



แผนธุรกิจร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551

แผนธุรกิจร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON” เสนอโดยนางสาว
อภิรพร กิจงานนท์ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทาง
ธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ชวนชื่น อัครกะวณิชชา

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์สุกัญญา เลิศสุโกวณิชย์)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์ชวนชื่น อัครกะวณิชชา)

..... / /

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... / /

1248159 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON

อภิปราย กิจงานนที่ : แผนธุรกิจร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ชวนชื่น อัครกะวณิชชา. 90 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ร้านเสริมสวยเป็นกิจการที่สามารถรองรับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย ไม่ว่าจะมิรูปร่างหน้าตาอย่างไร อ้วนหรือผอม เมื่อได้เข้าร้านเสริมสวยแล้วก็จะทำให้ดูดีได้เช่นกัน และเป็นอีกกิจการหนึ่งที่ช่วยสร้างรายได้ที่ดีให้กับผู้ประกอบการ เพราะเป็นกิจการที่ไม่มีความซับซ้อนและไม่มีความหมายควบคุมสามารถเปิดดำเนินกิจการได้โดยง่าย ในยุคที่เศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวยต่อการลงทุน

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ดำเนินกิจการโดย นางสาวอภิปราย กิจงานนที่ ที่มีความชื่นชอบในการทำผม และชอบเข้ารับบริการที่ร้านเสริมสวยเป็นประจำ จึงเลือกเปิดร้านเสริมสวยที่จังหวัดสระบุรี ณ บริเวณวิทยาลัยอาชีวศึกษา ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี เป็นบริเวณที่มีการเปิดกิจการร้านเสริมสวยจำนวนน้อย ประกอบกับการต้องการกลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบในการทำผม และมีความรักสวยรักงามเป็นชีวิตจิตใจ

ลักษณะของตลาดโดยทั่วไปถือว่ายังมีคู่แข่งในธุรกิจเสริมสวยอยู่น้อยราย เนื่องจากสถานที่บริเวณนี้ส่วนใหญ่แล้วจะเปิดเป็นกิจการร้านอาหาร ร้านขายของชำ เป็นต้น ด้านการบริการทางร้านมีบริการให้เลือกจำนวน 16 รายการซึ่งในทุกบริการที่ลูกค้าจะได้รับบริการที่ประทับใจจากทางร้านเพื่อให้ลูกค้าได้รับความแตกต่างอย่างชัดเจนเมื่อเข้ามาใช้บริการที่ร้าน พร้อมทั้งการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ นอกจากนี้ทางร้านยังมีการตกแต่งร้านรูปแบบพิเศษเพื่อใช้เป็นมุมที่ลูกค้าสามารถนั่งรอระหว่างเข้ารับบริการได้โดยไม่เบื่อ มีทั้งการบริการน้ำดื่มฟรี นิตยสาร เป็นต้น

ด้านการเงิน ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON ได้ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการปรับปรุงกิจการทั้งสิ้นจำนวน 477,090 บาท มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 3 ปี 1 เดือน อัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR) 29% และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 571,575.18 บาท

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอกราบ
ขอขอบพระคุณ อาจารย์ชวนชื่น อัครกะวณิชชา ที่ปรึกษาแผนธุรกิจ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ
ช่วยเหลือชี้แนะแนวทางในการจัดทำ และปรับปรุงแก้ไขด้วยความเอาใจ ใส่อย่างดียิ่งตลอดมา และ
ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านของสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์
ด้วยการให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลืออย่างดีโดยตลอดมา จึงขอขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์สุกัญญา เลิศสุโภชวณิชย์ ที่กรุณาชี้แนะให้คำแนะนำเกี่ยวกับการ
การจัดทำงบการเงิน ของแผนธุรกิจ จนผู้ศึกษาเข้าใจเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ที่กรุณาชี้แนะให้คำแนะนำเกี่ยวกับการ
จัดทำแผนธุรกิจ

ขอขอบพระคุณ คุณดวงรัตน์ บุญรุ่งเรือง ที่กรุณาชี้แนะให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูล
และส่วนประกอบต่างๆในการจัดทำแผนธุรกิจ

ขอขอบพระคุณ คุณรัตน โชติ ดั่งสุวรรณ ที่เป็นแรงบันดาลใจ และให้การสนับสนุน
เป็นอย่างดีในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ คุณวัชรภรณ์ กิจงานนท์ และคุณอวิสัย กิจงานนท์ ซึ่งเป็นมารดา
และบิดาของผู้ศึกษา ที่สนับสนุนให้คำแนะนำข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับกิจการแก่ผู้ศึกษา จนทำให้
แผนธุรกิจฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบุคคลที่เกี่ยวข้องทุกคนที่ให้คำแนะนำในการทำแผนธุรกิจ ที่
ยังไม่ได้เอ่ยนาม ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า โครงการแผนธุรกิจฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อทาง
โครงการบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป ของมหาวิทยาลัย
ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี และผู้ที่สนใจที่จะนำข้อมูลนี้ไปใช้ประโยชน์ และหาก
โครงการแผนธุรกิจร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำ
ต้องขออภัย มา ณ โอกาสนี้ด้วย

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	1
2 ความเป็นมาในการทำธุรกิจ.....	2
ประวัติเจ้าของกิจการ.....	3
ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	4
3 บริการ.....	5
รายละเอียดบริการ.....	5
4 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	6
สถานะอุตสาหกรรมและตลาด.....	6
การแบ่งส่วนตลาด.....	7
ตลาดเป้าหมาย.....	8
ขนาดของตลาดและแนวโน้มตลาด.....	8
ลักษณะทั่วไปของลูกค้า.....	9
สภาพการแข่งขัน.....	9
คู่แข่ง.....	9
การวิเคราะห์สถานการณ์หรือSWOT ANALYSIS.....	10
การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	11
การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	12
5 แผนบริหารจัดการ.....	14
ประวัติของเจ้าของกิจการ.....	14
หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก.....	15
วิสัยทัศน์.....	16
พันธกิจ.....	16
เป้าหมายทางธุรกิจ.....	17

บทที่	หน้า
ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	17
แผนดำเนินการอื่นของรัฐกิจ.....	18
6 แผนการตลาด.....	19
การเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	19
เป้าหมายทางการตลาด.....	20
การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	20
กลยุทธ์ทางการตลาด.....	21
7 แผนการบริการ.....	24
สถานที่ตั้งกิจการ.....	24
แผนผังการจัดรูปแบบร้าน.....	25
อุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ.....	26
ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ.....	27
อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน.....	27
ความสามารถในการบริการ.....	28
ขั้นตอนการบริการ.....	28
แผนผังกระบวนการบริการ.....	29
8 งบการเงิน.....	30
ต้นทุนโครงการ และแหล่งที่มาของเงินทุน.....	30
การชำระคืนเงินกู้รายปี.....	31
ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา.....	32
ประมาณการบริการรายเดือน ระดับปริญญาตรี	35
ประมาณการรายได้จากการบริการ.....	38
ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	41
ประมาณการต้นทุนการบริการ.....	45
ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร.....	46
ประมาณการกำไรขาดทุน.....	47
การคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา.....	48
ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	49
ประมาณการงบดุล.....	50

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	51
9 แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	52
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 1.....	53
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 2.....	55
10 แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	56
 บรรณานุกรม.....	 57
 ภาคผนวก.....	 58
ภาคผนวก ก การบริการของร้าน THE BEAUTY SHOP SALON.....	58
ภาคผนวก ข ภาพของตัวอย่างการบริการ.....	65
ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ และผู้ใช้บริการร้านเสริมสวย.....	69
ภาคผนวก ง การสำรวจจำนวนผู้ใช้บริการ.....	73
ภาคผนวก จ แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และสรุป.....	75
 ประวัติผู้เขียน.....	 90

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ขั้นตอนการดำเนินงานของร้านเสริมสวย.....	4
2	อัตราค่าบริการ.....	5
3	การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	11
4	การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	12
5	แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ.....	16
6	การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	20
7	ตัวอย่างกลยุทธ์ในการตั้งราคา.....	22
8	ตัวอย่างการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายของร้าน.....	23
9	จุดเด่นและจุดด้อยของสถานที่ตั้งกิจการ.....	25
10	อุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ.....	26
11	วัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ.....	26
12	ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ.....	27
13	อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน.....	27
14	ต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน.....	30
15	การชำระคืนเงินกู้รายปี.....	31
16	ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา.....	32
17	ประมาณการบริการรายเดือน.....	35
18	ประมาณการรายได้จากการบริการ.....	38
19	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	41
20	ประมาณการต้นทุนการบริการ.....	45
21	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร.....	46
22	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	47
23	การคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา.....	48
24	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	49
25	ประมาณการงบดุล.....	50
26	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	51
27	แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงที่ 1.....	53
28	แสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงที่ 2.....	55

ตารางที่

หน้า

29 แสดงแผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....

56



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การวางตำแหน่งบริการ.....	10
2	แผนผังองค์กร.....	14
3	แผนที่ตั้งสถานประกอบการ.....	24
4	การจัดวางตำแหน่งการบริการต่างๆ ภายในร้าน.....	25
5	แผนผังกระบวนการบริการ.....	29
6	ทรงผมแบบมีน้ำหนัก Big Hair.....	66
7	ทรงผมแบบตรง.....	66
8	ทรงผมหน้าม้าเจดีย์.....	66
9	ทรงผมสไตล์ผมบ๊อบและผมมีด.....	66
10	ทรงผมสไตล์ Bobs and Bangs.....	67
11	ทรงผมสไตล์ลอนลูกคลื่น.....	67
12	ทรงผมของสุภาพสตรีที่ทางร้านให้บริการ.....	67
13	ตัวอย่างทรงผมที่กำลังได้รับความนิยมจากลูกค้าของทางร้าน.....	67
14	ตัวอย่างทรงผมสุภาพบุรุษ.....	67
15	ตัวอย่างการเกล้าผมของทางร้านเพื่อให้บริการในโอกาสต่างๆ.....	68
16	การบริการตกแต่งเล็บ.....	68
17	แบบและลวดลายของเล็บ.....	68
18	การต่อขนตาแบบต่างๆ.....	68
19	การบริการต่อขนตา.....	68
20	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	79
21	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	79
22	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	80
23	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	80
24	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้.....	81
25	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะที่อยู่อาศัย.....	82
26	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ ร้านเสริมสวย.....	82

ภาพที่		หน้า
27	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความถี่ในการใช้บริการร้าน เสริมสวยในแต่ละสัปดาห์.....	83
28	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความถี่ในการใช้บริการร้าน เสริมสวยในแต่ละเดือน.....	83
29	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้าน เสริมสวย.....	84
30	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความต้องการในร้านเสริมสวย...	85
31	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามการใช้จ่ายต่อครั้งเมื่อเข้ารับ บริการที่ร้านเสริมสวย.....	86
32	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความต้องการในสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ร้านเสริมสวย.....	86
33	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามสื่อที่มีต่อการเลือกร้านเสริม สวย.....	87
34	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้มีอิทธิพลในการใช้บริการร้าน เสริมสวย.....	88
35	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุการไม่เข้ารับ บริการที่ร้านเสริมสวย.....	88

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

การนำเสนอแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อจากธนาคาร ในการนำเงินมาลงทุนธุรกิจร้านเสริมสวยที่จะสามารถนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจในอนาคตได้ โดยมีเงื่อนไขดังนี้คือ

1. มีการทำสัญญาผ่อนชำระเงินกู้ให้ธนาคาร เป็นเวลา 5 งวด ใน 5 ปี งวดละ 40,000 บาท

2. การผ่อนชำระคืนเงินต้นเป็นไปตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด

3. เงื่อนไขอื่นๆเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของธนาคาร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

ความเป็นมาในการทำธุรกิจ

การแต่ง หมายถึง การตัดผมหรือหนวด การโกนผม ขนหนวดหรือเครา การตัดหนวด การกัมน้ำหรือคอ การตัดหรือจัดทรงผม การสระผม การย้อมผม การนวดหน้าและการแต่งหน้าซึ่งกระทำแก่คน

กิจการเสริมสวยหรือแต่งผม หมายถึง สถานที่ที่ประกอบการเสริมสวยของสุภาพสตรีหรือการแต่งผมของสุภาพบุรุษรวมทั้งการแต่งเล็บ แต่งหน้า นวดหรืออบหน้าหรือผิว หรืออื่นๆ เป็นต้น (ข้อกำหนดการสุขาภิบาลสถานบริการแต่งผม – เสริมสวย)

จากสถานะเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังประสบปัญหาในปัจจุบัน สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจึงมีจำนวนผู้ว่างงานเพิ่มสูงขึ้น 432,000 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กัมนายน 2551) เป็นแรงผลักดันให้รัฐบาลมีนโยบายการสนับสนุนผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งด้านความรู้และนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเกิดอาชีพและรายได้ ร้านเสริมสวยจึงเป็นอีกกิจการหนึ่งที่ช่วยสร้างรายได้ที่ดีให้กับผู้ประกอบการ เพราะเป็น กิจการที่ไม่มีความซับซ้อนและไม่มีกฎหมายควบคุมสามารถเปิดดำเนินกิจการได้โดยง่าย ปัจจุบันเป็นกิจการร้านเสริมสวยเป็นที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย สามารถรองรับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย ไม่ว่าจะมียูปร่างหน้าตาอย่างไร อ้วนหรือผอม เมื่อได้เข้าร้านเสริมสวยแล้วก็จะทำให้ดูดีได้เช่นกัน และกระแสนิยมของผู้บริโภคที่หันมาสนใจเกี่ยวกับการดูแลบุคลิกภาพเพื่อให้ตัวเองดูดี ผู้บริโภคมีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลง ไปจากเดิมหันมาเข้ารับบริการร้านเสริมสวยเป็นประจำ ซึ่งไม่เพียงแต่จะเข้ามาใช้บริการในการทำผมแล้วยังมีความสนใจในบริการเสริมต่างๆ ที่ร้านเสริมสวยมีไว้ให้บริการหลากหลาย อย่างเช่น การทำเล็บมือและเท้า การแต่งหน้าพร้อมทั้งเกล้าผมเพื่อ โอกาสพิเศษต่างๆ การทำอบไอน้ำเพื่อการบำรุงรักษาเส้นผม เป็นต้น

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON เกิดขึ้นจากความชื่นชอบในการทำผมเป็นผู้ที่รักสวยรักงามชอบดูแลตัวเองอย่างสม่ำเสมอ และชอบเข้ารับ บริการที่ร้านเสริมสวยเป็นประจำของนางสาวอภิรพร กิจจานนท์ ความชื่นชอบดังกล่าวจึงเกิดเป็นแรงบันดาลใจในการเปิดธุรกิจร้านเสริมสวยเป็นของตัวเอง นอกจากนี้แล้วทำให้มีเข้าใจความเข้าใจในด้านการเสริมสวยและยังสามารถให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีปัญหาด้านต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

เจ้าของกิจการ ได้เลือกเปิดร้านเสริมสวยที่จังหวัดสระบุรี ณ บริเวณวิทยาลัยอาชีวศึกษา และที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี เนื่องจากบริเวณ

ดังกล่าวถือว่าเป็นบริเวณที่มีการเปิดกิจการร้านเสริมสวยจำนวนน้อย ประกอบกับการต้องการกลุ่มลูกค้าที่มีใจเปิดกว้างในการรับคำแนะนำจากช่างทำผม มีความชื่นชอบในการทำผม และมีความรักสวยรักงามเป็นชีวิตจิตใจ ซึ่งความโดดเด่นของร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON คือการใส่ใจในลูกค้าทุกๆคนที่มีความแตกต่างกัน ลูกค้าบางท่านเข้ามาใช้บริการเพื่อที่จะทำให้ตัวเองผ่อนคลายหรือดูดีขึ้น ซึ่งการเสริมสวยสวยเปรียบเสมือนเป็นการให้รางวัลกับตัวเอง เพราะฉะนั้นเมื่อลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการที่ร้านจะได้รับการบริการที่ดี จนทำให้เกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการกับทางร้านอีก มีการให้บริการที่หลากหลายลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการที่ร้านได้ตั้งแต่ศิษย์ไปจนถึงปลายเท้าการตั้งราคาที่ไม่แพงจนเกินไปลูกค้าทุกระดับสามารถเข้ามาใช้บริการได้ ทางร้านจะมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกตามระดับราคาของลูกค้าพึงพอใจ แต่อย่างไรก็ตามกิจการก็ยังไม่ลืมที่จะรักษามาตรฐานในด้านกระบวนการบริการทางด้านความสะอาด โดยได้รับการตรวจสอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.)กระทรวงสาธารณสุข จังหวัดสระบุรี ที่จะเข้ามาตรวจสอบความสะอาดของเครื่องมือและอุปกรณ์ร้านเสริมสวยในทุกๆปี

