นอย่างไรราคาสินค้าควรเป็นเท่าไรควรทำการตลาดอย่างไรให้ประเมินและวิเคราะห์ให้มีความชัดเจน

ความสำคัญของแผนธุรกิจ

สำหรับผู้ประกอบการแล้ว แผนธุรกิจเป็นเอกสารที่มีความสำคัญยิ่งกว่าเอกสารใดๆ ที่เคยมีการรวบรวมมา ความสำคัญเหล่านี้ ได้แก่

1. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่จะให้รายละเอียดของการเริ่มต้นธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการ มีเป้าหมายที่ชัดเจนกำหนดแนวทางของความคิดและช่วยให้ผู้ประกอบการแน่วแน่ต่อการใช้ทรัพยากรและกำลังพยายามเพื่อไปสู่เป้าหมาย
2. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือที่จะแสวงหาเงินทุนจากผู้ร่วมลงทุนจากกองทุนร่วมลงทุน และจากสถาบันการเงินต่างๆ
3. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่เป็นเสมือนพิมพ์เขียวที่ให้รายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ทั้งกิจกรรมในการจัดหาเงินทุน กิจกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมตลาดและอื่นๆในการบริหารกิจการใหม่ แผนธุรกิจยังใช้เพื่อกำหนดการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องในอนาคตของกิจการอีกด้วย

(อ้างอิงจาก<http://blog.edzones.com/poonpreecha/79505>)

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. S มาจาก Segmentation คือ การแบ่งส่วนตลาด
2. T มาจาก Targeting คือ การกำหนดลูกค้าเป้าหมายว่ากลุ่มไหนที่เราจะเลือก
3. P มาจาก Positioning คือ การสร้างภาพพจน์ในใจของลูกค้า
4. P's มาจากส่วนผสมที่ลงตัวในโปรแกรมทางการตลาด 4 ตัว เปรียบเสมือนแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ทางการตลาด ดังนี้
 - 1) Product คือ สินค้า/บริการ
 - 2) Price คือ ราคา
 - 3) Place คือ ช่องทางการจำหน่าย
 - 4) Promotion คือ การส่งเสริมทางการตลาด

นอกจากส่วนประสมทางการตลาด 4 P's ที่กล่าวมาแล้ว ยังมี 4 C's ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนประสม ทางการตลาดยุคใหม่ที่มีองทางด้านความต้องการของผู้บริโภคและควรที่จะต้องนำมาใช้ร่วมในแผนปฏิบัติการทาง การตลาดด้วย ดังนี้

5. C's ได้แก่

- 1) Consumer Need คือ ผลิต/ขายสินค้าตามความต้องการของลูกค้า
- 2) Customer Benefits คือ ผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ
- 3) Convenience คือ เป็นสินค้าที่สะดวก และ
- 4) Communication คือ การรับรู้ข่าวสาร

(อ้างอิงจาก : <http://blog.edzones.com/poonpreecha/79505>)

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

แม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัวหากแต่ องค์ประกอบหลักซึ่งนักลงทุนพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่ง เหล่านี้ คือ(อ้างอิงจาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/agelessa/2009/12/25/entry-1>)

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

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (ผู้เขียน : ผศ.ศิริญา โอภาสพรมบุญ)

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

ส่วนนี้มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนที่จะอ่านและจะต้อง ตัดสินใจจากส่วนนี้จะอ่านรายละเอียดของแผนธุรกิจหรือไม่ บทสรุปสำหรับผู้บริหารเป็นส่วน หนึ่งของแผนธุรกิจที่จัดทำขึ้นหลังจากการทำแผนธุรกิจแล้วเสร็จ ควรมีความยาวประมาณ 2 - 3 หน้า ฉะนั้น ส่วนนี้จะต้องให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจะต้องแสดงให้เห็นประเด็นสำคัญอย่างน้อยสองประการคือ

1.1 สรุปแนวคิดรายละเอียดของธุรกิจและชี้ให้เห็นว่าสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดอยู่นี้จะมีโอกาสเกิดขึ้นได้จริงๆ ในตลาด ไม่เพื่อฝัน โดยมีข้อมูล ที่สนับสนุน และอ้างอิงจากแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือ

1.2 ต้องชี้ให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการของธุรกิจที่จะทำนั้นมีความแตกต่างและเป็นที่ต้องตาต้องใจของลูกค้า บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่าคุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม

ส่วนHOW TOว่าจะเขียนอย่างไร ให้น่าสนใจ มีกลวิธีในการเขียนข้อพิจารณาเพื่อการเขียนบทสรุปผู้บริหาร

อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไรและแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไรพยายามอธิบายให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่จะทำนั้นจะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต คุณภาพชีวิต รวมทั้งการอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค หรือวิธีการใช้สินค้าหรือบริการไปจากเดิมอย่างไร บอกด้วยว่าธุรกิจจะก่อตั้งเมื่อไรสินค้า/บริการมีคุณสมบัติพิเศษอะไรในแง่รูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอยเทคโนโลยี นวัตกรรม ฯลฯ ที่จะได้เปรียบเหนือคู่แข่งและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม(ValueAdd)ขีดความสามารถทางการแข่งขัน

(Competitive Advantages) หากธุรกิจดำเนินการมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว และจะต้องกล่าวประวัติความเป็นมาของกิจการที่ดำเนินธุรกิจอยู่ (Company Profile) ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันตลอดจนผู้ก่อตั้ง ปีที่ก่อตั้ง ทุนจดทะเบียน ทุนที่ชำระแล้ว รวมทั้งกิจกรรมที่สำคัญเช่นการหาผู้ร่วมลงทุน การเพิ่มทุน นอกจากนี้ ควรจะกล่าวถึงขนาดของธุรกิจ ความก้าวหน้าของธุรกิจในช่วงที่ผ่านมา เพราะความเติบโตก้าวหน้าจะสะท้อนออกมาในรูปของเงินทุนและความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นในกรณีที่ไม่ใช่ธุรกิจใหม่

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ(ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร)

ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้า/บริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์ (ผู้เขียน : ดร.ศิริประภา กาญจนวณิช)

Who ใคร คือ สิ่งที่เราต้องรู้ว่า ใครรับผิดชอบ ใครเกี่ยวข้อง ใครได้รับผลกระทบ ในเรื่องนั้นมีใครบ้าง

What ทำอะไร คือ สิ่งที่เราต้องรู้ว่า เราจะทำอะไร แต่ละคนทำอะไรบ้าง

Where ที่ไหน คือ สิ่งที่เราต้องรู้ว่า สถานที่ที่เราจะทำว่าจะทำที่ไหน เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นอยู่ที่ไหน

When เมื่อไหร่ คือ สิ่งที่เราต้องรู้ว่า ระยะเวลาที่จะทำงานถึงสิ้นสุด เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นทำเมื่อวัน เดือน ปี ไດ

Why ทำไม คือ สิ่งที่เราต้องรู้ว่า สิ่งที่เราจะทำนั้น ทำด้วยเหตุผลใด เหตุใดจึงได้ทำสิ่งนั้น หรือเกิดเหตุการณ์นั้นๆ

How อย่างไร คือ สิ่งที่เราต้องรู้ว่า เราจะสามารถทำทุกอย่างให้บรรลุผล ได้อย่างไรเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นทำอย่างไรบ้าง

การใช้เทคนิค 5W1H ในการวิเคราะห์แก้ปัญหา นั้น ส่วนใหญ่เราจะใช้ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการตั้งคำถาม Who is it about? What happened ? When did it take place? Where did it take place? และ Why did it happen? การตั้งคำถามดังกล่าวจะทำให้เราได้คำตอบในแต่ละประเด็น แต่ละข้อของคำถาม

เทคนิค 5W1H จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลหรือปัญหา ได้เกือบทุกรูปแบบ เทคนิค 5W1H เป็นการคิดวิเคราะห์ (Analysis Thinking) ที่ใช้ความสามารถในการจำแนก แยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งอาจจะเป็นวัตถุ สิ่งของ เรื่องราว หรือเหตุการณ์ นำมาหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อค้นหาคำตอบที่เป็นความเป็นจริง หรือที่เป็นสิ่งที่สำคัญ จากนั้นจึงรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาจัดระบบ เรียบเรียงใหม่ให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ (ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร,อ.ดร.ครรชิตพล ยศพรไพบูลย์)

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับ ในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการจัดการ เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น คือ ภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะกลาง ประมาณ 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปี

ลักษณะของเป้าหมายของธุรกิจที่ดีมี 3 ประการ คือ

1. มีความเป็นไปได้ หมายความว่า กิจกรรมมีโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายได้ หากได้ มีการดำเนินงานอย่างเต็มที่ตามแผนธุรกิจที่วางไว้ การกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจควรประเมิน จากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ กล่าวคือ ไม่ควรตั้งเป้าหมาย ที่เลื่อนลอยเกินความจริงจนทำไม่ได้ และก่อให้เกิดความท้อแท้ แต่ก็ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ง่ายจนเกินไปจนไม่ต้องทุ่มเทความพยายามใดๆ ก็สามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย เป้าหมายที่ดีจึงควรเป็นผลลัพธ์ที่ทำได้ยากแต่มีความเป็นไปได้
2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม หมายถึง มีความชัดเจนที่สามารถประเมินได้ว่า กิจกรรมบรรลุตามเป้าหมายนั้นหรือไม่ ทั้งนี้ โดยทั่วไป ควรจะต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนว่า จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายนั้นภายในระยะเวลาเท่าใด
3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายถึง เป้าหมายย่อยๆ ในแต่ละฝ่ายควรมีความสอดคล้องและ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้แน่ใจว่าเป้าหมายระยะสั้นๆ เป็นไปเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเป้าหมายในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาด (ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร , อ.ดร.ครรชิตพล ยศพร ไพบูลย์)

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณา ร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาดที่ต้องทำให้ได้ในระยะเวลาของแผนคือเรื่องอะไรบ้าง
2. ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
3. จะนำเสนอสินค้า/บริการอะไรให้กลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าใด และด้วยวิธีการใด
4. จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง

5. ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไรในการตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์และวิจารณญาณที่ดี ในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และวิธีการทางการตลาดสำหรับกิจการตามองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาด
2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการจัดการและแผนคน (ผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล)

ในส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์กรว่า ประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์กร โครงสร้างของคณะกรรมการ และการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิค และการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ

รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ คือ โครงสร้างองค์กร

1. ตำแหน่งงานหลักๆ ขององค์กร คนที่จะมาดำรงตำแหน่ง พร้อมทั้งแผนผังองค์กร
 - 1.1 หากผู้บริหารคนใดคนหนึ่ง ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มเวลา ต้องระบุว่าใครจะเป็นผู้ช่วยในงานนั้น เพื่อทำให้งานสมบูรณ์
 - 1.2 หากทีมงานผู้บริหารเคยทำงานร่วมกันมาก่อน ให้ระบุว่าเคยทำงานอะไร มีความสำเร็จในฐานะทีมที่ดีอะไรบ้าง
2. ตำแหน่งบริหารหลัก
 - 2.1 ระบุว่าตำแหน่งบริหารหลักๆ มีความรู้ ความชำนาญอะไรบ้าง และมีความเหมาะสมในตำแหน่งงานนั้นอย่างไร
 - 2.2 ระบุบทบาท ภาระความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งในทีมบริหาร
 - 2.3 อาจใส่ประวัติสั้นๆ ของทีมบริหารเอาไว้ในส่วนนี้ด้วยก็ได้ หรือมีฉะนั้นอาจนำไปใส่ไว้รวมกันในภาคผนวก
3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหาร ระบุเงินเดือนที่จ่ายแก่ผู้บริหาร ตลอดจนผลประโยชน์ในรูปแบบอื่นๆ และสัดส่วนการถือหุ้น ของผู้บริหารแต่ละคน

4. ผู้ร่วมลงทุน ระบุผู้ร่วมลงทุนอื่นๆ และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น
5. คณะกรรมการบริหารระบุคุณสมบัติของกรรมการบริษัทองค์ประกอบและภูมิหลัง ของกรรมการแต่ละคนว่าจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการอย่างไร

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการผลิต/ปฏิบัติการ (ผู้เขียน : อ.ดร.เอกจิตต์ จึ้งเจริญ)

หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต/ปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆ ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและการจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ

แผนการผลิต/ปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังแผนภาพที่ 1 โดย วัตถุดิบและทรัพยากร นั้น หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน เงินลงทุน และอื่นๆ สำหรับ กระบวนการผลิตและปฏิบัติการ หมายถึง กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และ ผลผลิต นั้น หมายถึง ความถึง จำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้ในการวางแผนการผลิต/ปฏิบัติ นั้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและปฏิบัติการภายในกิจการตามประเด็นที่สำคัญๆ 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 จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้จากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของการตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ

การตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมหลักทั้งสาม คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็น งบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานสรุปขั้นสุดท้ายของขบวนการจัดทำบัญชี ที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจหรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่า ในรอบระยะเวลาที่ผ่านมา นั้น ธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร 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
 - กำไรสะสม

4. งบนี้จึงแสดงให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงของทุนเรือนหุ้นและกำไรสะสม

งบกระแสเงินสด เป็นงบการเงินที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง จะรายงานให้ทราบว่า เงินสดในปัจจุบันที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้น มีสาเหตุจากอะไรในกิจกรรม 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

- กิจกรรมดำเนินงาน
- กิจกรรมลงทุน
- กิจกรรมจัดหาเงิน

3. นโยบายบัญชี หมายถึง หลักการบัญชีหรือวิธีปฏิบัติที่กิจการใช้ในการจัดทำและนำเสนองบการเงิน เนื่องจากหลักการบัญชีที่กิจการเลือกใช้มีได้หลายวิธี วิธีการบัญชีที่กิจการเลือกใช้จะมีผลกระทบต่องบการเงินไม่เหมือนกัน กิจการจึงต้องบอกข้อมูลดังกล่าวให้ผู้ใช้ในงบการเงินทราบโดยทั่วไปแล้วกิจการควรเปิดเผยนโยบายบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน

- วิธีการรับรู้รายได้
- การตีราคาสินค้าคงเหลือ
- การตีราคาเงินทุน
- ค่าเผื่อหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ
- วิธีการคิดค่าเสื่อมราคา และการตัดบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน
- การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ
- การจัดทำงบการเงินรวม

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน (ผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล)

หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็น

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน (ผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล)

แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้ ตัวอย่างของประเด็นความเสี่ยงทางธุรกิจและการเตรียมพร้อมที่ควรระบุไว้ในแผนฉุกเฉิน ได้แก่ กรณีดังต่อไปนี้

- ยอดขายหรือการเก็บเงินจากลูกค้าไม่เป็นไปตามคาดหมาย จนทำให้เงินสดหมุนเวียนขาดสภาพคล่อง
- ธนาคารไม่ให้เงินกู้หรือลดวงเงินกู้
- คู่แข่งตัดราคาหรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องระยะยาว
- มีคู่แข่งรายใหม่ที่มีขนาดใหญ่กว่า ทันสมัยกว่า มีสินค้าครบถ้วนกว่า ราคาถูกกว่า เข้าสู่อุตสาหกรรม หรือมาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียง
- สินค้าถูกลอกเลียนแบบและขายในราคาที่ถูกลงกว่า
- มีปัญหาเกี่ยวกับหุ้นส่วนจนไม่สามารถร่วมงานกันได้
- สินค้าผลิตไม่ทันตามคำสั่งซื้อเนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ
- สินค้าผลิตมากจนเกินไป ทำให้มีสินค้าในมือเหลือมาก
- เกิดการชะงักการเติบโตของทั้งอุตสาหกรรม
- ต้นทุนการผลิต/การจัดการสูงกว่าที่คาดไว้ ฯลฯ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในที่นี่ได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึง ความหมายของคำว่าพฤติกรรม(Behavior)และพฤติกรรมผู้บริโภค(Consumer Behavior) ไว้หลายความหมาย แต่จะนำเสนอเป็นบางส่วนเท่านั้น ดังนั้นพฤติกรรมผู้บริโภค(Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อการใช้การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาและยังกล่าวอีกว่าพฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงการตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2553:106)

พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้สินค้าและบริการทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่ก่อนแล้วและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ประเด็นสำคัญของคำจำกัดความข้างต้นคือกระบวนการตัดสินใจที่มีมาก่อนแล้ว กล่าวคือลักษณะของการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้บริโภคในขณะใดขณะหนึ่งนั้นผู้บริโภคอาจจะมีกระบวนการทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยาต่างๆที่มีส่วนในการสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติและค่านิยมของเขาอยู่ก่อนแล้วสิ่งที่มีมาอยู่ก่อนแล้วนี้จะมีส่วนและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและจากการศึกษาเรื่องราวโดยทั้งหมดของกระบวนการของพฤติกรรมนั้นจะทำให้เราทราบว่าทำไม ผู้บริโภคจึงปฏิบัติเช่นนั้น

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค(Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการกระตุ้น(Stimulus)ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response)

หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ(Buyer's Purchase Decision)หรือเรียกโมเดลนี้ว่า S-R Theory (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552:110-112) ซึ่งทฤษฎีนี้ประกอบด้วย

1. สิ่งกระตุ้น(Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย(Inside Stimulus)และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (BuyingMotive)สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถ ควบคุม และต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่นออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Place) เช่น การจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอก องค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งเหล่านี้ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของ ผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านถนอมเงิน อัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการให้บริการธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law's Black Political) เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้า กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าใดสินค้านั้นจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่ม หรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีในไทย เทศกาลต่างๆจะมีผลกระทบให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเทียบบนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหา ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง เป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่นของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด ซึ่งแต่ละอย่างมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อดังนี้

(1) วัฒนธรรมพื้นฐาน หมายถึง รูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอดสืบต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรมและขัดเกลาทางสังคมดังนั้นวัฒนธรรมจึงเป็นถึงพื้นฐานในการกำหนดความต้องการพฤติกรรมของบุคคล ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน

(2) วัฒนธรรมย่อย หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์วัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่ม สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์หรือท้องถิ่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

(3) ชั้นทางสังคม หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่ แตกต่างกัน โดยที่ สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกันและสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมี ลักษณะที่แตกต่างการแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ทรัพย์สินหรืออาชีพชั้นทางสังคม เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยม และพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่างชั้นทางสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับและแบ่งเป็น กลุ่มย่อยได้ 6 ระดับ

2.1.2 ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

(1) กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นและ ค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิงกลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็น 2 ระดับคือ

ก. กลุ่มปฐมภูมิได้แก่ครอบครัวเพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

ข. กลุ่มทุติยภูมิได้แก่กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วม สถาบัน บุคคลต่าง ๆ ในสังคม

(2) ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยม ของบุคคลสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัวการขายสินค้าอุปโภคบริโภค จะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรป ซึ่งจะมีลักษณะ แตกต่างกัน

(3) บทบาทและสถานะ บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและ สถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการซื้อรถยนต์ของ ครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้ริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ ผู้ใช้

2.1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

(1) อายุ กลุ่มอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน เช่น กลุ่ม วัยรุ่นชอบทดลอง สิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

(2) วงจรชีวิตครอบครัวเป็นขั้นตอนการดำเนินชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัวการ ดำเนินชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในลักษณะและพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

(3) อาชีพ อาชีพที่แตกต่างกันจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการใช้สินค้าและบริการที่ แตกต่างกัน

(4) โอกาสทางเศรษฐกิจหรือรายได้โอกาสทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อประกอบด้วยรายได้การออมทรัพย์อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

(5) การศึกษาผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้มีการศึกษาต่ำ

(6) ค่านิยมหรือคุณค่าและรูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ความนิยมในสิ่งของ หรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตหมายถึงรูปแบบของการดำเนินชีวิตในโลกมนุษย์โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรมความสนใจความคิดเห็น

2.1.4 ปัจจัยทางจิตวิทยา ถือว่าเป็นปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า

(1) การจูงใจ หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้นที่อยู่ในตัวบุคคลซึ่งกระตุ้น ให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจภายในตัวบุคคลอาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรมชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการพฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการ กระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย

(2) การรับรู้เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบแลตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในเช่นความเชื่อประสบการณ์ความต้องการด้านอารมณ์นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกคือสิ่งกระตุ้นการรับรู้

(3) การเรียนรู้หมายถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและ (หรือ)ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมาการเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนอง ซึ่งก็คือ ทฤษฎีส่ิงกระตุ้น - ตอบสนอง (Stimulus-Response (SR) Theory)

(4) ความเชื่อถือเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจาก ประสบการณ์ในอดีต

(5) ทัศนคติเป็นการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึก ด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิด หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

(6) บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้ม เหมือนเดิมและสอดคล้องกัน

(7) แนวความคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อตนเอง หรือความคิด ที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้คือ

2.2.1 การรับรู้ความต้องการ ความต้องการของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้จากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอกร่างกาย สิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทางด้าน ร่างกายและจิตใจ สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ความต้องการทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และ การเมือง สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่งแล้วจะกลายเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลมี พฤติกรรมตอบสนอง ซึ่งบุคคลสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการตอบสนองต่อการกระตุ้นเหล่านี้โดยอาศัยการเรียนรู้และประสบการณ์ในอดีต

2.2.2 การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้ตัว ผู้บริโภคจะดำเนินการตอบสนอง ความต้องการของเขาทันที ถ้าความต้องการนั้นยังไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการ นั้นจะถูกสะสมเอาไว้เพื่อการตอบสนองภายหลัง เมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นได้สะสม ไว้มากจะทำให้เกิดภาวะอย่างหนึ่งคือ ความตั้งใจ ให้ได้รับการตอบสนองความต้องการ โดยผู้บริโภคจะพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการที่สะสมไว้ปริมาณของข้อมูล ที่ผู้บริโภคค้นหาขึ้นอยู่กับบุคคลเผชิญกับการแก้ไขปัญหา มากหรือน้อย ข้อมูลที่ผู้บริโภค ต้องการถือเป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

2.2.3 การประเมินผลทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูล เข้ามาแล้ว จากขั้นที่ 2 ก็จะ เกิดความเข้าใจ แล้วทำการประเมินผลข้อมูล เหล่านั้น เพื่อพิจารณาทางเลือกต่อไป ซึ่งอาศัย หลักเกณฑ์หลายประการคือ

(1) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ กรณีนี้ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัติกลุ่มหนึ่ง คุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์ในความรู้ลึกของผู้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน เช่น เบียร์มีคุณสมบัติคือรสกลมกล่อม มีแอลกอฮอล์สูงหรือต่ำ ความขม ปริมาณการ บรรจุและราคา

(2) ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหาและจัดลำดับสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

(3) ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า เนื่องจากความเชื่อถือของ ผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค และความเชื่อถือเกี่ยวกับตรา ผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

(4) ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า โดยผ่านกระบวนการประเมินผล เริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาสนใจ แล้วเปรียบเทียบ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราต่าง ๆ

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ เมื่อทำการประเมินผลแล้ว จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถ กำหนดความพอใจระหว่างสินค้าต่าง ๆที่เป็นทางเลือก ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่เขาชอบที่สุด ซึ่งก่อนตัดสินใจ

ซื้อผู้บริโภคจะต้องพิจารณา ปัจจัย 3 ประการคือ

(1) ทักษะของบุคคลอื่น ที่มีผลต่อสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อจะมีทั้งทัศนคติ ด้านบวกและด้านลบ ถ้าเป็นทัศนคติด้านบวก เช่น เห็นว่าสิ่งนั้น มีคุณภาพดีก็จะยิ่งเสริมให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น หากเป็นทัศนคติด้านลบ เช่น เห็นว่าสินค้านั้นมีคุณภาพไม่ดีราคาแพงเกินไป ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความลังเลและอาจยกเลิกการซื้อได้

(2) ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ ความตั้งใจซื้อจะได้รับอิทธิพลจากระดับรายได้ ขนาดของครอบครัว ภาวะทางเศรษฐกิจ การคาดคะเนต้นทุน และการ คาดคะเนถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้า

(3) ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ขณะที่ผู้บริโภคกำลังจะซื้ออาจมีปัจจัยบางอย่างมากระทบกระเทือนต่อความตั้งใจซื้อ เช่น ความไม่พอใจในลักษณะของ พนักงานขายหรือความกังวลใจเกี่ยวกับรายได้

2.2.5 ความรู้สึกหลังการซื้อ หลังการซื้อหรือทดลองใช้สินค้า ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจสินค้า โดยที่ความพอใจภายหลังการซื้อจะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำและการบอกต่อผู้อื่น หากไม่ได้รับความพอใจหลังการซื้อ หรือใช้สินค้าก็จะหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่น และจะบอกกล่าวต่อไปยังผู้บริโภครายอื่น ๆ ในทางลบ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1. การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) เช่น ถ้าผู้บริโภคเลือกรถยนต์จะเลือกยี่ห้อฮอนด้า โตโยต้าและมิตซูบิชิ เป็นต้น

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกโชว์รูมในเขตที่อยู่ใกล้บ้านหรือโชว์รูมจังหวัดใกล้เคียง

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็น ในการเลือกซื้อ

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อรถจำนวนกี่คัน

4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (อ้างอิงมาจาก:ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้านั้น โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัวได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการจะมีความแตกต่างกัน ออกไปกล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึง พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนั้นเป็นปัจจัยในการส่งมอบบริการ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึง ประกอบไปด้วย 7Ps

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

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

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง(Location)และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

5. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

6. ด้านบุคคล (People)หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรมการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

(Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

8. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการให้บริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปราณี กล่อมพิรุณ และคณะ (2559) การจัดทำโครงการธุรกิจบริการ "Idea Paint" โครงการนี้เป็นโครงการประเภทธุรกิจบริการ ไอเดียเพ้นท์ มีวัตถุประสงค์จากผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน โดยถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P แล้วพบว่าจากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการของไอเดียเพ้นท์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.55$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.69$ รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ย $X=4.64$ ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.56$ ด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.48$ และด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ $X=4.44$ ตามลำดับ

พัชรพล จันทรสุข และคณะ (2559) การจัดทำโครงการธุรกิจบริการ "Fantasy Tattoo classic" โครงการนี้เป็นโครงการประเภทบริการ "Fantasy Tattoo classic" วัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการจากผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน โดยถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในบริการร้าน Fantasy Tattoo classic โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.52$ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.64$ รองลงมาคือด้านกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.63$ รองลงมาคือ ด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.61$ ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.51$ ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.50$ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย $X=4.45$ และด้านสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย $X=4.36$ ตามลำดับ

อรนุช เณิน และ นฤมล กิมภากรณ์(2558) ศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคสตรีในกรุงเทพมหานครในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บมากที่สุด คือ เรื่องมีสีหลากหลายให้เลือก ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บมากที่สุด คือ เรื่องราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บมากที่สุดคือ เรื่องมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อในสถานที่จัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บมากที่สุดคือ เรื่องการรับสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมจากการเป็นสมาชิก

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการ

วิธีการดำเนินการ

โครงการกลุ่มธุรกิจบริการร้านเพ้นเล็บจัดทำขึ้นโดยกลุ่มนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โดยมีวิธีการดำเนินโครงการดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัสดุ และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองปฏิบัติการบริการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจตามขั้นตอนบริการ ที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจ	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ		↔							
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำธุรกิจบริการ			↔						
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และการส่งเสริมการตลาด			↔						
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงาน และขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

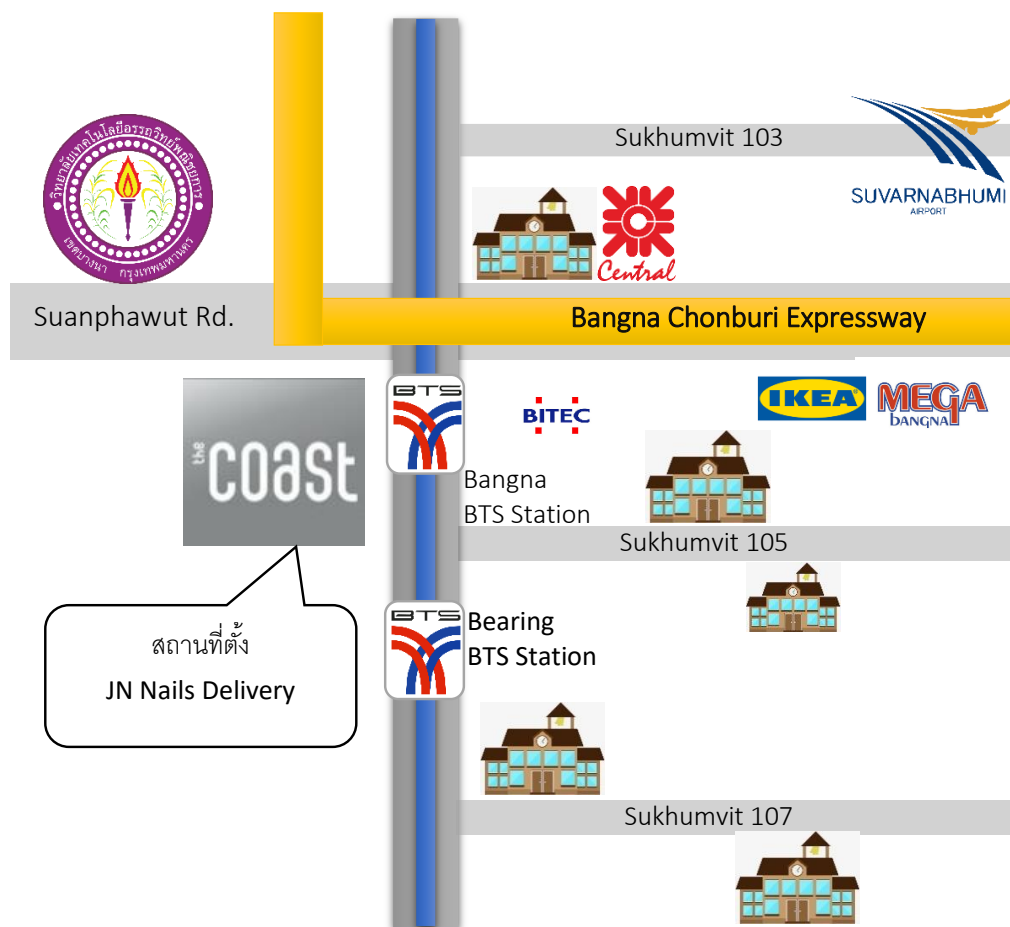
เริ่มดำเนินการตั้งแต่

สถานที่ปฏิบัติงาน

มิถุนายน 2562 จนถึง กุมภาพันธ์ 2563

Condo The Coast ถนนสุขุมวิท เลขที่ 15 หมู่ 6

แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ



วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินการตั้งแต่

สถานที่ปฏิบัติงาน

มิถุนายน 2562 จนถึง กุมภาพันธ์ 2563

Condo The Coast ถนนสุขุมวิท เลขที่ 15 หมู่ 6

แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 3,000 บาท

1. วัสดุดิบ

สีทาเล็บเจล	500	บาท
สีทาเล็บธรรมดา	500	บาท
เบสทาเล็บ	100	บาท
ท็อปเคลือบเล็บ	150	บาท
ปากกาเช็ดขอบเล็บ	50	บาท
ออยล์ล้างเล็บ	80	บาท
ตัวหนีบล้างเล็บ	100	บาท
ออยบำรุงเล็บ	50	บาท
ครีมบำรุงเล็บ	50	บาท
เซตผงหินอ่อนตบแต่งเล็บ	100	บาท
สติกเกอร์ตบแต่งเล็บ	100	บาท
สติกเกอร์เพนท์เล็บ	200	บาท
กลิตเตอร์ตบแต่งเล็บ	100	บาท
กาวกันเลอะ	50	บาท

