



โครงการธุรกิจบริการ ร้านบิวตี้เฟส
(Beauty Face)

จัดทำโดย

นางสาวนฤมล เหล็กจีน

นางสาวศิริภัทรสร คำน้อย

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา
โครงการหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย	โครงการธุรกิจบริการ ร้านบิวตี้เฟส
ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ	Beauty Face
โดย	นางสาว นฤมล เหล็กจีน
	นางสาวศิริภัทรพร คำน้อย

.....

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิเคราะห์โครงการตาม
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์
พาณิชย์การ (ATC.)

.....

(อาจารย์วิชชุทธิ์ ศรีสะอาด)
อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวรพันธ์)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	3
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ	4
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	7
แนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจ	10
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 P's)	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	15
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	20
แผนการปฏิบัติงาน	21
สถานที่ดำเนินโครงการ	21
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	22
การจัดทำแผนธุรกิจ	24
บทสรุปผู้บริหาร	24
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	25
ความเป็นมาของธุรกิจ	26
การบริการ	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	28
แผนบริหารจัดการ	33
แผนการตลาด	40
แผนการบริการ	48
แผนการเงิน	49
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	60
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	61
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	65
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	66
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	70
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	72
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	72
บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	75
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	83
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	89
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	93

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	โครงการธุรกิจบริการ บิวตี้เฟส Beauty Face	
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาว นฤมล	เหล็กจีน
	2. นางสาว ศิริภัทรพร	คำน้อย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ วิชชุดมภ์ ศรีสะอาด	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ ธัญศญา ธรรมิสกุล	
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒนา	
.....		

บทคัดย่อ

โครงการ บิวตี้เฟส เป็นโครงการประเภทธุรกิจการให้บริการ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้วิชาโครงการ 2) เพื่อสร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้ธุรกิจบริการและการสร้างรายได้ระหว่างการศึกา 3) เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ 3 มิถุนายน 2561 ถึง 22 กุมภาพันธ์ 2562 รวมปฏิบัติงานบริการ 8 สัปดาห์ สถานที่ดำเนินโครงการ คือ บ้านเลขที่ 1988/7 ม.7 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10240

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 100,000 บาท หักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และออกบริการคงเหลือ 25,000 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คน เท่า ๆ กัน คนละ 12,500 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการ 1) การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้วิชาโครงการ 2) สร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้ธุรกิจบริการและการสร้างรายได้ระหว่างการศึกา 3) ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์มีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติงานโครงการ คือ 1) ขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจอาจทำให้แผนงานและงบประมาณผิดพลาด 2) เป็นธุรกิจที่เพิ่งเปิดตัวได้ไม่

นานทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า 3) สภาพอากาศแปรปรวนทำให้เกิดผลกระทบระหว่างปฏิบัติงาน เช่น ฟ้าไม่แห้ง เนื่องจากฝนตก

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทธุรกิจบริการ 1) ฝึกอบรมบุคลากร และสอบถามผู้เชี่ยวชาญรวมไปถึงค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 2) ทำการส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ และโฆษณาให้มากขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า 3) ก่อนถึงวันกำหนดส่งผ้าจะมีการโทรแจ้งลูกค้าก่อนล่วงหน้าว่า สภาพอากาศแปรปรวนอาจทำให้ผ้าแห้งช้ากว่าปกติ

6 จากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้านบิวตี้เฟส โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาตามส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 3.80$) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 3.99$) ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.07$) ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.08$) ด้านราคา อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.10$) และด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.22$)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จากความกรุณาและความช่วยเหลือจากอาจารย์ วิษ
ยุตม์ ศรีสะอาด อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ วังเดือน ประไพชรพันธ์ คอยตรวจสอบและ
แก้ไขตลอดจนให้คำแนะนำ และข้อคิดต่างๆ รวมทั้งขอขอบคุณ อาจารย์ อุดมพร เปตานนท์ ที่ช่วย
ตรวจสอบแผนธุรกิจทำให้โครงการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณทุก
ท่านเป็นอย่างสูง ณ.ที่นี้ด้วยค่ะ

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณเพื่อนที่ร่วมทำโครงการมาจนสำเร็จได้แก่ นส. นฤมล
เหล็กจีน นส.ศิริภัทรศร คำน้อย ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงปีที่ 2 สาขาการตลาดที่คอย
ช่วยเหลือกันอย่างเต็มที่ และ ร่วมกันทำวิชาโครงการนี้จนสำเร็จเสร็จสิ้นไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการธุรกิจบริการบิวตี้เฟส

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จากสภาพสังคมในปัจจุบันคนส่วนใหญ่หันมาใส่ใจในเรื่องความสวยความงามกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า หน้าผม ต้องดูดีตามแฟชั่นตลอดเวลาที่เปลี่ยนไปตามความงามเป็นที่นิยมกันมากอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นผู้ชาย ผู้หญิงมักหันมาดูแลสุขภาพผิวหน้าตัวเองมากทำให้พฤติกรรมต่างๆ ในแต่ละวันต้องมีการปรับเปลี่ยนและการเข้าใช้บริการร้านเสริมความงามอีกด้วย ทำให้สถาบันเป็นที่นิยมและมีผู้คนสนใจกันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบันหนึ่งในนั้นคือร้านทำหน้าไม่ว่าจะเป็น นวดหน้า สปาหน้า ขัดผิวหน้า หรือเคมีวิตามินเข้าสู่ผิวหน้าการยกกระชับผิวที่ทันสมัย โดยการใช้อุปกรณ์คุณภาพ และ ผลลัพธ์ที่ได้มาตรฐานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่พึงประสงค์ทำให้ลูกค้าพึงพอใจทั้งเครื่องมือที่ได้มาตรฐานและผลลัพธ์ที่ได้ผลลัพธ์รับหลังการให้บริการ และการบริการหลังการขายยังทำให้ธุรกิจความงามเป็นที่นิยมบอกต่อกันมาเรื่อยๆจึงมีความสำคัญอย่างมากในด้านการดูแลให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี

ดังนั้นคณะผู้จัดทำจึงเล็งเห็นกลุ่มตลาดโลกมีผู้คนที่ให้ความใส่ใจ และ สนใจธุรกิจการทำหน้านี้ เราจึงจึงมองเห็นโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุนทำธุรกิจประเภทด้านการเสริมความงามโดยอาศัยปัจจัยหลายอย่าง เช่น ทำเลที่ตั้ง ราคาการให้บริการ การบริการ และ การสร้างจุดขายโดยการทำโปรโมชั่นซึ่งเป็นข้อได้เปรียบคู่แข่ง และสามารถสร้างความแตกต่างในสายตา ความสะดวกสบายที่ผู้บริโภคเล็งเห็นได้อย่างชัดเจนจากปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดธุรกิจ ร้านเสริมความงามบนใบหน้า ที่มีชื่อว่า บิวตี้เฟส(Beauty Face) ทางคณะผู้จัดทำมีความมั่นใจที่จะบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ในด้านความงามมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

1. ขยายบริการให้เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้
2. กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่รักสวกรังาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
2. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และ งบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการและการสร้างรายได้ระหว่างศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
4. ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ตรงความต้องการ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานที่เกี่ยวข้อง

โครงการร้าน บิวตี้เฟส (Beauty Face) เป็นโครงการประเภทธุรกิจบริการ ใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ดังนี้

- 1.แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านความงามและสปา
- 2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 3.แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ
- 4.ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7 ‘P)
- 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านบิวตี้เฟส (Beauty Face)

การสปาหน้า คือ ศาสตร์ความงามอย่างหนึ่งที่อยู่กลุ่มนุษย์มาช้านานไม่ว่าจะยุคสมัยไหน และมีการคิดค้นปรับปรุงมาเรื่อย ๆ ให้เหมาะกับสภาพผิวของแต่ละบุคคล ดังเช่น การทำสปาหน้า และการนวดหน้าของร้าน บิวตี้เฟส (Beauty Face) ซึ่งเป็นการตอบโจทย์ได้ระดับหนึ่งในเรื่องของ ความงามบนใบหน้าโดยทางร้านจะมีบริการให้ 3 แบบ คือ 1.การนวดหน้าด้วยเครื่อง Cryo ซึ่งเป็น เครื่องที่ทันสมัยเป็นนวัตกรรมใหม่และมีผลลัพธ์ที่ดีเป็นการผลักวิตามินลงสู่ผิวหน้าด้วยความเย็น ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ใบหน้าขาวใสขึ้น และ เนียนนุ่มตั้งแต่ครั้งแรกที่ทำ 2.การทำสปาหน้า เป็นการ นวดสปาด้วยมือ นวดกดจุดซึ่งทำให้รู้สึกผ่อนคลายเลือดไหลเวียนดีขึ้น นวดบอย ๆ ทำให้หน้าเด็ก ลง และ ทำให้อารมณ์ดีอีกด้วย 3.มาร์คหน้า เป็นสิ่งจูงใจหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อเพิ่มเพราะ หลังจากการทำหน้าแล้วปิดท้ายด้วยการมาร์คหน้าจะยิ่งเพิ่มประสิทธิภาพในการทำหน้าเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งเป็นเรื่องปกติของคนวัยทำงานที่ทำงานเยอะเกินจนไม่มีเวลาดูแลตนเองจะนั้นเวลาได้พักผ่อนทำ สบายก็ต้องการทำให้ครบทั้งหมดเพื่อซื้อความสุขให้กับตัวเองและร้านของเราตอบโจทย์ได้ดีเพราะมี บริการเคลิเวอร์ ทำถึงที่โดยที่ลูกค้าแค่โทรมาจองคิวแล้วทางร้านจะไปบริการถึงที่หมาย ก่อนลงมือ ปฏิบัติงานเราได้มีการดูแลเรื่องความสะดวกเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่ต้องนำไปบริการลูกค้าทุกครั้ง รวมไปถึงการแต่งกายของพนักงานทุกครั้ง จึงทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ ถึงความใส่ใจรายละเอียดของทาง ร้าน บิวตี้เฟส (Beauty Face) และเกิดการซื้อซ้ำ แน่นนอน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญาลักษณ์ตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช (2552, หน้า 210 - 212)กล่าวว่า บริการ(Service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จะสนองความต้องการแก่ลูกค้าบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ ก่อนที่จะมีการซื้อ ตัวอย่าง คนไข้ไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถบอกได้ว่า ตนจะได้รับบริการในรูปแบบใดเป็นการล่วงหน้า ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคลเครื่องมือวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกัน ให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับ ผู้ที่มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อมีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดีรวมทั้งเสียงดนตรีเบาๆ ประกอบด้วย

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย เช่น สถาบัน เสริมความงาม สเลนเดอร์พาราไดซ์คิสโก้เรค

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใครจะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ตัวอย่าง หมอผ่าตัดหัวใจคุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและความพร้อมในการผ่าตัดแต่ละรอบ อาจารย์ผู้สอนในชั่วโมงที่อารมณ์ดี มีการเตรียมตัวดีจะสอนดีใน

ชั่วโมงที่อารมณ์ไม่ปกติและขาดการเตรียมตัวคุณภาพในการสอนจะต่ำ ดังนั้นผู้ซื้อ บริการ จะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการในแง่ผู้ขาย บริการ จะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการรวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ของ พนักงานที่ให้บริการ เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรม และธนาคาร ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรม ใน การให้บริการที่ดี 3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังค าแนะนำและ ข้อเสนอแนะ ของลูกค้าการสำรวจข้อมูลลูกค้าและการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไข ปรับปรุง บริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish Ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้า ความต้องการมีสม่ำเสมอการให้บริการก็จะไม่มีปัญหาแต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะ ทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า ตัวอย่างรถประจำทางในช่วงเวลาเร่งด่วนคนจะ แน่น ต้องใช้จำนวนรถในการให้บริการมากขึ้น สถานบันเทิงในวันศุกร์เสาร์คนจะแน่นทา ให้เกิด ปัญหา การให้บริการไม่เพียงพอ กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ และ ปรับการให้ บริการไม่ให้เกิดปัญหามากหรือน้อยเกินไป มีดังนี้

4.1 กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ (Demand) มีดังนี้

(1.) การตั้งราคาให้แตกต่างกัน (Differential Pricing) เพื่อปรับความต้องการซื้อให้ สม่ำเสมอกล่าวคือการตั้งราคาสูงในช่วงความต้องการซื้อมากและตั้งราคาต่ำในช่วงความต้องการ ซือน้อย เช่น จัดอาหารบุฟเฟ่ต์ราคาพิเศษในช่วง ปลายเดือนในโรงแรม

(2.) กระตุ้น ในช่วงที่มีความต้องการซือน้อย (Nonpeak Demand Can be Cultivated) โดย จัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการขาย เช่น โรงแรมมีการจัดรายการเทศกาล อาหารฝรั่งเศส เป็น ต้น

(3.) การให้บริการเสริม (Complementary Service) เช่น มีเครื่องเอทีเอ็ม ไว้ หน้าธนาคาร เพื่อลดจำนวนลูกค้าในธนาคาร

(4.) ระบบการนัดหมาย (Reservation Systems) เพื่อให้ ทราบถึงจำนวนลูกค้าที่แน่นอนเพื่อ การวางแผนการให้บริการที่เหมาะสมและเพื่อปรับระดับดีมานด์ให้เหมาะสม เช่น โรงแรมจัดระบบ การจองห้องพักรถสายการบินจัดระบบการจองที่นั่ง

4.2 กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการเสนอขาย (Supply) มีดังนี้

(1.) เพิ่มพนักงานชั่วคราว(Part – Time Employees) เช่น ห้างสรรพสินค้าจ้างนักเรียนในช่วงปิดภาคเรียน ภัตตาคารเพิ่มพนักงาน ชั่วคราวในช่วงลูกค้ามาก

(2.) การกำหนดวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพในช่วงคนมาก(Peak – Time Efficiency Routines) เช่น ช่างทำผมที่มีชื่อเสียงจะทำงานเฉพาะตัดซอยเช็ดเท่านั้น

(3.) ให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการให้บริการ (Increased Consumer Participation) เช่น ที่ทำการไปรษณีย์ ให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มลงทะเบียนและติดแสตมป์เองเพื่อประหยัดเวลาของผู้ขายในการให้บริการ

(4.) การให้บริการร่วมกันระหว่างผู้ขาย (Shared Service) เช่น ใช้เครื่อง ATM ร่วมสำหรับธนาคารหลายแห่งเพื่อลดค่าใช้จ่าย โครงการใช้เครื่องมือด้านการแพทย์ของโรงพยาบาลร่วมกัน เพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย