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ

กิจการร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ดำเนินการโดยนางสาวอภิรพร กิจงานนท์ อายุ 22 ปี

ประวัติของเจ้าของกิจการ

การศึกษา

- ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสระบุรีวิทยาคม ปี พ.ศ.2542-2545
- ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสระบุรีวิทยาคม ปี พ.ศ.2545-2548
- ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2548-2552

ประสบการณ์การทำงาน

- ฝึกงานที่ The Best Western King Quarters Dosswell, Virginia ประเทศสหรัฐอเมริกา

ทำเลที่ตั้งร้าน

เลขที่ 524/5 ถ.พิชัฒนรงค์สงคราม ต.ปากเพรียว อ.เมือง จ.สระบุรี 18000 หรือบริเวณหน้าวิทยาลัยอาชีวศึกษา และที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี

ตารางที่ 1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานของร้านเสริมสวย

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	วางแผนการจัดตั้งกิจการ และศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ	30 วัน	17 ก.ค. – 16 ส.ค. 51
2	หาทำเลที่ตั้ง	30 วัน	17 ส.ค. - 16 ก.ย. 51
3	ตกแต่งร้าน จัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ และประกาศรับสมัครพนักงาน	75 วัน	17 ก.ย. - 1พ.ย. 51
4	การจัดทำโฆษณา รวมทั้งจัดทำป้ายโฆษณา และฝึกอบรมพนักงาน	15 วัน	2 พ.ย.- 17พ.ย. 51
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	150 วัน	



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

บริการ

รายละเอียดค่าบริการ

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON ประกอบด้วยค่าบริการต่างๆดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงอัตราค่าบริการ

รายละเอียดบริการ	อัตราค่าบริการ (บาท)	
สระ - ไคร์	50 - 120	
สระ - ซอย	120	
อบไอน้ำ (ทุกชนิด)	150 - 800	
ยืดผมถาวร	ผมสั้น	400 - 1000
	ผมยาว	600 - 1500
ตัดผม	400 - 1200	
ทำสีผม	400 - 1500	
เคลือบสีผม	500	
เฮนน่าสีผม	400	
ไฮไลต์	400	
ต่อผม	ชั้นละ 150 - 450	
ตัดขนตาถาวร	200	
ต่อขนตา (ทุกแบบ)	200	
แต่งหน้า และเกล้าผม	350	
ทำเล็บ	มือ	50
	เท้า	80
	มือและเท้า	100
ต่อเล็บ	อะคริลิก	700
	PVC	250
เพ้นท์เล็บ	50 - 300	

บทที่ 4

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

สถานะอุตสาหกรรมและตลาด

ในปัจจุบันธุรกิจร้านเสริมสวย เป็นธุรกิจบริการที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ทั้งจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่ไม่มีความรู้หรือยังไม่เคยมีประสบการณ์ในด้านธุรกิจเสริมสวยมาก่อนและผู้ผ่านการเรียนวิชาชีพเสริมสวยแล้วอยากจะเป็นเจ้าของกิจการ โดยผู้ประกอบการสามารถเลือกลงทุนเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มีเก้าอี้ทำผมไม่เกิน 4 เก้าอี้ ธุรกิจขนาดกลางที่มีเก้าอี้ทำผมตั้งแต่ 4 – 10 เก้าอี้ และธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีเก้าอี้ทำผมตั้งแต่ 11 เก้าอี้ขึ้นไป นอกจากนี้ร้านเสริมสวยยังเป็นธุรกิจที่ไม่มีความซับซ้อนและไม่มีความหมายควบคุม ผู้ประกอบการจึงสามารถเปิดดำเนินการได้โดยง่าย อีกทั้งยังถือเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เป็นอย่างดีหากได้ทำเลที่ตั้งกิจการที่ดี จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2545 พบว่าธุรกิจเสริมสวยสามารถสร้างรายได้ภายในประเทศกว่า 5 พันล้านบาท และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 3 ต่อปี นับเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพสูงสามารถสร้างเม็ดเงินให้กับประเทศได้อีกมหาศาล (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2545)

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON ดำเนินกิจการอยู่ในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี โดยทางกิจการมีพื้นที่ใกล้เคียงกับสถานที่ต่างๆดังต่อไปนี้

- บริเวณร้านทางทิศเหนือ หรือทางด้านหน้าร้านฝั่งตรงข้ามติดกับวิทยาลัยอาชีวศึกษาจังหวัดสระบุรี ซึ่งมีจำนวนนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปวช.ชั้นปีที่ 1-3 จำนวน 1,985 คน และนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปวช.ปีที่ 1-2 จำนวน 977 คน รวมจำนวนนักศึกษาทั้งสิ้น 2,962 คน (วิทยาลัยอาชีวศึกษา จังหวัดสระบุรี 2551) มีถนนพิจัยธรรมรังค์สงคราม ซึ่งเป็นด้านหน้าของทางร้าน และที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี

- บริเวณร้านทางทิศใต้ หรือทางด้านหลังร้านติดกับชุมชนที่มีขนาดพื้นที่ประมาณ 20-30 ครัวเรือน

- บริเวณร้านทางทิศตะวันออก ติดกับร้านอาหารตามสั่ง

- บริเวณร้านทางทิศตะวันตก ติดกับสำนักงานทนายความ และศูนย์ทันตกรรม

นอกจากที่กล่าวมาทั้งหมดแล้วทางร้านยังมีพื้นที่ใกล้กับร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของชำ อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ร้านอาหาร สถานีตำรวจ และหอพัก มีระยะทางห่างออกไปประมาณ 200 - 500 เมตร และระยะทางห่างออกไปจากทางร้านประมาณ 1 - 2 กิโลเมตร ก็จะเป็นหมู่บ้านชนวนชม ตลาด

ธนาคาร ค่ายทหาร และร้านค้าต่างๆ มากมาย

ภาพรวมของการดำเนินธุรกิจร้านเสริมสวย ในบริเวณเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี ถือว่าเป็นการดำเนินธุรกิจที่มีความเสี่ยงจากการมีจำนวนคู่แข่งรายใหม่ที่เพิ่มขึ้น การขยายพื้นที่ และแผนการส่งเสริมการขาย ของคู่แข่งรายเก่า นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งทางอ้อมไม่ว่าจะเป็น ร้านสปา คลินิกรักษา ผิวพรรณ เป็นต้น โดยคู่แข่งทางอ้อมเหล่านี้จะมีส่วนทำให้กิจการมีจำนวนลูกค้า และผลประกอบการที่ลดลง ดังนั้น ทางกิจการจึงใช้วิธีการสร้างความแตกต่าง ในการบริการที่มีความหลากหลาย มีรูปแบบการให้บริการที่มีคุณภาพ เป็นที่พึงพอใจจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทางกิจการจะทำการคัดสรรให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า

การแบ่งส่วนตลาด

เกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดคือ ลักษณะทางพฤติกรรมศาสตร์ และลักษณะประชากรศาสตร์ ดังนี้

1.เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ พิจารณาจากลักษณะของประโยชน์คือ กลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบในการทำผม และมีความรักสวยรักงามเป็นชีวิตจิตใจ โดยการเลือกที่จะเข้ารับบริการร้านเสริมสวยอยู่เป็นประจำ และพิจารณาโอกาสที่ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการทางร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON อยู่ใกล้เคียงกับบริเวณวิทยาลัยอาชีวศึกษา บริษัทห้างร้าน และสถานที่ราชการ ซึ่งสถานที่ทำงานของทางราชการ หรือเอกชน ที่เปิดทำการตั้งแต่เวลา 08.00น.-16.00น. เพื่อช่วยเพิ่มความสะดวกสบายของลูกค้าทางกิจการจึงเปิดบริการตั้งแต่เวลา 06.00น.-21.00น. ให้นักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ และบุคคลทั่วไป ได้เข้ามาใช้บริการก่อนการเข้าชั้นเรียน หรือก่อนเข้าทำงาน โดยไม่ต้องเสียเวลา เดินทางไปร้านที่อยู่ไกลออกไป ทั้งยังได้รับการบริการ และผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพจากทางร้าน คู่แข่งกับอัตราค่าบริการที่ถูกลงกว่าร้านเสริมสวย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2.เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ ธุรกิจร้านเสริมสวย ใช้เกณฑ์ทางประชากรศาสตร์ตามเพศ และรายได้ ตัวอย่างเช่น เพศชาย โดยส่วนใหญ่จะเข้ารับบริการ สระ-ซอยผม เพศหญิง จะเข้ารับบริการ ในทุกๆบริการของร้านเสริมสวย ไม่ว่าจะเป็น สระ-ไดร์ สระ-ซอย ยืดผม คัดผม ทำเล็บ ขัด-นวดหน้า ขัด-นวดผิว เป็นต้น ในด้านรายได้ ตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีรายได้ต่ำคือ ผู้ที่อยู่ในช่วงวัยเรียน ที่เป็นนักเรียน นักศึกษา การเข้ารับบริการเสริมสวย ราคาที่จะเลือกจะไม่สูงจนเกินไป เช่น สระ-ไดร์ ราคาที่พิจารณาจะเริ่มตั้งแต่ 50 บาทขึ้นไปไม่เกิน 100 บาท สำหรับผู้ที่มีรายได้ปานกลางถึงผู้ที่มีรายได้สูงคือ ผู้ที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน หรือ เป็นวัยที่มีครอบครัว การเข้ารับบริการเสริมสวย

จะเน้นที่คุณภาพของการบริการมากกว่าราคา เช่น การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงของทางร้านเสริมสวย การอบไอน้ำ สระ-ชอยผม ราคาที่พิจารณาจะเริ่มต้นที่ 120 บาทขึ้นไป เป็นต้น

ตลาดเป้าหมาย

สภาพตลาดโดยทั่วไปที่บริเวณวิทยาลัยอาชีวศึกษา เขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี ประกอบไปด้วยวิทยาลัยอาชีวศึกษา สถานที่ราชการ แหล่งชุมชน และบริษัทห้างร้านต่างๆ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานบริษัทเอกชน ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความต้องการบริการร้านเสริมสวย

เพื่อช่วยให้กิจการสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ทางกิจการจึงได้ทำการออกแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการร้านเสริมสวย ณ บริเวณวิทยาลัยอาชีวศึกษา และที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี โดยผลจากการออกแบบสอบถามดังกล่าว ช่วยให้กิจการทราบว่าผู้ที่มีอายุ 16-25 ปี เป็นผู้ที่มีความสนใจในการเข้ารับบริการร้านเสริมสวยมากที่สุด ดังนั้นกิจการจึงเลือกตลาดเป้าหมายไปที่กลุ่มผู้ที่มีอายุระหว่าง 16-25 ปี เป็นกลุ่มลูกค้าหลัก

ขนาดของตลาดและแนวโน้มตลาด

ธุรกิจร้านเสริมสวยในจังหวัดสระบุรี ถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินธุรกิจร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON ณ บริเวณหน้าวิทยาลัยอาชีวศึกษา และที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี นับว่าเป็นบริเวณที่ลูกค้าทั้งนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และบุคคลบริเวณใกล้เคียง ได้มีการให้ความสนใจ และยินดีที่จะเข้ามาใช้บริการกับทางกิจการ ลักษณะของตลาดโดยทั่วไป ถือว่ายังมีคู่แข่งที่เป็นธุรกิจเสริมสวยอยู่จำนวนน้อยราย เนื่องจากเดิมสถานที่บริเวณนี้ ส่วนใหญ่ได้เปิดเป็นกิจการร้านอาหาร ร้านขายของชำ ร้านขายยา เป็นต้น ต่อมา กิจการบางแห่งได้มีการปิดกิจการไป ภายหลังจึงมีการก่อสร้างโครงการต่างๆ ขึ้นมา เพื่อเปิดให้เช่าพื้นที่แก่ผู้ที่สนใจ โดยคู่แข่งชั้นหลักของกิจการคือ ร้านต้นอ้อ ซาลอน ที่อยู่ห่างออกไป 6 คูหา และคู่แข่งชั้นรองคือ ร้านรัตน บิวตี้ ที่อยู่ห่างออกไป 100 เมตร และด้วยเหตุนี้ทางกิจการจึงมองเห็นโอกาสในการดำเนินกิจการ ที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้จากผู้ที่มีใจรัก และมีความชื่นชอบในความงาม ต้องการดูแลบุคลิกของตนเอง ให้ดูดี อาศัยความนิยมของผู้ที่มีความชอบ และต้องการใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่ของทางกิจการ จะเป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ บุคคลทั่วไป ที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับกิจการ และคาดว่าในอนาคตแนวโน้มของการทำธุรกิจเสริมสวย ณ บริเวณหน้าโรงเรียนอาชีวศึกษา และที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี จะพัฒนา และเติบโตมากขึ้นจากเดิม

ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะของลูกค้า แบ่งได้ ตามลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. **ลักษณะทางพฤติกรรม** ลูกค้าของทางกิจการ จะเป็นผู้ที่มีความชอบความสวยงาม มีความรักสวย รักงาม ต้องการให้ตนเองมี บุคลิกภาพที่ดีในสายตาของผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัท บุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณ โรงเรียนอาชีวศึกษา และบริเวณที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี ถือได้ว่าเป็นแหล่งชุมชน ที่สามารถรองรับลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการได้ ในจำนวนมาก และหากมีการจัดงานเทศกาลที่สำคัญต่างๆ ก็จะมีการจัดงานที่หน้าทำการศาลากลางจังหวัด มีการทำการจัดการแสดงบนเวทีจึงมีความต้องการใช้บริการแต่งหน้าทำผม ในทุกๆเทศกาล

2. **ลักษณะทางจิตวิทยา** ในระยะเวลาทุกๆ 2-3 เดือน ไม่ว่าจะเป็นเพศชาย หรือ เพศหญิง มักจะชอบเปลี่ยนทรงผม เนื่องจากมีเส้นผมที่ยาวขึ้น หรือ เพื่อการเปลี่ยนแปลงให้ตนเองดูดีขึ้นในสายตาของผู้อื่น นอกจากการเปลี่ยนทรงผมแล้ว ยังมีความต้องการการบริการเสริมสวยในด้านอื่นๆ เพื่อให้ดูดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การทำเล็บ เปลี่ยนสีเล็บ เป็นต้น ดังนั้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท บุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณ โรงเรียนอาชีวศึกษา และบริเวณ ที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี จึงมักเข้ารับการบริการร้านเสริมสวยเป็นประจำ

สภาพการแข่งขัน

การทำธุรกิจร้านเสริมสวย ถือได้ว่าเป็นกิจการหนึ่งที่มีความเสี่ยงจากการแข่งขัน ที่สูง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ทุกเพศ ทุกวัย จากสภาพการแข่งขันของธุรกิจเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON ถือได้ว่าอยู่ในสถานการณ์การแข่งขันที่อยู่ในระดับต่ำ จากการแข่งขันในธุรกิจประเภทเดียวกันในบริเวณใกล้เคียง ซึ่งมีคู่แข่งที่ทำธุรกิจร้านเสริมสวย 2 รายคือ ร้านรัตน บิวตี้ และร้านต้นอ่อน ผลจากการสังเกต ร้านต้นอ่อน จะเป็นคู่แข่งหลัก ซึ่งเป็นร้านที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าสูง เมื่อเปรียบเทียบกับ ร้านรัตน บิวตี้ และร้านต้นอ่อน ที่เปิดให้บริการมาเป็นเวลายาวนาน