2. อุปกรณ์

เครื่องอบเล็บ LED	570	บาท
ตะไบเล็บ	20	บาท
กรรไกรตัดเล็บ	20	บาท
กรรไกรตัดหนังเล็บ	60	บาท

3. เบ็ดเตล็ด

เครื่องแบบพนักงาน	100	บาท
ป้ายร้าน	100	บาท
รวม	3,000	บาท

แผนธุรกิจ

(JN Nails Delivery)



การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันวัยรุ่นมักจะใช้สินค้าทุกประเภทตามกระแสแฟชั่นสมัยใหม่ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า หน้าผมต้องดูดีตามแฟชั่นตลอดเวลา ความสวยความงามเป็นสิ่งที่สำคัญและกำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจากวัยรุ่นสตรีในยุคนี้ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป ทำให้พฤติกรรมในแต่ละวันต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิต และการเข้าใช้บริการร้านเสริมความงามด้วยเช่นกัน ทำให้สถาบันเสริมความงามหลายๆแห่งได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง หนึ่งในนั้น มีธุรกิจร้านทำเล็บ ที่ให้บริการเฉพาะความงามในด้านการทำเล็บโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพรวมถึงอุปกรณ์ที่ทันสมัยซึ่งสามารถตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าได้

สำหรับแนวโน้มของธุรกิจสถานความงามดูแลเล็บ คาดว่าจะเป็นธุรกิจที่มีโอกาสขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการความงามที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้นในขณะที่ธุรกิจเสริมความงามมีการปรับปรุงคุณภาพและพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ และมีการบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด และรวดเร็วมากขึ้น จนทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเริ่มจากการชื่นชอบ ใช้บริการบ่อย กระทั่งบางรายใช้บริการเป็นประจำจนกลายเป็นสมาชิกของร้านได้ในที่สุด

ดังนั้น คณะผู้จัดทำเล็งเห็นธุรกิจร้านทำเล็บ มองเห็นแนวทางและโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุนทำธุรกิจประเภทบริการเสริมความงามนี้ โดยอาศัยปัจจัยหลายอย่าง เช่น ทำเลที่ตั้ง ราคาค่าใช้บริการ การบริการ และการสร้างจุดขายที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งหากสามารถสร้างความแตกต่างได้ในสายตาของผู้บริโภคได้ชัดเจนจาก ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดธุรกิจร้านทำเล็บที่ใช้ชื่อร้านว่า JN Nails Delivery ทางคณะผู้จัดทำมีความมั่นใจที่จะบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจเสริมความงามได้

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุน 200,000 บาท ในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียน 8,880,000 บาท มีต้นทุนในการผลิต 608,097 บาท มีกำไรสุทธิ 8,078,646.43 บาท จึงได้จัดตั้งเป็นร้านที่มีหุ้นส่วนดำเนินการ โดย JN Nails Delivery ธุรกิจเกี่ยวกับการเพนท์เล็บโดยมีหุ้นส่วน ดังนี้

1. นางสาวนภสร พลกิตติกวิน
2. นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้าน JN Nails Delivery

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อเป็นแนวทางการประกอบธุรกิจ
2. เพื่อการวางแผนในการบริหารจัดการธุรกิจ
3. เพื่อใช้เป็นแผนการดำเนินการในการขยายธุรกิจ
4. เพื่อความมั่นคงของธุรกิจ
5. เพื่อให้ปฏิบัติตามแผนการที่กำหนดให้บรรลุวัตถุประสงค์ของร้าน

โดยมีเงื่อนไขดังนี้ คือ

1. ผู้ร่วมลงทุนจะต้องรับผิดชอบการบริหารจัดการภายในของร้านร่วมกัน
2. เมื่อธุรกิจได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด จะมีการปันผลให้กับผู้ร่วมลงทุน

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมาหรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

ธุรกิจบริการ เจเอ็นเนลส์ เติลเวอร์รี่ เป็นธุรกิจที่ต้องพัฒนาการให้บริการกับลูกค้าเป้าหมายโดยเริ่มก่อตั้งกิจการเมื่อ มิถุนายน 2562

ก่อตั้งโดย นางสาวนภสร พลกิตติวิน

นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ

ที่อยู่ Condo The Coast ถนนสุขุมวิท เลขที่ 15 หมู่ 6

แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ

แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

โดยเกิดขึ้นจากปัญหาของผู้ประกอบการเอง ที่ได้เข้าไปใช้บริการร้านเพนท์เล็บแห่งหนึ่งและมีปัญหาเกิดขึ้นหลังการให้บริการคือ ผิวหน้าเล็บเหลืองทำให้เล็บฉีกง่ายและสีทาเล็บไม่คงทนเท่าที่ควร รวมถึงการบริการของพนักงานที่ไม่ได้มาตรฐานผู้ประกอบการจึงเกิดความริเริ่มธุรกิจเพนท์เล็บโดยเน้นการให้บริการลูกค้าที่สะดวกและรวดเร็วเพราะเราเข้าใจถึงปัญหาว่าบางครั้งลูกค้าไม่มีเครื่องมืออุปกรณ์ที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง และไม่มีเวลาออกมาใช้บริการนอกบ้าน แต่บางร้านเพนท์เล็บส่วนใหญ่จะอยู่ตามห้างสรรพสินค้าที่อยู่ในเมืองห่างจากเขตชุมชนทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้ยาก ทางร้านของเรามีบริการเพนท์เล็บถึงบ้านตามวันและเวลาที่ลูกค้าสะดวกนัดหมายเพราะเราเล็งเห็นความสำคัญและความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นอันดับแรก

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาการดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะเสร็จแล้ว
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. บริการทาเล็บสีธรรมดา

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีสารเคมี และไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้

2. บริการทาเล็บสีเจล

โยผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากดอกไม้ไม่ทำลายหน้าเล็บ

3. บริการสติกเกอร์เพนต์เล็บ

มีลวดลายให้เลือกหลากหลายตามที่ลูกค้าต้องการ โยไม่ต้องใช้กาวย สามารถโนน้ำได้ และติดทนนานด้วยเจลเคลือบเล็บที่ไม่มีสารปนเปื้อน

ภาพการบริการ



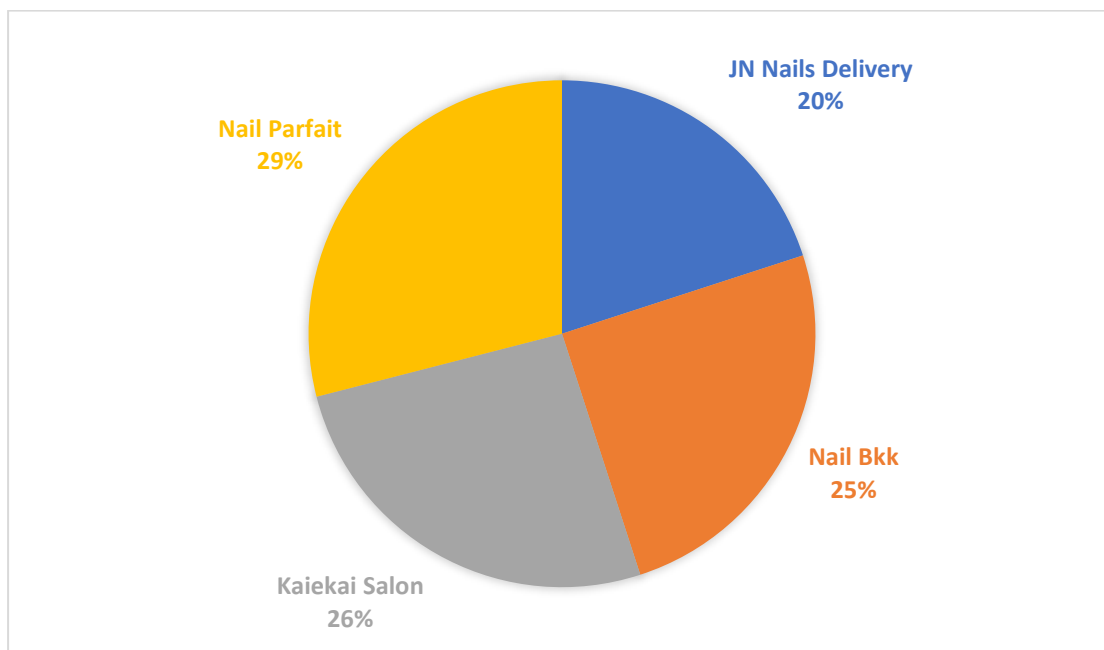
5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

เนื่องจากธุรกิจเพนต์เล็บเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ทำให้สามารถเข้าสู่ธุรกิจประเภทนี้ได้ง่าย ทำให้ธุรกิจบริการเพนต์เล็บมีคู่แข่งเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และส่งผลให้ธุรกิจนี้มีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เพื่อที่จะแย่งลูกค้ากัน และอุตสาหกรรมประเภทนี้มีความผันผวนตามเศรษฐกิจของประเทศ เพราะเมื่อเศรษฐกิจตกต่ำลง ลูกค้าก็เลือกที่จะประหยัดเงิน โดยการเพนต์เล็บเองที่บ้าน ดังนั้นการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการซักรีดมีผลในเชิงลบต่อความน่าสนใจธุรกิจประเภทนี้

5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

มีการแข่งขันที่สูงเพราะมีธุรกิจเพนท์เล็บเปิดเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ให้บริการมีทางเลือกเยอะ จึงทำให้เกิดการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ทางบริษัทจึงจำเป็นต้องหาจุดเด่นและแก้ไขจุดด้อย เช่นการมีบริการเพนท์เล็บถึงบ้านที่ช่วยให้ลูกค้าสะดวกและไม่ต้องเสียเวลามาเพนท์เล็บที่ร้านเอง การตรงต่อเวลา และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังรูป



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

โดยแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้นั้นผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจนี้นั้นสามารถเจริญเติบโตได้อีก โดยวิเคราะห์จากกระแสของคอนโด ห้องเช่า และอพาร์ทเมนต์ ฯ ใน พื้นที่สุขุมวิท ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและคิดว่าธุรกิจนี้น่าจะไปได้ดี เพราะผู้ประกอบการมองว่าลูกค้ากลุ่มคอนโด ห้องเช่า และอพาร์ทเมนต์ ส่วนใหญ่จะไม่มีเวลาเพนท์เล็บเอง อีกทั้งค่าบริการของร้านเจอเอ็นเนลส์เคลิเวอร์รี่ที่ไม่ได้มีราคาแพงจนเกินไป กลุ่มลูกค้าสามารถใช้เงินตรงนี้คุ้มค่ากับคุณภาพในการให้บริการ และในอนาคตก็มีการเตรียมวางแผนในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจบริการเพนท์เล็บด้วยการขยายสาขาเพิ่มขึ้น

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์

กลุ่มผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ตามคอนโด ห้องเช่า และอพาร์ทเมนต์ ฯ ที่อยู่บริเวณใกล้เคียง
สถานที่ประกอบการ ถนนสุขุมวิท กรุงเทพฯ

เกณฑ์ทางด้านประชากร

กลุ่มนักเรียน-นักศึกษา กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทเอกชน เพราะเป็นกลุ่มที่ต้องอาศัยเวลาอยู่
ภายนอกบ้าน ไม่มีเวลาในการดูแลบุคลิกภาพของตนเอง

เกณฑ์ทางด้านจิตวิทยา

กลุ่มข้าราชการเพราะเป็นกลุ่มที่ต้องเข้าสังคมและพบปะผู้คนจำนวนมาก

เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรม

กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาในการเพนท์เล็บและมีความเร่งรีบซึ่งมีเวลาจำกัดมากในชีวิตประจำวัน จึง
ต้องการใช้บริการร้านชักรีดเพื่อให้ตนเองได้รับความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการพักผ่อน
มากขึ้น

5.6 สภาพการแข่งขัน

ธุรกิจเพนท์เล็บเป็นธุรกิจที่เปิดให้บริการเป็นจำนวนมากในประเทศไทยและมีคู่แข่ง
ทางธุรกิจค่อนข้างสูงเนื่องจากมีหลายร้านให้เลือก และยากที่จะหาลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการทำเล็บ
แต่ละแห่งจะมีการดำเนินงานที่แตกต่างกันไปทั้งในเลือกการทำเล ที่ตั้งของร้านที่ให้บริการที่เป็น
แบบตกแต่งร้านที่สดใสหรือหรูหราเป็นจุดเด่นก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด
ของผู้ประกอบการแต่ละราย ด้วยสภาพการแข่งขันของธุรกิจที่รุนแรงขึ้นทุกปีส่งผลให้แต่ละร้าน
ต้องทยอยออกมาทำการตลาดเพื่อหวังกระตุ้นแบรนด์ของตนเองให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่องเพราะ
ต้องหาข้อแตกต่างกับคู่แข่งเพื่อไม่ให้คู่แข่งแย่งลูกค้าได้ ทำเลมียกบาทสำคัญกับธุรกิจอะไรก็
ตามที่ต้องพบปะกับลูกค้าโดยตรงคงไม่มีประโยชน์ถ้าไปเปิดร้านทำเล็บในซอยเปลี่ยว ที่ไม่มีคน
เดินผ่านหรือในแหล่งชุมชนที่ไม่มีกำลังจ่าย เพราะถ้าพึ่งค่าครองชีพให้อยู่ไปวันๆ ยังยากลำบากอยู่
เพราะฉะนั้น ทำเลที่เหมาะสมแก่การเปิดร้านทำเล็บ คือย่านที่มีคนเดินผ่านอย่างพลุกพล่าน ไม่
จำเป็นต้องติดริมถนนใหญ่ แต่อาจจะเป็นในซอยก็ได้ เพราะริมถนนใหญ่ ค่าเช่าที่ต้องจ่ายออกไป
อาจไม่คุ้มกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากทำเลที่ดีกว่า

5.7 สภาพคู่แข่งชั้น

- 1) Nail Bkk
- 2) Kaekai Salon
- 3) Nail Parfrfait

5.8 รายละเอียดเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจของเรา JN Nails Delivery	คู่แข่งชั้นที่ 1 Nail Bkk	คู่แข่งชั้นที่ 2 Kaekai Salon	คู่แข่งชั้นที่ 3 Nail Parfrfait
ด้านบริการ	เพนท์เล็บ	เพนท์เล็บ	เพนท์เล็บ	เพนท์เล็บ
ด้านราคา	สีธรรมดา 400 บาท สีเจล 600 บาท สติกเกอร์ 1,200 บาท	สีธรรมดา 400 บาท สีเจล 600 บาท สติกเกอร์ 1,200 บาท	สีธรรมดา 400 บาท สีเจล 600 บาท สติกเกอร์ 1,200 บาท	สีธรรมดา 400 บาท สีเจล 600 บาท สติกเกอร์ 1,200 บาท
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	- Condo the Coast - ช่องทางออนไลน์ Facebook , Line	- ห้างมาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิ ชั้น 3	- ห้างบิ๊กซี สาขา บางพลี ชั้น 1	- อพาร์เมนต์ กิตตินครเพลส ชั้น 1
ด้านการส่งเสริม การตลาด	- ลูกค้าที่ใช้บริการ 400 บาท ขึ้นไป จะไม่คิด ค่าบริการเดินทางเพิ่ม	- เพนท์เล็บ 500 บาท ขึ้นไปสมัครบัตร สมาชิกฟรี	- เพนท์เล็บ 1,400 บาท ในครั้งแรก ครั้งต่อไป ทาสิธรรมดาลด 50%	- มีป้ายหน้าร้าน และ จัดแสดงสินค้า