(5.)การขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต (Facilities for Future Expansion) เช่น สวนสนุกมีการจัดเครื่องเล่นใหม่ๆ หรือการขยายพื้นที่การให้บริการบริการ คือ กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ก็ตามที่บุคคลหนึ่งสามารถเสนอให้อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่อาจจับต้องได้และไม่ทำให้เกิดความเป็นเจ้าของใด ๆ ทั้งสิ้น การผลิตบริการนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับ การผลิตสินค้าก็ได้ (Kotler & Bloom, 1984; Kotler, 1988,)

การบริการเป็นกิจกรรมที่ถูกเสนอขาย ซึ่งให้ผลตอบแทนในรูปของผลประโยชน์และความพึงพอใจ โดยปราศจากการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพในตัวสินค้า (Blois, 1974,) บริการ (Service) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงแรม ธนาคาร เป็นต้น (ปณิศา ลัญชานนท์, 2552,) บริการเป็นปฏิริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้และไม่สามารถครอบครองได้และบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทน นำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้(อดุลย์ จาตุรงค์กุล ,คลยา จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล, ผู้แปล, 2550,) จากความหมายที่กล่าวทั้งหมดอาจสรุปความหมายของบริการ หมายถึงกิจกรรมหรือ กระบวนการในการดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์กรในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับ ประโยชน์ หรือความสุข หรือความสะดวกสบายหรือได้รับความพึงพอใจ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการนั้นได้ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าก็ได้

2.แนวคิดและทฤษฎีกับพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคม พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มนุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่นครอบครัว มิตรสหายกลุ่มอ้างอิงและสังคมแวดล้อมด้วย หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการ ทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก พฤติกรรม ผู้บริโภค(Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994) ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2550) Marketing Management ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค(Consumer behavior)หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้อง โดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการ ตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า กล่าวโดยสรุปว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออก ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมไปถึงกระบวนการ ในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป ประเภทของการบริโภค สามารถแบ่งได้ตามลักษณะของสินค้าเป็น 2 ประเภท คือ

1.การบริโภคสินค้าไม่คงทน (nondurable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของชนิดที่สิ้นเปลืองหรือใช้หมดไป เรียกว่า destruction เช่น การบริโภคน้ำอาหาร ยารักษาโรค น้ำมัน เชื้อเพลิง ฯลฯ

2.การบริโภคสินค้าคงทน (durable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของที่ยังคงใช้ได้ อีก ลักษณะนี้เรียกว่า diminution เช่น การอาศัยบ้านเรือน การใช้รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าเครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ อย่างไรก็ตาม สินค้าประเภทนี้จะค่อย ๆ สึกหรอไป จนในที่สุดจะไม่สามารถนำมาใช้ได้อีก สามารถอธิบายได้ด้วย โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นระบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการ(Need) ในความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ มีอิทธิพลอิทธิพล ทำให้ตอบสนอง (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ(Buyer's purchasedecision)โดยสามารถเรียกว่าโมเดลที่ใช้อธิบาย

ระบบนี้ได้อีกลักษณะว่า SR theory ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่ (อ้างอิงจาก

<http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทั้งภายในและภายนอก นักการตลาดจะสนใจ เน้นการสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งควบคุมได้ และ สิ่งกระตุ้นอื่นที่ควบคุมไม่ได้

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ

กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค (Process of Behavior)

1. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด
2. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น
3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและของ พฤติกรรมของ มนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับ ภายในสังคมใดสังคมหนึ่ง โดยเฉพาะลักษณะชั้นทางสังคม ประกอบด้วย 6 ระดับ (อ้างอิงจาก

<http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>)

ชั้นที่1 Upper-Upper Class ประกอบด้วยผู้ที่มีชื่อเสียงเก่าแก่เกิดมาบนกองเงินกองทอง

ชั้นที่2 Lower –Upper Class เป็นชั้นของคนรวยหน้าใหม่ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบริหาร เป็นผู้มีรายได้สูงสุดในจำนวนชั้นทั้งหมด จัดอยู่ในระดับมหาเศรษฐี

ชั้นที่3 Upper-Middle Class ประกอบด้วยชายหญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่น ๆ สมาชิกชั้นนี้ส่วนมากจบปริญญาจากมหาวิทยาลัย กลุ่มนี้เรียกกันว่าเป็นตาเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่4 Lower-Middle Class เป็นพวกที่เรียกว่าคนโดยเฉลี่ย ประกอบด้วยพวกที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหาร เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พวกทำงานนั่งโต๊ะระดับต่ำ

ชั้นที่5 Upper-Lower Class เป็นพวก จนแต่ซื้อสัตย์ ได้แก่มชนชั้นทำงานเป็นชั้นที่ใหญ่ที่สุดในชั้นทางสังคม

ชั้นที่6 Lower-Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความชำนาญกลุ่มชาวนาที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองชนกลุ่มน้อย

2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง หมายถึงกลุ่มใด ๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกัน ระหว่างคนในกลุ่ม แบ่งเป็น 2 ระดับ -กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ครอบครัว เพื่อนสนิท มักมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพ ระดับชั้น ทางสังคม และช่วงอายุ -กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย มีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2.2 ครอบครัว เป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด นักการตลาด จะพิจารณา ครอบครัวมากกว่าพิจารณาเป็นรายบุคคล

2.3 บทบาททางสถานะ บุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่ม อ้างอิง ทำให้ บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฏจักรชีวิตครอบครัว

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัด ปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การสนใจ การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง ทั้งนี้มนุษย์มักจะแสดงออก จากความต้องการที่อยู่ภายใน ซึ่งมาสโลว์ได้กำหนดทฤษฎี ลำดับขั้นตอนของความต้องการซึ่ง กำหนดความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ ซึ่งจัดลำดับจากความต้องการระดับต่ำไปยังระดับสูง มีผลต่อระบบการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนี้

1.ความสำเร็จส่วนตัว

2.ความต้องการด้านอีโก้ (ความภาคภูมิใจ สถานะ ความเคารพ)

3.ความต้องการด้านสังคม

4.ความปลอดภัยและมั่นคง

5.ความต้องการของร่างกาย กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอ ก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินภายหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมานั้นมาใช้ และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ (อ้างอิง :<http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>)

3.แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจัดตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่าง ๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการจัดตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่าง ๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงินที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและ ข้อควรระวังด้วยเช่นกัน ถ้าเปรียบว่าแผนที่ที่ดีย่อมจะให้รายละเอียดถนนหนทาง และทิศทางที่ชัดเจนแล้ว แผนธุรกิจก็ไม่ต่างกันในการที่จะให้รายละเอียดอย่างเพียงพอที่จะทำให้ผู้ร่วมลงทุนตัดสินใจได้ว่า ธุรกิจนั้นควรจะร่วมลงทุนด้วยหรือไม่ จากแผนธุรกิจจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้าใจวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและ

ปรัชญาของธุรกิจ แผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรค และหนทางที่ เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้เงินลงทุนของตัวเอง ไม่ต้องการผู้ร่วม ลงทุนหรือเงินกู้จากสถาบันการเงิน แผนธุรกิจก็ยังจำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ประกอบการมีแผนที่ในการ บอกทิศทางของการดำเนินกิจการในอนาคต

(อ้างอิง: <http://www.oknation.net/blog/agelessa/2009/12/25/entry-1>) องค์ประกอบของแผนธุรกิจ แม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัว หากแต่องค์ประกอบหลักซึ่ง นักลงทุนพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ

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 : ศศ.วิทยา ค่านธ ารงกุล) เป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้นบทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ หนึ่ง ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ สอง ต้องชี้ให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถัน

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ(ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร) ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็น โอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนา สินค้า/บริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์(ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร อ.ดร.ครรชิตพล ชศพรไพบูลย์)ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการ

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ(ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร อ.ดร.ครรชิตพล ชศพรไพบูลย์)วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการจัดการ เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น คือ ภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะกลาง ประมาณ 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปี

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาด(ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร อ.ดร.ครรชิตพล ชศพรไพบูลย์)แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการจัดการและแผนคน(ผู้เขียน : ศศ.วิทยา ดำนธ ราชกุล)ในส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์กรว่าประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์กร โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการผลิต/ปฏิบัติการ(ผู้เขียน : อ.ดร.เอกจิตต์ จึงเจริญ)หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต/ปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่น ๆ ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้น แผนการผลิต/ปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังแผนภาพที่ 1 โดย วัตถุดิบและทรัพยากรนั้น หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน เงินลงทุน และอื่น ๆ สำหรับกระบวนการผลิตและปฏิบัติการ หมายถึง กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และ ผลผลิตนั้น หมายถึง ความถึงจำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงิน(ผู้เขียน : รศ.ประนอม โฉมวิวัฒน์อ.วิภาดา ดันติประภา ผศ.พรชนก รัตนไพจิตรผศ.พรชนก รัตนไพจิตร)ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้มาจากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของ การตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ การตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมหลักทั้งสาม คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็นงบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานสรุปขั้นสุดท้ายของกระบวนการจัดทำบัญชีที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจหรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่า ในรอบระยะเวลาที่ผ่านมานั้นธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไร

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

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

4.ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7 ‘P) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้านั้น โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัวได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและส่งเสริมการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดของ ตลาดบริการจะมีความแตกต่างกัน ออกไปกล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึง พนักงาน กระบวนการ ให้บริการ และสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนั้นเป็นปัจจัยในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึง ประกอบไปด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่ จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value)ของบริการกับราคา (Price)ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และ ง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อ การรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเล ที่ตั้ง (Location)และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People)หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้าง คุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น ด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติ ในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิทธิชัยธรรมเสนห์(2554) การศึกษางานวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการ ธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี” ผู้วิจัยได้พิจารณาแล้วเห็นว่าปัจจุบันธุรกิจสปามีการแข่งขันสูงหากธุรกิจมีการบริหารที่ดีธุรกิจก็มีโอกาสประสบความสำเร็จได้แต่หากมีการบริหารไม่ดีก็มีโอกาสทำให้ธุรกิจประสบความล้มเหลวได้ เช่น กันดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาการบริหารธุรกิจสปาและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เพื่อนำข้อสนเทศที่ได้รับไปปรับปรุงการบริหารธุรกิจสปาโดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรีให้มีประสิทธิภาพต่อไป การศึกษานี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารธุรกิจสปาศึกษาพฤติกรรมและการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความแตกต่างต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างในเรื่องเพศอายุระดับการศึกษาและอาชีพ โดยกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาจำนวน 10 คนและผู้ใช้บริการสปา จำนวน 200 คนการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากร้านสปาแต่ละร้านใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test (Independent Samples) และ F-test (One-way ANOVA) ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

1. การบริหารธุรกิจสปาผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนธุรกิจสปาเป็นอาชีพเสริมในรูปแบบของ Day Spa มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจในระยะสั้นเงินทุนส่วนใหญ่มาจากทุนส่วนตัวและกู้ยืมจากสถาบันการเงินด้านการจัดการคือการมีการจัดโครงสร้างขององค์การที่ชัดเจนโดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบการบริหารเป็นไปในลักษณะการบริหารงานแบบครอบครัวบุคลากรมีจำนวนไม่เกิน 10 คนผู้ประกอบการธุรกิจสปาให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาความรู้ความสามารถของ พนักงานการรักษานักลูกค้าที่มีความรู้ความสามารถผู้ประกอบการมีการสั่งการทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยมอบหมายให้ผู้จัดการเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบเปิดโอกาสให้นักลูกค้ามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันผู้ประกอบการมีการควบคุมคุณภาพดำเนินงานโดยเน้นการสร้างคุณภาพในการบริการด้วยหลักของ 6s และเน้นให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดปัญหาและอุปสรรคที่พบคือการขาดแคลนทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ

2. ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 24-29 ปีการศึกษาระดับปริญญาตรีอาชีพเป็นลูกจ้างพนักงานบริษัท/ห้างร้านและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 8,001 – 10,000 บาทมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปาประเภทสปาหน้าสาเหตุที่เลือกบริการเพื่อการผ่อนคลายความเครียดตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเองใช้บริการสปา 1 – 2 ครั้งต่อเดือนส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งประมาณ 301 – 500 บาทใช้เวลาในการใช้บริการ 30-60 นาทีมาใช้บริการในวันอาทิตย์เมื่อไปใช้บริการจะไปกับเพื่อนโดยจะมีร้านสปาที่ไปใช้บริการจำนวน 1 แห่งและระหว่างการรับบริการผู้ให้บริการมักจะนอนหลับ

3. ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยโดยรวมและปัจจัยรายด้านได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้งด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากและผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยรายชื่อของแต่ละด้านส่วนใหญ่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสปาอยู่ในระดับมาก

4. ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและสถานที่ตั้งแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่างกันและผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 วรรณิภา เชื้ออินทร์งาน(2554)วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจำนวน 402 ชุด เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 312 ชุด (ร้อยละ 78) และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 90 ชุด (ร้อยละ 22) เก็บตัวอย่างแบบกึ่งสุ่ม (Semi random sampling) และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง(ร้อยละ75.1) มีอายุอยู่ในช่วง 26- 50 ปี (ร้อยละ67.1)โดยชาวไทยส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี(ร้อยละ62.8) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน(ร้อยละ37.1) สำหรับชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปริญญาโท(ร้อยละ43.3) และมีอาชีพเป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ(ร้อยละ 34.4) ซึ่งส่วน ใหญ่ชาวไทยมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท(ร้อยละ 25.3) สำหรับชาวต่างชาติส่วนใหญ่ รายได้ต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท (ร้อยละ84.4) ในส่วนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการสปาแบบนวดบำบัดบริเวณผิวกาย (ร้อยละ 75.3) ชาวไทยส่วนใหญ่ใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายความเครียด (ร้อยละ 53.8) สำหรับชาวต่างชาติส่วนใหญ่ใช้บริการสปาเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ (ร้อยละ 45.6) โดยที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความถี่ในการเข้าใช้บริการสปา 1-2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 60.9) ผู้ใช้บริการสปาตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาโดยพิจารณาจาก ปัจจัยดังต่อไปนี้

1) การเลือกใช้บริการสปาชาวไทยที่มีคุณภาพโดยให้ ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

2) ชาวไทยให้ความสำคัญ เรื่องของความสะอาดภายในร้านอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41) ส่วนชาวต่างชาติให้ความสำคัญ เรื่องห้องสุขาสะอาดและเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59)

3) ทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติให้ความสำคัญในเรื่องการจัดการที่ดีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.99)

4) ชาวไทยให้ความสำคัญเรื่องความซื่อสัตย์ สุจริตของผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย4.41) สำหรับชาวต่างชาติให้ความสำคัญเรื่องผู้ให้บริการต้องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และใช้ทักษะที่ถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย4.20) และ

5) ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญในเรื่องการ ส่งเสริมการตลาดของบริการสปา กลุ่มตัวอย่างสนใจโปรโมชั่น การลดราคาและสะสมแต้ม อยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย3.98) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจใน การเลือกใช้บริการสปาแสดงให้เห็นว่า

ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพศ อายุ และอาชีพ มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองสปา ที่ได้แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ แบบจำลองสปา สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรูปแบบเน้นความเป็นธรรมชาติ เน้นกลุ่มเป้าหมายเพศหญิง อายุ 26-40 ปี เปิดทำการ ตั้งแต่ 8.00 ถึง 22.00 น. ส่วนแบบจำลองสปา สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ เน้นเฉพาะรูปแบบที่เน้นความเป็นไทย มีกลุ่มเป้าหมายเป็น เพศหญิง อายุ 41-50 ปี เปิดทำการ ตั้งแต่ 12.00 -20.00 น.และที่สำคัญสถานบริการจะต้องมีห้องน้ำ แยกชายหญิงเป็นส่วนสัดส่วนสะอาด และเพียงพอ มีการจัดการระยะเวลาก่อนการให้บริการเหมาะสม ข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ และใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจทำธุรกิจสปาที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นแนวทาง ในการเก็บข้อมูลและศึกษาพฤติกรรม ผู้ใช้บริการสปาของอำเภอต่าง ๆ ใน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดอื่น ๆต่อไป น้ำฝน วิชาวงศ์ และคณะ (2557) การทำโครงการมณฑานวดแผนไทย แอนด์ สปา ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการและการใช้เป็นแนวทางในการ ประกอบอาชีพในอนาคต

2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของโครงการมณฑานวดแผนไทย แอนด์ สปา

3) เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกในกลุ่มได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และมีรายได้ระหว่างการเรียนรู้ มีวิธีการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนการเตรียมการ

2. ขั้นตอนการดำเนินงาน

3. ขั้นตอนการ

ประเมินผลจากผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินงานโครงการเริ่มลงมือปฏิบัติงาน ร้านมณฑานวดแผนไทย แอนด์ สปา เริ่มดำเนินงานตั้งแต่

2. ผลการดำเนินงาน ใช้งบประมาณในการลงทุนครั้งแรกเป็นเงิน

3. จากการดำเนินงานครั้งนี้นอกจากบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการแล้วยังเป็นการสร้างเวลาว่างให้เกิดประโยชน์และได้ใช้ความรู้ไปประกอบอาชีพได้

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ งบประมาณในการลงทุนอาจเพิ่มขึ้นได้ รวมถึงความต้องการของลูกค้าไม่คงที่และการบริการที่พอกอาจไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติงานโครงการได้รับประโยชน์คือ การรู้จักวางแผน การแบ่งงานกันทำที่จะสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับนำมาปรับปรุงและแก้ไขงานให้ดีขึ้นและเป็นแนวทาง

ในการก่อตั้งธุรกิจส่วนตัว จากปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในทางแก้ไขดังนี้

1. ตรวจสอบวัสดุอุปกรณ์เตรียมความพร้อมก่อนการปฏิบัติงานทุกครั้ง
2. ควรมีพื้นที่พักรอเมื่อมีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก
3. ต้องศึกษาตลาดของลูกค้าให้มากขึ้น

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินโครงการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองปฏิบัติการบริการและประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจตามขั้นตอนการบริการปฏิบัติงาน
4. จัดกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ประเมินผล

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
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. เตรียมคิกรูปแบบธุรกิจ	↔								
2. วางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ		↔							
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ		↔							
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจและบริการ		↔							
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และส่งเสริมการตลาด			↔						
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงาน และขั้นตอนการดำเนินการที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วันเวลา สถานที่

เริ่มดำเนินการตั้งแต่

มิถุนายน 2562 จนถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน

1988 / 7 ม.7 ซ.สันติคาม 4 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง

จ. สมุทรปราการ 10270

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

1. วัสดุดิบ

เจลเย็นสำหรับเครื่อง Cryo	300 บาท
ผงมาร์หน้า	500 บาท
ครีมนวดหน้า	200 บาท
สคลับมะเขือเทศ	200 บาท
คลีนซิ่งมิลค์	250 บาท
โทนเนอร์	350 บาท
ครีมบำรุงผิวหน้า	100 บาท
ครีมกันแดด	200 บาท
สาลีแผ่น	50 บาท
ทิชชู	50 บาท

2. อุปกรณ์

เครื่อง Cryo	2,000 บาท
เครื่องพ่นไอน้ำ	500 บาท
ถ้วยยางติมาร์ค	200 บาท
ถ้วยแก้วสำหรับใส่ครีม	250 บาท
ไม้พาย	350 บาท
แปรงพู่กัน	300 บาท
ผ้าขนหนู	300 บาท
ถาดวางอุปกรณ์	100 บาท

3. เบ็ดเตล็ด

ค่าเครื่องแบบพนักงาน	500 บาท
ค่าโฆษณา สื่อโฆษณาทางเพจ	3,000 บาท
รวม	9,700 บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจการบริการทรีสเม้นสปาหน้าเป็นธุรกิจเป็นธุรกิจที่ต้องพัฒนาดูแลลูกค้าให้ได้ผลตามเป้าหมาย และเป็นธุรกิจสปาหน้าที่ยังเป็นที่นิยมและที่ต้องการสำหรับผู้ให้บริการมาก ทางบริษัทบีวีดีเฟสได้ก่อตั้งธุรกิจเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2561 ตั้งอยู่ที่ 1988/7 ม.7 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270 ผู้ก่อตั้งกิจการขึ้นมาคือ นางสาว นฤมล เหล็กจีน และ คุณศิริภัทรศร คำน้อย โดยบริษัทได้เกิดขึ้นจากความชอบและความถนัดของเจ้าของธุรกิจ และได้เข้าใช้บริการสปาหน้าหนึ่งซึ่งการบริการลูกค้าและการดูแลไม่ดีพอสัปดาห์แรกเกินไป ผิวหน้าไม่ขาวใส นวดหน้าหนักเกินไปรวมถึงการบริการที่ใช้เวลารอนานผู้ประกอบการจึงคิดริเริ่มธุรกิจทรีสเม้นสปาหน้าจึงได้เริ่มที่จะค้นคว้าและศึกษาหาข้อมูลการปฏิบัติงานมากขึ้น โดยเจ้าของธุรกิจเน้นการให้บริการลูกค้าด้วยความชำนาญความรวดเร็วและการนวดหน้าทีพอดีต่อผิวหน้าของผู้ใช้บริการเพราะเราเข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการว่าต้องการความผ่อนคลายใบหน้า และ สะดวกรวดเร็วทางร้านเรามีการบริการเดลิเวอรี่ถึงบ้านเพื่อความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการในวันหยุดเราเล็งเห็นความต้องการของลูกค้าเป็นอันดับแรกสภาวะการแข่งขันมีการแข่งขันสูงเพราะมีธุรกิจทรีสเม้นสปาหน้าเปิดเป็นจำนวนมากทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกจึงทำให้เกิดการแย่งส่วนแบ่งแยกส่วนตลาดทางบริษัทไม่นิ่งนอนใจจึงหาจุดเด่นและแก้ไขจุดด้อย เช่น การบริการเดลิเวอรี่ วันหยุดพักผ่อนไม่ยอมออกจากบ้านเราไปให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าจึงต้องมีการตรงต่อเวลาการดูแลเอาใจใส่หลังการบริการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงาน สาวออฟฟิศที่ไม่มีเวลา หรือนักศึกษา นักธุรกิจบุคคลที่รักสวยรักงาม

กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการบริการโดยทางร้านสปาหน้าทั่วไปเป็นการนวดหน้าด้วยมือ โดยทางร้านเรานวดด้วยเครื่อง Cryo ที่เน้นในเรื่องความเย็นและผ่อนคลายใบหน้าซึ่งตัวเครื่องจะสกัดวิตามินได้ลึกกว่าการนวดหน้าด้วยมือเราจึงนำเครื่อง มาเป็นทรีสเม้นหลักในการทำหน้าให้กับลูกค้า และว่าถึงที่หมายแล้วพาทะทางร้านได้เน้นการให้บริการถึงที่พักลูกค้าถึงหน้าบ้านหรือที่พักเป็นหลักอยู่แล้วซึ่งบริการตรงนี้จะไม่ทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการเดินทาง เสียเวลาในการรอคิวทำทรีสเม้นอีกทั้งยังสามารถประหยัดเวลานำเวลาที่เหลือไปพักผ่อนได้อย่างเต็มที่จนเมื่อถึงเวลานัดทางร้านจะโทรแจ้งกับทางลูกค้าว่าถึงจุดหมายแล้วและพร้อมให้บริการ ซึ่งทางร้านจะเน้นลูกค้าที่

อยู่ใกล้ BTS แบร์รี่ BTS สำโรง ลาซาล และ วัดด่าน เป็นหลัก ซึ่งเจ้าของธุรกิจมีความชำนาญพื้นที่สามารถไปได้รวดเร็วทันใจลูกค้า อีกทั้งเมื่อใช้บริการครบ 10 ครั้ง เรายังแถมมาร์คหน้าด้วยผง

ทองคำฟรี 1 ครั้ง อีกด้วย การตรงต่อเวลา และการใส่ใจลูกค้าในการบริการเป็นหัวใจหลักของทางร้าน บิวตี้ เฟส เพื่อให้ลูกค้าได้มีความประทับใจและจดจำแบรนด์ของทางร้านทำให้เกิดการซื้อซ้ำซื้อบ่อย ส่วนในเรื่องของราคาทางร้าน บิวตี้ เฟส ได้มีการตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่ง และ เพิ่มทริสเม้นบางตัวเพื่อความหลากหลายไว้เป็นตัวเลือกให้กับลูกค้า ทางร้านได้เพิ่มความสะดวกสบายในการชำระเงินโดยการชำระผ่านเงินสด และ ชำระผ่านทางบัญชีธนาคารโดยไม่มีขั้นต่ำในการโอน

ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางร้านของเราตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ตลาด BTS โรงเรียนหลายแห่งซึ่งการตั้งร้านตรงนี้อาจทำให้ในอนาคตมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย หากลูกค้าสนใจในการทำหน้าสามารถติดต่อผ่านช่องทาง Line และ Facebook ของร้าน บิวตี้ เฟส เพราะเราจะมีการจัดโปรโมชั่นต่างๆอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าที่รักในร้านของเราผ่าน social media

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอธุรกิจนี้ต่อ ผู้ร่วมทุนในธุรกิจ

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อการวางแผนในการบริหารจัดการธุรกิจ
2. เพื่อให้ปฏิบัติงานตามแผนการที่กำหนดให้บรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท

โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. ผู้ร่วมลงทุนจะต้องรับผิดชอบการบริหารจัดการภายในบริษัทร่วมกัน
2. เมื่อบริษัทได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด จะมีการปันผลให้กับผู้ร่วมทุนในทุกๆปี

3.ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

ธุรกิจบริการ บิวตี้เฟส เป็นธุรกิจที่ทำขึ้นมาเพื่อความงามส่งตรงความงามถึงที่เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดีสูงสุด โดยก่อตั้งกิจการนี้เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2562

ก่อตั้งโดย นางสาวนฤมล เหล็กจีน

นางสาวศิริภัทรศร คำน้อย

ที่อยู่ 1988 / 7 ม.7 ซ.สันติคาม 4 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270

แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

โดยเกิดจากที่เจ้าของธุรกิจมีความชื่นชอบในเรื่องความสวยความงามเป็นทุนเดิม แต่บางครั้งมักจะเกิดปัญหาในการจองคิวกับทางร้านที่จะไปรับบริการ มักไม่ค่อยว่างตรงกัน และ เวลาในการเดินทางไปรับบริการมักค่อนข้างใช้เวลาทำให้เสียเวลาในการเดินทางนาน ทำให้ผู้ประกอบการคิดริเริ่มทำธุรกิจด้านความงามขึ้น โดยบริการครั้งนี้จะเน้นไปในทางของการทำแบบ เดรีเวอรี ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ซึ่งจะให้บริการถึงห้องพักของลูกค้าในบริเวณใกล้เคียงของสำโรงเป็นส่วนใหญ่ เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่รักความสวยความงามแต่ไม่อยากเดินทาง และ ราคาไม่แพง แต่ได้รับการปรนนิบัติพิพินาและการผ่อนคลายได้เช่นกัน

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินการ

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	ประชุมวางแผนธุรกิจ	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
2	เลือกธุรกิจที่จะทำ	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
3	จัดซื้ออุปกรณ์ในการบริการ	1 สัปดาห์	1 สัปดาห์
4	ทำเลที่ตั้ง	1 สัปดาห์	1 สัปดาห์
5	ประเมินผล	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
ระยะเวลาทั้งสิ้น		8 สัปดาห์	8 สัปดาห์

4. การบริการ

4.1 รายละเอียดการบริการ

1. นวดหน้าด้วยเครื่อง cryo

เป็นการนวดหน้าด้วยความเย็นจากเครื่อง cryo โดยเครื่องจะผลักรังสีอินฟราเรดลงสู่ผิวหนังทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ผิวหน้าขาวใส มีสุขภาพดี โดยใช้เวลาในการทำเฉลี่ย 1 ชม คิดค่าบริการ 350 บาทต่อครั้ง

2. มาร์คหน้า

เป็นการมาร์คหน้าด้วยมาร์คผงทองคำทำให้ผิวหน้าชุ่มชื้น มีสุขภาพผิวที่ดี ใช้เวลาในการทำ 25 นาที คิดค่าบริการ 100 บาทต่อครั้ง

3. สปาหน้า

เป็นการนวดหน้าด้วยมือ เน้นในเรื่องของการผ่อนคลาย กดจุดต่อมน้ำเหลืองกระตุ้นการไหลเวียนเลือดบนใบหน้า โดยใช้เวลาในการทำเฉลี่ย 1 ชม คิดค่าบริการ 350 บาทต่อครั้ง



5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

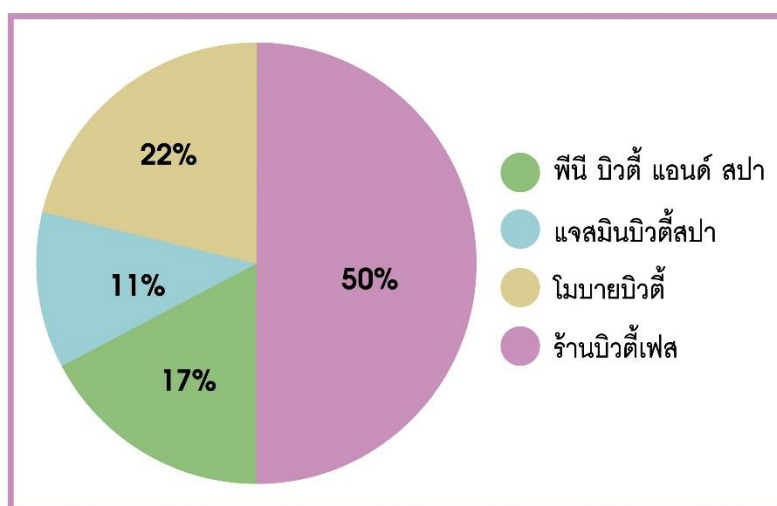
5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะการตลาด

เนื่องจากธุรกิจด้านความงามที่เพิ่มขึ้นไม่ได้ใช้เงินทุนสูง ทำให้สามารถเข้าสู่ธุรกิจประเภทนี้ได้ง่ายและทำให้ธุรกิจด้านความงามนี้มีคู่แข่งจำนวนมากเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เพื่อแย่งลูกค้า และธุรกิจประเภทนี้มีความผันผวนตามเศรษฐกิจของประเทศ เมื่อ

เศรษฐกิจตกต่ำ ลูกค้าก็จะเลือกประหยัดเงิน หันมาดูแลพวหน้าด้วยตนเอง ดังนั้นการแข่งขันธุรกิจด้านความงามมีผลในเชิงลบต่อความน่าสนใจ

5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

มีการแข่งขันที่สูงเพราะมีธุรกิจสปาหน้าเปิดเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ให้บริการมีทางเลือกเยอะ จึงทำให้เกิดการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ทางบริษัทจึงจำเป็นต้องหาจุดเด่นและแก้ไขจุดด้อย เช่นการบริการเคลียร์ถึงบ้านที่ช่วยให้ลูกค้าสะดวกและไม่ต้องเสียเวลาไปใช้บริการ การตรงต่อเวลา และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังรูป



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

โดยแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้นั้นผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจนี้นั้นสามารถเจริญเติบโตได้อีก โดยวิเคราะห์จากกระแสของคอนโด ห้องเช่า และอพาร์ทเมนต์ ฯ ใน พื้นที่สมุทรปราการ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและคิดว่าธุรกิจนี้น่าจะไปได้ดี เพราะผู้ประกอบการมองว่าลูกค้ากลุ่มคอนโด ห้องเช่าและอพาร์ทเมนต์ ฯ และคนทำงานส่วนส่วนใหญ่จะไม่มีเวลาดูแลสุขภาพผิวหน้าที่ดี ที่ไม่ได้มีราคาแพงจนเกินไป กลุ่มลูกค้าสามารถใช้เงินตรงนี้คุ้มค่ากับการพักผ่อนสุขภาพผิวที่ดีการให้บริการ และในอนาคตก็ต้องมีสาขาเพิ่มเพื่อต่อยอดการตลาดมากขึ้น

5.4 ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มวัยที่รักสวยรักงาม กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทที่ไม่มีเวลาว่าง ในการดูแลสุขภาพผิวหน้าของตนเอง

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์

กลุ่มผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ตามคอนโด ห้องเช่า และอพาร์ทเมนต์ ฯ ที่อยู่บริเวณใกล้เคียงสถานที่ประกอบการ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

เกณฑ์ทางด้านประชากร

กลุ่มวัยทำงาน เพราะเป็นกลุ่มที่ไม่มีเวลาดูแลตนเองมากนัก

เกณฑ์ทางด้านจิตวิทยา

กลุ่มวัยทำงาน หรือ สาวออฟฟิศ ผู้คนที่รักสวยรักงามเพราะเป็นกลุ่มที่ต้องเข้าสังคมและพบปะผู้คนจำนวนมาก

เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรม

กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาในการดูแลผิวหน้า จึงต้องการใช้บริการร้านสปาหน้าขาวใส เพื่อให้ตนเองได้รับการผ่อนคลายของผิวหน้าและประหยัดเวลาในการพักผ่อนมากขึ้น

5.6 สภาพการแข่งขัน

การแข่งขันตลาดตอนนี้ตลาดโลกมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นเราจึงต้องหาจุดเด่นของธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าตลาดโลกได้ทางผู้บริหารร้านได้มีการปรับเปลี่ยนการตลาดเพิ่มการตลาดออนไลน์เพิ่มขึ้นมาเพื่อสร้างจุดเด่นของร้านเราโดยมีบริการเดลิเวอรี่

5.7 คู่แข่งขัน

- 1) ฟินี บิวตี้ แอนด์ สปา
- 2) แจสมิน บิวตี้ สปา
- 3) โมบาย บิวตี้

5.8 รายละเอียดเปรียบเทียบผู้แข่งขัน

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจของเรา บิวตี้เฟส	คู่แข่งคนที่ 1 ฟินี บิวตี้ แอนด์ สปา	คู่แข่งคนที่ 2 แจสมิน บิวตี้ สปา	คู่แข่งคนที่ 3 โมบาย บิวตี้
ด้านบริการ	ทรีสเม้น สปา	ทรีสเม้น สปา	ทรีสเม้น สปา	ทรีสเม้น สปา
ด้านราคา	นวดหน้าเครื่อง Cryo 1 ชม. 350 บาท สปาหน้า 1 ชม. 350 บาท มาร์คหน้า 30 นาที 100 บาท	นวดหน้า 1 ชม. 300 บาท สปาหน้า 1 ชม. 380 บาท มาร์คหน้า 30 นาที 250 บาท	นวดหน้าเครื่อง Cryo 1 ชม. 450 บาท สปาหน้า 1 ชม. 350 บาท มาร์คหน้า 1 ชม. 200 บาท	นวดหน้า 1 ชม. 350 บาท สปาหน้า 1 ชม. 300 บาท มาร์คหน้า 1 ชม. 150 บาท
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- บริการเดลิเวอรี่ - ช่องทางออนไลน์ Facebook, Line	ห้างมาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิ ชั้น 3	ห้างบิ๊กซี สาขา บางพลี ชั้น 1	อพาร์เม้นท์ เทพพริักษ์ ชั้น 1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	- ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media - ใช้บริการครบ 10 ครั้ง มาร์คหน้าฟรี 1 ครั้งแถม กันแดดทดลองใช้ 1 หลอด	- ประชาสัมพันธ์ผ่านทางหน้าร้าน - ใช้บริการครบ 10,000 บาทลดทันที 10%	- ประชาสัมพันธ์ผ่านพนักงานขาย - ใช้บริการครบ 10 ครั้งแถมพริ้นวดหน้า 1 ครั้ง	- ประชาสัมพันธ์ผ่านทางดีป้าโฆษณาหน้าร้าน - ใช้บริการครบ 10 ครั้ง ฟรีมาร์คหน้า 1 แผ่น

5.9 วิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ Swot

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน
ด้านการบริหารจัดการ	- มีการบริการ Delivery ทำให้รวดเร็วทันใจในการให้บริการ - เจ้าของธุรกิจและพนักงานเป็นคนพื้นที่จึงมีความชำนาญในการเดินทางไปหาลูกค้า	- บุคลากรน้อยทำให้ดูแลลูกค้าไม่ทั่วถึง - จำกัดเวลาในการทำงานไม่ได้เพราะสถานที่ที่ใช้บริการไม่เอื้ออำนวย
ด้านการตลาด	- มีการอัปเดตข้อมูลการให้บริการผ่านทาง Online อยู่ทุกวัน - พื้นที่ให้บริการมีคนพักอาศัยจำนวนมากเนื่องจากติด BTS แบริ่ง และ อิมพีเรียลสำนักงาน	- รายการสินค้าทางร้านค่อนข้างน้อยจึงทำให้เสียเปรียบคู่แข่งได้ - เนื่องจากเป็นบริการ Delivery และ Online จึงทำให้มีคู่แข่งค่อนข้างเยอะ
ด้านการบริการ	- สร้างมาตรฐานที่ดีในการบริการกับลูกค้าเพื่อให้เกิดความประทับใจยังเกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อสร้างทีมงานในร้านให้มีใจรักในงานที่ทำ	- เนื่องจากทางร้านไม่มีหน้าร้านจึงทำให้ลูกค้าไม่สามารถรับบริการได้ทำให้ลูกค้าบางคนใช้บริการร้านอื่น
ด้านการเงิน	- เจ้าของร้านมีการวางแผนบริหารจัดการเงินทุน จึงสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายในการลงทุนอย่างคุ้มค่าและหาวิธีคืนทุนได้ง่ายขึ้น - มีการใช้เงินทุนส่วนของเจ้าของทั้งหมดในการลงทุน	- มีเงินทุนจำนวนไม่มากพอหากต้องการใช้จ่ายมากกว่างบประมาณและสินค้าที่ตั่งไว้แล้ว -

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	- กลุ่มลูกค้าที่มีงานทำและรักสุขภาพผิวที่ดีที่ต้องการดูแลตัวเองโดยไม่ชอบออกจากบ้านในวันหยุด	- ลูกค้ามีโอกาสในการเลือกใช้บริการได้มากมาย และคุ้มค่าต่อตัวลูกค้าเอง
สถานการณ์การแข่งขัน	-	- คู่แข่งขันมีมากขึ้นเพราะเป็นธุรกิจที่เปิดง่ายทำให้มีการแข่งขันเรื่องของลูกค้าสูง
สังคม	- ในยุคปัจจุบันคนส่วนใหญ่หันมาดูแลตัวเองมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้าหน้าผมรวมถึงความสวยความงามด้วยซึ่งสามารถหาซื้อบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง	-
เทคโนโลยี	- เทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การประชาสัมพันธ์สะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถามข้อมูลในการให้บริการและง่ายต่อการเข้าถึงลูกค้า	- ลูกค้าเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายจึงสามารถเลือกสรรความต้องการของตนเองเปรียบเทียบและตัดสินใจซื้อบริการให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด นั้นหมายความว่าคู่แข่งนั้นมีมากมายใน Social Media

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	บิวตี้ เฟส (Beauty face)
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	1988/7 หมู่ 7 ซอย สันติคาม 4 ตำบล ลำโรงเหนือ อำเภอ เมือง จังหวัด สมุทรปราการ 10270
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	เป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุน
ทุนจดทะเบียน	100,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2662 กุมภาพันธ์ 2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	5500600049279

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวนฤมล เหล็กจีน	ประธาน
2	นางสาวศิริกัทรสร คำน้อย	รองประธาน
3		หัวหน้าฝ่ายการผลิต
4		หัวหน้าฝ่ายการตลาด
5		หัวหน้าฝ่ายการเงิน
6		หัวหน้าฝ่ายบุคคล

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับ นางสาวนฤมล เหล็กจีน เท่านั้น ซึ่งเป็นผู้มีส่วนอำนาจสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1.	นางสาวนฤมล เหล็กจีน	6,000	60,000	60%
2.	นางสาวศิริกัทรศร คำน้อย	4,000	40,000	40%
3.		-	-	-
4.		-	-	-
5.		-	-	-
6.		-	-	-
	รวมจำนวนหุ้น	10,000	100,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุล นางสาวนฤมล เหล็กจีน อายุ 20 ปี
การศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพจากวิทยาลัยเทคนิคปทุมธานี ปีการศึกษา 2560

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท นิสสัน มอเตอร์ จำกัด ประเทศไทย ตำแหน่ง พนักงานขาย / ที่
ปรึกษา

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 จากการขายรถติดต่อกัน 6 เดือน ปีการศึกษา 2559

B. ชื่อ-นามสกุล นางสาวศิริภัทรศร คำน้อย **อายุ** 28 ปี
การศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปริญญาวัฒน์ เทคโนโลยี ปีการศึกษา 2552

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
 ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2547 – 2662 บริษัท เพอเฟ็คสลิม จำกัด ตำแหน่ง ผู้ช่วยแพทย์

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

ใบรับรองการนวด สปา นวดน้ำมัน 300 ชม. จากกระทรวงแรงงาน และ จบผู้ช่วย
 พยาบาล PN จาก มหาวิทยาลัยแม่โจ้

C. ชื่อ-นามสกุล **อายุ**..... ปี

การศึกษา

ระดับ **ปีการศึกษา**.....

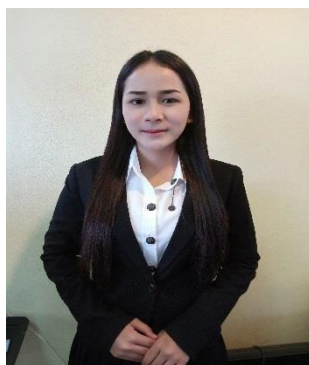
ประสบการณ์ทำงาน

.....

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

.....