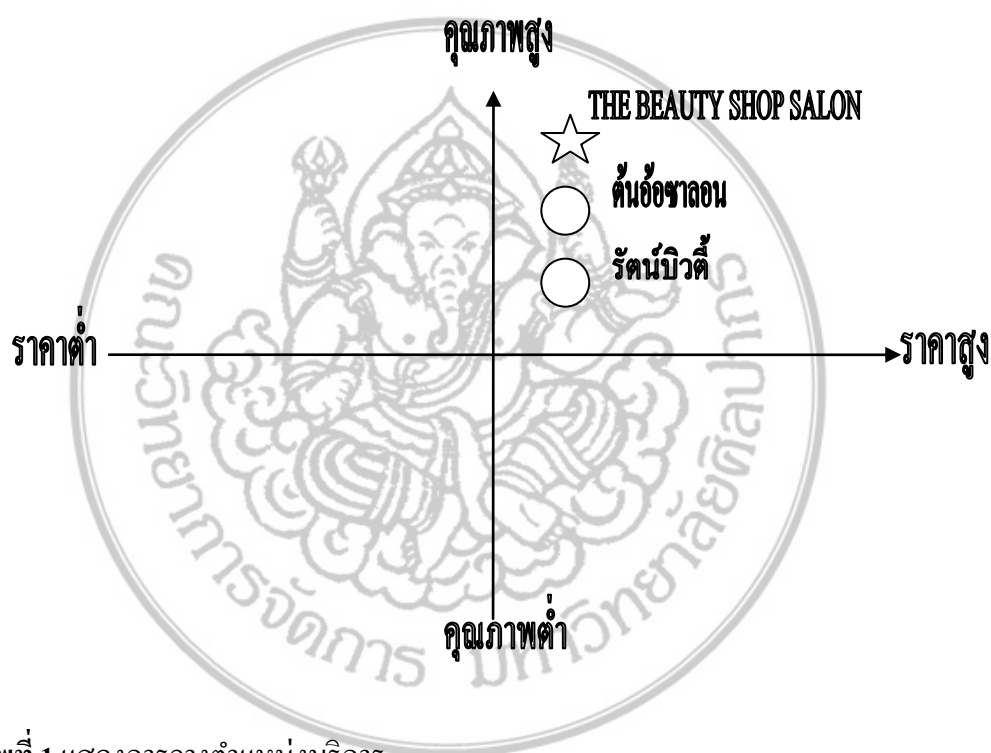
คู่แข่ง

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON มีคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน จำนวน 2 ราย ดังต่อไปนี้

1. คู่แข่งหลักคือ ร้านต้นอ่อน ชาลอน
2. คู่แข่งรองคือ ร้านรัตน บิวตี้

การวางตำแหน่งบริการ

กิจการมีการวางตำแหน่งบริการจากเกณฑ์ของอัตราค่าบริการ และคุณภาพของ บริการ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ที่อยู่ในตลาดในเรื่องของราคา จะอยู่ในระดับเดียวกันกับทางกิจการ แต่ หากเปรียบเทียบในเรื่องของการบริการ กิจการจะอยู่ในระดับที่เหนือกว่าคู่แข่ง เนื่องจากกิจการมีการมุ่งเน้นในเรื่องของการบริการที่ดีเยี่ยม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด และทำมาใช้ บริการของกิจการอีก



ภาพที่ 1 แสดงการวางตำแหน่งบริการ

การวิเคราะห์สถานการณ์ หรือ SWOT ANALYSIS ระดับปริญญาตรี

เป็นการวิเคราะห์จุดแข็งของธุรกิจร้านเสริมสวยว่ามีข้อดี ข้อได้เปรียบใด ในการแข่งขัน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และมียุทธศาสตร์ใดบ้าง ที่น่าจะเป็นข้อเสียเปรียบในการแข่งขัน เพื่อที่จะได้พัฒนาแผนกลยุทธ์ทางการประกอบธุรกิจ และเป็นการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคว่ามีปัจจัยใดบ้างมีผลบวก ผลลบต่อการประกอบธุรกิจ และ นำโอกาสนั้นมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด หากมีอุปสรรคก็สามารถหาวิธีในการหลีกเลี่ยงอุปสรรค และป้องกันจุดอ่อนจากคู่แข่ง ซึ่งมีดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
ด้านการบริหาร	<ul style="list-style-type: none"> • เจ้าของกิจการมีความรู้ ใน เรื่องการบริหารจัดการทาง ธุรกิจ เป็นอย่างดี • พนักงานที่ทำงานในกิจการเสริม สบายทุกคน เป็นช่างทำผมที่มีฝีมือ และมีประสบการณ์ทุก คน • พนักงานทุกคน มีความรัก ฝิดชอบ ในตำแหน่งหน้าที่ ของตนเอง • เจ้าของกิจการสามารถตัด สิ้นใจในการบริหารจัดการ ได้อย่าง รวดเร็ว เนื่องจากเป็นธุรกิจเจ้าของ คนเดียว 	<ul style="list-style-type: none"> • ในบางครั้งพนักงานมีการทำงานด้วย อารมณ์ ทำให้การควบคุม ในเรื่อง คุณภาพ และ การบริหารบุคคล อาจ ทำได้ยากลำบาก • การทำงานขึ้นอยู่กับเวลา บางครั้ง พนักงานทำงานล่าช้า ทำให้ลูกค้าที่ เข้ามาใช้บริการ มีการเกิด ความไม่ พอใจ และไม่เข้ามาใช้ บริการอีก
ด้านการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> • มีการวางแผนทางการตลาด ใน การ จัด โปร โมชั่น และการ โฆษณาทาง วิทยุ หรือ โทรทัศน์ท้องถิ่น เป็นต้น • กิจการตั้งอยู่ ณ บริเวณใกล้กับ วิทยาลัยอาชีวศึกษา หน่วยงาน ราชการ และบริษัท ต่างๆ ทำให้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย • สถานที่ตั้งร้านอยู่บริเวณแหล่ง ชุมชน ที่จะช่วยทำให้ผู้ใช้บริการ ร้านเสริมสวยเกิดความสะดวก สบายในการเข้ามาใช้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นกิจการรายใหม่ จึงทำให้มีปัญหา ในเรื่องของการยังไม่เป็นที่รู้จักของ ลูกค้า • คู่แข่งขันมีจัดโปรโมชั่นใหม่ๆ เพื่อ เข้ามาแข่งขันกับทางกิจการ
ด้านการบริการ	<ul style="list-style-type: none"> • พนักงานทุกคนมีประสบการณ์ใน การบริการ ได้รับการฝึกอบรมด้าน การบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความ ใจกว้างใจ • มีการบริการที่หลากหลาย และ สามารถรองรับความต้องการ ของ ลูกค้าที่มีความแตกต่างได้ • มีนโยบายในการบริการสร้าง ภาพลักษณ์ที่เป็นกันเอง เพื่อดึงดูด ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก • ลูกค้าสามารถติดต่อนัดหมายเพื่อใช้ บริการเสริมสวยนอกสถานที่ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> • ทางร้านไม่มีที่จอดรถเพียงพอ จึงทำ ให้ลูกค้าที่เดินทางโดยส่วนตัว ต้อง จอดบริเวณริมถนน และหากไม่มีที่ จอดรถจะต้องเสียค่าบริการที่จอดรถ บริเวณใกล้เคียง • กรณีที่มีลูกค้าจำนวนมาก ทาง กิจการไม่สามารถรองรับลูกค้าได้ ทุกคน เนื่องจากขนาดพื้นที่ของทาง กิจการที่มีอยู่อย่างจำกัด

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน(ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
ด้านการเงิน	<ul style="list-style-type: none"> • ธุรกิจมีการวางแผนเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ • ธุรกิจมีการลงทุนที่ไม่สูงมากนัก อีกทั้งเครื่องมือมีราคาไม่แพงมากนัก และสามารถหาซื้อได้สะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> • มีเงินทุนในการดำเนินธุรกิจ ที่จำกัด • กิจการกู้เงินจากธนาคาร เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และต้องมีการเสียดอกเบี้ยให้กับธนาคาร

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> • ร้านเสริมสวย เป็นการบริการที่ประชาชน ทุกเพศ ทุกวัย จำเป็นต้องใช้บริการ • กระแสความนิยมในการใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง • ลูกค้าหันมาให้ความสำคัญในเรื่องบุคลิกภาพ และการดูแลตัวเองมากขึ้น พิถีพิถันในการเลือกใช้บริการร้านที่สามารถให้บริการที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นธุรกิจใหม่ จึงทำให้ลูกค้าไม่มั่นใจในบริการ • การหาสถานที่ตั้งกิจการ เป็นเรื่องที่ทำได้ยากลำบาก และมีค่าเช่าที่สูง • ลูกค้าส่วนใหญ่ ที่เป็นนักเรียนมีข้อจำกัดในเรื่องเงิน จึงทำให้กิจการไม่สามารถตั้งราคาสูงได้
สถานการณ์การแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> • การให้บริการที่หลากหลาย และมีคู่แข่งขั้นน้อยราย • คู่แข่งขันของกิจการ มีบริการที่ยังไม่ครอบคลุม จึงทำให้กิจการมีโอกาส ในการดึงดูดลูกค้าใหม่ได้ดีกว่า • กิจการให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการ และ มีการจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่เป็นประจำ 	<ul style="list-style-type: none"> • มีการแข่งขันที่สูง เนื่องจาก ธุรกิจสามารถประกอบกิจการได้โดยง่าย • คู่แข่งขันมีการลดราคาบริการลงจนทำให้ลูกค้าบางส่วนหันไปใช้บริการ
สังคม	<ul style="list-style-type: none"> • กิจการตั้งอยู่ ณ บริเวณแหล่งชุมชนที่มีขนาดใหญ่ • กิจการตั้งอยู่บริเวณที่เป็นหน่วยงานของทางราชการ และสถานศึกษา 	<ul style="list-style-type: none"> • ลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการ ตามความชื่นชอบ • ลูกค้าบางรายมีรายได้ที่จำกัดในการใช้บริการแต่ละครั้ง

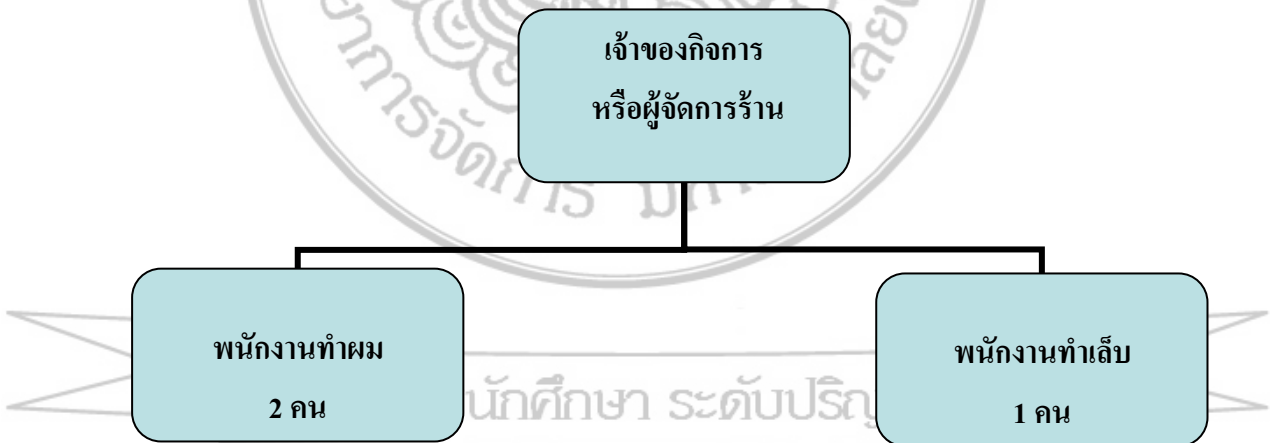
ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก(ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
สภาพเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • รัฐบาลให้การสนับสนุนในเรื่องการพัฒนาธุรกิจขนาดย่อม • กิจกรรมมีการขยายตัวในทิศทางบวก ถือเป็นโอกาสที่ดี • กิจกรรมสามารถสร้างรายได้ได้อย่างดี หากเลือกทำเลที่ตั้งที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> • ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ มีผู้ตกงานเป็นจำนวนมาก ทำให้สูญเสียลูกค้าที่มีกำลังการบริการ • ลูกค้าเห็นว่าเป็นการบริการที่ฟุ่มเฟือย และสามารถทำเองที่บ้านได้
กฎหมาย, ระเบียบ, ข้อบังคับ	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นกิจการไม่มีความซับซ้อน • เป็นกิจการที่ไม่มีกฎหมายมาควบคุมจึงเปิดกิจการได้ง่าย 	<ul style="list-style-type: none"> • ท้องถิ่นมีการจัดระเบียบในการควบคุมธุรกิจ หากในบริเวณใกล้เคียงมีกิจการลักษณะเดียวกันจำนวนมาก
กลุ่มผู้จำหน่าย, เลือขาย	<ul style="list-style-type: none"> • สามารถหาซื้ออุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ได้โดยง่าย เนื่องจาก มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์เสริมสวยและผลิตภัณฑ์เสริมสวย ในบริเวณใกล้เคียง • สามารถต่อรองราคาส่วนลดของอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้จัดจำหน่ายมีการขึ้นราคาของอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์เสริมสวย • ความล่าช้าจากการขนส่งของของผู้จัดจำหน่าย

บทที่ 5
แผนบริหารจัดการ

รายละเอียดธุรกิจ

ชื่อกิจการ	ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON
ที่ตั้งกิจการ	524/5 ถ.พิชัยณรงค์สงคราม ต.ปากเพรียว อ.เมือง จ.สระบุรี 18000
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	กิจการเจ้าของคนเดียว โดยได้ทำการเช่าพื้นที่ชั้นที่ 1 อาคารพาณิชย์ เพื่อประกอบกิจการร้านเสริมสวย และมีค่าเช่าพื้นที่เป็นจำนวนเงิน 10,000 บาทต่อเดือน
ทุนในการจัดตั้งกิจการ	500,000 บาท
แผนผังองค์กร	



ภาพที่ 2 แผนผังองค์กร

ประวัติของเจ้าของกิจการ

ชื่อ – นามสกุล

นางสาวอภิรพร กิจงานนท์ อายุ 22 ปี

การศึกษา

- ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสระบุรีวิทยาคม ปี พ.ศ.2542-2545

- ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสระบุรีวิทยาคม ปี พ.ศ.2545-2548

- ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2548-2552

ประสบการณ์การทำงาน

- ฝึกงานที่ The Best Western King Quarters Dosswell, Virginia ประเทศสหรัฐอเมริกา

หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

ชื่อ - นามสกุล นางสาวอภิพร กิจงานนท์

ตำแหน่ง เจ้าของกิจการและผู้จัดการร้าน

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- ส่วนที่1 การบริหารจัดการ ควบคุมกิจการในด้านต่างๆของร้าน กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย นโยบาย วางแผนกลยุทธ์ ดูแลระบบบัญชี และการเงิน ดูแลกิจการเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ตั้งไว้

- ส่วนที่2 มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ และการแนะนำบริการทุกๆด้านของกิจการ ไม่ว่าจะเป็นการทำम्म ทำเล็บ ให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี

การศึกษา/คุณสมบัติ ปริญญาตรี

อัตราเงินเดือน 12,000 บาท

พนักงานทำम्म

ตำแหน่ง ลูกจ้าง/ช่างทำम्म

หน้าที่ความรับผิดชอบ ให้บริการออกแบบตกแต่งทรงम्म และทุกๆบริการที่เกี่ยวข้องการทำम्म

การศึกษา/คุณสมบัติ อนุปริญญาตรี

- มัธยมศึกษาปีที่6 หรือเทียบเท่า

- ผู้จบหลักสูตรการออกแบบจัดตกแต่งทรงम्म และมีประสบการณ์ในการแบบจัดตกแต่งทรงम्मไม่ต่ำกว่า 2 ปี