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ Swot Analysis

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	- เนื่องจากเป็นบริษัทขนาดเล็กทำให้มีการจ้างบุคลากรอย่างจำกัด จึงจ้างบุคลากรเท่ากับความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่งนั้นจริง - ลักษณะของร้าน JN Nails Delivery มีหลายตำแหน่งหน้าที่จึงมีการคัดเลือกพนักงานที่มีคุณลักษณะ คุณสมบัติ ที่เหมาะสมกับหน้าที่ส่งผลให้ค่าจ้างแรงงานอยู่ในระดับที่เหมาะสม - ร้าน JN Nails Delivery เป็นธุรกิจไม่ใหญ่มากนักผู้บริหารและพนักงานจึงมีลักษณะการทำงานที่ใกล้ชิดกันมีความเป็นกันเองในองค์กร ทำให้ผู้บริหารสามารถดูแลควบคุมการทำงาน และบริหารลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ทั้งยังสามารถเป็นที่ปรึกษาให้กับพนักงาน และช่วยพนักงานแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว	- บุคลากรน้อย ทำให้การปฏิบัติงานบางส่วนเกิดความล่าช้า - ร้าน JN Nails Delivery เป็นธุรกิจเพิ่งเปิดใหม่ อาจยังไม่มี ความภาคภูมิใจต่อองค์กรเท่าที่ควร ซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการทำงาน หรือ เกิดการออกจากรางานได้ง่าย - เนื่องจากพนักงานทุกคนเป็นพนักงานใหม่มีการผ่านการคัดเลือกในด้านทักษะความรู้และความสามารถแล้วนั้น แต่ในด้านพฤติกรรมทางจรรยาบรรณของพนักงานทางผู้บริหารยังไม่สามารถวัดได้ อาจมีพนักงานบางคนที่ขาดจรรยาบรรณในการทำงาน
ด้านการตลาด	- มีการอัพเดทข้อมูลการให้บริการผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ Facebook JN Nails Delivery , Line JN Nails Delivery	- เป็นธุรกิจที่เปิดใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก ผู้บริโภคมากนัก

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริการ	- พนักงานภายในบริษัทมีความรู้ด้านภาษาที่หลากหลายได้แก่ ภาษาจีน ภาษาอังกฤษ เป็นต้น และยังมีประสบการณ์ด้านการค้นหาติดต่อ และประสานงานกับโรงงานผลิตในต่างประเทศ และในประเทศ - ผู้บริหารมีทักษะความรู้และความสามารถ รวมทั้งประสบการณ์ในการตกแต่งเพนท์เล็บ และออกแบบตกแต่งเพนท์เล็บแฟชั่น ซึ่งสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ทั้งยังมีการคัดเลือกพนักงานที่มีทักษะการทำงานความชำนาญ และประสบการณ์เข้ามาทำงาน ทำให้สร้างความมั่นใจในด้านคุณภาพที่ดีให้แก่ลูกค้า	- พนักงานอาจจะไม่มีทักษะด้านการขาย และความรู้เกี่ยวกับสินค้ามากพอต้องอบรมการขายและความรู้เบื้องต้นให้กับพนักงานบ่อยครั้ง - ร้าน JN Nails Delivery เป็นธุรกิจเปิดใหม่อาจจะยังจัดการบริการได้ไม่ดีมากนัก ซึ่งอาจส่งผลให้ม้ทางการดำเนินงานในระบบอาจเกิดปัญหาผิดพลาดเกิดขึ้นได้
ด้านการเงิน	- การจัดงบประมาณเงินอย่างเป็นระบบวางแผน และการจัดสรรงบประมาณก่อนเริ่มปฏิบัติงานจริงทุกครั้ง พร้อมทั้งจัดทำเองสารค่าใช้จ่ายที่เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน จะช่วยควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี	- เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องการใช้เงิน ส่วนของเจ้าของ ในการดำเนินงานทั้งหมดทำให้การดำเนินงานที่ใช้เงินทุนจำนวนมากในครั้งเดียว เช่น ค่าใช้จ่ายการซื้อวัสดุ และอุปกรณ์ เป็นต้น ที่มีการจ่ายออกเป็นจำนวนมากอาจทำให้ร้านขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
ตลาดและกลุ่มเป้าหมายลูกค้า	- กลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงานส่วนใหญ่จะต้องมีบุคลิกภาพให้ดูดีอยู่เสมอเพราะต้องเข้าสังคม และการตกแต่งเล็บมีความละเอียดอ่อนค่อนข้างยาก กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานจึงมาให้บริการมากขึ้น	- ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้บริการร้านทำเล็บ เพราะมีผู้ประกอบการหลากหลายในธุรกิจนี้
สถานการณ์แข่งขัน	- นวัตกรรมที่สนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์เกิดความโดดเด่น และแตกต่างกับตราสินค้าอื่น	- ในด้านการเข้าสู่ตลาดธุรกิจเสริมความงาม ทำให้การแข่งขันในตลาดจะอยู่ในระดับค่อนข้างสูง
สังคม	- วัฒนธรรมค่านิยมของสังคมในปัจจุบันเข้าสู่ยุคโลกาวิวัตน์ เกิดการไหลรวมของวัฒนธรรม และค่านิยมจากต่างชาติ ส่งผลให้เกิดค่านิยมด้านบุคลิกภาพ การดูแลเอาใจใส่เพื่อสร้างความดีและความเชื่อถือ - ปัจจุบันสังคม วัฒนธรรม และค่านิยมได้เปลี่ยนแปลงไป กระแสการดูแลรูปลักษณ์ภายนอกของตนเอง รวมถึงการติดตามแฟชั่นกำลังเป็นที่นิยมในหมู่ผู้หญิงมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้การตกแต่งเพนท์เล็บเป็นอันดับต้นๆ ที่ผู้หญิงหันมาใส่ใจดูแล	- หากเงินบาทอ่อนตัว หรือค่าเงินต่างประเทศปรับตัวสูงกว่าปกติ ทำให้ต้นทุนสินค้ามีราคาสูงขึ้น ทำให้ได้ราคำน้อยกว่าปกติ - ค่านิยมการใช้ชีวิตที่เน้นความสะดวกสบายเป็นหลัก ทำให้ร้านเพนท์เล็บส่วนใหญ่หันมาเปิดกิจการในห้างสรรพสินค้าและร้านเพนท์เล็บส่วนใหญ่ในห้างสรรพสินค้าจะพบมากในประเภทเสริมความงาม ทำให้ผู้หญิงส่วนใหญ่ที่ชอบความสะดวกสบายและเคยชินกับการใช้บริการด้านนี้ส่งผลให้ปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านเพนท์เล็บมากขึ้น

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
เทคโนโลยี	- ร้าน JN Nails Delivery มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในโซเชียวเน็ตเวิร์กในการโปรโมทโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมของทางร้านซึ่งทำให้ลูกค้าเป็นที่รู้จักร้าน JN Nails Delivery มากขึ้น	- ในการนำเทคโนโลยีมาช่วย อาจทำให้ข้อมูลของทางร้านสูญหาย ระบบอาจเกิดการขัดข้อง หรือเกิดการชะงักในการจัดการทางระบบในส่วนของการใช้โซเชียวเน็ตเวิร์กในการโปรโมทประชาสัมพันธ์ร้าน
สภาพเศรษฐกิจ	- ตลาดอุตสาหกรรมมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับธุรกิจที่ใช้เงินทุนจดทะเบียนในระดับเดียวกัน - ราคาน้ำมันมีการปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้นนอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีการส่งเสริมพัฒนาและยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการไทย จึงมีการส่งเสริมการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวม ทำให้ส่งผลดีต่อผู้ประกอบการที่เพิ่งเปิดกิจการใหม่ อย่างร้าน JN Nails Delivery	- ทำให้ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายต่อสินค้าฟุ่มเฟือยค่อนข้างมาก - ในการกลับกันจากการที่เศรษฐกิจไทยปรับตัวขึ้น ทั้งนี้ยังมีการส่งเสริมการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย อาจส่งผลให้เกิดคู่แข่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นตามไปด้วย
กฎหมายระเบียบข้อบังคับ	- ผลิตภัณฑ์ทาเล็บที่ได้รับอนุญาตจำหน่ายผลิตภัณฑ์และผ่านมาตรฐานการรองรับผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคมากขึ้น - ความสวยงามเป็นอาชีพที่ห้ามคนต่างด้าวทำจะสงวนไว้เพื่อคนไทยเท่านั้น จากกฎหมายดังกล่าวส่งผลให้คู่แข่งที่เป็นชาวต่างชาติหมดไป	- การขอใบอนุญาตการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทาเล็บมีความยุ่งยากมากขึ้นมีขั้นตอนและเอกสารที่มากขึ้น - การประกอบอาชีพความสวยความงามจะต้องทำการขออนุญาตการประกอบอาชีพเสียก่อนบางคนอาจจะไม่มีใบประกอบอาชีพนี้

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
กลุ่มผู้จำหน่าย เครือข่าย	-	- การให้บริการลูกค้ายังไม่ทั่วถึงใน ทุกพื้นที่ และยังไม่มีการขยายตัวแทน บริการในทุกพื้นที่ครอบคลุม ทำให้ลูกค้า หันไปใช้บริการร้านอื่นที่สะดวก และใกล้บ้านมากกว่า

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	เจเอ็น เนลส์ เดลิเวอรี่ (JN Nails Delivery)
ที่อยู่/ ที่ตั้งกิจการ	Condo The Coast ถนนสุขุมวิท เลขที่ 15 หมู่ 6 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	เป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุน
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 - เดือนกุมภาพันธ์ 2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	1659900704300

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวนภสร พลกิตติกวิน	ประธาน
2	นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับ นางสาวนภสร พลกิตติกวิน
เท่านั้น ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสั่งการสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นางสาวนภสร พลกิตติกวิน	10,000	100,000	50%
2	นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ	10,000	100,000	50%
	รวมจำนวนหุ้น / มูลค่าหุ้น	20,000	200,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุล นางสาวนภสร พลกิตติกวิน อายุ 20 ปี
การศึกษา
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากเกริกวิทยาลัย ปีการศึกษา 2561
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ
ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป ตำแหน่ง พนักงานต้อนรับ

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 เหรียญทองจากการประกวดโปรแกรมโฟโต้ช้อป
จากโรงเรียนมารดานฤมล

B. ชื่อ-นามสกุล นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ อายุ 20 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากเกริกวิทยาลัย ปีการศึกษา 2561
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ
ปีการศึกษา 2562

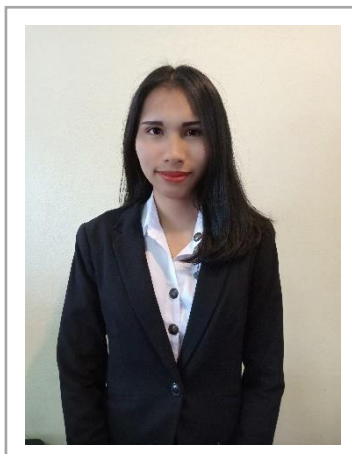
ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป ตำแหน่ง พนักงานต้อนรับ

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

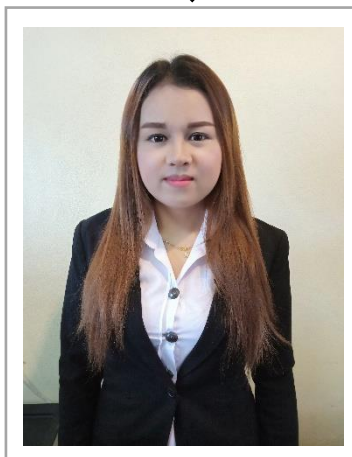
รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 จากการประกวดการแข่งขัน ทีมเชียร์ลีดเดอร์คณะสี
โรงเรียนมารดานฤมล

6.6 แผนผังองค์กร



นางสาวนภสร พลกิตติกวิน

ผู้อำนวยการ



นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ

รองประธาน

6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A.	ชื่อ	นางสาวนภสร พลกิตติกวิน
	ตำแหน่ง	ประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	วางแผนการบริหารการจัดการ ภายในบริษัท
	การศึกษา / คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	15,000 บาท / เดือน
B.	ชื่อ	นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ
	ตำแหน่ง	รองประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ช่วยในการบริหารจัดการทุก ๆ ฝ่ายในบริษัท
	การศึกษา/คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	13,000 บาท/เดือน

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1	นางสาวนภสร พลกิตติกวิน	ประธานบริษัท	1	15,000
2	นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ	รองประธานบริษัท	1	13,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			2	28,000

6.9 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามเติบโตภายในประเทศ

6.10 พันธกิจ

1. พัฒนาสูตรน้ำยาทาเล็บและผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บที่มีคุณภาพ
2. พัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ให้กับผู้บริโภคอยู่เสมอ
3. สร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และตราสินค้า เพื่อให้สินค้าเป็นผลิตภัณฑ์เสริมความงามเติบโตอันดับ 1 ในใจของผู้บริโภค

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแบรนด์ JN Nails Delivery ให้เป็นที่รู้จัก เพิ่มจำนวนเฉลี่ยให้ครอบคลุมที่กำลังเป็นที่นิยม
2. พัฒนาให้มีการเพิ่มบริการที่หลากหลาย

เป้าหมายระยะกลาง

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และ เพิ่มชนิดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการบำรุงเสริมความงามเล็บ พร้อมทั้งเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น
2. ผลิตภัณฑ์และการบริการทำเล็บเพื่อความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกิจการ

เป้าหมายระยะยาว

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน และพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาดอาเซียน
2. พัฒนาการบริการธุรกิจเพื่อความสวยงามการทำเล็บสู่ระดับสากล

6.12 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. พัฒนาแนวทางการประกอบธุรกิจและพัฒนาธุรกิจให้ตราสินค้าเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามเล็บและบำรุงเล็บรูปแบบใหม่ ให้มีรูปแบบการใช้งานที่สะดวกมากขึ้น มีคุณภาพที่สูงขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีที่สุด
3. มีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีการแบ่งเงินปันผลให้หุ้นส่วนทุกๆ คน โดยยึดหลักในหารถือครองหุ้นส่วน
2. หลังจาก 2 ปีเป็นต้นไปหุ้นส่วนทุกคนจะได้รับเงินปันผลเพิ่มขึ้น

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีการแบ่งเงินปันผลให้หุ้นส่วนทุกๆ คน โดยยึดหลักในหารถือครองหุ้นส่วน
2. หลังจาก 2 ปีเป็นต้นไปหุ้นส่วนทุกคนจะได้รับเงินปันผลเพิ่มขึ้น

6.14 แผนดำเนินการอื่นธุรกิจ

แผนการขยายกิจการเพื่อเพิ่มฐานข้อมูลลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิมโดยจะเน้นการจัดตั้งสถานที่ให้บริการที่ใกล้กับคอนโด อพาร์เมนต์ ห้างเช่า หรือบริเวณที่มีผู้ตนอาศัยอยู่จำนวนมาก และมีการเพนท์เล็บเคลิเวอร์ถึงหน้าบ้านตามที่ลูกค้าต้องการ

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. มุ่งสร้างธุรกิจเจเอ็นเนลส์เคลิเวอร์ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย
2. ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักเจเอ็นเนลส์เคลิเวอร์ในฐานะร้านบริการเพนท์เล็บเคลิเวอร์ที่ให้บริการที่ดีที่สุด
3. มีอัตราส่วนจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านเจเอ็นเนลส์เคลิเวอร์ไม่ต่ำกว่า 15%

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มบุคคลทำงาน บริษัทเอกชนที่ไม่มีเวลาว่างในการทำงานบ้านของตนเอง

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

รายละเอียดการบริการ

1. บริการทาเล็บสีธรรมดา

เป็นการเพนท์เล็บแบบปกติโดยใช้น้ำยาทาเล็บทั่วไปแต่ก็เป็นน้ำยาพิเศษเฉพาะของทางร้านที่ไม่มีสารเคมีและไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้ โดยคิดค่าบริการ 400 บาท ต่อครั้ง

2. บริการทาเล็บสีเจล

เป็นบริการเพนท์เล็บ โดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากดอกไม้ไม่ทำลายหน้าเล็บ โดยคิดราคาค่าบริการ 600 บาท ต่อครั้ง