6.6 แผนผังองค์กร



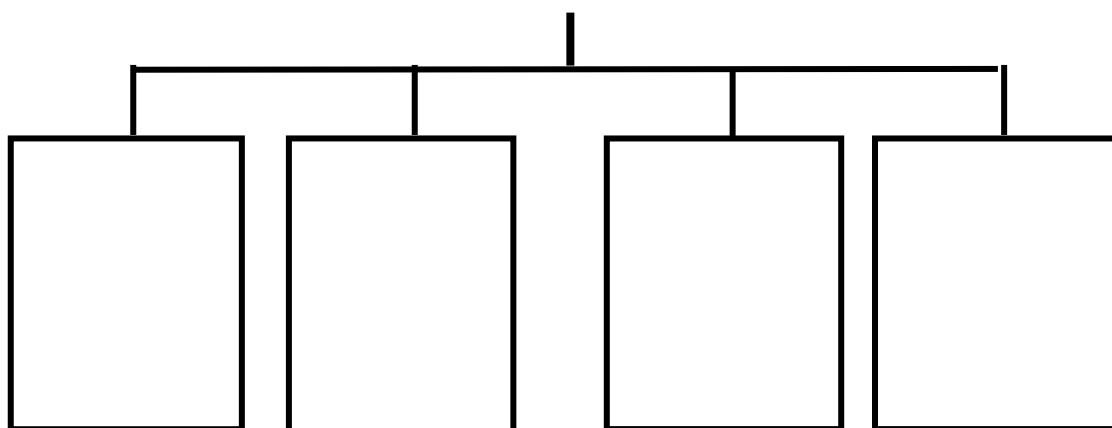
นฤมล เหล็กจีน

ประธาน



ศิริกัทรศร คำน้อย

รองประธาน



พนักงานทำหน้าที่

พนักงานทำหน้าที่

พนักงานทำหน้าที่

พนักงานทำหน้าที่

6.7.หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A.	ชื่อ	นางสาวนฤมล เหล็กจีน
	ตำแหน่ง	ประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	วางแผนการบริหารการจัดการ ภายในบริษัท
	การศึกษา / คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	10,000 บาท / เดือน
B:	ชื่อ	นางสาวศิริกัทรศร คำน้อย
	ตำแหน่ง	รองประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ช่วยในการบริหารจัดการทุก ฝ่ายภายในบริษัท
	การศึกษา/คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	9,000 บาท/เดือน
C:	ชื่อ	
	ตำแหน่ง	พนักงานทำหน้าที่
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ทำทริสเมนให้กับลูกค้า
	การศึกษา/คุณสมบัติ	
	อัตราเงินเดือน	7,800 บาท / เดือน
D:	ชื่อ	
	ตำแหน่ง	พนักงานทำหน้าที่
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ทำทริสเมนให้กับลูกค้า
	การศึกษา/คุณสมบัติ	
	อัตราเงินเดือน	7,800 บาท / เดือน

E. ชื่อ

ตำแหน่ง พนักงานทำหน้าที่

หน้าที่ความรับผิดชอบ ทำทริสเม้นให้กับลูกค้า

การศึกษา/คุณสมบัติ

อัตราเงินเดือน 7,800 บาท / เดือน

6.8. แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

6.9 วิสัยทัศน์

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1.	นางสาวนฤมล เหล็กจีน	ประธาน	1	10,000
2.	นางสาวศิริภัทรพร คำน้อย	รองประธาน	1	9,000
3.		พนักงานทำทริสเม้น	1	7,800
4.		พนักงานทำทริสเม้น	1	7,800
5.		พนักงานทำทริสเม้น	1	7,800
6.		พนักงานทำทริสเม้น	1	-
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			5	42,400

เป็นผู้นำด้านความงาม บริการทุกระดับประทับใจ ราคามิตรภาพ

6.10 พันธกิจ

1. คัดเลือกพนักงานจากความถนัดด้านความงามเป็นพิเศษ
2. รักษาคุณภาพบริการที่ดีและรวดเร็วให้ลูกค้าประทับใจ
3. จัดระบบการบริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและพัฒนารูปแบบการบริการให้ตรงตามความต้องการอย่างต่อเนื่อง

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. ทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับการให้บริการของร้าน บิวตี้ เฟส โดยใช้สื่อทาง Social Media (Facebook , Line) เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และจดจำแบรนด์
2. สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการให้บริการทุกครั้ง
3. สร้างรายได้จากการบริการให้มากกว่าเงินลงทุนร้อยละ 5

เป้าหมายระยะกลาง

1. เน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อต่อยอดการรับรู้ ให้ลูกค้าจดจำแบรนด์ และกลายเป็นร้านบริการ การทำหน้าที่ติดตลาดย่านสำโรง
2. เปิดเป็นสาขาให้ลูกค้ามาใช้บริการที่ร้านมากขึ้น
3. สร้างกำไรให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 – 10 ต่อปี ของเงินลงทุนทั้งหมด
4. เพิ่มบริการใหม่ๆ กับกลุ่มลูกค้าที่สนใจทำความงามมากขึ้น

เป้าหมายระยะยาว

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

6.12 ปัจจัยความสำเร็จ

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

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

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

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

แผนการขยายกิจการ เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิมโดยจะเน้นการจัดตั้งสถานที่ให้บริการที่ใกล้กับคอนโด อพาร์เมนต์ ห้องเช่า หรือบริเวณที่มีผู้คนอาศัยอยู่จำนวนมาก

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. มุ่งสร้างธุรกิจความงามให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
2. ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ประมาณ 40% รู้จักร้าน บิวตี้ เฟส มากขึ้นในฐานะร้านบริการด้านความงามที่ให้บริการดีที่สุด
3. มีอัตราส่วนจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านบิวตี้ เฟสไม่ต่ำกว่า 15%

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มบุคคลทำงาน ที่มีความชื่นชอบในเรื่องความสวยความงาม

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

รายละเอียดการบริการ

1. บริการนวดหน้าด้วยเครื่อง cryo

เป็นการนวดหน้าด้วยความเย็นจากเครื่อง cryo ที่มีความเย็น 5 องศา โดยคิดค่าบริการที่ 350 บาท ต่อ 1 ครั้ง

2. บริการมาร์คหน้า

เป็นบริการมาร์คหน้าที่แยกออกมาจากการทำหน้าเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับทางร้าน และเป็นตัวเลือกให้ลูกค้าเพิ่ม โดยคิดค่าบริการที่ 100 บาท ต่อ 1 ครั้ง

3.บริการสปาหน้า(นวดหน้าด้วยมือ) เป็นการบริการเพิ่มตัวเลือกให้กับลูกค้าที่ชื่นชอบการนวดหน้าด้วยมือ เป็นการสปาผิวหน้าเพิ่มการผ่อนคลาย โดยคิดค่าบริการที่ 350 บาท ต่อ 1 ครั้ง

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

มีการกำหนดราคาโดยการเปรียบเทียบกับราคาคู่แข่งในระดับที่ราคาถูกกว่า เพราะเราคำนึงถึงรายได้ของกลุ่มเป้าหมาย แต่เชื่อว่าลูกค้าก็สามารถยอมรับได้เพราะเรามีบริการเสริมให้กับลูกค้าและทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่คุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป

บริการ	ค่าบริการ
บริการนวดหน้าด้วยเครื่อง cryo	350 บาท
บริการมาร์คหน้า	100 บาท
บริการสปาหน้า	350 บาท

ลูกค้าส่วนใหญ่มักจะเลือกบริการนวดหน้าด้วยเครื่อง cryo มาเป็นอันดับแรก รองลงมาจะเป็นการทำสปาหน้า และ มาร์คหน้า

การชำระเงิน

ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสด หรือ โอนชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารของทางร้าน (โดยไม่มีขั้นต่ำ) ได้ตามบัญชีธนาคารของทางร้านบิวตี้ เฟส ดังนี้



1702659371



0113740280

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจตั้งอยู่ในบริเวณใกล้ที่พัก คอนโด อาพาสเม้น สถานศึกษา เป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ของกลุ่มคนทำงาน นักเรียนนักศึกษาที่ชื่นชอบความสวยงาม การเจาะกลุ่มตลาดตรงสำโรงอาจทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้นเพราะมีที่พักอาศัยค่อนข้างมาก

สถานที่บริการ 1988 / 7 หมู่7 ตำบล สำโรงเหนือ อำเภอ เมือง จังหวัด สมุทรปราการ 10270

ช่องทางการติดต่อออนไลน์ ลูกค้าสามารถจองคิวและสอบถามข้อมูลการให้บริการได้ ตามช่องทางหลักในหน้าเพจ Facebook : บิวตี้เฟส หรือ Line : บิวตี้เฟส

ช่องทางการติดต่อออนไลน์



ผู้ใช้สามารถเพิ่มบัญชีของคุณเป็นเพื่อนได้ด้วยการสแกนโค้ดนี้ คิวตี้เฟสคิวอาร์โค้ดหรือคัดลอกแท็ก HTML แล้วแชร์ให้ทุกคนเลย

7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

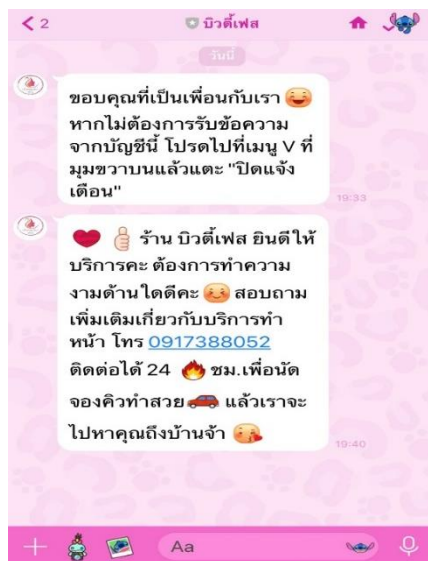
ร้าน บิวตี้ เฟส (Beauty face) เป็นร้านที่เพิ่งเปิดตัวขึ้นได้ไม่นาน โดยทางร้านมีการส่งเสริมการขายด้วยการทำบัตรสะสมแต้ม การประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media และการจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ ซื้อบ่อย และต้องการให้ลูกค้าติดหรือจงรักภักดีต่อแบรนด์ของเรา

1. การทำบัตรสะสมแต้ม ครบ 10 ครั้ง รับมาร์คหน้าฟรี 1 ครั้ง



ยกเว้น การได้บัตรสะสมแต้มจะไม่รวมการมาร์คหน้า

2.. ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media



Line: บิวตี้เฟส



Facebook: บิวตี้เฟส

7.3.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร

ธุรกิจด้านความงาม ร้านบิวตี้เฟส เป็นธุรกิจบริการที่เน้นในเรื่องของการบริการ ความตรงต่อเวลา และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ความอดทนและความซื่อสัตย์ ซึ่งพนักงานจะต้องมีคุณลักษณะดังนี้

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

7.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

ขั้นตอนการนวดหน้าด้วยเครื่อง Cryo สปาหน้า และ มาร์คหน้า

ขั้นตอนการซัก อบ รีด

1. กล่าวทักทาย สวัสดีค่ะ กับลูกค้า
2. เก็บผมด้วยผ้าขนหนู ทำความสะอาดผิวหน้าโดยใช้สำลีเย็นที่เตรียมมา
3. ลงเจลสำหรับเครื่อง Cryo เจลเย็นบนใบหน้าลูกค้าได้เลย
4. หลังจากนวดหน้าเสร็จใช้สำลีเย็นที่เตรียมไว้เช็ดเนื้อเจลออกให้สะอาด
5. ลงครีมบำรุง
6. ลงครีมกันแดด

7.3.7 กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ

เนื่องจากทางร้านเป็นร้านบริการแบบเดลิเวอรี่ ดังนั้นทางร้านจึงเน้นไปในเรื่องการดูแลทำความสะอาดอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ให้สะอาด เป็นระเบียบ และการแต่งกายของพนักงาน เพื่อสร้างการจดจำที่ดีให้กับลูกค้าเรียกใช้บริการครั้งต่อไป



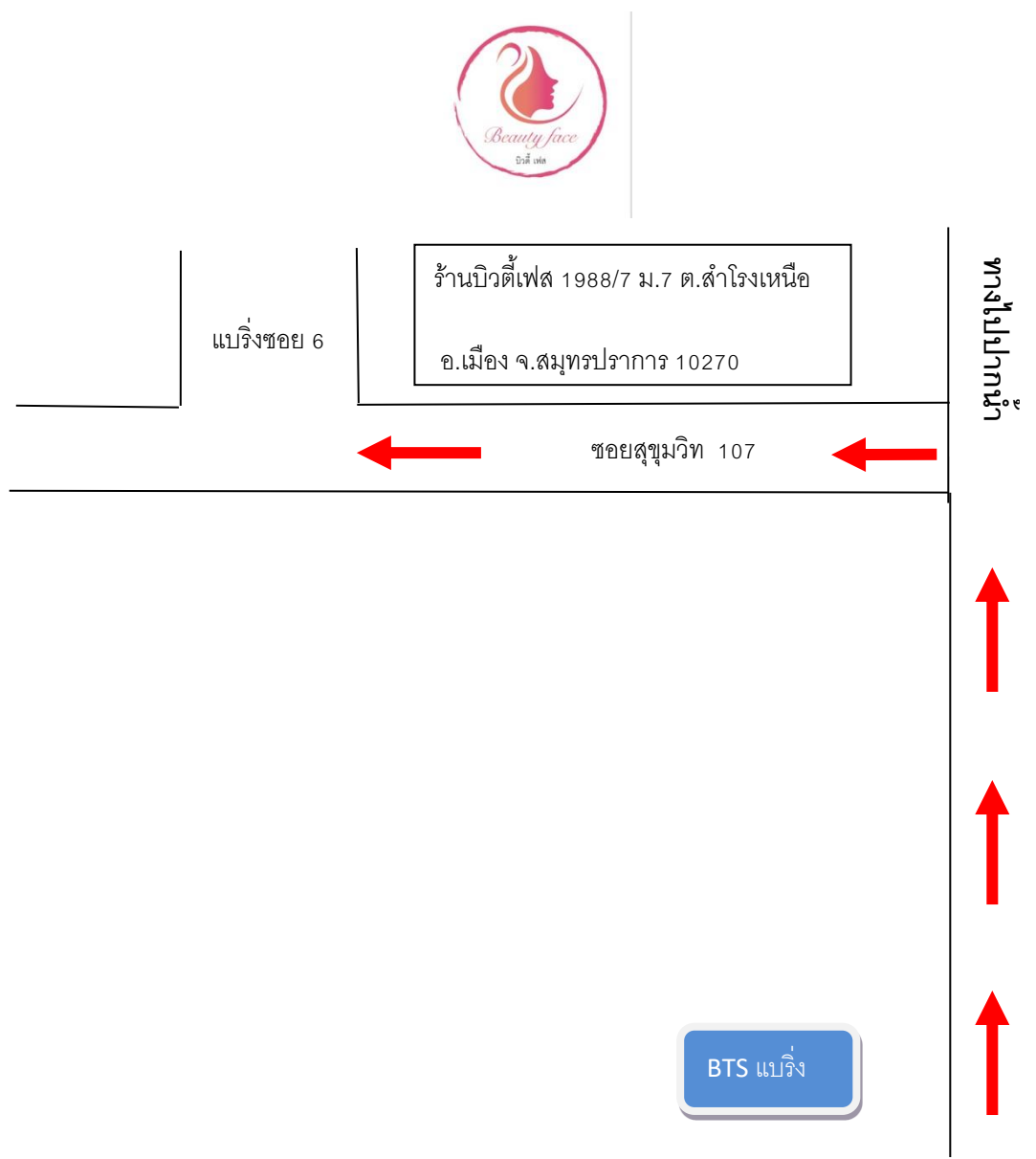
1. แผนการบริการ

8.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้งสถานที่ 1988/7.7 ต.ลำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270

หมายเลขโทรศัพท์ 091-7388052 มีว , 096-3502922 สนั่น

2. สถานที่ดำเนินโครงการ



8.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ

ลำดับ	รายการ	การใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ
1.	เครื่องcryo	ใช้สำหรับนวดหน้าด้วยความเย็น	1	1,200	6 เดือน
2.	เครื่องพ่นไอน้ำ	ใช้พ่นไอน้ำขึ้นตอนสปาหน้า	1	500	6 เดือน
3.	ถ้วยยางติมาร์ค	ใช้ตีผงมาร์คหน้า	4	100	5 เดือน
4.	ถ้วยครีม	ใช้สำหรับใส่ครีมทำหน้า	6	120	5 เดือน
5.	ไม้พาย	ใช้เกลี่ยเจลและตีผงมาร์ค	4	120	3 เดือน
6	แปรงพู่กัน	ใช้ป้ายครีมลงบนใบหน้า	9	300	3 เดือน
7	ผ้าขนหนู	ใช้เก็บผมแลพเช็ดมือ	12	500	4 เดือน
8	ถาดใส่อุปกรณ์	ใส่อุปกรณ์ทำหน้า	6	120	1 ปี
	รวม		2,900		