- มีใจรักในงานบริการ

อัตราค่าตอบแทน พนักงานจะได้รับค่าตอบแทน โดยการแบ่งรายได้จากการให้บริการใน

อัตรา 40/60 พนักงานมีรายได้เฉลี่ยวันละ 300 บาท

พนักงานทำเล็บ

ตำแหน่ง ลูกจ้าง/ช่างทำเล็บ
 หน้าที่ความรับผิดชอบ ให้บริการออกแบบตกแต่งเล็บทุกชนิด
 การศึกษา/คุณสมบัติ

- มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า

- ผู้จบหลักสูตรการตกแต่งเล็บ หรือ เป็นผู้มีความรู้ในการตกแต่งเล็บเป็นอย่างดี และมี
 ประสบการณ์ในการออกแบบตกแต่งเล็บ

- มีใจรักในงานบริการ

อัตราค่าตอบแทน พนักงานจะได้รับค่าตอบแทนโดยการแบ่งรายได้จากการให้บริการใน
 อัตรา 40/60 พนักงานมีรายได้เฉลี่ยวันละ 300 บาท

ตารางที่ 5 แสดงแผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน(บาท)/ คน	รวมเงินเดือน(บาท)
1	เจ้าของกิจการ	1	12,000	12,000
2	พนักงานทำผม	2	9,000	18,000
3	พนักงานทำเล็บ	1	9,000	9,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน		4	30,000	39,000

วิสัยทัศน์

การให้บริการเสริมสวยที่ให้บริการที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองลูกค้าที่มีความต้องการที่
 แตกต่างกันไป มีการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่ใช้ และความสะอาด
 รักษามาตรฐานคุณภาพการให้บริการ มีการบริการที่สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และการ
 ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

พันธกิจ

1. สร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าบริการลูกค้าทุกคนให้ได้รับความพอใจสูงสุด
2. ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าลูกค้าจะอยู่ในฐานะใดก็ตาม
3. มีการพัฒนา และปรับปรุงความรู้ในทุกๆด้านของการบริการอยู่อย่างเสมอ
4. ดูแลความสะอาดของอุปกรณ์ที่ใช้ให้มีมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ

เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

กิจการเป็นที่รู้จักของลูกค้า ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าที่มารับบริการในเรื่องคุณภาพ และราคาที่เหมาะสม ลูกค้ามีการบอกต่อปากต่อปาก

เป้าหมายระยะกลาง

กิจการมีลูกค้าประจำที่มีความซื่อสัตย์ในการเข้ารับบริการจำนวนมากขึ้น สร้างบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า พัฒนาการบริการทางด้านการออกแบบตกแต่ง ทรงผม การออกแบบตกแต่งเล็บ และบริการอื่นๆให้มีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่ง

เป้าหมายระยะยาว

กิจการสามารถทำกำไรและคืนทุน ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น สามารถดึงลูกค้าจากคู่แข่งมาได้ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าประจำไว้ได้ ทั้งยังการให้บริการที่หลากหลายขึ้นจากเดิม ช่างทำผม ช่างทำเล็บมีประสบการณ์ และได้รับการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถอย่างสม่ำเสมอ ขยายพื้นที่ของกิจการให้สามารถรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังรักษาและพัฒนามาตรฐานของการให้บริการจนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ไปรโมชั่นที่กำหนดสามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าใหม่และกลุ่มลูกค้าเก่า

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. กิจการมีการปรับปรุง และจัดโปรโมชัน เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ
2. มีทำเลที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชนที่สามารถรองรับผู้บริโภคที่ความต้องการใช้บริการได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัท บุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง
3. การสร้างความแตกต่าง โดยการให้บริการที่หลากหลายลูกค้าสามารถทำทุกอย่างตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้าได้ในที่เดียว
4. การบริการเป็นที่ยอมรับ และมีมาตรฐาน
5. กิจการใส่ใจในการให้บริการ คำนึงถึงมาตรฐานของการบริการ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้
6. พนักงานให้การบริการเปรียบเสมือนคนในครอบครัว

7. กิจการมีอัตราค่าบริการในเทียบเท่ากับคู่แข่ง แต่มีคุณภาพของการบริการ และผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่า

แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

ทางร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON มีการตั้งเป้าหมายในการให้บริการเสริมสวยที่ให้บริการที่หลากหลาย ส่งเสริมให้ช่างผมและช่างเล็บได้มีความรู้ใหม่ๆ โดยเจ้าของกิจการมีการความรู้เพิ่มเติมและเข้าร่วมแข่งขันการออกแบบจัดแต่งทรงผม ที่ทางจังหวัดมีจัดขึ้นในทุกๆปี ทั้งนี้เพื่อเป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ร้านและแสดงถึงความสามารถของช่างผม การขยายขนาดกิจการให้ใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ปรับปรุงการให้บริการที่มีมาตรฐานแก่ลูกค้าให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่ใช้ และความสะอาด นอกจากนี้จะมีการส่งเสริมการตลาด จัดโปรโมชั่นที่ลูกค้าถูกใจลูกค้า โดยการเน้นที่ราคาเดิมแต่ยังคงรักษาการบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 6

แผนการตลาด

ในสภาวะของการแข่งขันที่มีความเข้มข้น และทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นทุกวัน ทำให้บริการต่างๆ เกิดขึ้นมากเกินกว่าความต้องการของตลาด ลูกค้ามีโอกาเลือกบริการมากขึ้น จึงทำให้กิจการจำเป็นต้องหาวิธีการที่จะทำอย่างไร เพื่อที่จะทำให้บริการได้ ดีเป็นที่รู้จัก และการค้นหาวิธีการที่จะช่วยโน้มน้าวจิตใจของลูกค้าให้ตัดสินใจหันมาใช้บริการของกิจการ แทนที่จะหันไปใช้บริการจากคู่แข่งกัน ทั้งนี้ก็เพื่อความอยู่รอดและความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ มิฉะนั้นอาจส่งผลทำให้ธุรกิจประสบความล้มเหลวได้

ปัจจุบันนี้ เจ้าของกิจการส่วนใหญ่จะมองหาวิธีการแลกเปลี่ยนลูกค้ามากกว่าหนึ่งครั้ง หรือไม่ใช่ครั้งเดียวอีกต่อไปคือ การให้ความสำคัญต่อการทำการตลาดมุ่งเน้นไปที่การพัฒนา และรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเดิม ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต่างรู้ดีว่า การสร้างการสื่อสาร และการมอบมูลค่าให้กับลูกค้า ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งการพัฒนาไปสู่การตลาดเชิงความสัมพันธ์นั้นมีสาเหตุมาจากหลายๆ ปัจจัยด้วยกัน ประการแรก กิจการรู้ว่าลูกค้ามีความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น ลูกค้าต้องการบริการที่เป็นเลิศมากยิ่งขึ้น ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์บริการต่างๆ ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม และมีการให้บริการลูกค้ายอดเยี่ยม นอกจากนี้ลูกค้ายังต้องการบริการที่ออกแบบเฉพาะสำหรับความจำเป็นและความต้องการ นำไปสู่การปรับเปลี่ยนการบริการตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแต่ละคน โดยที่ กิจการสามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าด้วยวิธีการที่คุ้มค่า

ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และการวางแผนสำหรับการบริการของกิจการ เจ้าของกิจการจะวิเคราะห์หาคู่แข่งที่ต้องแข่งขันในตลาด ซึ่งจะมีทั้งคู่แข่งทางตรงไปจนถึงคู่แข่งทางอ้อม ตัวอย่าง เช่น บริการที่สามารถใช้ทดแทนร้านเสริมสวยได้ คือ สปา เนื่องจากร้านสปา ในบางแห่งมีการให้บริการที่เหมือนกันกับร้านเสริมสวย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งในหลายๆธุรกิจที่กำลังจะเข้าสู่ตลาด จนทำให้ธุรกิจมีคู่แข่งที่น่ากลัวเพิ่มมากขึ้น

การเปรียบเทียบคู่แข่ง

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON ได้ทำการเปรียบเทียบการแข่งขันกับทางคู่แข่งได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	THE BEAUTY SHOP SALON	คู่แข่ง	
		ต้นอ้อ ชาลอน	รัตน บิวตี้
การบริการ	<p>1. มีบริการจำนวน 16 รายการ ดังนี้ สระ – ไคร้, สระ-ชอย, อบไอน้ำ, ยืดผมถาวร, คัดผม, ทำสีผม, เคลือบสีผม, เฮนน่าสีผม, ไฮไลท์, ต่อผม, คัดขนตา, ต่อขนตา, แต่งหน้า และเกล้าผม, ทำเล็บ, ต่อเล็บ และเพ้นท์เล็บ</p> <p>2. มีพนักงานจำนวน 4 คน ประกอบด้วย พนักงานทำผม จำนวน 3 คน และพนักงานทำเล็บ 1 คน</p> <p>3. ให้ความสำคัญแก่ลูกค้าในการโทรศัพท์นัดล่วงหน้าในการเข้ารับบริการ</p>	<p>1. มีการให้บริการที่คล้ายกับทางกิจการ แต่ยังไม่มีการเพ้นท์และต่อเล็บ</p> <p>2. มีพนักงานจำนวน 3 คน และประกอบด้วยพนักงานทำผม 3 คน</p> <p>3. ลูกค้าสามารถโทรศัพท์นัดหมายการบริการล่วงหน้าได้</p>	<p>1. มีการบริการไม่หลากหลายส่วนใหญ่ให้บริการตัดผม สระ-ไคร้ ทำสีผม เป็นต้น</p> <p>2. มีพนักงานจำนวน 2 คน ประกอบด้วยพนักงานทำผม 2 คน</p> <p>3. ลูกค้าโทรศัพท์นัดหมายล่วงหน้าได้ แต่มีความลำบากเนื่องจากมีพนักงานในร้านน้อย</p>
ราคา	ราคาเริ่มต้นที่ 50 บาท และค่าบริการมีความแตกต่างกัน จึงขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้	ราคาเริ่มต้นที่ 50 บาท และค่าบริการมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้	ราคาเริ่มต้นที่ 50 บาท ค่าบริการมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้
ช่องทางการจัดจำหน่าย	เปิดบริการบริเวณวิทยาลัยอาชีวศึกษา สระบุรี	กิจการตั้งอยู่ห่างจาก คู่แข่งขัน จำนวน 6 คูหา	กิจการตั้งอยู่ห่างจาก คู่แข่งขัน 100 เมตร
การส่งเสริมการขาย	มีการจัด โปรโมชันเป็นประจำ เช่น สระไคร้ครบ 10 ครั้งฟรี 1 ครั้ง	ไม่มีการส่งเสริมการขาย	ไม่มีการส่งเสริมการขาย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เป้าหมายทางการตลาด

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON เป็นร้านเสริมสวยที่มีลูกค้าในบริเวณหน้าวิทยาลัยอาชีวศึกษา ที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี และลูกค้าจากที่อื่น เข้ามาใช้บริการมากที่สุด และเป็นร้านเสริมสวยที่มีชื่อเสียงเป็นยอมรับทั้งในเรื่องของราคา และการบริการ

การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

จากการทำการสำรวจตลาดเป้าหมายของธุรกิจโดยการออกแบบสอบถาม ที่ บริเวณวิทยาลัยอาชีวศึกษา เขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี ซึ่งเป็นบริเวณที่ตั้งของธุรกิจ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าหลักคือ กลุ่มของผู้ที่มีอายุระหว่าง 16-25 ปี ทั้งเพศหญิงและชาย ที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และมีกิจการส่วนตัว
2. กลุ่มลูกค้ารองคือ กลุ่มของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ด้านการบริการ

เนื่องจากธุรกิจบริการถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญที่สุดประการหนึ่ง เพราะต้องมีการสื่อสาร ได้ต่อกับลูกค้า หรือผู้สนใจของกิจการ ดังนั้นร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON จึงให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นที่ยอมรับ และมีมาตรฐาน ในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

การรักษามาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ซึ่งทางกิจการได้คำนึงถึงการรักษามาตรฐานในการบริการต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทุกคน โดยกิจการเชื่อว่าคุณภาพที่ลูกค้าได้รับไปในครั้งแรก ประทับใจกลับไปอย่างไร ในครั้งต่อไปลูกค้าก็ควรได้รับการบริการแบบนั้นและจะต้องเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อเป็นการแสดงให้ลูกค้าเห็นถึงความใส่ใจในการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานของกิจการ การสร้างความประทับใจ กิจการให้ความสำคัญกับลูกค้ามาเป็นอันดับหนึ่ง โดยถือว่าลูกค้าคือผู้มีอุปการะคุณกับกิจการ ดังนั้นยึดลูกค้าเป็นอันดับหนึ่งโดยการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ให้ลูกค้าได้รับในสิ่งดีที่ต้องการกลับไป

การซื่อสัตย์ต่อลูกค้า กิจการไม่ทำธุรกิจเพียงเพื่อหวังผลประโยชน์ แต่จะทำให้ลูกค้าเชื่อถือ โดยการรักษาความซื่อสัตย์เอาไว้ โดยการคัดสรรแต่สิ่งที่ดีมีคุณภาพมาใช้ในการบริการ ไม่คิดราคาเกินจริง จนทำให้กิจการเป็นที่ยอมรับ และลูกค้าเกิดความเชื่อถือ

การเลือกผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผมและเล็บที่มีคุณภาพ ลูกค้าทุกคนมีความต้องการการบริการที่ดี ผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ ซึ่งทางกิจการมีการเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานผ่านการรับรอง และได้รับการทดสอบมาว่าสามารถใช้ได้จริง และหากลูกค้าเกิดอาการแพ้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ของทางกิจการ ทางกิจการยินดีที่จะรับผิดชอบ ดังนั้นลูกค้าทุกคนจะวางใจและยอมรับในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพของทางกิจการ

กลยุทธ์ด้านราคา

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีอิงกับราคาของการแข่งขันในปัจจุบัน เพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่างกับคู่แข่งจนเกินไปจนทำให้

ลูกค้าหันไปใช้บริการกับคู่แข่งกันกล่าวคือ การตั้งราคาจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่แท้จริง ทางกิจการมีวิธีการกำหนดราคาตามความสามารถที่จะจ่ายได้และเต็มใจจะจ่ายของลูกค้า จะกำหนดราคาตามราคาตลาดโดยพิจารณาจากราคาของกิจการคู่แข่งเป็นที่ตั้ง

ตารางที่ 7 แสดงตัวอย่างกลยุทธ์ในการตั้งราคา

บริการ	ราคา (บาท)	
สระ – ไคร์	50 – 120	
สระ – เซ็ท	50 – 150	
สระ – ซอย	120	
อบไอน้ำ (ทุกชนิด)	150 – 800	
ยืดผมถาวร	ผมสั้น	400 – 1000
	ผมยาว	600 – 1500
ตัดผม	400 – 1200	
ทำสีผม	400 – 1500	

จากการตั้งราคาที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับของกิจการ มีความสอดคล้องในคุณภาพของการบริการที่มีมาตรฐาน

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON มีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านอาจารย์แก้วบิวตี้ ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เสริมสวย ผลิตภัณฑ์ ชันน้ำ ผลิตภัณฑ์เสริมสวย และห้างเสรีชัยบิวตี้ ผู้ผลิต และจัดจำหน่ายอุปกรณ์เสริมสวยครบวงจร ทำให้กิจการสั่งซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อสินค้าจากท้องตลาดโดยทั่วไป 10-50% อีกทั้งยังช่วยให้กิจการมีต้นทุนต่อหน่วยที่ลดลง และกิจการก็สามารถนำสินค้ามาขายให้แก่ลูกค้าได้ในราคาปกติ และกิจการได้เลือกวางช่องทางการบริการที่ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเลือกเปิดบริการใน บริเวณหน้าโรงเรียนอาชีวศึกษา และที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งที่มีความต้องการในธุรกิจเสริมสวย

นอกจากนี้กิจการยังคำนึงถึงลูกค้าว่าลูกค้าแต่ละคนต้องการอะไร มี การให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งทั้งในคุณภาพด้านฝีมือ และการบริการ จนทำให้ลูกค้าที่สนใจเดินทางเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จึงได้หาแนวทางในการพัฒนาช่องทางการบริการ ที่จะลงทุนในการขยายช่องทางการบริการให้มากขึ้น โดยการขยายพื้นที่ในการให้บริการเพิ่มเติมต่อไป