3. บริการเพนท์เล็บแบบสติกเกอร์

เป็นบริการเพนท์เล็บที่มีลวดลายให้เลือกตามความต้องการของลูกค้า โดยไม่ต้องใช้กาบ สามารถโดนน้ำได้ และติดทนนานด้วยเจลเคลือบเล็บที่ไม่มีสารปนเปื้อน

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

มีการกำหนดราคาโดยการเปรียบเทียบกับราคาคู่แข่งในระดับที่ราคาถูกกว่า เพราะเราคำนึงถึงรายได้ของกลุ่มเป้าหมาย แต่เชื่อว่าลูกค้าก็สามารถยอมรับได้เพราะเรามีบริการเสริมให้กับลูกค้าและทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่คุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป

บริการ	ค่าบริการ
บริการทาสีเล็บสีธรรมดา	400 บาท ต่อ ครั้ง
บริการทาสีเล็บสีเจล	600 บาท ต่อ ครั้ง
บริการเพนท์เล็บแบบสติกเกอร์	1,200 บาท ต่อ ครั้ง

การชำระเงิน

ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสด หรือ โอนชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารของทางร้าน (โดยไม่มีขั้นต่ำ) ได้ตามบัญชีธนาคารของทางร้าน ดังนี้

ชื่อบัญชีร้าน “ เจอเอ็นเนลส์เดลิเวอรี่ ”

ธ.กสิกรไทย เลขที่บัญชี 002- 9 – 69945 – 8 บัญชี ออมทรัพย์

สาขา เซ็นทรัล บางนา

พร้อมเพย์ 095-609-9999

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจนี้ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีคนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ใกล้ห้างสรรพสินค้า และสถานที่ราชการ ทำให้คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาเร่งรีบในการทำงานจึงไม่มีเวลาในการตกแต่งเสริมความงามด้วยตัวเอง การตั้งทำเลตรงนี้อาจทำให้มีจำนวนลูกค้ามาใช้บริการมาก และมีการเพนท์เล็บเดลิเวอรี่ถึงบ้านตามที่ลูกค้าต้องการมาใช้บริการเพิ่มขึ้นอีกด้วย

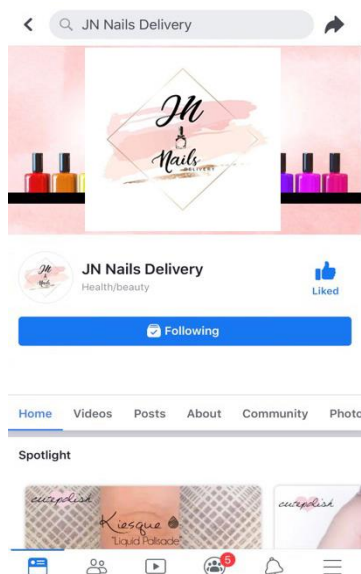
สถานที่บริการ Condo The Coast ถนนสุขุมวิท เลขที่ 15 หมู่ 6

แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

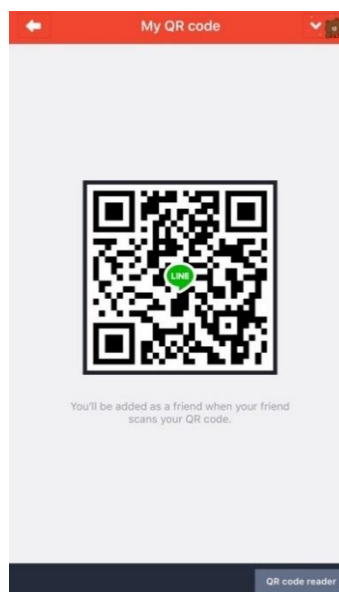
ช่องทางการติดต่อออนไลน์ ลูกค้าสามารถจองคิวและสอบถามข้อมูลการให้บริการได้ตาม

ช่องทางหลักในหน้าเพจ Facebook : JN Nails Delivery หรือ Line : JN Nails Delivery

ช่องทางการติดต่อออนไลน์



JN Nails Delivery

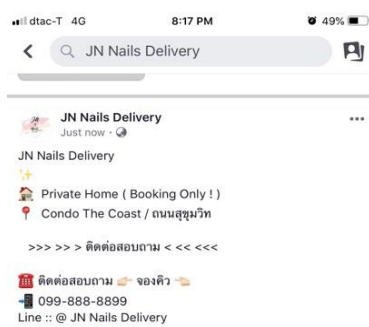


JN Nails Delivery

7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

ร้าน เจเอ็นเนลส์เดลิเวอรี่ (JN Nails Delivery) เป็นร้านที่เพิ่งเปิดตัวขึ้นได้ไม่นาน โดยทางร้านมีการส่งเสริมการขายบริการคือ ลูกค้าที่ใช้บริการ 400 บาทขึ้นไป จะไม่คิดค่าบริการเพิ่ม 90 บาท (ตามระยะทาง) การประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดการมาใช้บริการซ้ำ บริการบ่อย และต้องการให้ลูกค้าติดหรือจงรักภักดีต่อแบรนด์ของเรา

1. ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media



7.3.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร

ธุรกิจเพนท์เล็บ เป็นธุรกิจบริการที่ต้องมีความละเอียด เอาใจใส่ มีความรู้เรื่องเล็บเป็นอย่างดี และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ความอดทนและความซื่อสัตย์ ซึ่งพนักงานจะต้องมีคุณลักษณะดังนี้

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

7.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

ขั้นตอนการบริการเพนท์เล็บ

1. ลูกค้าโทรศัพท์จองล่วงหน้า
2. โทรนัดลูกค้าเพื่อยืนยันการใช้บริการ
3. การเดินทางไปพบลูกค้าตามที่นัดหมาย
4. ลูกค้าเลือกรูปแบบและลายเพนท์เล็บ
5. แจ้งราคาการใช้บริการ
6. เริ่มต้นบริการทาสีและเพนท์เล็บ
7. ชำระค่าบริการ
8. พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าที่ใช้บริการ

7.3.7 กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ

การตกแต่งร้าน ที่เน้นการจัดวางของภายในร้านให้เป็นระเบียบ มองดูสะอาดตา พนักงานด้านข้างของร้านมีการจัดตั้งราวเหล็กสำหรับแขวนเสื้อผ้า เพื่อประหยัดพื้นที่ ซึ่งภายในร้านจะไม่ได้ตกแต่งอะไรมากนักเพราะทางร้านจะให้ความสำคัญกับความสะอาดและความเป็นระเบียบภายในร้านเป็นหลักโดยจะมีการออกแบบตกแต่งร้านเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ โดดเด่น และดึงดูดสายตาของลูกค้า โดยการใช้ป้ายและสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการเชิญชวนให้ลูกค้าเกิดความสนใจการแต่งกายของพนักงานที่ดูเรียบร้อยและให้เป็นที่น่าจดจำ ด้วยการใส่ชุดยูนิฟอร์มของทางร้านทำให้ง่ายต่อการจดจำของลูกค้ามากขึ้น

8. แผนการบริการ

8.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้งสถานที่ Condo The Coast ถนนสุขุมวิท เลขที่ 15 หมู่ 6
แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ



8.2 อุปกรณ์ และเครื่องมือในการบริการ

ลำดับ	รายการ	ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ
1	เครื่องอบเล็บ LED	ใช้สำหรับการอบเล็บ	2	1,140	5
2	ตะไบเล็บ	ใช้สำหรับตะไบเล็บ	2	40	5
3	กรรไกรตัดเล็บ	ใช้สำหรับตัดเล็บ	2	40	5
4	กรรไกรกลัดตัดหนังเล็บ	ใช้สำหรับตัดหนังเล็บ	2	120	5

8.3 ข้อมูลบริการ

จำนวนหน่วยการบริการสูงสุด	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
อัตราประมาณการในการบริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เป้าหมายหน่วยการบริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เวลาที่ใช้ต่อรอบการบริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เวลาการบริการต่อวัน	480 / 8	หน่วย (นาที / ชั่วโมง)
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการ	-	คน
อัตราค่าจ้างแรงงานในการบริการ	-	บาท (ต่อคน / วัน)

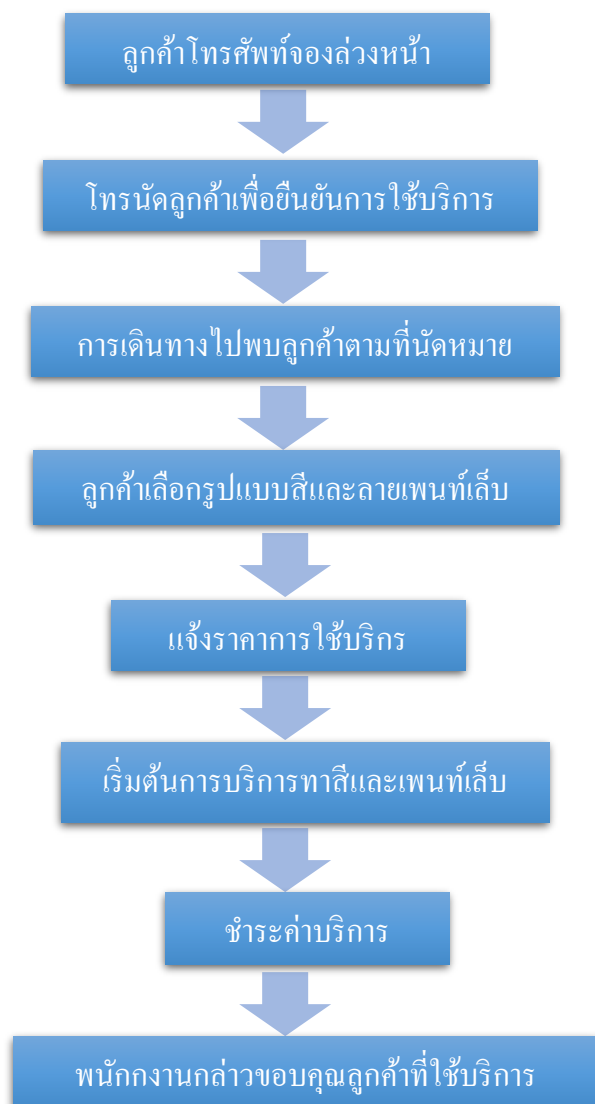
8.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

1. สีทาเล็บเจล
2. สีทาเล็บธรรมดา
3. เบสทาเล็บ
4. ท็อปเคลือบเล็บ
5. ปากกาเช็ดขอบเล็บ
6. ออยล้างเล็บ
7. ตัวหนีบล้างเล็บ
8. ออยบำรุงเล็บ
9. ครีมบำรุงเล็บ
10. เซตผงหินอ่อนตกแต่งเล็บ
11. สติ๊กเกอร์ตกแต่งเล็บ
12. สติ๊กเกอร์เพ้นท์เล็บ
13. กลิตเตอร์ตกแต่งเล็บ
14. กาวกันเลอะ

8.5 ขั้นตอนในการบริการ

1. ลูกค้าโทรศัพท์จองล่วงหน้า
2. โทรมัดลูกค้าเพื่อยืนยันการใช้บริการ
3. การเดินทางไปพบลูกค้าตามที่นัดหมาย
4. ลูกค้าเลือกรูปแบบสีและลายเพนท์เล็บ
5. แจ้งราคาการใช้บริการ
6. เริ่มต้นการบริการทาสีและเพนท์เล็บ
7. ชำระค่าบริการ
8. พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าที่ใช้บริการ

8.6 แผนผังกระบวนการบริการ



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้ยืม	รวมมูลค่า
1	เงินสด	200,000	-	200,000
2				
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	200,000	-	200,000
	โครงสร้างทางการเงิน (เปอร์เซ็นต์)	100%	-	100%

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1	ที่ดิน	-	-
2	อาคาร	-	-
3	ส่วนตกแต่ง / ปรับปรุง	-	-
4	อุปกรณ์ / เครื่องมือ	ใช้ในการบริการ	4,400
5	เครื่องใช้สำนักงาน	-	-
6	ยานพาหนะ	ใช้ในการบริการ	100,000
7	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
8	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
9	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			104,400

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

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

9.4 นโยบายทางการเงิน

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

หมายเหตุ : การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายทุกรายการขึ้นกับสถานะของเศรษฐกิจ

9.5 ประมาณการในการขายรายเดือน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ												
สีทาเล็บแบบธรรมดา	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
สีทาเล็บแบบเจล	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
เพนท์เล็บ	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
รวมจำนวนลูกค้า	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
ค่าบริการ (บาท / หน่วย)												
สีทาเล็บแบบธรรมดา	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
สีทาเล็บแบบเจล	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
เพนท์เล็บ	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
ค่าบริการเฉลี่ย	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
รายได้จากการบริการ (บาท)												
สีทาเล็บแบบธรรมดา	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
สีทาเล็บแบบเจล	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
เพนท์เล็บ	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
รวมรายได้จากการบริการ	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000
รวมรายได้สะสม (บาท)	740,000	1,480,000	2,220,000	2,960,000	3,700,000	4,440,000	5,180,000	5,920,000	6,660,000	7,400,000	8,140,000	8,880,000
ลูกหนี้การค้า (บาท)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000	740,000

9.6 ประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ (คน)			
สัปดาห์แบบธรรมดา 400 บาท	2,400.00	2,520.00	2,772.00
สัปดาห์แบบเลิ่บเจด 600 บาท	3,600.00	3,780.00	4,158.00
เพนท์เลิ่บ 1,200 บาท	4,800.00	5,040.00	5,544.00
รวมจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	10,800.00	11,340.00	12,474.00
ค่าบริการ (บาท / หน่วย)			
สัปดาห์แบบธรรมดา 400 บาท	400.00	400.00	400.00
สัปดาห์แบบเลิ่บเจด 600 บาท	600.00	600.00	600.00
เพนท์เลิ่บ 1,200 บาท	1,200.00	1,200.00	1,200.00
ค่าบริการเฉลี่ย	2,200.00	2,200.00	2,200.00
รายได้จากการบริการ (บาท)			
สัปดาห์แบบธรรมดา 400 บาท	960,000.00	1,008,000.00	1,180,800.00
สัปดาห์แบบเลิ่บเจด 600 บาท	2,160,000.00	2,268,000.00	2,494,800.00
เพนท์เลิ่บ 1,200 บาท	5,760,000.00	6,048,000.00	6,652,800.00
รวมรายได้จากการบริการ (บาท)	8,880,000.00	9,324,000.00	10,256,400.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	8,880,000.00	9,324,000.00	10,256,400.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)			
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน / เดือน)			
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)			
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	8,880,000.00	9,324,000.00	10,256,400.00

9.7 ประมาณการต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าที่ซื้อในการบริการ (หน่วย)			
สีทาเล็บแบบธรรมดา (ขวด)	12	13	15
สีทาเล็บแบบเจล (ขวด)	24	26	29
สติ๊กเกอร์เพนท์เล็บ (ลัง)	20	21	24
ออยล์ล้างเล็บ (ขวด)	24	26	29
ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ (บาท)			
จำนวนสินค้าที่ซื้อในการบริการ (หน่วย)			
สีทาเล็บแบบธรรมดา (ขวด)	500.00	525.00	577.50
สีทาเล็บแบบเจล (ขวด)	500.00	525.00	577.50
สติ๊กเกอร์เพนท์เล็บ (ลัง)	1,680.00	1,764.00	1,940.40
ออยล์ล้างเล็บ (ขวด)	80.00	84.00	92.40
ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการบริการ (บาท)			
สีทาเล็บแบบธรรมดา (ขวด)	6,000.00	6,825.00	8,662.50
สีทาเล็บแบบเจล (ขวด)	12,000.00	13,650.00	16,747.50
สติ๊กเกอร์เพนท์เล็บ (ลัง)	33,600.00	37,044.00	46,569.60
ออยล์ล้างเล็บ (ขวด)	1,920.00	2,184.00	2,679.60
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ (บาท)	53,520.00	59,703.00	74,659.20
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
เจ้าหนี้การค้าสินค้าซื้อมาเพื่อบริการรวม	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าบริการและสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ	53,520.00	59,703.00	74,659.20