8.3 ข้อมูลบริการ

จำนวนหน่วยบริการสูงสุด	หน่วย	50 คน
อัตราการทำงานบริการ	หน่วย	26วัน/เดือน
เป้าหมายจำนวนหน่วยบริการ	หน่วย	1,300คน/เดือน
เป้าหมายจำนวนหน่วยบริการ	หน่วย	15,600คน/ปี
เวลาการบริการต่อวัน	หน่วย	480 นาที/8 ชั่วโมง
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการ	คน	3 คน
อัตราค่าจ้างแรงงานที่ใช้ในบริการ	บาท	300 /วัน

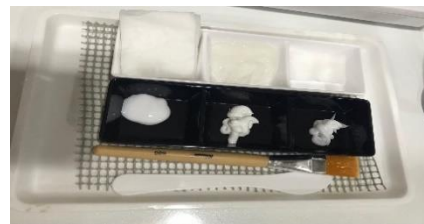
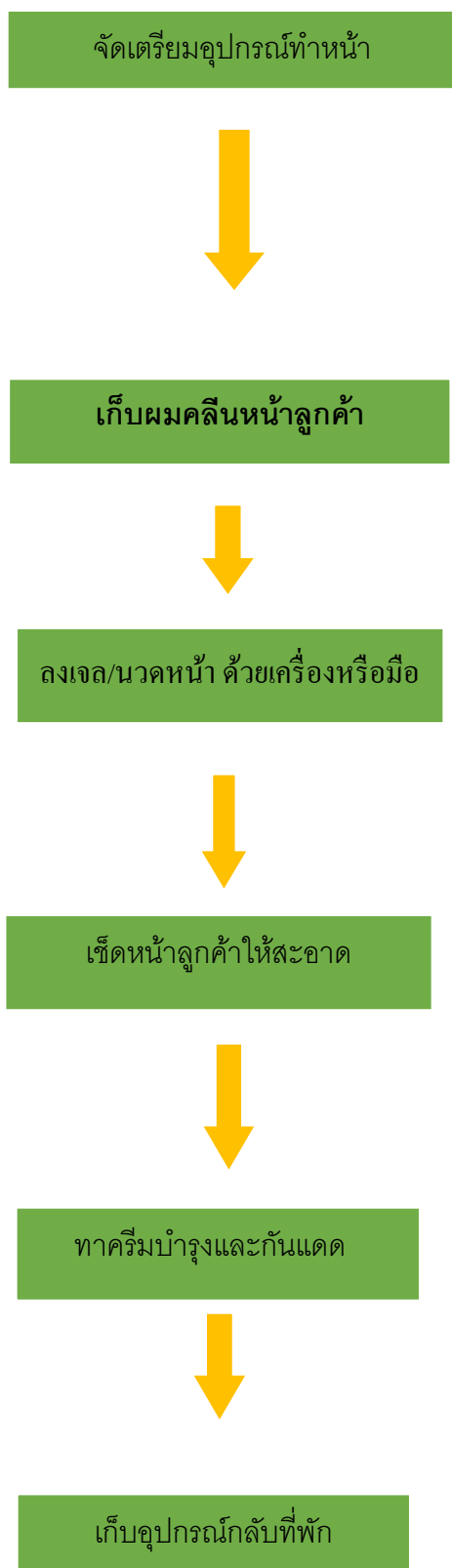
8.4 รายละเอียดบุคลากรที่ใช้ในการบริการ

1. จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการต่อวัน 50 คน
2. จำนวนวันที่ทำงานต่อเดือน 26 วัน
3. ภายใน 1 เดือนรับลูกค้าอยู่ที่ 1,300 คน
4. ภายใน 1 ปีรับลูกค้าอยู่ที่ 15,600 คน

8.5 ขั้นตอนการบริการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ทำหน้า
2. เก็บผมทำความสะอาดหน้าลูกค้า
3. ลงเจล/นวดหน้าลูกค้า
4. เช็ดหน้าลูกค้าให้สะอาด
5. ทาครีมบำรุงและกันแดด
6. เก็บอุปกรณ์กลับที่พัก

8.6 แผนผังกระบวนการบริการ



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้ยืม	รวมมูลค่า
1.	เงินสด	60,000	40,000	100,000
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	60,000	40,000	100,000
	โครงสร้างทางการเงิน (เปอร์เซ็นต์)			

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่า ประมาณ
1.	ที่ดิน		
2.	อาคาร		
3.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง		
4.	อุปกรณ์2/เครื่องมือ	เครื่อง Cryo เครื่องพ่นไอน้ำ และอุปกรณ์ อื่นๆ	2,840
5.	เครื่องใช้สำนักงาน		
6.	ยานพาหนะ	รถยนต์	420,000
7.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ		
8.	ทรัพย์สินทางปัญญา		
	รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการ		422,840

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ - %	-	5%	10%
การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการ - %	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการบริการ - %	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 1 - %	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 2 - %	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 3 - %	-	-	-
ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณใน 1 ปี - วัน / เดือน	26 วัน / เดือน		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด(Discount Rate) - %			
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ			

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
ระยะเวลาการให้เครดิตค่าบริการ – วัน / เดือน			
ระยะเวลาเครดิตซื้อสินค้า - วัน / เดือน			
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท			
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท			
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น - %			
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว - %			
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	50,000		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ			
นโยบายทางการเงินอื่นๆ			

หมายเหตุ : การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจของไทย

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	เดือนที่12
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ												
นวดหน้าด้วยเครื่องcryo	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
มาร์คหน้า	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
สปาหน้า	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
รวมจำนวนลูกค้า	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
ค่าบริการ (บาท/หน่วย)												
นวดหน้าด้วยเครื่องcryo	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
มาร์คหน้า	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
สปาหน้า	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
ค่าบริการเฉลี่ย	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
รายได้จากการบริการ (บาท)												
นวดหน้าด้วยเครื่องcryo	245,000	245,000	245,000	245,000	245,000	245,000	245,000	245,000	245,000	245,000	245,000	245,000
มาร์คหน้า	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
สปาหน้า	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000
รวมรายได้จากการบริการ	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000
รวมรายได้สะสม (บาท)	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000
ลูกหนี้การค้า (บาท)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000	405,000

9.6 ประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ (คน)	15,600	16,380	18,018
นัดหน้าด้วยเครื่องcryo 350 บาท	8,400	8,820	9,702
มาร์คหน้าครึ่งละ 100 บาท	2,400	2,520	2,772
สปาหน้าครึ่งละ 350 บาท	4,800	5,040	5,544
รวมจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ			
ค่าบริการ (บาท/หน่วย)			
นัดหน้าด้วยเครื่องcryo 350 บาท	350	350	350
มาร์คหน้าครึ่งละ 100 บาท	100	100	100
สปาหน้าครึ่งละ 350 บาท	350	350	350
ค่าบริการเฉลี่ย			
รายได้จากการบริการ (บาท)			
นัดหน้าด้วยเครื่องcryo 350 บาท	2,940,000	3,087,000	3,395,700
มาร์คหน้าครึ่งละ 100 บาท	240,000	252,000	2,777,200
สปาหน้าครึ่งละ 350 บาท	1,680,000	1,764,000	194,0400
รวมรายได้จากการบริการ			
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
- ขายด้วยเงินสด			
- ขายด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
- ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	4,860,000	5,103,000	5,613,300

9.7 ประมาณการต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าซื้อมาในการบริการ (หน่วย)			
ผลิตภัณฑ์น้ำตาลหน้าเจลเย็น (กระปุก)	35	37	41
ผงมาร์คหน้าทองคำ (แพ็ค)	48	51	57
ผลิตภัณฑ์สปาหน้า (หลอด)	40	42	47
ครีมกันแดด (กระปุก)	26	28	31
ครีมบำรุงหน้า (กระปุก)	26	28	31
สาลีแผ่น (ลัง)	65	69	76
ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ (บาท)			
ผลิตภัณฑ์น้ำตาลหน้าเจลเย็น (กระปุก)	1,080	1,134	1,247.4
ผงมาร์คหน้าทองคำ (แพ็ค)	1,500	1,575	1,732.5
ผลิตภัณฑ์สปาหน้า (หลอด)	600	630	693
ครีมกันแดด (กระปุก)	600	630	693
ครีมบำรุงหน้า (กระปุก)	1,200	1,260	1,386
สาลีแผ่น (ลัง)	360	378	415.8
ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการบริการ (บาท)			
ผลิตภัณฑ์น้ำตาลหน้าเจลเย็น (กระปุก)	21,000	23,310	28,413
ผงมาร์คหน้าทองคำ (แพ็ค)	72,000	80,325	98,752.5
ผลิตภัณฑ์สปาหน้า (หลอด)	43,200	47,628	58,627.8
ครีมกันแดด (กระปุก)	15,600	17,640	21,483
ครีมบำรุงหน้า (กระปุก)	31,200	35,280	42,966
สาลีแผ่น (ลัง)	23,400	26,082	31,600.8
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ (บาท)	206,400	230,265	281,843.1
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด			
ซื้อสินค้ามาด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
เจ้าหนี้การค้าสินค้าซื้อมาเพื่อบริการรวม	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าบริการและสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ	206,400	230,265	281,843.1

9.8 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนค่าบริการ (บาท)			
ค่าแรงงาน / พนักงานในการบริการ	280,800	294,840	324,324
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อบริการ	206,400	230,265	281,843.1
ค่าไฟฟ้าในการบริการ			
ค่าน้ำประปาในการบริการ			
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ			
ค่าโทรศัพท์ส่วนตัวเดือนละ 500 บาท	6,000	6,300	6,930
ค่าขนส่งสินค้าเพื่อบริการเดือนละ 2,000 บาท	24,000	25,200	27,720
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการบริการ			
รวมต้นทุนการบริการ	517,200	556,605	640,817.1
ค่าเสื่อมราคาในการบริการ (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการบริการ			
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	592	592	592
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ			
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการบริการ	592	592	592
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น			
+ บวก วัสดุคิบบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก วัสดุคิบบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปเพื่อ บริการคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าสำเร็จรูปเพื่อบริการคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	517,792	557,197	641,409.1

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	228,00	239,400	263,340
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	20,00	21,000	23,100
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน 800 บาท/เดือน	9,600	10,080	11,088
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน 300 บาท/เดือน	3,600	3,780	4,158
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร 500 บาท/เดือน	6,000	6,300	6,930
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	-	-	-
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่างๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้า	12,000	12,600	13,860
ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่นจากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	279,200	293,160	322,476
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน	568	568	568
ค่าเสื่อมราคายาพาหนะ	21,000	21,000	21,000
รวมค่าเสื่อมราคา	21,568	21,568	21,568
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	300,768	314,728	344,044

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการบริการ	4,860,000	5,103,000	5,613,300
รายได้อื่น			
รวมรายได้	4,860,000	5,103,000	5,613,300
หัก – ต้นทุนขาย	517,792	557,197	641,409.1
กำไรขั้นต้น	4,342,208	4,545,803	4,971,890.9
หัก – ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	300,768	314,728	344,044
กำไรจากการดำเนินการ	4,041,440	4,231,075	4,627,846.9
หัก – ดอกเบี้ยจ่าย			
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	4,041,440	4,231,075	4,627,846.9
หักภาษี – เงินได้นิติบุคคล	606,216	634,661.25	694,177.03
กำไรสุทธิ	3,435,224	3,596,413	3,933,669.87
หัก – เงินปันผลจ่าย			
กำไรสะสม	-	3,435,224	1,611,89.75
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	3,435,224	161,189.75	3,772,480.12
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น			
กำไรสุทธิของหุ้น	34.35	16.12	37.72

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน			
เงินสดรับจากการบริการ	4,860,000	5103,000	5,613,300
เงินสดรับจากรายได้อื่น			
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการ	517,792	557,197	641,409.1
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริการและการขาย	300,768	314,728	344,044
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ			
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	606,216	634,661.25	694,177.03
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานรวม	3,435,224	3,596,413.75	3,933,669.87
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	2,840		
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์รถยนต์	420,000		
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนรวม	422,840		
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน			
เงินสดรับจากการออกหนี้สิน			
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยระยะสั้น			
เงินสดจ่ายค่าชำระเงินกู้ระยะสั้น			
เงินสดจ่ายค่าชำระเงินกู้ระยะยาว			
เงินสดจ่ายปันผล			
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงินรวม			
กระแสเงินสดสุทธิ			
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด			
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	3,012,384	3,596,413.75	3,933,669.87

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	573,448	692,656	807,904
ลูกหนี้การค้า			
สินค้าคงเหลือ			
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น			
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน			
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ			
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	100,000		
รวมสินทรัพย์	673,448	692,656	807,904
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน			
เงินกู้ระยะสั้น			
เจ้าหนี้การค้า			
หนี้สินหมุนเวียนอื่น			
รวมหนี้สินหมุนเวียน			
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินกู้ระยะยาว			
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น			
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน			
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว			
ส่วนเกิน (ต่ำ)กว่าทุน		48,304	753,213
กำไร ขาดทุน สะสม		740,960	54,691
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	692,656		
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	692,656	692,656	807,904

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)			
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)			
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)			
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)			
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)			
อัตราหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)			
อัตราหมุนสินทรัพย์รวม (รอบ)			
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สินของสินทรัพย์			
อัตราส่วนหนี้สินต่อต้นทุน			
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้			
การวัดความสามารถในการบริหารงาน			
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)			
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)			
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	73.73%	126.26%	73.73%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	54.79%	110%	56.51%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	46.57%	93.57%	88.03%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earnings per Share)	6.67	7.40	0.54
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10	10	10
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)			
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)			
ระยะเวลาคืนทุน			

หมายเหตุ

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	คู่แข่งเพิ่มมากขึ้น	ทำให้ธุรกิจสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดที่คาดว่าจะได้รับไปบางส่วน	เพิ่มรูปแบบของการบริการให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่
2	ลูกค้ารู้จักน้อยเพราะร้านเปิดใหม่	ทำให้ธุรกิจอาจขาดทุนได้	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social media (Facebook , Line)
3	มีพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	ทำให้การบริการลูกค้าล่าช้าและอาจทำให้เสียลูกค้าไปบางส่วน	รับสมัครพนักงานเพิ่มที่มีความชำนาญในการนัดหน้าและ ทำสปาหน้าได้

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

นาวสาวนฤมล เหล็กจีน		
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	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 1	
14 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 2	
15 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 3	
21 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 4	
22 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 5	
25 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 6	
28 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 7	
30 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 8	