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON มีเป้าหมายที่จะทำเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด ด้วยการมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการอยู่ตลอดเวลา โดยการใช้วิธีการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น เช่น การจัดโปรโมชั่น ทรีน สระ-ไดร์ ครบ 10 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง การลดราคาให้กับนักเรียนในช่วงปิดเทอม โดยมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงปิดเทอมภาคฤดูร้อน สระ -ไดร์ 40-80 บาท สระ-ชอย 120 บาท แคมการอบไอน้ำฟรี เป็นต้น เมื่อต่อเล็บอะคริลิกก็จะแถมการเพ้นท์ในแบบใดก็ได้ เป็นต้น เพื่อเป็นการยื่นข้อเสนอให้กับลูกค้าได้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

ตารางที่ 8 แสดงตัวอย่างการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายของร้าน

บริการ	ราคาปกติ	ราคาโปรโมชั่น
สระ-ไดร์	50-120	40-80
สระ-ชอย แคมการอบไอน้ำฟรี	120	120
อบไอน้ำสปา	500	350
ทำสีผม	800	500
ทำไฮไลต์	400	290
ตัดผมธรรมดา	500	400
ตัดผมไฟฟ้า (สปาเสริม)	1,200	1,000
ยืดผมน้ำยาเซเซโด	1,500	1,200
ยืดผมธรรมดา	600	490
เคลือบสีผม	500	400
ต่อเล็บอะคริลิกพร้อมลาย	800	700

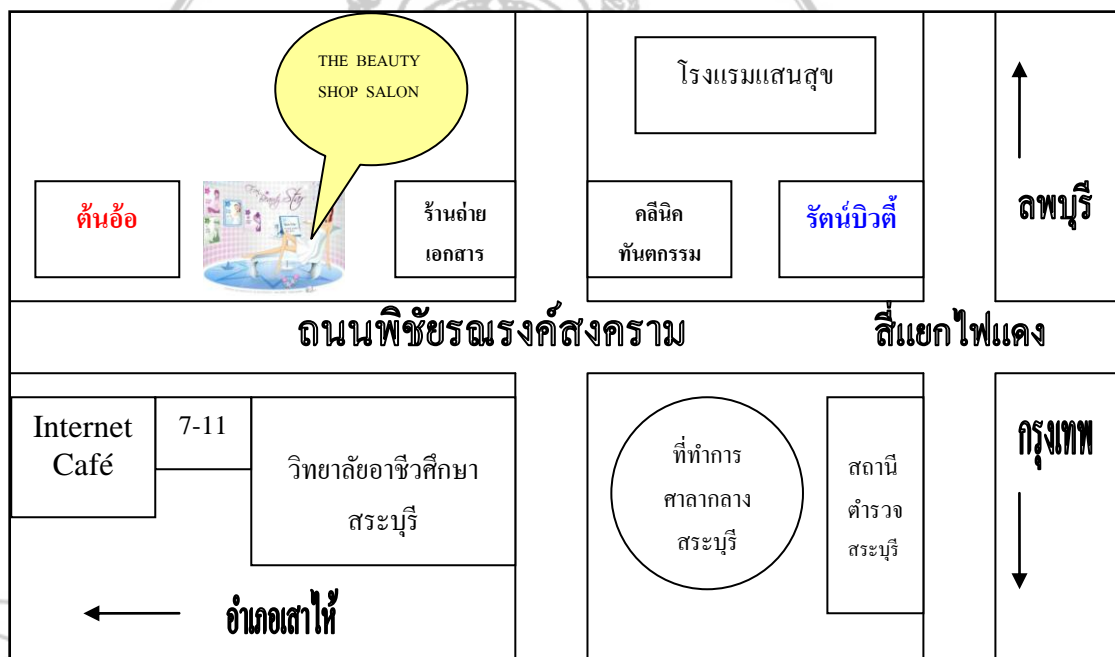
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

เนื่องจากกลุ่มหลักของกิจการเป็นนักเรียน ข้าราชการ พนักงานบริษัท และผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง โรงเรียนอาชีวศึกษา และที่ทำการศาลากลาง จัง หวัดสระบุรี ทางกิจการจึงได้มีการใช้ช่องทางในการส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทางเพื่อใช้เป็นวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อย่างเช่น การแจกใบปลิวเพื่อแนะนำร้านให้เป็นที่รู้จัก ณ บริเวณที่ร้านตั้งอยู่ และสถานที่ชุมชนต่างๆ

บทที่ 7
แผนการบริการ

สถานที่ตั้งกิจการ

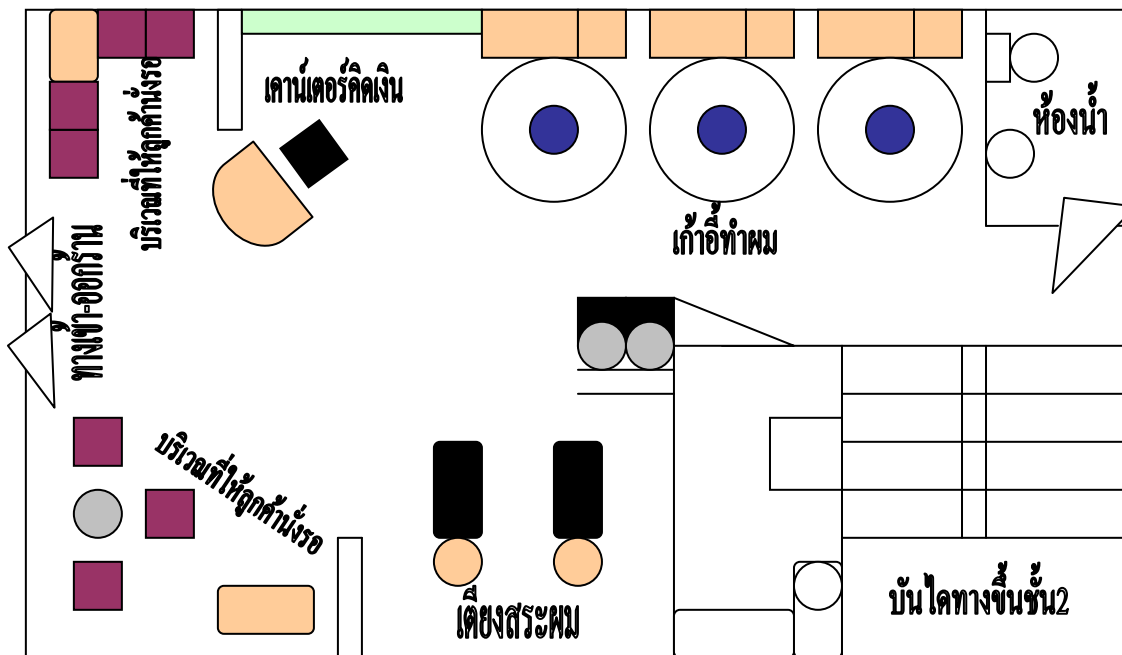
ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON ตั้งอยู่ที่เลขที่ 524/5 ถนนพิชัยณรงค์สงคราม ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี 18000 หรือ บริเวณ หน้าวิทยาลัยอาชีวศึกษา และที่ทำการศาลากลางจังหวัดสระบุรี ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี



ภาพที่ 3 แสดงแผนที่ตั้งสถานประกอบการ

ร้านเสริมสวย THE BEAUTY SHOP SALON ได้ทำการเช่าพื้นที่อาคารพาณิชย์ 1 คูหา 3 ชั้น 3 ห้องน้ำ มีขนาดความกว้าง 5 เมตร และความยาว 10 เมตร ในอัตราค่าเช่าเดือนละ 10,000 บาท โดยทางกิจการจะ ใช้พื้นที่เฉพาะในบริเวณชั้นที่ 1 ของอาคาร ซึ่งจะ ใช้พื้นที่ดังกล่าว เปิดให้บริการการเสริมสวย ไม่ว่าจะเป็นสระ ซอย อบไอน้ำ การยืดผม การทำสีผม การทำเล็บ เป็นต้น

ผังแผนการจัดรูปแบบร้าน



ภาพที่ 4 แสดงการจัดวางตำแหน่งการบริการต่างๆ ภายในร้านเสริมสวย

ลักษณะจุดเด่นและจุดด้อยของสถานที่ตั้งกิจการ

ตารางที่ 9 แสดงจุดเด่นและจุดด้อยของสถานที่ตั้งกิจการ

จุดเด่น	จุดด้อย
<ul style="list-style-type: none"> กิจการตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชน อัน ได้แก่ โรงเรียน สถานที่ราชการ บริษัทเอกชน และคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง มีระบบการคมนาคมที่สะดวก มีรถประจำทางหลายสายวิ่งผ่าน อีกทั้งยังสามารถขึ้น - ลง ได้บริเวณหน้าร้าน 	<ul style="list-style-type: none"> ทางร้านมีที่จอดรถไม่เพียงพอให้กับลูกค้า สามารถจอดรถยนต์หน้าร้านได้เพียง 2 - 3 คัน เนื่องด้วยกิจการอยู่ใกล้โรงเรียน เมื่อถึงเวลาการปิดภาคเรียน จะทำให้กิจการมีลูกค้าน้อยลง

การปรับปรุงตกแต่งสถานที่

ตารางที่ 10 แสดงอุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
1	ปิดเตอร์เลียนไฟฟ้า	1	3,000	3,000
2	เครื่องอบไอน้ำ	1	3,000	3,000
3	เครื่องอบอินฟราเรด	1	20,000	20,000
4	เตียงสระผม	2	1,800	3,600
5	เก้าอี้เสริมสวย	3	2,500	7,500
6	เตียงสำหรับบริการ	2	2,800	5,600
7	เครื่องพ่นที่เล็บอัตโนมัติ	1	20,000	20,000
8	อุปกรณ์แต่งหน้า	1	5,000	5,000
9	เครื่องทำน้ำอุ่น	1	2,900	2,900
10	เครื่องซักผ้า	1	8,900	8,900
	รวม		69,900	79,500

ตารางที่ 11 แสดงวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
1	หวีซอยผม	2	80	160
2	แปรงผม	4	80	320
3	หวี	4	35	140
4	แกนม้วนผม	100	4	400
5	ก๊ีบหนีบผม	50	2	100
6	ก๊ีบตัดผม	100	0.25	25
7	ผ้าขนหนูผืนเล็ก	100	12	1,200
8	ใบมีดโกน	50	5	500
9	ถ้วยและแปรงสำหรับ ผสมน้ำยา	5	20	100
10	ฟรอย	2	100	200
11	ถุงมือ	100 คู่	2	200
	รวม		340.25	3,345

ตารางที่ 12 แสดงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

ลำดับ	รายการ	จำนวนต่อปี	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
1	แชมพูสระผม	60	120	7,200
2	ครีมนวดผม	18	140	5,040
3	ลอรีอัลแฮร์สไป	12	480	5,760
4	โคลนหมักผม	12	220	2,640
5	สาหร่ายหมักผม	12	260	3,120
6	ครีมหมักผม โคลแลน	12	95	1,140
7	เจลจัดแต่งทรงผม	24	80	1,920
8	มูสจัดแต่งทรงผม	24	100	2,400
10	แว็กซ์จัดแต่งทรงผม	24	70	1,680
11	น้ำมันจัดแต่งทรงผม	24	90	2,160
12	น้ำยาคัดขนตา	24	50	100
13	น้ำยาเปลี่ยนสีผม	540	280	151,200
14	น้ำยาเคลือบสีผม	120	250	30,000
15	เฮนนำเปลี่ยนสีผม	60	150	9,000
16	น้ำยาทาเล็บ	180	12	2,160
17	ผมแท้ 100% 25 นิ้ว	12 กิโลกรัม	8,000	96,000
18	ผลิตภัณฑ์ไฮไลต์สีผม	60	50	3,000
	รวม		11,037	402,040

ตารางที่ 13 แสดงอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
1	เครื่องคิดเงิน	1	5,000.00	5,000.00
2	เครื่องคิดเงิน	1	3,000.00	3,000.00
3	โทรศัพท์และโทรสาร	1	6,000.00	6,000.00
4	เครื่องปรับอากาศ	2	25,900	51,800.00
5	โทรทัศน์	1	4,990	4,990.00
6	เครื่องเสียง	1	7,900	7,900.00
7	ไฟหมუნเสริมสวย	1	3,000	3,000
8	ป้ายร้านเสริมสวย	1	4,000	4,000
9	โต๊ะ	2	1,500	3,000
10	ตู้	1	5,000	5,000
11	โซฟา	1	3,900	3,900
12	ชั้นวางหนังสือ	1	400	400

รวม		70,190	97,590
-----	--	--------	--------

ความสามารถในการบริการ

จำนวนวันที่ใช้ในการให้บริการต่อปี 365 วัน

จำนวนเวลาที่ใช้ในการให้บริการต่อวัน 15 ชั่วโมง

เปิดให้บริการเวลา 06.00น. - 21.00น. วันจันทร์ – วันอาทิตย์ พนักงานแต่ละคนสามารถลาหยุดได้เดือนละ 3 วัน แต่ต้องทำการบอกล่วงหน้าก่อนเป็นเวลา 1 สัปดาห์

จำนวนแรงงานที่ใช้ในการให้บริการ 4 คน

อัตราค่าแรงงานในการให้บริการ 39,000 บาทต่อเดือน (ผู้จัดการร้าน 12,000 บาทต่อเดือน และพนักงาน จำนวน 3 คน คนละ 9,000 บาทต่อเดือน)

แหล่งวัตถุดิบในการบริการ

ร้านอาจารย์แก้วบิวตี้ อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี เป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เสริมสวยผลิตภัณฑ์ชั้นนำ ผลิตภัณฑ์เสริมสวย แก้วอู่ช่าง เตียงสระ กระจก แปรง ไลร์เป่าผม หวี เครื่องหนีบผม เครื่องม้วนผม หมวกคลุม เครื่องอบไอน้ำ หัวหุ่น โซฟารับแขก ไฟหมუნ แชมพู ครีมนวด อุปกรณ์ต่อเล็บ ทำเล็บ เป็นต้น

1. ห้างเสรีชัยบิวตี้ ราชเทวี กรุงเทพฯ ผู้ผลิต และจัดจำหน่ายอุปกรณ์เสริมสวยครบวงจร
2. บริษัท ลอลิออล ประเทศไทยจำกัด ผู้ผลิตและนำเข้าผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม
3. ร้านสง่าเฟอเนเจอร์ อำเภอเมือง จังหวัด สระบุรี เป็นตัวแทนจำหน่ายชุดตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน และสำนักงาน

ขั้นตอนการบริการ

1.การต้อนรับลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้ามาที่ร้าน พนักงานจะต้อนรับออกลูกค้า และกล่าวคำว่า “สวัสดีค่ะ” พร้อมทั้งยกมือไหว้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้ามาใช้บริการ จากนั้นสอบถามบริการที่ลูกค้าต้องการหรือแนะนำบริการ พร้อมทั้งบริการเครื่องดื่มฟรีแก่ลูกค้า

2.การแนะนำบริการแก่ลูกค้า

- กรณีที่เป็นลูกค้าประจำ สอบถามว่าจะใช้บริการอะไร มีช่างประจำหรือไม่ จากนั้นทำการแนะนำการบริการที่ลูกค้าสนใจ และทำการบริการแก่ลูกค้า
- กรณีลูกค้าใหม่ สอบถามว่าต้องการใช้บริการอะไร จากนั้นทำการแนะนำบริการที่ลูกค้าต้องการ และทำการบริการแก่ลูกค้า