9.8 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนค่าบริการ (บาท)			
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อบริการ	53,520.00	59,703.00	74,659.20
ค่าแรงงานในการบริการ	-	-	-
ค่าไฟฟ้าในการบริการ	-	-	-
ค่าน้ำมันในการเดินทาง	18,00.00	18,900.00	20,790.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ	-	-	-
ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	36,00.00	37,800.00	41,580.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการบริการ	6,000.00	6,300.00	6,930.00
รวมต้นทุนการบริการ	113,520.00	122,703.00	143,959.20
ค่าเสื่อมราคาในการบริการ (บาท)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการบริการ	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	268.00	268.00	268.00
ค่าเสื่อมยานพาหนะ	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการบริการ	268.00	268.00	268.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น	113,788.00	122,971.00	144,227.20
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อบริการคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อบริการคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	113,788.00	122,971.00	144,227.20

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริการและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	336,000.00	352,800.00	388,080.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	21,600.00	22,680.00	24,948.00
ค่าใช้จ่ายเช่าสำนักงาน	120,000.00	126,000.00	138,600.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	1,800.00	1,890.00	2,079.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	-	-	-
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาต่างๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	521,400.00	547,470.00	602,217.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน	880.00	880.00	880.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	5,000.00	5,000.00	5,000.00
รวมค่าเสื่อมราคา	5,880.00	5,880.00	5,880.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	527,280.00	553,350.00	608,097.00

9.10 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการบริการ	8,880,000.00	9,234,000.00	10,256,400.00
รายได้อื่น ๆ			
รวมรายได้	8,880,000.00	9,234,000.00	10,256,400.00
หัก – ต้นทุนขาย	113,788.00	122,971.00	144,227.20
กำไรขั้นต้น	8,766,212.00	9,201,029.00	10,112,172.80
หัก – ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	527,280.00	553,350.00	608,097.00
กำไรจากการดำเนินการ	8,238,932.00	8,647,679.00	9,504,075.80
หัก – ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	8,238,932.00	8,647,679.00	9,504,075.80
หัก – ภาษีเงินได้นิติบุคคล	1,235,839.80	1,297,151.85	1,425,611.37
กำไรสุทธิ	7,003,092.20	7,350,527.15	8,078,464.43
หัก – เงินปันผลจ่าย	-	-	-
กำไรสะสม	-	7,003,092.20	345,434.95
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	7,003,092.20	345,434.95	7,733,029.48
มูลค่าทางบัญชีหุ้น	35.01 %	1.72 %	38.66 %

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน			
เงินสดรับจากการบริการ	8,880,000.00	9,324,000.00	10,256,400.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการ	113,788.00	122,971.00	144,227.20
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	527,280.00	553,350.00	608,097.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	1,235,839.80	1,297,151.85	1,425,611.37
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานรวม	7,003,092.20	7,350,527.15	8,078,464.43
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตกแต่ง	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	4,400.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์เครื่องใช้สำนักงาน	100,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนรวม	104,400.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดรับจากการก่อหนี้สิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงินรวม	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	6,898,692.20	7,350,527.15	8,078,464.43
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	6,898,692.20	7,350,527.15	8,078,464.43

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	6,898,692.20	7,350,527.15	8,078,464.43
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-	-	-
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	104,400.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	104,400.00	-	-
รวมสินทรัพย์	7,003,092.20	7,350,527.15	8,078,464.43
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ต่ำ) กว่าทุน	7,003,092.20	347,434.95	7,733,029.48
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	7,003,092.20	347,434.95
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	7,003,092.20	7,350,527.15	8,078,464.43
รวมหนี้สินส่วนของผู้ถือหุ้น	7,003,092.20	7,350,527.15	8,078,464.43

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	-	-	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	98.71 %	98.68 %	98.59 %
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	92.78 %	92.74 %	92.66 %
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	78.86 %	78.83 %	78.76 %
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per Share)	35.01	1.72	38.66
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 , line)
3	มีพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	ทำให้การบริการลูกค้าล่าช้าและอาจทำให้เสียลูกค้าไปบางส่วน	รับสมัครพนักงานเพิ่มที่มีความชำนาญในการซักอบรีดผ้าหรือมีประสบการณ์ จะทำให้การบริการเป็นไปได้อย่างรวดเร็วขึ้น

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวนภสร พลกิตติกวิน		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
15 มิ.ย 62	ประชุมกลุ่มวางแผน	
17 มิ.ย 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
21 มิ.ย 62	ทำแบบอนุมัติโครงการ	
30 มิ.ย 62	ทำเอกสารบทที่ 1	
8 ก.ค 62	ประชุมวางแผนเพื่อทำบทที่ 2-3	
11 ก.ค 62	ทำเอกสารบทที่ 2	
20 ก.ค 62	ทำเอกสารบทที่ 3	
1-6 ก.ย 62	เตรียมเอกสารทำแผนธุรกิจในการ Present Project ครั้งที่ 1	
21 ก.ย 62	Present Project ครั้งที่ 1	
23 ก.ย 62	ประชุมกลุ่มวางแผนทำป้ายไวนิล	
25 ก.ย 62	ไปทำป้ายไวนิล	
29 ก.ย 62	ทำรายการซื้ออุปกรณ์	
2 ต.ค 62	ทดลองการลงพื้นที่ขาย	
7 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 1 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
14 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 2 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
15 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 3 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
21 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 4 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ (อาจารย์มานีเทศการให้บริการ)	
22 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 5 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
25 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 6 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
28 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 7 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
30 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 8 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	

नावसानभर ढलकककवन		
वन/कुकन/डु	करणडुडकवन	हडडकुतु
6 ड.ड 62	कुकडडऑरकुडकडुकुऑननऑनऑ कुरंगकरण	
7 ड.ड 62	तऑ डुवर डुड डुकुऑकुरडड डुरेसुत डुरेकुर डुरकुड कुरङुकु 2	
19 ड.ड 62	डुरेसुत डुरेकुर डुरकुड कुरङुकु 2	
13 ड.क 62	ATC नुतरसुनऑकुकऑकडडसुडऑड	
15 ड.क 62	तऑडतुकु 4	
17 ड.क 62	तऑडतुकु 5	
18 ड.क 63	कुकऑडडतुकु 4	
21 ड.क 63	कुकऑडडतुकु 5	
23 ड.क 63	ऑकतऑडररनऑडुरड	
30 ड.क 63	ऑकतऑडऑकडनवक क ड क ड	
1 क.ड 63	ऑकतऑडतऑकऑऑ,कुकककुरडडडुरकऑ	
13 क.ड 63	कुरवऑडडडऑ कुरंगकरण	
24 क.ड 63	सुङडुडलुड + डुकनऑरुडलुड + डुऑनऑकुकु 1 डुऑन	

นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
15 มิ.ย 62	ประชุมกลุ่มวางแผน	
17 มิ.ย 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
21 มิ.ย 62	ทำแบบอนุมัติโครงการ	
30 มิ.ย 62	ทำเอกสารบทที่ 1	
8 ก.ค 62	ประชุมวางแผนเพื่อทำบทที่ 2-3	
11 ก.ค 62	ทำเอกสารบทที่ 2	
20 ก.ค 62	ทำเอกสารบทที่ 3	
1-6 ก.ย 62	เตรียมเอกสารทำแผนธุรกิจในการ Present Project ครั้งที่ 1	
21 ก.ย 62	Present Project ครั้งที่ 1	
23 ก.ย 62	ประชุมกลุ่มวางแผนทำป้ายไวเนล	
25 ก.ย 62	ไปทำป้ายไวเนล	
29 ก.ย 62	ทำรายการซื้ออุปกรณ์	
2 ต.ค 62	ทดลองการลงพื้นที่ขาย	
7 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 1 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
14 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 2 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
15 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 3 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
21 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 4 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ (อาจารย์มานิเทศการให้บริการ)	
22 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 5 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
25 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 6 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
28 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 7 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	
30 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 8 และซื้ออุปกรณ์, วัสดุคิบ	

นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
6 พ.ย 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำเสนอโครงการ	
7 พ.ย 62	ทำ Power Point เพื่อเตรียม Present Project ครั้งที่ 2	
19 พ.ย 62	Present Project ครั้งที่ 2	
13 ธ.ค 62	ATC นิทรรศน์และแจกแบบสอบถาม	
15 ธ.ค 62	ทำบทที่ 4	
17 ธ.ค 62	ทำบทที่ 5	
18 ม.ค 63	แก้ไขบทที่ 4	
21 ม.ค 63	แก้ไขบทที่ 5	
23 ม.ค 63	จัดทำบรรณานุกรม	
30 ม.ค 63	จัดทำภาคผนวก ก ข ค ง	
1 ก.พ 63	จัดทำบทคัดย่อ, กิตติกรรมประกาศ	
13 ก.พ 63	ตรวจรูปแบบโครงการ	
24 ก.พ 63	ส่งรูปเล่ม + เงินค่ารูปเล่ม + แผ่นซีดี 1 แผ่น	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการ C&F Nail Colors

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
5 ก.ค 60	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2 คน	5,000	10,000						10,000
18 ก.ค 60	ค่าเอกสารอนุมัติโครงการบทที่ 1				1 ชุด		30			9,970
24 ก.ค 60	ค่าเอกสารอนุมัติโครงการบทที่ 2				1 ชุด		50			9,920
1 ส.ค 60	ค่าเอกสารอนุมัติโครงการบทที่ 3				1 ชุด		150			9,770
8 ก.ย 60	ปริญญ์เอกสารนำเสนองานครั้งที่ 1				3 ชุด		270			9,550
18 ก.ย 60	วัสดุอุปกรณ์ของตกแต่งร้าน				-		330			9,170
	ป้ายร้านไวนิล				1 แผ่น	250	250			8,920
22 ก.ย 60	ผ้าปูโต๊ะ				1 ผืน	490	490			8,430
	เครื่องอบเล็บ PVC				1 เครื่อง	390	390			8,040
	ผ้ากันเปื้อน				2 ผืน	140	140			7,900
	ยาทาเล็บ				30 ขวด	2,200	2,200			5,700
	ยาล้างเล็บ				1 ขวด	55	55			5,645
	สำลี				2 ห่อ	40	40			5,605
	ชุดอุปกรณ์ตกแต่งเล็ก				1 ชุด	75	75			5,530
รวม				4,600			4,470			5,530

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการ C&F Nail Colors

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ยอดขกมา									5,530
วันที่ ?	บริการลูกค้า (ครั้งที่ 1)	15 คน	150	2,250						7,780
วันที่ ?	น้ำยาล้างเล็บ				1 ขวด	55	55			7,725
	บริการลูกค้า (ครั้งที่ 2)	10 คน	300	3,000						10,725
วันที่ ?	สีทาเล็บ สีเคลือบ				2 ขวด	120	120			10,605
	บริการลูกค้า (ครั้งที่ 3)	12 คน	200	2,400						13,005
วันที่ ?	สีกากเพชร				12 ขวด	550	550			12,455
	บริการลูกค้า (ครั้งที่ 4)	10 คน	300	3,000						15,455
วันที่ ?	บริการลูกค้า (ครั้งที่ 5)	11 คน	200	2,200						17,655
	น้ำยาล้างเล็บ				1 ขวด	30	30			17,625
รวม				12,850			755			17,625

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการ C&F Nail Colors

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ยกยอดมา									17,625
วันที่ ?	สีเจล				2 ขวด	190	190			17,435
	บริการลูกค้า (ครั้งที่ 6)	10 คน	200	2,000						19,435
วันที่ ?	บริการลูกค้า (ครั้งที่ 7)	10 คน	300	3,000						22,435
วันที่ ?	บริการลูกค้า (ครั้งที่ 8)	15 คน	200	3,000						25,435
	สำลี				2 ห่อ	40	40			25,395
9 ธ.ค 60	ซื้ออุปกรณ์จัดงาน ATC นิทรรศน์				1 ชุด	350	350			25,045
วันที่ ?	บริการลูกค้างาน ATC	10 คน	200	2,000						27,045
	ค่าเอกสารแบบสอบถาม				100 ชุด	100	100			26,945
15 ม.ค 61	ปรินเอกสารบทที่4-5				10 แผ่น	2	20			26,925
	ปรินเอกสารภาคผนวก				3 แผ่น	2	60			26,865
รวม				10,000			760			26,865

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการธุรกิจบริการ C&F Nail Colors

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ยอดยกมา									26,865
15 ก.พ 60	ค่าเช่าเล่ม				1 เล่ม	200	200			26,665
	ค่าพิมพ์เอกสารรวมเล่ม				1 เล่ม		3,000			23,665
	ค่าแผ่นซีดี+ปก				1 แผ่น	40	40			23,625
รวม							3,240			23,625

โครงการธุรกิจบริการ ร้าน JN Nails Delivery

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการบริการสร้างรายได้ระหว่างการเรียน
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

1.ทุนในการดำเนินการ	10,000	บาท
2.หักค่าใช้จ่ายและบริการ	23,625	บาท
3.คืนเงินให้กับสมาชิก 2คน คนละ	11,812.50	บาท

ดังรายชื่อต่อไปนี้

1. นางสาวนภสร พลกิตติกวิน
2. นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ

บทที่ ๕

สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

โครงการธุรกิจบริการ ร้าน JN Nails Delivery ตั้งร้านตั้งแต่วันที่ 7-30 ตุลาคม 2562 ที่ Condo The Coast ถนนสุขุมวิท เลขที่ 15 หมู่ 6 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 ปฏิบัติการบริการจำนวน 8 ครั้ง ผลการดำเนินโครงการ ลงทุน 10,000 บาท เมื่อหักค่าใช้จ่ายตามที่ออกให้บริการแล้วเหลือเงินทั้งสิ้น 23,625 บาท แบ่งเงินคืนให้กลับสมาชิกคนละ 11,812.50 บาท

การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์โครงการดังนี้

1. ให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการบริการสร้างรายได้ระหว่างการเรียน
3. ให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

สรุปตารางการปฏิบัติงานจริง

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	21 มิ.ย. 62	ส่งแบบอนุมัติโครงการ
2	30 มิ.ย. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 1 (บทนำ)
3	11 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)
4	20 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)
5	25-30 ก.ค. 62	แผนธุรกิจ - บทสรุปผู้บริหาร - วัตถุประสงค์ในการดำเนินแผนธุรกิจ - ความเป็นมาของธุรกิจ - ผลิตภัณฑ์ - วิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด - แผนการบริหารจัดการ - แผนการตลาด - แผนการผลิต/การขาย/การบริการ - แผนการเงิน - แผนฉุกเฉินหรือแผนการประเมินความเสี่ยง
6	1-6 ก.ย. 62	เตรียมเอกสาร Present Project ครั้งที่ 1
7	21 ก.ย 62	Present Project ครั้งที่ 1
8	23 ก.ย 62	วางแผนทำป้ายไวนิล
9	29 ก.ย 62	ทำรายการซื้ออุปกรณ์, วัตถุดิบ
10	7 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 1 และซื้ออุปกรณ์
11	14 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 2 และซื้ออุปกรณ์
12	15 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 3 และซื้ออุปกรณ์
13	21 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 4 และซื้ออุปกรณ์(อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการนิเทศการให้บริการ)
14	22 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 5 และซื้ออุปกรณ์
15	25 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 6 และซื้ออุปกรณ์
16	28 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 7 และซื้ออุปกรณ์
17	30 ต.ค 62	ออกปฏิบัติภาคสนามบริการครั้งที่ 8 และซื้ออุปกรณ์

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
18	6 พ.ย 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำเสนอโครงการ
19	7 พ.ย 62	ทำ Power Point เพื่อเตรียม Present Project ครั้งที่ 2
20	19 พ.ย 62	Present Project ครั้งที่ 2
21	13 ธ.ค 62	ATC นิทรรศน์
22	15 ธ.ค 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล + บัญชีรายรับรายจ่าย + ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ)
23	17 ธ.ค 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 5
24	23 ม.ค 63	จัดส่งเนื้อหาภาคผนวก ก ข ค ง
25	30 ม.ค 63	จัดทำบรรณานุกรม
26	1 ก.พ. 63	จัดทำทศด้อย,กิตติกรรมประกาศ
27	13 ก.พ 63	ตรวจรูปแบบโครงการ
28	24 ก.พ 63	ส่งรูปเล่ม + เงินค่ารูปเล่ม + แผ่นซีดี 1 แผ่น