นาวาสวัสดิ์ยุทธศร คำน้อย		
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	ทำรายการอุปกรณ์ที่ซื้อ	
2 ต.ค 62	ทดลองการลงพื้นที่ขาย	
7 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 1	
14 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 2	
15 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 3	
21 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 4	
22 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 5	
25 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 6	
28 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 7	
30 ต.ค 62	ให้บริการนัดหน้า ครั้งที่ 8	

นาวาสวัสดิ์ยุทธศร คำน้อย		
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	

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการธุรกิจบริการร้าน บิวตี้เฟส

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ทุนในการดำเนินงาน	9,700 บาท
-------------------	-----------

หักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และออกบริการคงเหลือ	6,840 บาท
---	-----------

แบ่งกำไรให้สมาชิกเท่าๆ กัน ดังนี้

1.นางสาวนฤมล เหล็กจีน	4,104 บาท
-----------------------	-----------

2.นางสาวศิริภัทรศร คำน้อย	2,736 บาท
---------------------------	-----------

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการร้าน บิวตี้เฟส

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
7 ก.ค.62	จัดสรรคั้งงบประมาณจากสมาชิกกลุ่ม	2 คน	50,000	100,000	-	-	-	-	-	100,000
18 ก.ค.62	จ่ายค่าเอกสารอนุมัติโครงการครั้งที่ 1	-	-	-	1 ชุด	-	40	-	-	99,660
24 ก.ค.62	จ่ายค่าเอกสารอนุมัติโครงการครั้งที่ 2	-	-	-	1 ชุด	-	40	-	-	99,620
1 ส.ค.62	จ่ายค่าเอกสารอนุมัติโครงการครั้งที่ 3	-	-	-	1 ชุด	-	40	-	-	99,580
8 ส.ค.62	เตรียมเอกสารนำเสนองานครั้งที่ 1	-	-	-	3 ชุด	-	200	-	-	99,380
23 ก.ย.62	ซื้ออุปกรณ์ที่ใช้ในโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1.เครื่อง Cryo	-	-	-	2 เครื่อง	2,000	4,000	-	-	95,380
	2.เครื่องพ่นไอน้ำ	-	-	-	1 เครื่อง	500	500	-	-	94,880
	3.ถ้วยยางติมาร์ค	-	-	-	4 ถ้วย	50	200	-	-	94,680
	4.ถ้วยแก้วสำหรับใส่ครีม	-	-	-	5 ถ้วย	50	250	-	-	94,430
	5.ไม้พาย	-	-	-	1 โหล	350	350	-	-	94,080
	6.แปรงพู่กัน	-	-	-	1 ชุด	300	300	-	-	93,780
	7.ผ้าขนหนู	-	-	-	10 ผืน	30	300	-	-	93,480
	8.ถาดวางอุปกรณ์	-	-	-	2 ถาด	50	100	-	-	93,380
25 ก.ย.62	ซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม										

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการร้าน บิวตี้เฟส

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ยอดที่ยกมา	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1.เจลเย็นสำหรับเครื่อง Cryo	-	-	-	2 กระปุก	150	300	-	-	93,080
	2.ผงมาร์คหน้า	-	-	-	5 ห่อ	100	500	-	-	92,580
	3.ครีมนวดหน้า	-	-	-	1 ขวด	200	200	-	-	92,380
	4.สครับมะเขือเทศ	-	-	-	1 ขวด	200	200	-	-	92,180
	5.คลีนซิ่งมิลค์	-	-	-	1 ขวด	250	250	-	-	91,930
	6.โทนเนอร์	-	-	-	1 ขวด	350	350	-	-	91,580
	7.ครีมบำรุงผิวหน้า	-	-	-	1 ขวด	100	100	-	-	91,480
	8.ครีมกันแดด	-	-	-	2 หลอด	100	200	-	-	91,280
	9.สาลีแผ่น	-	-	-	1 ห่อ	50	50	-	-	91,230
	10.ทิชชู	-	-	-	2 ห่อ	25	50	-	-	91,180
25 ก.ย.62	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ค่าโฆษณาตามช่องทางต่างๆ	-	-	-	-	-	3,000	-	-	88,180
7 ต.ค.62	ให้บริการนวดหน้า ครั้งที่ 1	10 คน	350,350	2,750	-	-	-	-	-	90,930
	นวดด้วยเครื่อง, มาร์คหน้า, สปาหน้า		100							
รวม										

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการร้าน บิวตี้เฟส

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ยอดยกมา	-	-	-	-	-	-	-	-	90,930
14 ต.ค.62	ให้บริการนวดหน้า ครั้งที่ 2	15 คน	350,350	3,750	-	-	-	-	-	94,680
	นวดด้วยเครื่อง, มาร์คหน้า,สปาหน้า		100		-	-	-	-	-	-
15 ต.ค.62	ให้บริการนวดหน้า ครั้งที่ 3	25 คน	350,350	7,500	-	-	-	-	-	102,180
	นวดด้วยเครื่อง, มาร์คหน้า,สปาหน้า		100		-	-	-	-	-	-
21 ต.ค 62	ให้บริการนวดหน้า ครั้งที่ 4	25 คน	350,350	7,000	-	-	-	-	-	109,180
	นวดด้วยเครื่อง, มาร์คหน้า,สปาหน้า		100		-	-	-	-	-	-
22 ต.ค 62	ให้บริการนวดหน้า ครั้งที่ 5	20 คน	350,350	4,500	-	-	-	-	-	113,680
	นวดด้วยเครื่อง, มาร์คหน้า,สปาหน้า		100		-	-	-	-	-	-
	ซื้อวัตถุดิบเพิ่ม									
	เจลเย็นสำหรับเครื่อง Cryo	-	-	-	2 กระปุก	150	300	-	-	113,380
	ผงมาร์คหน้า	-	-	-	5 ห่อ	100	500	-	-	112,880
	สาลีแผ่น, ทิชชู	-	-	-	1,2 ห่อ	50,25	100	-	-	112,780
	ให้บริการนวดหน้า ครั้งที่ 6	20 คน	350,350	6,250						119,030
	นวดด้วยเครื่อง, มาร์คหน้า,สปาหน้า		100							
รวม										

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการร้าน บิวตี้เฟส

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ยอดยกมา									
	ให้บริการนวดหน้า ครั้งที่ 7	15 คน	350,350	4,000	-	-	-			123,030
	นวดด้วยเครื่อง, มาร์คหน้า,สปาหน้า		100			-				
	ให้บริการนวดหน้า ครั้งที่ 8	20 คน	350,350	6,000	-	-	-			129,030
	นวดด้วยเครื่อง, มาร์คหน้า,สปาหน้า		100			-				
9 ธ.ค 60	ซื้ออุปกรณ์จัดงาน ATC นิทรรศน์	-	-	-	1 ชุด	-	350			128,680
15 ธ.ค 60	ค่าเช่าสถานที่งานATC	-	-	-	1 วัน	-	50			128,630
	บริการลูกค้างาน ATC	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ค่าเอกสารแบบสอบถาม	-	-	-	100 ชุด	1	100			128,530
15 ม.ค 61	ปริญเอกสารบทที่4-5	-	-	-	10 แผ่น	2	20			128,510
	ปริญเอกสารภาคผนวก	-	-	-	3 แผ่น	3	60			128,450
15 ก.พ.62	ค่าเช่าเล่ม	-	-	-	1 เล่ม	200	200			128,250
	ค่าพิมพ์เอกสารรวมเล่ม	-	-	-	1 เล่ม		3,000			125,250
	ค่าแผ่นซีดี+ปก	-	-	-	1 แผ่น	40	40			125,210
รวม										125,210

บทที่ ๕

สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

โครงการธุรกิจบริการ ร้าน Beauty Face ตั้งร้านตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน 2561 ที่ 1988/7 ม.7 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270 ปฏิบัติการบริการจำนวน 8 ครั้ง ผลการดำเนินโครงการ ลงทุน 10,000 บาท เมื่อหักค่าใช้จ่ายตามที่ออกให้บริการแล้วเหลือเงินทั้งสิ้น 23,625 บาท แบ่งเงินคืนให้กลับสมาชิกคนละ 11,812.50 บาท

การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์โครงการดังนี้

1. ให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการเรียน
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	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำเสนอโครงการ
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	จัดทำบทคัดย่อ, 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. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้าน โดยการแจกนามบัตรให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านและโปรโมทร้านผ่านทาง Facebook, IG , Line
2. การเอาใจลูกค้าเพิ่มจำนวนแบบของสินค้าให้มากขึ้นเพื่อที่จะได้ตรงตามต้องการของลูกค้าที่เข้ามารับบริการกับทางร้านและเพิ่มแบบใหม่ๆ ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมทางการตลาด. ค้นหาข้อมูล 16 พฤศจิกายน 2560, จาก http://ir.swu.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/4524/Kanokpan_S.pdf?sequence=1
- ศิริกิติ นวรัตน์ ณ อรุณยา. (2557). การตลาดสำหรับบริการ(แนวคิดและกลยุทธ์). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นฤมล กิมภากรณ. (2558). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคสตรีในกรุงเทพมหานคร ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บ. ค้นหาข้อมูล 16 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.ba.cmu.ac.th/wp-content/uploads/pdf/journal/sep-dec/27.pdf>
- ปณิศา ลัญจนาพันธ์. (2556). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : Diamond In Business world
- ประนอม โฉมวิวัฒน์. (2560). แผนการเงิน. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.slideshare.net/komsundsmc-79344958>
- ปราณี กล่อมพิรุณ และคณะ (2559). โครงการธุรกิจบริการ "Idea Paint". โครงการสาขาวิชาการ ตลาดระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
- พรทิพย์ รุ่งเรือง. (2551). แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านทำเล็บ. ค้นหาข้อมูล 16 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.info.ms.su.ac.th/sums02/PDF01/2551/GB/70.pdf>
- พัชรพล จันทรสุข และคณะ (2559). โครงการธุรกิจบริการ "Fantasy Tamo Classic". โครงการ สาขาวิชาการ ตลาดระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
- พิภพ อุดร,ดร. (2547). ประวัติย่อของกิจการ. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.tbstu.ac.th/>
- พิภพ อุดร,ดร.และกรรชิตพล ขศพร ไพบุลย์,ดร. (2547). วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.collinscomemcompn75>
- พิภพ อุดร,ดร.และกรรชิตพล ขศพร ไพบุลย์,ดร. (2547). แผนการตลาด. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.collinscomemcompn75>
- วิทยา ด้านธำรงกุล และคณะ. (2546). การเขียนแผนธุรกิจ. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://oknation.ne1blog/ageless2009/12/25/cntry->
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2546). แผนการจัดการ. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.collinscomers.com/p/75>
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2546). แผนการดำเนินงาน. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.ossc-sipa.or.th>

วิทยา ด้านข้างกุล. (2546). **แผนฉุกเฉิน**. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.Collinsconners.com/p/75>

ศิริญา โอภาสพรหมบุญ. (2558). **บทสรุปผู้บริหาร**. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก www.kmutt.ac.th

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

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2560). **การตลาดบริการ-Principles of Service Marketing And Management**. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สันเอดิเคชัน

อาชาคะ ริวอิจิ. (2558). **ทำเลขายของ**. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก www.ทำเลขายของ.com
เอกจิตต์ จิงเจริญ,ดร (2555). **แผนการผลิต/ปฏิบัติการ**. ค้นหาข้อมูล 25 สิงหาคม 2560, จาก <https://www.sites.com>

Im2. (2558). **ความพึงพอใจ**. ค้นหาข้อมูล 16 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.im2market.com/2015/11/17/2049>

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกเข้าพบที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ บิวตี้เฟส (Beauty Face)
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน บ้านเลขที่ 1988/7 หมู่ 7 ต.ลำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270
ประมาณการค่าใช้จ่าย 9,700 บาท
ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นางสาวนฤมล เหล็กจีน รหัสประจำตัว 40916 ปวส.2/26
2. นางสาวศิริภัทรสร คำน้อย รหัสประจำตัว 40975 ปวส.2/26

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ
 (นางสาวนฤมล เหล็กจีน)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ
--	--

ลงชื่อ..... (อาจารย์วิชชุดา ศรีสะอาด)/...../.....	ลงชื่อ..... (อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)/...../.....
---	--

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

ชื่อโครงการ	บิวตี้เฟส (Beauty Face)
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่มธุรกิจบริการ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ วิษุทธิ์ ศรีสะอาด
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | |
|---------------------|----------|------------------|
| 1. นางสาวณมล | เหล็กจีน | ประธานโครงการ |
| 2. นางสาวศิริภัทรศร | คำน้อย | รองประธานโครงการ |

หลักการและเหตุผล

จากสภาพสังคมในปัจจุบันคนส่วนใหญ่หันมาใส่ใจในเรื่องความสวยความงามกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า หน้าผม ต้องดูดีตามแฟชั่นตลอดเวลาที่เปลี่ยนไปตามความงามเป็นที่นิยมกันมากอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นผู้ชายผู้หญิงมักหันมาดูแลสุขภาพผิวหน้าตัวเองมากทำให้พฤติกรรมต่างๆ ในแต่ละวันต้องมีการปรับเปลี่ยนและการเข้าใช้บริการร้านเสริมความงามอีกด้วย ทำให้สถาบันเป็นที่นิยมและมีผู้คนสนใจกันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบันหนึ่งในนั้นคือร้านทำหน้าไม่ว่าจะเป็น นวดหน้า สบหน้า ขัดผิวหน้า หรือเติมวิตามินเข้าสู่ผิวหน้าการยกกระชับผิวที่ทันสมัย โดยการใช้อุปกรณ์คุณภาพ และ ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทำให้ลูกค้าพึงพอใจทั้งเครื่องมือที่ได้มาตรฐานและผลิตภัณฑ์ที่ได้ผลลัพธ์รับหลังการใช้บริการ และ การบริการหลังการขายยิ่งทำให้ธุรกิจความงามเป็นที่นิยมบอกต่อกันมาเรื่อย ๆ จึงมีความสำคัญอย่างมากในด้านการดูแลให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี

ดังนั้นคณะผู้จัดทำเล็งเห็นกลุ่มตลาดโลกผู้คนที่ให้ความใส่ใจและสนใจธุรกิจการทำหน้านี้ จึงมองเห็นโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุนทำธุรกิจประเภทด้านการเสริมความงามโดยอาศัยปัจจัยหลายอย่าง เช่น ทำเลที่ตั้ง ราคาการให้บริการ การบริการ และ การสร้างจุดขายโดยการทำโปรโมชั่นซึ่งเป็นข้อได้เปรียบคู่แข่ง และสามารถสร้างความแตกต่างในสายตา ความสะดวกสบายที่ผู้บริโภคเล็งเห็นได้อย่างชัดเจนจากปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดธุรกิจ ร้านเสริมความงามบนใบหน้า ที่มีชื่อว่า บิวตี้เฟส(Beauty Face)ทางคณะผู้จัดทำมีความมั่นใจที่จะบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในความงามมากที่สุด