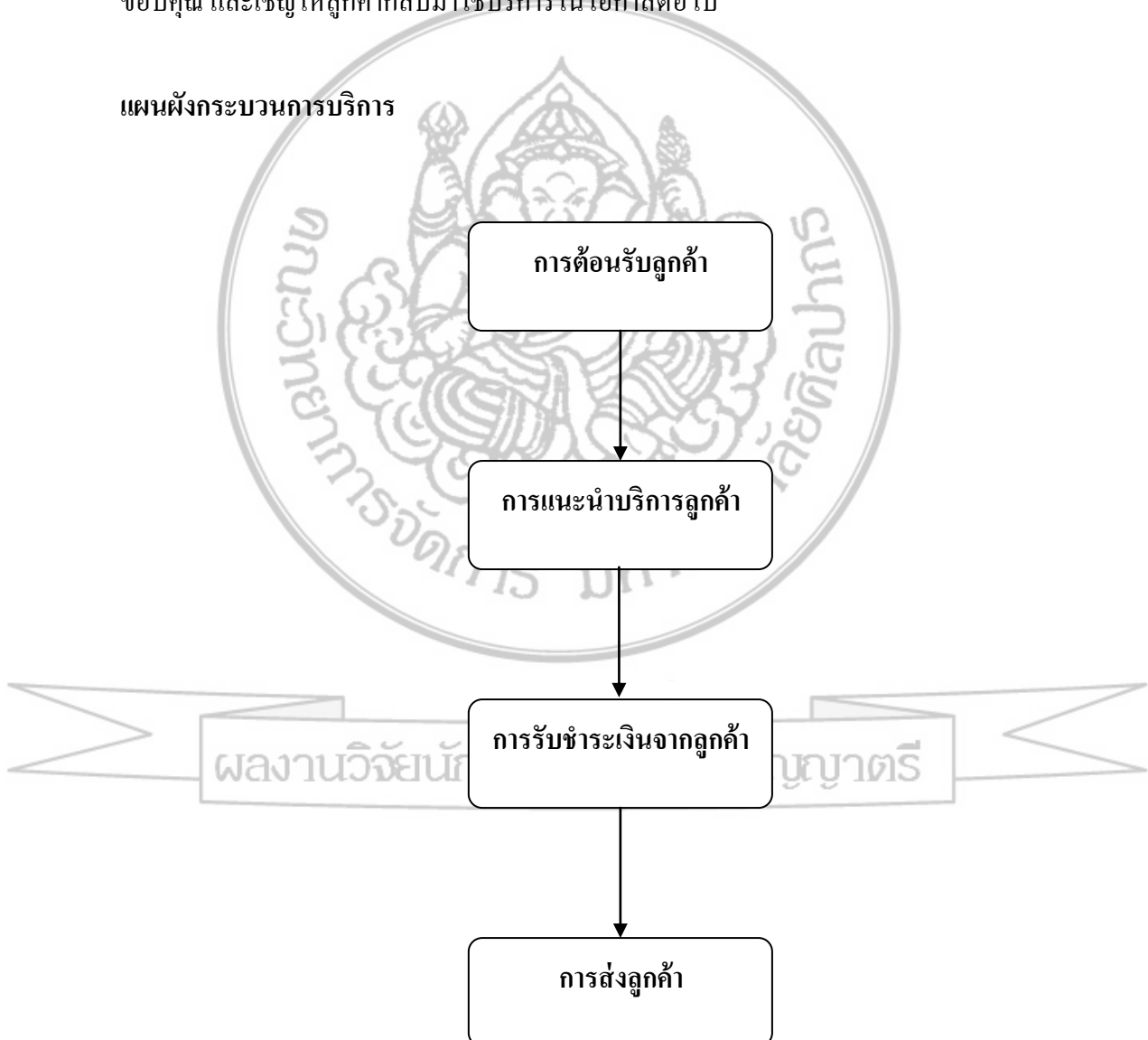
3.การให้บริการลูกค้า

บริเวณชั้นที่ 1 ของร้านจะเป็นการให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการเข้ามาใช้บริการเกี่ยวกับการทำผมทั้งหมดไม่ว่าจะเป็น การสระผม ซอยผม ทำสีผม ยืดผม คัดผม อบไอน้ำ เป็นต้น

4.การรับชำระเงินจากลูกค้า หลังจากให้บริการลูกค้าเสร็จแล้ว พนักงานเชิญลูกค้าไปยังจุดชำระเงิน และสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการ

5.การส่งลูกค้า หลังจากบริการในทุกขั้นตอนเสร็จเรียบร้อยแล้วที่ลูกค้ารับบริการ พร้อมทั้งชำระค่าบริการเสร็จเรียบร้อยแล้ว เมื่อลูกค้าต้องการเดินทางกลับ พนักงานทำการกล่าวคำขอบคุณ และเชิญให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการในโอกาสต่อไป

แผนผังกระบวนการบริการ



ภาพที่ 5 แสดงแผนผังกระบวนการบริการ

บทที่ 8
งบการเงิน

ตารางที่ 14 ต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

รายการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของผู้ ถือหุ้น
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
1.เงินลงทุนหมุนเวียน				
1.1 เงินสดสำรองการดำเนินงาน	250,000.00	-	100,000.00	50,000.00
รวมเงินลงทุนหมุนเวียน	250,000.00	0.00	200,000.00	50,000.00
2.เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์				
2.1 เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการบริการ	79,500.00	-	-	79,500.00
2.2 เครื่องใช้สำนักงาน	97,590.00	-	-	97,590.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	177,090.00	0.00	0.00	177,090.00
3.รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	50,000.00	-	-	50,000.00
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	50,000.00	-	-	50,000.00
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น	477,090.00	0.00	200,000.00	277,090.00
อัตราส่วนหนี้สิน : ส่วนของผู้ถือหุ้น	1.00		0.42	0.58

(หมายเหตุ รายจ่ายในการเตรียมการ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล และค่าใช้จ่ายในการปรับปรุง และตกแต่งร้าน)

ตารางที่ 15 แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี

อัตราดอกเบี้ยต่อปี 8%

ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ดอกเบี้ย
1	200,000.00	40,000.00	16,000.00	56,000.00
2	160,000.00	40,000.00	12,800.00	52,800.00
3	120,000.00	40,000.00	9,600.00	49,600.00
4	80,000.00	40,000.00	6,400.00	46,400.00
5	40,000.00	40,000.00	3,200.00	43,200.00
รวม		200,000.00	48,000.00	248,000.00

(หมายเหตุ อัตราดอกเบี้ยคำนวณได้จากธนาคารพาณิชย์ 3 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ 7.75% ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 8% และธนาคารธนชาติ 8.25%)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 16 ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น (บาท)	อัตราค่าเสื่อม ราคาต่อปี (%)	ค่าเสื่อมราคา ต่อปี (บาท)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการบริการ										
ปิดเตอร์เลียนไฟฟ้า	1	3,000.00	3,000.00	20%	600.00	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600.00	1.00
เครื่องอบไอน้ำ	1	3,000.00	3,000.00	20%	600.00	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600.00	1.00
เครื่องอบอินฟาเรด	1	20,000.00	20,000.00	20%	4,000.00	16,000.00	12,000.00	8,000.00	4,000.00	1.00
เตียงสระผสม	2	1,800.00	3,600.00	20%	720.00	2,880.00	2,160.00	1,440.00	720.00	2.00
เก้าอี้เสริมสวย	3	2,500.00	7,500.00	20%	1,500.00	6,000.00	4,500.00	3,000.00	1,500.00	3.00
เตียงสำหรับบริการนวดและขัดผิว	2	2,800	5,600.00	20%	1,120.00	4,480.00	3,360.00	2,240.00	1,120.00	2.00
เครื่องแฟนที่เสียบอัตโนมัติ	1	20,000	20,000.00	20%	4,000.00	16,000.00	12,000.00	8,000.00	4,000.00	1.00
อุปกรณ์แต่งหน้า	1	5,000	5,000.00	20%	1,000.00	4,000.00	3,000.00	2,000.00	1,000.00	1.00
เครื่องทำน้ำอุ่น	1	2,900	2,900.00	20%	580.00	2,320.00	1,740.00	1,160.00	580.00	1.00
เครื่องซักผ้า	1	8,900	8,900.00	20%	1,780.00	7,120.00	5,340.00	3,560.00	1,780.00	1.00
รวม	14.00	69,900.00	79,500.00		15,900.00	63,600.00	47,700.00	31,800.00	15,900.00	14.00

ตารางที่ 16 ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา (ต่อ)

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น (บาท)	อัตราค่า เสื่อมราคา ต่อปี (%)	ค่าเสื่อม ราคาต่อปี (บาท)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
เครื่องใช้สำนักงาน										
เคานเตอร์ต้อนรับและชำระเงิน	1	5,000.00	5,000.00	20%	1,000.00	4,000.00	3,000.00	2,000.00	1,000.00	1.00
เครื่องคิดเงิน	1	3,000.00	3,000.00	20%	600.00	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600.00	1.00
โทรศัพท์และโทรสาร	1	6,000.00	6,000.00	20%	1,200.00	4,800.00	3,600.00	2,400.00	1,200.00	1.00
เครื่องปรับอากาศ	2	25,900	51,800.00	20%	10,360.00	41,440.00	31,080.00	20,720.00	10,360.00	2.00
โทรทัศน์	1	4,990	4,990.00	20%	998.00	3,992.00	2,994.00	1,996.00	998.00	1.00
เครื่องเสียง	1	7,900	7,900.00	20%	1,580.00	6,320.00	4,740.00	3,160.00	1,580.00	1.00
ไฟหมอนเสริมสวย	1	3,000	3,000.00	20%	600.00	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600.00	1.00
ป้ายร้านเสริมสวย	1	4,000	4,000.00	20%	800.00	3,200.00	2,400.00	1,600.00	800.00	1.00
โต๊ะ	2	1,500	3,000.00	20%	600.00	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600.00	2.00
ตู้	1	5,000	5,000.00	20%	1,000.00	4,000.00	3,000.00	2,000.00	1,000.00	1.00
โซฟา	1	3,900	3,900.00	20%	780.00	3,120.00	2,340.00	1,560.00	780.00	1.00
รวม	13.00	70,190.00	97,590.00		19,518.00	78,072.00	58,554.00	39,036.00	19,518.00	13.00

ตารางที่ 16 ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา(ต่อ)

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น (บาท)	อัตราค่า เสื่อมราคา ต่อปี (%)	ค่าเสื่อม ราคาต่อปี (บาท)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
รวมทั้งสิ้น		140,090.00	177,090.00		35,418.00	141,672.00	106,254.00	70,836.00	35,418.00	27.00

ตารางที่ 17 แสดงประมาณการบริการรายเดือน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 10	เดือนที่ 12	รวม
จำนวนผู้ให้บริการ(คน)													
สระ – ไคร์	30.00	30.00	34.00	30.00	35.00	36.00	36.00	45.00	42.00	45.00	49.00	55.00	467.00
สระ – ซอย	13.00	18.00	20.00	25.00	26.00	28.00	27.00	32.00	30.00	30.00	42.00	45.00	336.00
อบไอน้ำ	10.00	14.00	15.00	16.00	15.00	18.00	18.00	18.00	59.00	56.00	61.00	70.00	370.00
ยี่ดมหถาวร	3.00	5.00	5.00	9.00	7.00	7.00	10.00	8.00	8.00	13.00	3.00	3.00	81.00
คัดผม	2.00	3.00	3.00	8.00	5.00	5.00	12.00	3.00	3.00	9.00	5.00	3.00	61.00
ทำสีผม	5.00	8.00	9.00	10.00	12.00	14.00	14.00	20.00	34.00	42.00	42.00	58.00	268.00
เคลือบสีผม	2.00	3.00	4.00	5.00	4.00	6.00	6.00	6.00	12.00	20.00	23.00	26.00	117.00
เสนน่าสีผม	1.00	2.00	3.00	3.00	2.00	5.00	10.00	12.00	18.00	20.00	20.00	30.00	126.00
ไฮไลท์	3.00	4.00	7.00	5.00	6.00	6.00	12.00	14.00	18.00	18.00	18.00	18.00	129.00
ต่อผม	3.00	4.00	7.00	5.00	6.00	6.00	12.00	14.00	18.00	18.00	18.00	18.00	129.00
คัดขนตาถาวร	2.00	5.00	5.00	4.00	5.00	7.00	10.00	18.00	20.00	23.00	25.00	27.00	151.00
ต่อขนตา	4.00	5.00	8.00	9.00	11.00	10.00	10.00	10.00	10.00	11.00	15.00	20.00	123.00
แต่งหน้าและเกล้าผม	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	10.00	10.00	10.00	11.00	15.00	20.00	96.00
ทำเล็บ	5.00	8.00	8.00	8.00	10.00	12.00	12.00	16.00	13.00	17.00	20.00	40.00	169.00
ต่อเล็บ	5.00	6.00	6.00	7.00	7.00	8.00	12.00	24.00	29.00	30.00	32.00	30.00	196.00
เพ้นท์เล็บ	4.00	5.00	9.00	10.00	8.00	5.00	5.00	3.00	8.00	8.00	5.00	35.00	105.00
รวมจำนวนผู้ให้บริการ (คน)	96.00	123.00	146.00	158.00	162.00	176.00	216.00	253.00	332.00	371.00	393.00	498.00	2,924.00
ราคาค่าบริการ(บาท)													
สระ – ไคร์	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00

ตารางที่ 17 แสดงประมาณการบริการรายเดือน (ต่อ)

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 10	เดือนที่ 12	รวม
สระ - ซอย	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
อบไอน้ำ	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
ซีดผมถาวร	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
ตัดผม	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
ทำสีผม	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
เคลือบสีผม	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
เสนน้ำสีผม	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
ไฮไลท์	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
ต่อผม	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
ตัดขนตาถาวร	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
ต่อขนตา	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
แต่งหน้าและเกล้าผม	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
ทำเล็บ	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
ต่อเล็บ	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00
เพนท์เล็บ	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
ราคาคืนค่าเฉลี่ย	349.38	349.38	349.38	349.38	349.38	349.38	349.38	349.38	349.38	349.38	349.38	349.38	349.38
รายได้จากการขาย(บาท)													
สระ - ไคร์	2,700	2,700	3,060	2,700	3,150	3,240	3,240	4,050	3,780	4,050	4,410	4,950	42,030.00
สระ - ซอย	1,560	2,160	2,400	3,000	3,120	3,360	3,240	3,840	3,600	3,600	5,040	5,400	40,320.00
อบไอน้ำ	4,000	5,600	6,000	6,400	6,000	7,200	7,200	7,200	23,600	22,400	24,400	28,000	148,000.00

ตารางที่ 17 แสดงการประมาณการบริการรายเดือน (ต่อ)

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 10	เดือนที่ 12	รวม
ขีดผมถาวร	1,800	3,000	3,000	5,400	4,200	4,200	6,000	4,800	4,800	7,800	1,800	1,800	48,600.00
ตัดผม	1,000	1,500	1,500	4,000	2,500	2,500	6,000	1,500	1,500	4,500	2,500	1,500	30,500.00
ทำสีผม	3,000	4,800	5,400	6,000	7,200	8,400	8,400	12,000	20,400	25,200	25,200	34,800	160,800.00
เคลือบสีผม	1,000	1,500	2,000	2,500	2,000	3,000	3,000	3,000	6,000	10,000	11,500	13,000	58,500.00
เสน่น้ำสีผม	400	800	1,200	1,200	800	2,000	4,000	4,800	7,200	8,000	8,000	12,000	50,400.00
ไฮไลท์	1,200	1,600	2,800	2,000	2,400	2,400	4,800	5,600	7,200	7,200	7,200	7,200	51,600.00
ต่อผม	900	1,200	2,100	1,500	1,800	1,800	3,600	4,200	5,400	5,400	5,400	5,400	38,700.00
ตัดขนตาถาวร	400	1,000	1,000	800	1,000	1,400	2,000	3,600	4,000	4,600	5,000	5,400	30,200.00
ต่อขนตา	800	1,000	1,600	1,800	2,200	2,000	2,000	2,000	2,000	2,200	3,000	4,000	24,600.00
แต่งหน้าและเกล้าผม	1,400	1,050	1,050	1,400	1,050	1,050	3,500	3,500	3,500	3,850	5,250	7,000	33,600.00
ทำเล็บ	400	640	640	640	800	960	960	1,280	1,040	1,360	1,600	3,200	13,520.00
ต่อเล็บ	3,500	4,200	4,200	4,900	4,900	5,600	8,400	16,800	20,300	21,000	22,400	21,000	137,200.00
เพนท์เล็บ	600	750	1,350	1,500	1,200	750	750	450	1,200	1,200	750	5,250	15,750.00
รวมรายได้สะสม(บาท)	24,660	33,500	39,300	45,740	44,320	49,860	67,090	78,620	115,520	132,360	133,450	159,900	924,320.00
เงินสดรับการขาย(บาท)	24,660	33,500	39,300	45,740	44,320	49,860	67,090	78,620	115,520	132,360	133,450	159,900	924,320.00