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. สินค้าบางแบบมีจำนวนจำกัด ทำให้ลูกค้าต้องเปลี่ยนแบบสินค้า ทำให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. ในการดำเนินงาน งบประมาณในการลงทุนอาจเพิ่ม ไม่เป็นไปตามที่วางแผนด้านงบประมาณ

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา

1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านโดยการแจกนามบัตรให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้าน และโปรโมทร้านผ่านทาง Facebookc, IG , Line
2. การเอาใจลูกค้าเพิ่มจำนวนแบบของสินค้าให้มากขึ้นเพื่อที่จะได้ตรงตามต้องการของลูกค้าที่เขามารับบริการกับทางร้านและเพิ่มแบบใหม่ๆให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- พัชรพล จันทรสุข และคณะ (2559). **การจัดทำโครงการธุรกิจบริการ “FantayTamo Classic”**
โครงการสาขาวิชาการ ตลาดระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์นิชการ
- ปราณี กล่อมพิรุณ และคณะ (2559). **การจัดทำโครงการธุรกิจบริการ “Idea Paint”**. โครงการ
สาขาวิชาการตลาดระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์นิชการ
- กนกพรแจ่มศักดิ์. (2552). **แผนธุรกิจสปาไทยกรณีศึกษา บริษัท ปางรักจำกัด**. วิทยานิพนธ์
ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- คอตเลอร์, ฟิลลิป. (2550). **การตลาดฉบับคอตเลอร์**[Kotler on marketing: How to create, win, and
dominate markets] (พิมพ์ครั้งที่ 2). (เมธาฤทธนันท์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: BrandAge Book.
(ต้นฉบับพิมพ์ปีค.ศ. 1999)
- เฉลิมขวัญ วัชรโรทยาน. (2550). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สปาของผู้บริโภค
ในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชื่นจิตต์แจ้งเจนกิจ. (2546). **กลยุทธ์การบริหารประสิทธิภาพของลูกค้า**. กรุงเทพฯ: BrandAge.
- ภัทรยาเมธพร. (2538). **ผิวสวยสุขภาพดีมีเสน่ห์**. กรุงเทพฯ: ทักษะการพิมพ์.
- ภาณุลิมนานนท์. (2551). **กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลง**(พิมพ์ครั้งที่5). กรุงเทพฯ:
ภาณินาส
- พรทิพย์ รุ่งเรือง. (2551). **แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านทำเล็บ**. ค้นหาข้อมูล 16 พฤศจิกายน 2560, จาก
<http://www.info.ms.su.ac.th/sums02/PDF01/2551/GB/70.pdf>
- ศิริกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2557). **การตลาดสำหรับบริการ(แนวคิดและกลยุทธ์)**. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นฤมล กิมภากรณ์. (2558). **ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคสตรีในกรุงเทพมหานคร**
ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บ. ค้นหาข้อมูล 16 พฤศจิกายน 2560, จาก
<http://www.ba.cmu.ac.th/wp-content/uploads/pdf/journal/sep-dec/27.pdf>
- ปณิศา ลัญญานนท์. (2556). **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : Diamond In Business world
- ประนอม โฆวินวิพัฒน์. (2560). **แผนการเงิน**. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก
<http5/www.slideshMc.netkomsundsme-79344958>
- พิภพ อุดร,ดร.และกรรชิตพล ขศพร ไพบูลย์,ดร. (2547). **แผนการตลาด**. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม
2560, จาก <http://www.collinscomemcompn75>

วิทยา ด้านขำรงกุล และคณะ. (2546). การเขียนแผนธุรกิจ. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://oknation.ne1blog/ageless12009/12/25/cntry->

เสรี วงษ์มณฑา และคณะ. (2560). ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://it.nation.ac.th/studentresearch/files/56011310532.pdf>

เอกจิตต์ จีงเจริญ,ดร (2555). แผนการผลิต/ปฏิบัติการ. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <https://www.sites.com>

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชัยการ
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ เจเอ็น เนลส์ เดลิเวอรี่ (JN Nails Delivery)
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน Condo The Coast ถนนสุขุมวิท เลขที่ 15 หมู่ 6
แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ
ประมาณการค่าใช้จ่าย 3,000 บาท
ผู้รับผิดชอบโครงการ
1.นางสาวนภสร พลกิตติกวิน รหัสประจำตัว 40808 ปวส 2/26
2.นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ รหัสประจำตัว 40834 ปวส 2/26

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ

(นางสาวนภสร พลกิตติกวิน)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ
.....	
.....	
.....	
ลงชื่อ.....	ลงชื่อ.....
(อาจารย์วิชชุต์ ศรีสะอาด)...../...../.....	(อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)/...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)/...../.....

ชื่อโครงการ	เจเอ็น เนลส์ เดลิเวอรี่ (JN Nails Deilvery)
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่มธุรกิจบริการ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วิชชุดม์ ศรีสะอาด
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์รัชญา ธรรมมิตกุล

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นางสาวนภสร	พลกิตติกวิน	ประธานโครงการ
2. นางสาวจินตนา	ทิพย์ประเสริฐ	รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

ผลิตภัณฑ์ทาเล็บกลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้หญิงส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ความสวยงามเป็นสิ่งสำคัญสำหรับสุภาพสตรีในยุคนี้ ผลิตภัณฑ์ทาเล็บ เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่อยู่ในกระแสแฟชั่นได้รับความนิยมสูง ทำให้สถาบันความงามหลายๆแห่ง และในด้านต่างๆ ได้รับความนิยมและเติบโตอย่างต่อเนื่อง หนึ่งในนั้น ธุรกิจร้านทำเล็บ JN Nails Delivery ที่ให้บริการเฉพาะทางความงามในด้านการทำเล็บโดยผู้เชี่ยวชาญ การใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย และใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และยังเป็นตัวช่วยผลักดันให้เกิดกระแสนิยมของแฟชั่นการทาเล็บและเพนท์เล็บ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ทาเล็บมีความนิยมที่สูงมากขึ้น จึงทำให้การทาเล็บหรือการเพนท์เล็บกลายเป็นกระแสแฟชั่นหรือแม้กระทั่งเป็นกิจกรรมยามว่างของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน

ร้าน JN Nails Delivery มองเห็นแนวทางการสร้างธุรกิจที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ทาเล็บภายใต้สินค้าของเรา และโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุนทำธุรกิจประเภทนี้ เพราะการแข่งขันที่ยังมีไม่สูงมากนัก และอาศัยปัจจัยหลายๆอย่างด้วยกัน เช่น ราคาค่าบริการ การบริการ และสำคัญที่สุด คือ การสร้างจุดขายที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถสร้างความแตกต่างได้ในสายตาของผู้บริโภคได้ชัดเจน และสร้างความภักดีในตราสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง ก็จะเป็นการรักษาศักยภาพในการทำกำไรได้ในระยะยาว นอกจากนี้ร้านทำเล็บ JN Nails Delivery ยังให้บริการเพนท์เล็บนอกสถานที่ตามทำเลที่ถูกค่านัดหมายและจากปัจจัยเหล่านี้ทำให้คณะผู้จัดทำมีความมั่นใจที่จะสามารถดำเนินธุรกิจร้านทำเล็บ JN Nails Delivery ให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจเสริมความงามได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านทำเล็บ JN Nails Delivery
2. เพื่อศึกษาแนวโน้มของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ โอกาส อุปสรรค และคู่แข่งของธุรกิจ เพื่อสร้างความพร้อมต่อการเริ่มประกอบธุรกิจ
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามเล็บและบำรุงเล็บรูปแบบใหม่ ให้มีรูปแบบการใช้งานที่สะดวกมากขึ้น มีคุณภาพที่สูงขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีที่สุด

กลุ่มเป้าหมาย

1. เพื่อให้ธุรกิจมีอัตราการเติบโตของยอดขาย และสามารถสร้างกำไรให้กับธุรกิจของรายขายให้มากกว่าต้นทุน
2. เสนอบริการเพนท์เล็บภายใต้แบรนด์ JN Nails Delivery ให้เป็นที่รู้จักกับกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 เตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ
2. วางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจและบริการ
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัสดุ และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองการปฏิบัติการบริการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินธุรกิจตามขั้นตอนบริการ ที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงานการบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน.
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค.	ก.พ
1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจ	↔								
2. วางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ		↔							
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ		↔							
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจและบริการ		↔							
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และส่งเสริมการตลาด			↔						
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงาน และขั้นตอนการดำเนินการที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วันเวลา สถานที่

เริ่มดำเนินการตั้งแต่

สถานที่ปฏิบัติงาน

มิถุนายน 2562 จนถึง กุมภาพันธ์ 2563

Condo The Coast ถนนสุขุมวิท เลขที่ 15 หมู่ 6

แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 3,000 บาท

1. วัสดุดิบ

สีทาเล็บเจล	500	บาท
สีทาเล็บธรรมดา	500	บาท
เบสทาเล็บ	100	บาท
ท็อปปะเคลือบเล็บ	150	บาท
ปากกาเช็ดขอบเล็บ	50	บาท
ออยล์ล้างเล็บ	80	บาท
ตัวหนีบล้างเล็บ	100	บาท
ออยบำรุงเล็บ	50	บาท
ครีมบำรุงเล็บ	50	บาท
เซตผงหินอ่อนตบแต่งเล็บ	100	บาท
สติกเกอร์ตบแต่งเล็บ	100	บาท
สติกเกอร์เพนท์เล็บ	200	บาท
กลิตเตอร์ตบแต่งเล็บ	100	บาท
กาวกันเลอะ	50	บาท

2. อุปกรณ์

เครื่องอบเล็บ LED	570	บาท
ตะไบเล็บ	20	บาท
กรรไกรตัดเล็บ	20	บาท
กรรไกรตัดหนังเล็บ	60	บาท

3. เบ็ดเตล็ด

เครื่องแบบพนักงาน	100	บาท
ป้ายร้าน	100	บาท
รวม	3,000	บาท

การติดตามผลการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สร้างประสบการณ์ในธุรกิจการบริการและเพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ปัญหาและอุปสรรค

1. การเดินทางอาจล่าช้า เนื่องจากการจราจรติดขัดไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด
2. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอาจชำรุดเสียหาย

ข้อเสนอแนะ

1. เตรียมความพร้อมของทีมงานฝึกปฏิบัติคนให้เกิดความชำนาญก่อนลงปฏิบัติงานจริง
2. ตรวจสอบวัสดุ อุปกรณ์ทุกครั้ง ก่อนปฏิบัติงาน และปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวัง

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วิชชุทธิ์ ศรีสะอาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)

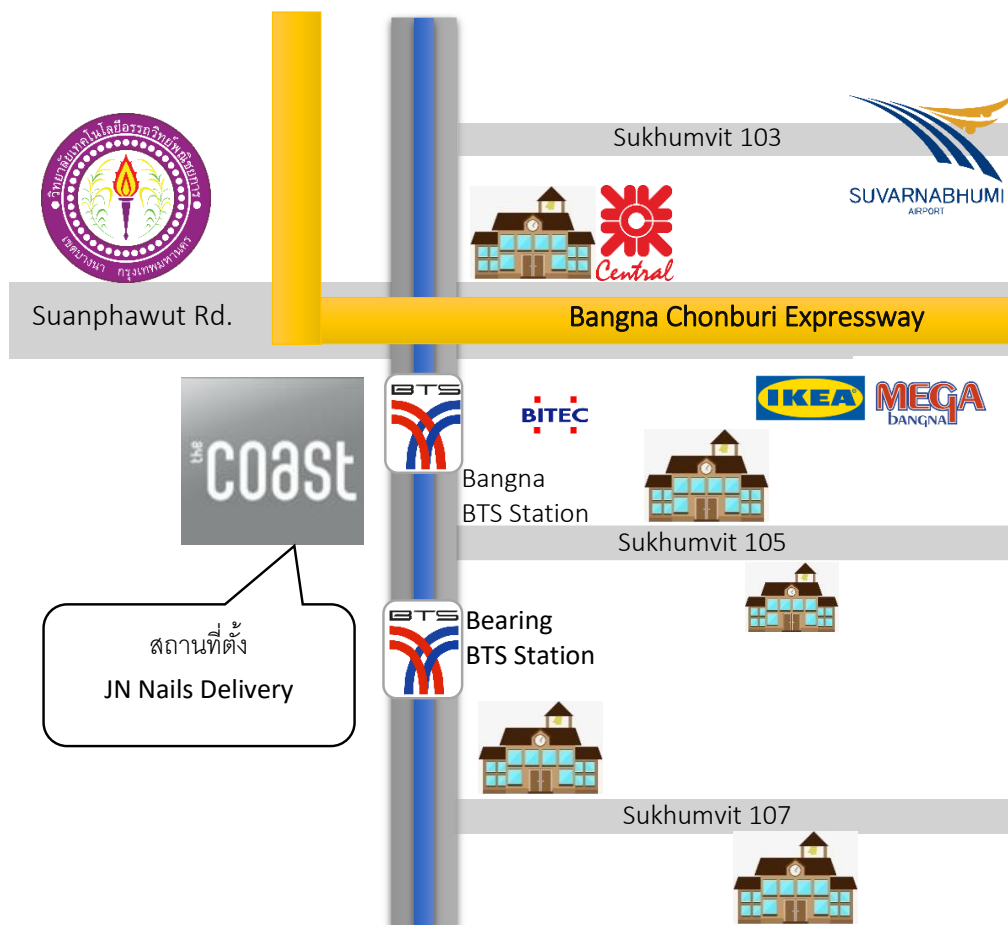
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม
- ตัวอย่างแบบสอบถาม

รายงานแบบสอบถาม

โครงการธุรกิจบริการร้านทำเล็บ JN Nails Delivery

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านทำ JN Nails Delivery ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 100 คน

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อร้านทำเล็บ JN Nails Delivery

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	25	25.0
หญิง	75	75.0
รวม	100	100
2.อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี	20	20.0
อายุ 19 – 25 ปี	70	70.0
อายุ 26 – 30 ปี	6	6.0
อายุ 31 ปีขึ้นไป	4	4.0
รวม	100	100
3.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ม.6 / ปวช.	19	19.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย ม.6 /ปวช	30	30.0
อนุปริญญา / ปวส.	51	51.0
ปริญญาตรี	-	-
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	-	-

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.อาชีพ		
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	25	25.0
นักเรียน/นักศึกษา	59	59.0
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	4	4.0
ลูกจ้าง / พนักงานเอกชน	12	12.0
อื่นๆ ระบุ	-	-
รวม	100	100
5. รายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	18	18.0
5,001-10,000 บาท	29	29.0
10,001-15,000 บาท	48	48.0
มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป	5	5.0
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้าน JN Nails Delivery ปรากฏผลข้อมูลดังนี้

เพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 และเป็นผู้ชาย จำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25.0

อายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 19 – 25 ปีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคืออายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีอายุ 26 – 30 ปีขึ้นไปจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอายุ 31 ปีขึ้นไปจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา อนุปริญญา / ปวส.จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา ตอนปลาย ม.6 /ปวช.จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ม.6 / ปวช.จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมา ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ลูกจ้าง / พนักงานเอกชน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

รายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 10,001-15,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา 5,001-10,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่มีต่อโครงการธุรกิจบริการ JN Nails Delivery สามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบเท่ากับเกณฑ์ดังนี้