วัตถุประสงค์

4. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
5. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
6. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

กลุ่มเป้าหมาย

3. ขาบริการให้เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้
4. กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่รักสวยรักงาม

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

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

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562						ปี 2563	
	มิ	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิรูปแบบธุรกิจบริการ	↔							
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ		↔						
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ			↔					
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำธุรกิจขายสินค้า				↔				
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์และการส่งเสริมการตลาด				↔				
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔			
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน							↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน								↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ กรกฎาคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน 1988/7 หมู่ 7 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 9,700 บาท

1. วัสดุดิบ

เจลเย็นสำหรับเครื่อง Cryo	300 บาท
ผงมาร์หน้า	500 บาท
ครีมนวดหน้า	200 บาท
สคลับมะเขือเทศ	200 บาท
คลีนซิ่งมิลค์	250 บาท
โทนเนอร์	350 บาท
ครีมบำรุงผิวหน้า	100 บาท
ครีมกันแดด	200 บาท
สำลีแผ่น	50 บาท
ทิชชู	50 บาท

2. อุปกรณ์

เครื่อง Cryo	2,000 บาท
เครื่องพ่นไอน้ำ	500 บาท
ถ้วยยางติมาร์ค	200 บาท
ถ้วยแก้วสำหรับใส่ครีม	250 บาท
ไม้พาย	350 บาท
แปรงพู่กัน	300 บาท
ผ้าขนหนู	300 บาท
ถาดวางอุปกรณ์	100 บาท

3. เบ็ดเตล็ด

ค่าเครื่องแบบพนักงาน	500 บาท
ค่าโฆษณา สื่อโฆษณาทางเพจ	3,000 บาท

รวม 9,700 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

4. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
5. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ
6. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และ งบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการและการสร้างรายได้ระหว่างศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
4. ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ตรงความต้องการ

ปัญหาและอุปสรรค

1. การปฏิบัติงานอาจล่าช้า หรือไม่เป็นไปตามแผนงาน
2. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอาจชำรุด เสียหาย

ข้อเสนอแนะ

1. เตรียมความพร้อมของทีมงาน ฝึกปฏิบัติคนให้เกิดความชำนาญก่อนลงปฏิบัติงานจริง
2. ตรวจสอบวัสดุ อุปกรณ์ทุกครั้ง ก่อนปฏิบัติงาน

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วิชชุทธิ์ ศรีสะอาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)

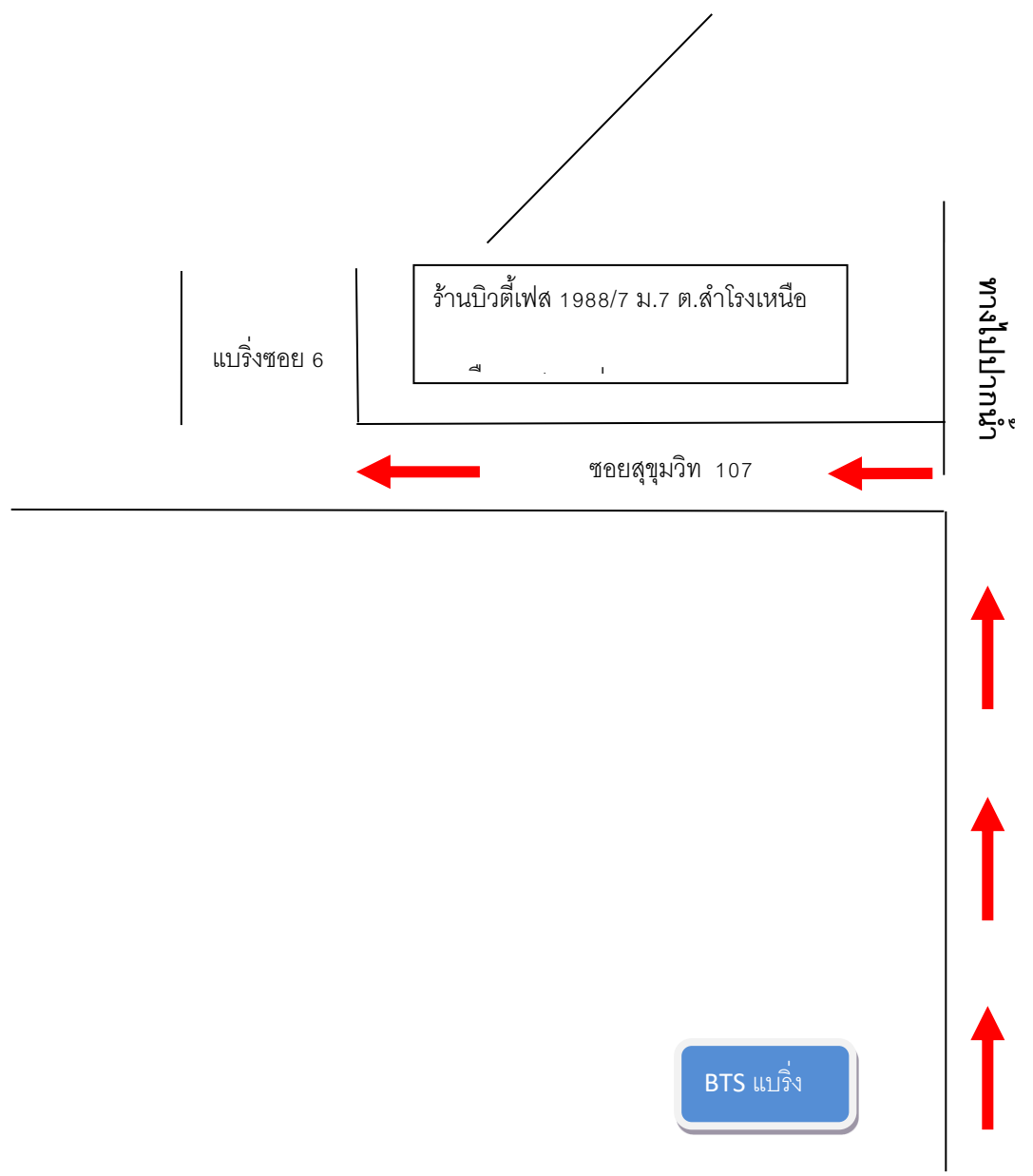
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(วงศ์เดือน ประไพวรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม
- ตัวอย่างแบบสอบถาม

รายงานผลแบบสอบถาม

โครงการธุรกิจบริการร้าน บิวตี้เฟส

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านกุลสตรีชักรีด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการประเภทธุรกิจการให้บริการ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 50 คน โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการร้านบิวตี้เฟส

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	10	20.0
หญิง	40	80.0
รวม	50	100.0
2. อายุ		
อายุต่ำกว่า 20 ปี หรือเทียบเท่า	2	4.0
อายุ 21 – 30 ปี	15	30.0
อายุ 31 – 40 ปี	10	20.0
อายุ 41 ปี ขึ้นไป	23	46.0
รวม	50	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	15	30.0
ระดับมัธยมตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	12	24.0
อนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	4	8.0
ปริญญาตรี	13	26.0
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	6	12.0
รวม	50	100.0

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	2	4.0
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	10	20.0
พนักงานบริษัทเอกชน	7	14.0
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	15	30.0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	16	32.0
รวม	50	100.0
5. รายได้ประจำเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	2	4.0
รายได้ 5,000 – 10,000 บาท	8	16.0
รายได้ 10,001 – 15,000 บาท	25	50.0
รายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป	15	30.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านบิวตี้เฟส ปรากฏผลข้อมูล ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีอายุต่ำกว่า 20 ปี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 4 อายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ อายุ 41 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 46.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุ ปีหรือเทียบเท่า รองลงมาคือ อายุ ปี ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) คิดเป็นร้อยละ 30.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) คิดเป็นร้อยละ 24.0 ระดับอนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 8.0 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.0 และระดับปริญญาโท หรือ สูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ระดับอนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับปริญญาตรี ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 4.0 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.0 พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 30.0 และพ่อบ้าน / แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.0 โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน / นักศึกษา รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และพ่อบ้าน / แม่บ้าน ตามลำดับ

รายได้ประจำเดือน พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.0 รายได้ 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 รายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการร้านบิวตี้เฟส

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

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

ข้อ	รายการประเมิน	ผลการประเมิน							ระดับความพึงพอใจ
		5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)									
1	คุณภาพของวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้	40.0%	26.0%	34.0%	-	-	4.06	0.87	มาก
2	มาตรฐานของวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้	40.0%	28.0%	32.0%	-	-	4.08	0.84	มาก
ด้านราคา (Price)									
3	ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	30.0%	50.0%	20.0%	-	-	4.10	0.70	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)									
4	การลงพื้นที่เพื่อให้บริการทำให้สะดวกต่อการใช้บริการ	36.0%	64.0%	-	-	-	4.36	0.48	มาก
5	ช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย (Facebook, Line, เบอร์โทรศัพท์)	34.0%	40.0%	26.0%	-	-	4.08	0.78	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)									
6	โปรโมชั่นให้บริการ 10 ครั้ง ฟรี มาร์คหน้า 1 ครั้ง	40.0%	40.0%	20.0%	-	-	4.20	0.86	มาก
7	อัปเดตข่าวสารและประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social media	22.0%	34.0%	44.0%	-	-	3.78	0.79	มาก
ด้านบุคลากร (People)									
8	การให้บริการของพนักงาน เช่นความตรงต่อเวลาและความสุภาพ	26.0%	54.0%	20.0%	-	-	4.06	0.70	มาก
9	ความรู้และความชำนาญในการนวดหน้าของพนักงาน	24.0%	62.0%	14.0%	-	-	4.10	0.61	มาก
ด้านกระบวนการ (Process)									
10	ขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ	48.0%	26.0%	26.0%	-	-	4.22	0.84	มาก
11	ระยะเวลาในการให้บริการ	18.0%	58.0%	24.0%	-	-	3.94	0.65	มาก
ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ (Physical evidence)									
12	ภาพลักษณ์ของร้านบิวตี้เฟส โดยภาพรวม	14.0%	62.0%	24.0%	-	-	3.90	0.61	มาก
13	ความสะอาดของอุปกรณ์และพื้นที่ให้บริการ	12.0%	50.0%	34.0%	4.0%	-	3.70	0.74	มาก

หมายเหตุ เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเสนอแนะโดย John. W. Best ดังนี้

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

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.07	0.86	มาก
2. ด้านราคา	4.10	0.70	มาก
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.22	0.63	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.99	0.83	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.08	0.66	มาก
6. ด้านกระบวนการ	4.08	0.75	มาก
7. ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ	3.80	0.68	มาก
รวม			มาก

จากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้านบิวตี้เฟส โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาตามส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 3.80$) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 3.99$) ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.07$) ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.08$) ด้านราคา อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.10$) และด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.22$)

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

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

ตราสินค้าบริษัท



ป้ายหน้าร้าน

Beauty Face

- สปาหน้า 350.-/ครั้ง
- นวดหน้า CRYO 350.-/ครั้ง
- มาร์ดหน้า 100.-/ครั้ง
- สดับหน้า 100.-/ครั้ง

Promotion
บัตรสะสมแต้ม
นวดหน้าครบ 10/ครั้ง
ฟรี มาร์ดหน้า 1 ครั้ง
บริการนวดหน้า เติร์วอริถึงบ้าน

Facebook: บิวตี้ เฟส
Line: บิวตี้ เฟส

Tel. 091-738-8052 ดุณมัว
Tel. 096-350-2922 ดุณสนุก

วิทยาลัยเทคโนโลยีศรีนครินทร์

บัตรสะสมแต้ม



บิวตี้เฟส
ธุรกิจบริการ(อื่นๆ)

1 2 3 4 5
6 7 8 9 GOAL

ใช้ได้ถึง 09/07/2020 (นับจากวันใช้บัตรครั้งสุดท้าย 1 ปี)

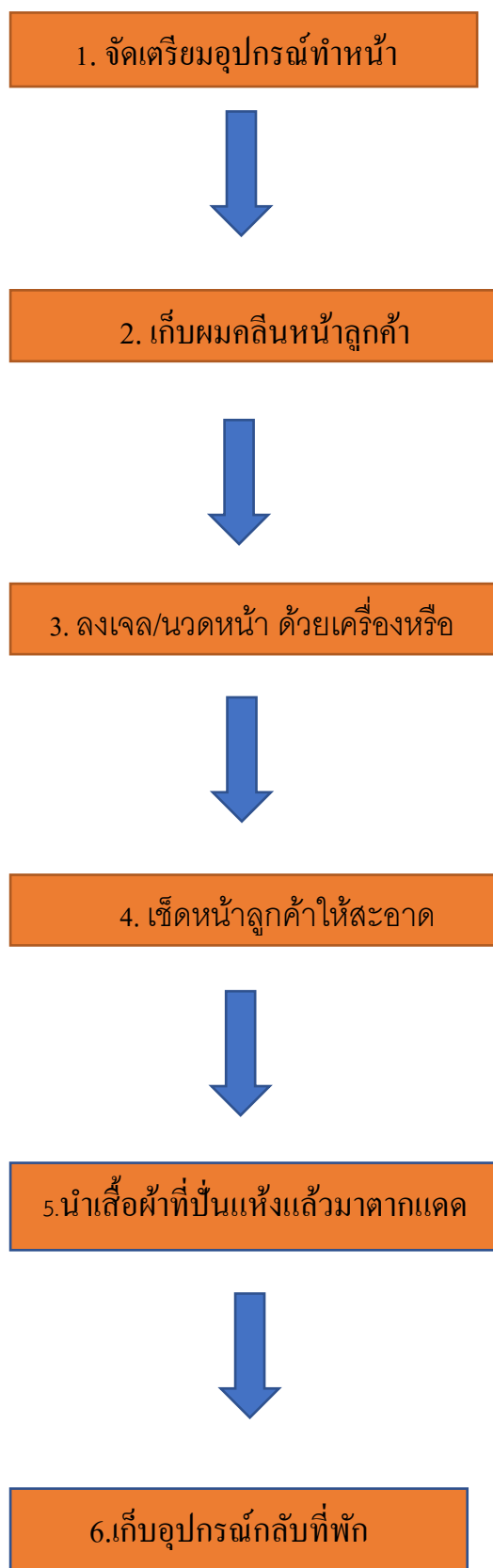
วัตถุดิบ



อุปกรณ์



ขั้นตอนการบริการ



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวนฤมล เหล็กจีน
วัน เดือน ปี	:	9 เม.ย. 42
สถานที่เกิด	:	โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวศิริภัทรพร คำน้อย
วัน เดือน ปี	:	18 เม.ย.34
สถานที่เกิด	:	โรงพยาบาลแม่แตง
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