ตารางที่ 18 แสดงประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนบริการ (ครั้ง)		เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 7%	เพิ่ม 10 %	เพิ่ม 15%
สระ – ไดร้	467.00	490.35	524.67	577.14	663.71
สระ – ซอย	336.00	352.80	377.50	415.25	477.53
อบไอน้ำ	370.00	388.50	415.70	457.26	525.85
ยี่ตมถาวร	81.00	85.05	91.00	100.10	115.12
ค้ตม	61.00	64.05	68.53	75.39	86.69
ทำล้ตม	268.00	281.40	301.10	331.21	380.89
เคลือบล้ตม	117.00	122.85	131.45	144.59	166.28
เสนน้ล้ตม	126.00	132.30	141.56	155.72	179.07
ไฮไลท์	129.00	135.45	144.93	159.42	183.34
ต้อตม	129.00	135.45	144.93	159.42	183.34
ค้ตมตาถาวร	151.00	158.55	169.65	186.61	214.61
ต้อขนตา	123.00	129.15	138.19	152.01	174.81
แต่งหน้า และเกล้าตม	96.00	100.80	107.86	118.64	136.44
ทำเล็บ	169.00	177.45	189.87	208.86	240.19
ต้อเล็บ	196.00	205.80	220.21	242.23	278.56
เพ้นท์เล็บ	105.00	110.25	117.97	129.76	149.23
รวมจำนวนการบริการ	2,924.00	3,070.20	3,285.11	3,613.63	4,155.67
ราคาบริการ (บาท/ครั้ง)					
สระ – ไดร้	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00

ตารางที่ 18 แสดงประมาณการรายได้จากการบริการ (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สระ - ซอย	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
อบไอน้ำ	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
ยัดผมถาวร	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
ตัดผม	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
ทำสีผม	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
เคลือบสีผม	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
เสนน่าสีผม	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
ไฮไลท์	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
ต่อผม	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
ตัดขนตาถาวร	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
ต่อขนตา	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
แต่งหน้าและเกล้าผม	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
ทำเล็บ	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
ต่อเล็บ	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00
เพ้นท์เล็บ	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
รวมบริการเฉลี่ย (บาท)	349.38	349.38	349.38	349.38	349.38
รายได้จากการบริการ (บาท)					
สระ - ไคร์	42,030.00	44,131.50	47,220.71	51,942.78	59,734.19
สระ - ซอย	40,320.00	42,336.00	45,299.52	49,829.47	57,303.89
อบไอน้ำ	148,000.00	155,400.00	166,278.00	182,905.80	210,341.67

ตารางที่ 18 แสดงประมาณการรายได้จากการบริการ (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ซีดดมถาวร	48,600.00	51,030.00	54,602.10	60,062.31	69,071.66
ตัดดม	30,500.00	32,025.00	34,266.75	37,693.43	43,347.44
ทำสีดม	160,800.00	168,840.00	180,658.80	198,724.68	228,533.38
เคลือบสีดม	58,500.00	61,425.00	65,724.75	72,297.23	83,141.81
เสนนำสีดม	50,400.00	52,920.00	56,624.40	62,286.84	71,629.87
ไฮไลท์	51,600.00	54,180.00	57,972.60	63,769.86	73,335.34
ต่อดม	38,700.00	40,635.00	43,479.45	47,827.40	55,001.50
ตัดขนตาถาวร	30,200.00	31,710.00	33,929.70	37,322.67	42,921.07
ต่อขนตา	24,600.00	25,830.00	27,638.10	30,401.91	34,962.20
แต่งหน้าและเกล้าดม	33,600.00	35,280.00	37,749.60	41,524.56	47,753.24
ทำเล็บ	13,520.00	14,196.00	15,189.72	16,708.69	19,215.00
ต่อเล็บ	137,200.00	144,060.00	154,144.20	169,558.62	194,992.41
เพ้นท์เล็บ	15,750.00	16,537.50	17,695.13	19,464.64	22,384.33
รวมรายได้สะสม (บาท)	924,320.00	970,536.00	1,038,473.52	1,142,320.87	1,313,669.00
เงินสตรับการบริการ (บาท)	924,320.00	970,536.00	1,038,473.52	1,142,320.87	1,313,669.00

ตารางที่ 19 แสดงประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนซื้อผลิตภัณฑ์ทางตรงในการบริการ		เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 7%	เพิ่ม 10 %	เพิ่ม 15%
แชมพูสระผม(5/เดือน)	60.00	63.00	67.41	74.15	85.27
ครีมนวดผม(3/เดือน)	18.00	18.90	20.22	22.25	25.58
ลอรีอัลแฮร์สไปา(1/เดือน)	12.00	12.60	13.48	14.83	17.05
โคลนหมักผม(1/เดือน)	12.00	12.60	13.48	14.83	17.05
ครีมหมักผมโลแลน(1/เดือน)	12.00	12.60	13.48	14.83	17.05
เจลจัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	24.00	25.20	26.96	29.66	34.11
มูสจัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	24.00	25.20	26.96	29.66	34.11
สเปรย์จัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	24.00	25.20	26.96	29.66	34.11
แวกซ์จัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	24.00	25.20	26.96	29.66	34.11
น้ำมันจัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	24.00	25.20	26.96	29.66	34.11
น้ำยาคัดผมโลแลน(20/เดือน)	240.00	252.00	269.64	296.60	341.09
น้ำยาคัดผม Stasera Perm(10/เดือน)	120.00	126.00	134.82	148.30	170.55
น้ำยาคัดขนตา(2/เดือน)	24.00	25.20	26.96	29.66	34.11
น้ำยาเปลี่ยนสีผม(45/เดือน)	540.00	567.00	606.69	667.36	767.46
น้ำยาเคลือบสีผม(10/เดือน)	120.00	126.00	134.82	148.30	170.55
เสนนำเปลี่ยนสีผม(5/เดือน)	60.00	63.00	67.41	74.15	85.27
น้ำยาทาสีผม(15/เดือน)	180.00	189.00	202.23	222.45	255.82
ผมแท้ 100% 25นิ้ว(1/เดือน)	12.00	12.60	13.48	14.83	17.05
ผลิตภัณฑ์ไฮไลท์สีผม(5/เดือน)	60.00	63.00	67.41	74.15	85.27

ตารางที่ 19 แสดงประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ทางตรง					
แชมพูสระผม(5/เดือน)	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
ครีมนวดผม(3/เดือน)	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00
ลอรีอัลแฮร์สไปา(1/เดือน)	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00
โคลนหมักผม(1/เดือน)	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00
ครีมหมักผมโลแลน(1/เดือน)	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00
เจลจัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
มูสจัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
สเปรย์จัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
แวกซ์จัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00
น้ำมันจัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
น้ำยาคัดผมโลแลน(20/เดือน)	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
น้ำยาคัดผม Stasera Perm(10/เดือน)	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00
น้ำยาคัดขนตา(2/เดือน)	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
น้ำยาเปลี่ยนสีผม(45/เดือน)	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00
น้ำยาเคลือบสีผม(10/เดือน)	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
เสนนำเปลี่ยนสีผม(5/เดือน)	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
น้ำยาทาสีผม(15/เดือน)	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
ผมแท้ 100% 25นิ้ว(1/เดือน)	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00
ผลิตภัณฑ์ไฮไลท์สีผม(5/เดือน)	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00

ตารางที่ 19 แสดงประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดซื้อผลิตภัณฑ์ทางตรงในการบริการ (บาท)					
แชมพูสระผม(5/เดือน)	7,200.00	7,560.00	8,089.20	8,898.12	10,232.84
ครีมนวดผม(3/เดือน)	2,520.00	2,646.00	2,831.22	3,114.34	3,581.49
ลอรีอัลแฮร์สไปา(1/เดือน)	5,760.00	6,048.00	6,471.36	7,118.50	8,186.27
โคลนหมักผม(1/เดือน)	2,640.00	2,772.00	2,966.04	3,262.64	3,752.04
ครีมหมักผมโลแลน(1/เดือน)	1,140.00	1,197.00	1,280.79	1,408.87	1,620.20
เจลจัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	1,920.00	2,016.00	2,157.12	2,372.83	2,728.76
มูสจัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	2,400.00	2,520.00	2,696.40	2,966.04	3,410.95
สเปรย์จัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	1,920.00	2,016.00	2,157.12	2,372.83	2,728.76
แว็กซ์จัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	1,680.00	1,764.00	1,887.48	2,076.23	2,387.66
น้ำมันจัดแต่งทรงผม(2/เดือน)	2,160.00	2,268.00	2,426.76	2,669.44	3,069.85
น้ำยาคัดผมโลแลน(20/เดือน)	28,800.00	30,240.00	32,356.80	35,592.48	40,931.35
น้ำยาคัดผม Stasera Perm(10/เดือน)	46,800.00	49,140.00	52,579.80	57,837.78	66,513.45
น้ำยาคัดขนตา(2/เดือน)	1,200.00	1,260.00	1,348.20	1,483.02	1,705.47
น้ำยาเปลี่ยนสีผม(45/เดือน)	151,200.00	158,760.00	169,873.20	186,860.52	214,889.60
น้ำยาเคลือบสีผม(10/เดือน)	30,000.00	31,500.00	33,705.00	37,075.50	42,636.83
เสนาน้ำเปลี่ยนสีผม(5/เดือน)	9,000.00	9,450.00	10,111.50	11,122.65	12,791.05
น้ำยาทาเล็บ(15/เดือน)	2,160.00	2,268.00	2,426.76	2,669.44	3,069.85
ผมแท้ 100% 25นิ้ว(1/เดือน)	96,000.00	100,800.00	107,856.00	118,641.60	136,437.84
ผลิตภัณฑ์ไฮไลท์สีผม(5/เดือน)	3,000.00	3,150.00	3,370.50	3,707.55	4,263.68

ตารางที่ 19 แสดงประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)	15,480.00	16,254.00	17,391.78	19,130.96	22,000.60
บวก ค่าขนส่งเข้า	13,000.00	13,400.00	13,500.00	13,800.00	14,000.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ	28,480.00	29,654.00	30,891.78	32,930.96	36,000.60
บวก ผลิตภัณฑ์ทางตรงต้นงวด	-	2,848.00	2,965.40	3,089.18	3,293.10
หัก ผลิตภัณฑ์ทางตรงปลายงวด	2,848.00	2,965.40	3,089.18	3,293.10	3,600.06
ผลิตภัณฑ์ทางตรงที่ใช้ในการผลิต	25,632.00	29,536.60	30,768.00	32,727.04	35,693.64
เงินสดจ่ายค่าผลิตภัณฑ์ทางตรงในการผลิต(บาท)	28,480.00	29,654.00	30,891.78	32,930.96	36,000.60

ตารางที่ 20 แสดงประมาณการต้นทุนการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการบริการ(บาท)					
ค่าวัสดุคิดทางตรงในการบริการ	25,632.00	29,536.60	30,768.00	32,727.04	35,693.64
ค่าแรงงานทางตรงในการบริการ	468,000.00	477,360.00	491,680.80	516,264.84	552,403.38
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ	29,005.00	29,585.10	30,472.65	31,996.29	34,236.03
ค่าไฟฟ้า น้ำประปา	24,000.00	24,480.00	25,214.40	26,475.12	28,328.38
รวมต้นทุนการบริการ (1)	546,637.00	560,961.70	578,135.86	607,463.29	650,661.42
ค่าเสื่อมราคาในการบริการ (บาท)					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ	15,900.00	15,900.00	15,900.00	15,900.00	15,886.00
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการบริการ (2)	15,900.00	15,900.00	15,900.00	15,900.00	15,886.00
รวมต้นทุนการบริการทั้งสิ้น (1) + (2)	562,537.00	576,861.70	594,035.86	623,363.29	666,547.42
สินค้ำคงเหลือ (บาท)					
บวก สินค้ำคงเหลือต้นงวด	-	56,253.70	57,686.17	59,403.59	62,336.33
หัก สินค้ำคงเหลือปลายงวด	56,253.70	57,686.17	59,403.59	62,336.33	66,654.74
รวมต้นทุนการบริการ (บาท)	506,283.30	575,429.23	592,318.44	620,430.54	662,229.01
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการ	521,005.00	531,425.10	547,367.85	574,736.25	614,967.78

ตารางที่ 21 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการบริการ (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	144,000.00	151,200.00	151,200.00	158,400.00	158,400.00
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	17,000.00	16,000.00	14,000.00	12,000.00	10,000.00
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	16,800.00	17,200.00	17,700.00	18,900.00	20,200.00
ค่าโทรศัพท์	14,400.00	16,800.00	18,000.00	19,000.00	20,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	15,000.00	15,300.00	15,800.00	16,600.00	17,800.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเริ่มแรก	50,000.00	-	-	-	-
ค่าเช่าร้าน	20,000.00	22,000.00	24,200.00	26,620.00	29,282.00
รวมค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร (1)	277,200.00	238,500.00	240,900.00	251,520.00	255,682.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริการและบริหาร					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	19,518.00	19,518.00	19,518.00	19,518.00	19,505.00
รวมค่าเสื่อมราคา (2)	19,518.00	19,518.00	19,518.00	19,518.00	19,505.00
รวมค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร(1)+(2)	296,718.00	258,018.00	260,418.00	271,038.00	275,187.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร	277,200.00	238,500.00	240,900.00	251,520.00	255,682.00

ตารางที่ 22 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า (1)	924,320.00	970,536.00	1,038,473.52	1,142,320.87	1,313,669.00
รวมรายได้	924,320.00	970,536.00	1,038,473.52	1,142,320.87	1,313,669.00
หัก - ต้นทุนขายสินค้า (2)	506,283.30	575,429.23	592,318.44	620,430.54	662,229.01
กำไรขั้นต้น	418,036.70	395,106.77	446,155.08	521,890.33	651,440.00
หัก-ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (3)	296,718.00	258,018.00	260,418.00	271,038.00	275,187.00
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย	121,318.70	137,088.77	185,737.08	250,852.33	376,253.00
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย (4)	16,000.00	12,800.00	9,600.00	6,400.00	3,200.00
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักภาษีเงินได้	105,318.70	124,288.77	176,137.08	244,452.33	373,053.00
หัก - ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (5)	(5,868.13)	(4,291.12)	573.71	7,085.23	(15,374.70)
กำไรสุทธิ (1)-(2)-(3)-(4)-(5)	111,186.83	128,579.89	175,563.37	237,367.10	388,427.70
กำไรสะสม (7)	111,186.83	239,766.72	415,330.10	652,697.19	1,041,124.89

ตารางที่ 23 แสดงการคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา

คำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	121,318.70	137,088.77	185,737.08	250,852.33	376,253.00
(หัก)ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
เงินได้ที่ประเมินสุทธิ	91,318.70	107,088.77	155,737.08	220,852.33	346,253.00
ช่วงภาษี0-150,000ได้รับการยกเว้น	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี150,001-500,000 อัตราภาษี 10%	(5,868.13)	(4,291.12)	573.71	7,085.23	0.00
ช่วงภาษี 500,001-1,000,000 อัตราภาษี 20%	0.00	0.00	0.00	0.00	(15,374.70)
ช่วงภาษี1,000,001-4,000,000 อัตราภาษี 30%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี4,000,000 บาทขึ้นไป อัตราภาษี 37%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	(5,868.13)	(4,291.12)	573.71	7,085.23	(15,374.70)