รายละเอียดการประเมินผล	ระดับความพึงพอใจ						
	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD
ด้านผลิตภัณฑ์							
1.ความหลากหลายของสีทาเล็บ	10%	90%	0%	0%	0%	4.10	0.302
2.สีทาเล็บมีคุณภาพ	18%	78%	4%	0%	0%	4.14	0.450
ด้านราคา							
1.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสีทาเล็บ	37%	63%	0%	0%	0%	4.37	0.485
2.การชำระเงินค่าบริการ	42%	52%	6%	0%	0%	4.36	0.595
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
1.มีความสะดวกในการติดต่อรับบริการ เช่น หน้าร้าน,Facebook	53%	47%	0%	0%	0%	4.53	0.502
2.ราคากับบริการมีความเหมาะสม	52%	48%	0%	0%	0%	4.52	0.502
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด							
1.การส่งเสริมการขายมีบัตรสมาชิกรับส่วนลดในวันเกิดและสะสมแต้ม	41%	55%	4%	0%	0%	4.37	0.562
2.โฆษณาผ่าน Facebook,Instagarm,ป้ายหน้าร้าน	58%	42%	0%	0%	0%	4.58	0.496
3.มีนามบัตร	64%	30%	6%	0%	0%	4.58	0.606
4.การจัดแสดงสินค้า	59%	41%	0%	0%	0%	4.59	0.494

รายละเอียดการประเมินผล	ระดับความพึงพอใจ						
	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD
ด้านบุคลากร							
1.การแต่งกายสุภาพ ความเรียบร้อย	52%	43%	5%	0%	0%	4.47	0.594
2.บุคลิกภาพและมารยาทในการบริการ	48%	52%	0%	0%	0%	4.48	0.502
3.ขั้นตอนการให้บริการ	71%	25%	2%	0%	0%	4.69	0.506
ด้านกายภาพ							
1.บรรยากาศภายในร้านโดยรวม	18%	78%	4%	0%	0%	4.14	0.450
2.ภาพลักษณ์ของร้าน JN Nails Delivery	38%	62%	0%	0%	0%	4.38	0.488
ด้านกระบวนการบริการ							
1. ขั้นตอนในการให้บริการที่เป็นระบบ	18%	78%	4%	0%	0%	4.14	0.450
2.ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	10%	90%	0%	0%	0%	4.10	0.302

คะแนน 4.50 - 5.00 คือ มากที่สุด
 คะแนน 3.50 -4.49 คือ มาก
 คะแนน 2.50 - 3.49 คือ ปานกลาง
 คะแนน 1.50 - 2.49 คือ น้อย
 คะแนน 1.00 - 1.49 คือ น้อยที่สุด

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.12	0.310	มาก
ด้านราคา	4.36	0.486	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.52	0.473	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.53	0.275	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.54	0.340	มากที่สุด
ด้านกายภาพ	4.26	0.358	มาก
ด้านกระบวนการบริการ	4.32	0.485	มาก
รวม	4.39	0.176	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อร้านทำเล็บ JN Nails Delivery ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.39$) หากพิจารณารายข้อแล้ว ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.54$) และรองลงมาคือปัจจัย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.53$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.52$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.36$) อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการบริการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.32$) อยู่ในระดับมาก ด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.26$) อยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.12$) อยู่ในระดับมาก



แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน JN Nails Delivery

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน JN Nails Delivery ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา
โครงการ ประเภทบริการ จึงขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบแบบสอบถามเพื่อความสำเร็จในการทำเอกสารวิชา
โครงการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ที่ตรงตามความเป็นจริงเกี่ยวกับท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี

☐ อายุ 19 – 25 ปี

☐ อายุ 26 – 30 ปี

☐ อายุ 30 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ม.6 / ปวช.

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย ม.6 / ปวช.

☐ อนุปริญญา / ปวส.

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4. อาชีพ

☐ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

☐ ลูกจ้าง / พนักงานเอกชน

☐ อื่นๆ ระบุ

5. รายได้

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

☐ 5,001-10,000 บาท

☐ 10,001-15,000 บาท

☐ มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน JN Nails

Delivery

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

รายละเอียดการประเมินผล	ระดับความพึงพอใจ				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.ความหลากหลายของสีทาเล็บ					
2.สีทาเล็บมีคุณภาพ					
ด้านราคา					
1.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสีทาเล็บ					
2.การชำระเงินค่าบริการ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1.มีความสะดวกในการติดต่อรับบริการ เช่น หน้าร้าน,Facebook					
2.ราคากับบริการมีความเหมาะสม					
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด					
1.การส่งเสริมการขายมีบัตรสมาชิกรับส่วนลดในวันเกิดและสะสมแต้ม					
2.โฆษณาผ่านFacebook,Instagarm,ป้ายหน้าร้าน					
3.มีนามบัตร					
4.การจัดแสดงสินค้า					
ด้านบุคลากร					
1.การแต่งกายสุภาพ ความเรียบร้อย					
2.บุคลิกภาพและมารยาทในการบริการ					
3.ขั้นตอนการให้บริการ					
ด้านกายภาพ					
1.บรรยากาศภายในร้านโดยรวม					
2.ภาพลักษณ์ของร้าน JN Nails Delivery					
ด้านกระบวนการบริการ					
1.ขั้นตอนในการให้บริการที่เป็นระบบ					
2.ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

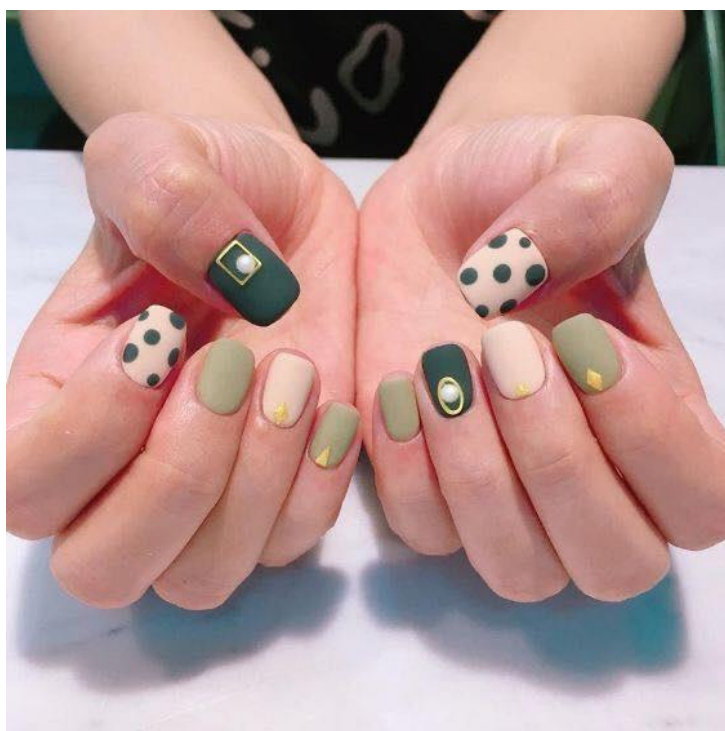
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ

- ตราสินค้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ
- สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ
- ประมวลภาพอื่นๆ

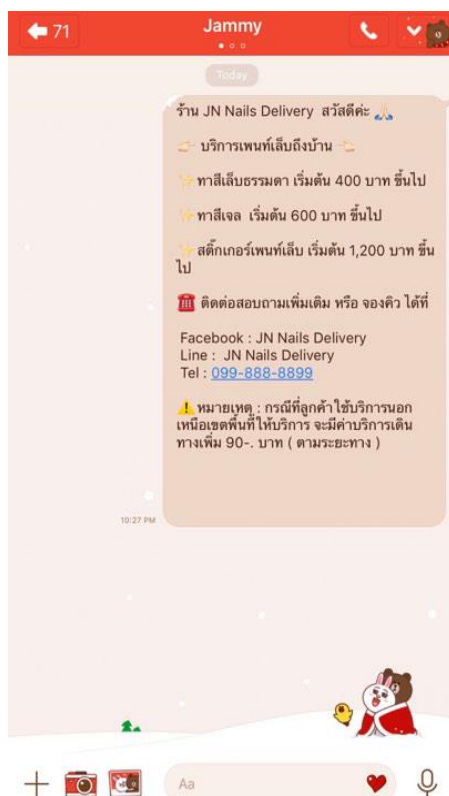
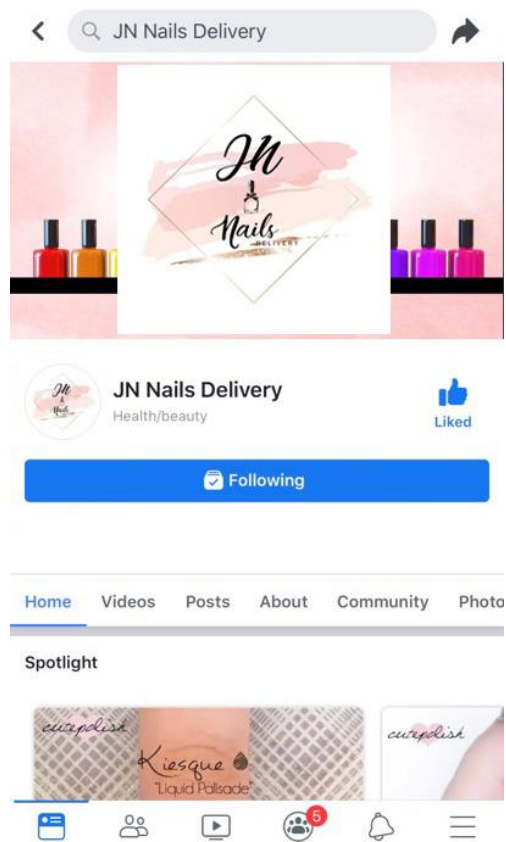
ตราสินค้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์



รูปแบบผลิตภัณฑ์



การประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook,line



ป้ายหน้าร้าน

JN Nails DELIVERY

Recommended Desing

- Nail Polish Sticker (เน้นท์เล็บสติกเกอร์)
ราคา 300 บาท
- Gel Nail Polish (มาสเจล)
เริ่มต้นที่ 1 ส 200 บาท
2-3 ส 250 บาท ขึ้นไป ..
- Nail Polish (สีธรรมดา)
เริ่มต้นที่ 1 ส 150 บาท
2-3 ส 200 บาท ขึ้นไป ..

Promotion

ใช้บริการเน้นท์เล็บ ตั้งแต่ 400 บาทขึ้นไป

ฟรี!! ค่าบริการเดินทาง
(เฉพาะใช้บริการนอกเขตพื้นที่เท่านั้น)

Condo The Coast

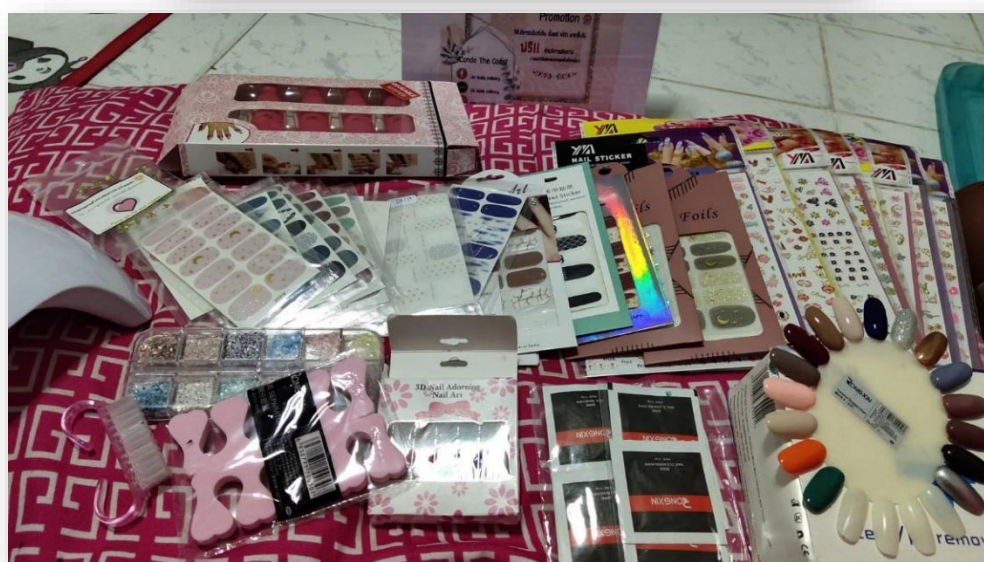
f JN Nails Delivery

LINE@ JN Nails Delivery

099-888-8899

รูปภาพวัสดุอุปกรณ์

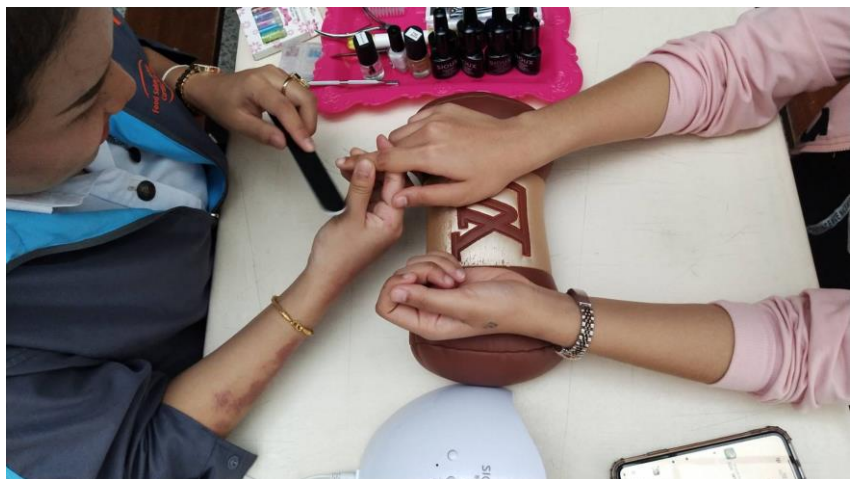




รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ



1. ทำความสะอาดหน้าเล็บ



2. ตะไบหน้าเล็บและตัดตกแต่งเล็บ



3. ทาเบสโค้ดเพื่อป้องกันเล็บเหลือง



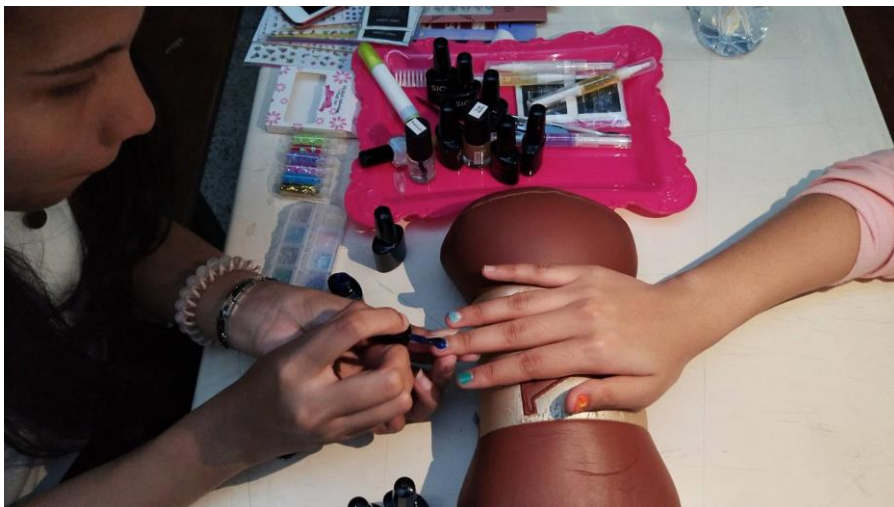
4. ทาสีครั้งที่หนึ่งและอบ



5. ทาสีเล็บครั้งที่สองและอบในเครื่องอบเล็บ LED



6. ทาทัมป์โค้ทและอบ เพื่อเคลือบเล็บให้ความเงางามและติดทนนาน



7. เสร็จขั้นตอนการทาสีเล็บเจล



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อนามสกุล	:	นางสาวนภสร พลกิตติกวิน
วันเดือนปีเกิด	:	27 ตุลาคม 2538
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งโครงการ	:	ประธานโครงการ
ชื่อนามสกุล	:	นางสาวจินตนา ทิพย์ประเสริฐ
วันเดือนปีเกิด	:	9 ตุลาคม 2540
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งโครงการ	:	รองประธานโครงการ