ตารางที่ 24 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการบริการ	924,320.00	970,536.00	1,038,473.52	1,142,320.87	1,313,669.00
เงินสดจ่ายค่าวัสดุคิบบางตรงในการบริการ	(28,480.00)	(29,654.00)	(30,891.78)	(32,930.96)	(36,000.60)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการ	(521,005.00)	(531,425.10)	(547,367.85)	(574,736.25)	(614,967.78)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร	(277,200.00)	(238,500.00)	(240,900.00)	(251,520.00)	(255,682.00)
เงินสดจ่ายชำระคืนดอกเบี้ย	(16,000.00)	(12,800.00)	(9,600.00)	(6,400.00)	(3,200.00)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	5,868.13	4,291.12	(573.71)	(7,085.23)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	81,635.00	164,025.03	214,005.01	276,159.96	396,733.39
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์การบริการ	(79,500.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	(97,590.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(177,090.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากการกู้ยืม	200,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดรับจากเจ้าของ	277,090.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	(40,000.00)	(40,000.00)	(40,000.00)	(40,000.00)	(40,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	437,090.00	(40,000.00)	(40,000.00)	(40,000.00)	(40,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ	341,635.00	124,025.03	174,005.01	236,159.96	356,733.39
บวก กระแสเงินสดต้นงวด	0.00	341,635.00	465,660.03	639,665.04	875,825.00
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	341,635.00	465,660.03	639,665.04	875,825.00	1,232,558.39

ตารางที่ 25 แสดงประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	341,635.00	465,660.03	639,665.04	875,825.00	1,232,558.39
สินค้าคงเหลือ	59,101.70	60,651.57	62,492.76	65,629.42	70,254.80
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	400,736.70	526,311.60	702,157.80	941,454.42	1,302,813.19
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อุปกรณ์-สุทธิ	141,672.00	106,254.00	70,836.00	35,418.00	27.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	141,672.00	106,254.00	70,836.00	35,418.00	27.00
รวมสินทรัพย์	542,408.70	632,565.60	772,993.80	976,872.42	1,302,840.19
หนี้สินหมุนเวียน					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-5,868.13	-4,291.12	573.71	7,085.23	-15,374.70
เงินกู้ระยะยาวที่กำหนดชำระในปี	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	0.00
รวมหนี้สินหมุนเวียน	34,131.87	35,708.88	40,573.71	47,085.23	-15,374.70
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	120,000.00	80,000.00	40,000.00	0.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	120,000.00	80,000.00	40,000.00	0.00	0.00
รวมหนี้สิน	154,131.87	115,708.88	80,573.71	47,085.23	-15,374.70
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุน-นางสาวอภิพร กิจจานนท์	277,090.00	277,090.00	277,090.00	277,090.00	277,090.00
กำไรสะสม	111,186.83	239,766.72	415,330.10	652,697.19	1,041,124.89
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	388,276.83	516,856.72	692,420.10	929,787.19	1,318,214.89
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	542,408.70	632,565.60	772,993.80	976,872.42	1,302,840.19

ตารางที่ 26 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	11.74	14.74	17.31	19.99	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	10.01	13.04	15.77	18.60	-
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	9.00	9.98	9.97	9.95	9.94
ระยะเวลาสินค้าค้างเหลือ (Inventory Turnover Period)	40.56	36.59	36.61	36.67	36.74
อัตรากาหมุนของสินทรัพย์ถาวร	6.52	9.13	25.45	28.00	32.20
อัตรากาหมุนของสินทรัพย์รวม	1.70	1.53	1.34	1.17	1.01
อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้					
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)	0.38	0.22	0.11	0.05	-0.01
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)	0.40	0.22	0.12	0.05	-0.01
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	7.58	10.71	19.35	39.20	117.58
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.20	0.20	0.23	0.24	0.30
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	0.29	0.25	0.25	0.26	0.29
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	0.45	0.41	0.43	0.46	0.50
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	0.13	0.14	0.18	0.22	0.29
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	571,575.18				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	29%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	3 ปี 1 เดือน				

บทที่ 9 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง เป็นการเตรียมแนวทางในการดำเนินการไว้ล่วงหน้า สำหรับในกรณีที่สถานการณ์ หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนทำให้มี ผลกระทบในทางลบต่อกิจการ และส่งผลทำให้การดำเนินกิจการไม่เป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้

เนื่องจากธุรกิจร้าน THE BEAUTY SHOP SALON เป็นร้านที่ทำธุรกิจด้านการบริการเสริมสวย ซึ่งสามารถประสบกับความเสี่ยงในการทำธุรกิจด้านต่างๆ ขึ้นได้เสมอ ทั้งในเรื่องของการมีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้น การปรับแผนการส่งเสริมทางการตลาดของคู่แข่งรายเก่า อีกทั้งสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงลูกค้ามีกำลังในการใช้จ่ายลดลงในสินค้าหรือบริการที่มุ่งเพื่อขาย การลาออกอย่างกะทันหันของพนักงานที่จะส่งผลให้เกิดการบริการที่ล่าช้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจเปลี่ยนไปใช้บริการกับที่อื่น และความไม่มั่นใจในบริการของลูกค้า เป็นต้น จากผลกระทบต่างๆที่เกิดขึ้นทางร้าน THE BEAUTY SHOP SALON จึงได้ทำการวางแผนฉุกเฉิน เพื่อ รองรับต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ดังต่อไปนี้

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 1

เป็นการวางแผนฉุกเฉินในกรณีที่กิจการประสบกับปัญหาในการดำเนินงานทั้งจากภายใน และภายนอก ซึ่งปัญหาจากภายนอกคือการแข่งขันกับคู่แข่ง และปัญหาจากภายในคือการที่กิจการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 2

เป็นการวางแผนฉุกเฉินในกรณีที่กิจการประสบกับปัญหาต่างๆ จนหมดโอกาสทางธุรกิจลง และกิจการไม่สามารถดำเนินการการต่อไปได้

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 1

ตารางที่ 27 แสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงที่ 1

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางแก้ไข
1	พนักงานลาออกกะทันหัน	มีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ จึงส่งผลกระทบต่อลูกค้า ต้องรอบริการเป็นเวลานาน จนทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ	รับลูกจ้างเพิ่มโดยทำการให้พนักงานเช่นเดียวกับพนักงานประจำเป็นรายปี
2	จำนวนคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงมีเพิ่มมากขึ้น	ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น ทำให้กิจการสูญเสียลูกค้าประจำในบางส่วนไป และมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างไม่สม่ำเสมอ	จัดทำแผนส่งเสริมการขายโดยจัดทำในทุกๆ เทศกาลเพื่อเป็นการเพิ่มความสนใจให้กับลูกค้า และเพื่อเป็นการช่วยให้กิจการมีลูกค้ารายใหม่เพิ่มมากขึ้น
3	ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในบริการและความสามารถของผู้ให้บริการ	ในการเลือกบริการของลูกค้าในแต่ละครั้งลูกค้าจะมีความต้องการ และความพึงพอใจที่สูงสุด ดังนั้นลูกค้าจึงมีความคาดหวังในบริการมาก และเมื่อมีบริการใหม่เกิดขึ้นจึงทำให้ไม่มีความมั่นใจจากบริการนั้นๆ	เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้า กิจการได้ทำการติดประกาศนียบัตรรับรองเกี่ยวกับอาชีพ หรือด้วยรางวัลที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 27 แสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางแก้ไข
4	ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก ไม่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึง	ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ เนื่องจากต้องรอนานและอาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่น	กิจการแจ้งให้ลูกค้าทุกคน ทราบว่าลูกค้าสามารถโทรนัดหมายบริการล่วงหน้าได้ หรือหากลูกค้าต้องนั่งรอภายในร้านก็จัดพื้นที่ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เช่น การเปิดทีวี นิตยสาร เป็นต้น
5	จากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผลิตภัณฑ์ทำให้มีราคาสูงขึ้น	ทำให้กิจการมีกำไรลดลง เนื่องจากต้นทุนของผลิตภัณฑ์มีราคาเพิ่มขึ้น หากทางกิจการปรับอัตราค่าบริการให้เพิ่มตามไปด้วยนั้น จะส่งผลให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อยลง เพราะเห็นว่าการเข้าร้านเสริมสวย ถือเป็นการบริการที่ฟุ่มเฟือย	พิจารณาดัชนีทุนของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ อย่างละเอียด ศึกษาผลิตภัณฑ์ตราอื่นที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน และมีราคาต่ำกว่า เพื่อเป็นการลดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ ไม่ให้มีผลกระทบต่อราคาการบริการเดิม เมื่อทำการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ทางกิจการ จะทำความเข้าใจกับลูกค้าทุกครั้ง เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้
6	คู่แข่งขึ้นลดราคาในการให้บริการ	ทำให้กิจการมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการบริการน้อยลง	เน้นการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น โดยไม่ทำการขึ้นราคาการบริการ เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของการบริการ ปรับเพิ่มคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
7	กิจการมีเงินทุนไม่เพียงพอในการหมุนเวียน เพื่อใช้จ่ายภายในการดำเนินงาน	ทำให้กิจการต้องประสบกับปัญหาเงินหมุนเวียนไม่เพียงพอต่อการดำเนินกิจการ	จัดหาเงินลงทุนเพิ่มเติมจากสถาบันการเงิน
8	จำนวนลูกค้าลดลงจากสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน	เนื่องจากการบริการเสริมสวย ถือว่าเป็นบริการที่ฟุ่มเฟือย และเมื่อมีจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการลดลงจึงทำให้กิจการมีกำไรลดลงตามไป ส่งผลกระทบต่อรายได้ของกิจการ จนทำให้รายได้ไม่สมดุลกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ทั้งค่าจ้างพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น	พิจารณากระบวนการบริการ การจัดการบริการ ตลอดจนการจัดทำแผนส่งเสริมทางการตลาดของทางกิจการให้มีความสอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เช่น เมื่อถึงเวลาปิดเทอม ทางกิจการจะมีการคิดราคาค่าบริการในราคาพิเศษ ถือเป็นการดึงดูดลูกค้าในช่วงระยะเวลาสั้น แต่สามารถช่วยเพิ่มความสนใจจากลูกค้าได้มากขึ้น เป็นต้น

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 2

ตารางที่ 28 แสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงที่ 2

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางแก้ไข
1	รูปแบบของการบริการ ไม่ได้ ได้รับความสนใจจากลูกค้า ซึ่ง ส่งผลทำให้ผลการดำเนินงาน ไม่เป็นไปตามที่วางไว้	กิจการไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ และเกิดการ ขาดทุน	ทางกิจการพิจารณาเลิกกิจการ โดยการขายสินทรัพย์ที่มีอยู่ ทั้งหมดเพื่อเลิกกิจการ
2	กิจการไม่สามารถดำเนินงาน ต่อไปได้ โอกาสทางธุรกิจ หมดลง	กิจการไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อีก	ทางกิจการมีการปรับเปลี่ยน ไปเป็นธุรกิจอื่นๆ เช่น การ เปลี่ยนไปทำธุรกิจร้านทำเล็บ เพียงอย่างเดียวการเปลี่ยนไป ทำธุรกิจร้านสปา หรือการ เปลี่ยนไปทำธุรกิจตัวแทนขาย ผลิตภัณฑ์ และอุปกรณ์เสริม สวย เป็นต้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 10
แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ตารางที่ 29 แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ลำดับ	งานที่ต้องการปรับปรุง	วิธีการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1	ปรับปรุงบริการให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น	ทำการพูดคุยกับพนักงานเพื่อให้เกิดความเข้าใจในงานบริการ หลีกเลี่ยงการใช้อารมณ์	ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการ และกลับมาใช้บริการอีกครั้ง
2	การจัดตกแต่งร้านให้ดูทันสมัย และสะอาดอยู่เสมอ	การทำความสะอาดอุปกรณ์เป็นประจำ จัดร้านให้ดูสว่างสะอาดตา	ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นใน ความสะอาดของร้าน
3	การตรวจสอบด้านการเงินของกิจการ	ทำการตรวจสอบบัญชี พร้อมทั้งบันทึกรายรับรายจ่าย ที่กิจการเข้ามาและใช้ไป	สามารถตรวจสอบการหมุนของเงินได้ และช่วยแก้ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น หากมีค่าใช้จ่ายที่ผิดปกติ
4	การรับบริการเสริมสวยนอกสถานที่ตามงานเทศกาลต่างๆ	ทำการการพูดคุย หรือการติดป้ายประกาศอย่างชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าทุกคนได้ทราบ	ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกจากการให้บริการเสริมสวยนอกสถานที่ โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเข้ามาใช้บริการที่ร้าน นอกจากนี้ยังช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการกับทางร้านอีก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

- กตัญญู หิรัญญสมบุญ. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2544.
- การประปานครหลวง. การคิดค่าน้ำ [Online]. Accessed 1 November 2007. Available from <http://www.mwa.co.th/watercost.html>
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. อีเอ็ม [Online]. Accessed 6 April 2007. Available from <http://www.chivavitheer.net/modules.php?name=News&file=article&sid=23>
- นภนัทย์ หอมสุต. การบัญชีเพื่อการจัดการ. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์, 2549.
- วัชรพงษ์ ภัทรสกล . “แผนธุรกิจร้านบอมม์-เบียร์ ก็ฟชี้อป.” แผนธุรกิจในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร , 2549.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์, 2546.
- สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดลงทุนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การวิเคราะห์งบการเงิน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), 2549.
- ศศิภา พงษ์วาที . เอกสารประกอบการสอนวิชาการเงินธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่3. มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, 2548.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสารจำกัด, 2546.

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การบริการของร้าน THE BEAUTY SHOP SALON

1. บริการออกแบบทรงผม คือ การ รับปรึกษาและให้คำแนะนำกับลูกค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการออกแบบทรงผมเพื่อให้เข้ากับลูกค้าแต่ละคน การออกแบบทรงผมให้ลูกค้าจะพิจารณาจากรูปหน้าและบุคลิกลักษณะโดยรวมของลูกค้าที่มารับคำปรึกษา ซึ่งรวมทั้งการให้คำแนะนำในทรงผมที่ทันสมัยให้กับลูกค้าที่ต้องการเปลี่ยนแปลง

ตัวอย่างการให้คำแนะนำเกี่ยวกับทรงผมของทางร้าน มีดังต่อไปนี้

- สำหรับผู้ที่มีผมสั้น

ผู้ที่มีผมสั้นไม่ควรเลือกแบบทรงผมที่คล้ายผู้ชาย ควร จะเลือกทรงผมแบบสั้นที่มีปลายผมพลิ้วไหว หรือการตัดผมเพื่อเพิ่มความหลากหลายในการจัดทรงผม และควรเลือกทรงผมที่เน้นการตัดแบบมีลูกเล่นเป็นชั้น หากลูกค้ามีผมสีเข้มควรทำไฮไลท์เพื่อเป็นการช่วยให้ใบหน้าดูโดดเด่นขึ้น

- สำหรับผู้ที่มีผมระดับกลาง (ยาวตั้งแต่ต้นคอถึงบ่า)

ผู้ที่มีผมระดับกลางควรตัดผมเป็นลอนอ่อน และทำสีผมเพื่อความหลากหลายในการจัดทรงผม หาก ผมด้านหน้าเริ่มยาวและไม่มีเวลาตัด สามารถรวบเป็นหางม้าแบบเอียงไปด้านซ้ายหรือขวา และมัดด้วยริบบิ้นหรือยางรัด หากลูกค้าเบื่อความยาวเดิมจะแนะนำให้ลองตัดผมสั้นขึ้นเล็กน้อย หรือปล่อยให้ยาวแล้วตัดปลาย

- สำหรับผู้ที่มีผมผมบาง

ควรเลือกตัดผมแบบที่มีหลายชั้น ใช้การตัดผมช่วยเพิ่มปริมาณ ผม และใช้ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงที่มีเนื้อเบา

- สำหรับผู้ที่มีผมยาว

ผู้ที่มีผมยาวควรใส่ใจมากเป็นพิเศษ เพราะ ผมต้องสวยเงางามเสมอ ดังนั้นควรมีการทำ การบำรุงรักษาเส้นผมด้วยการอบไอน้ำ หรือนวดน้ำมัน รวมทั้งคอยหวีให้เงางามเสมอด้วยแปรงผม

- สำหรับผมยาวหนา

ผู้ที่มีผมหนาควรมีการซอยผมออกแบบเป็นชั้น เพื่อความสวยงาม เลือกแบบผมให้เหมาะกับบุคลิกภาพของตัวเอง ถ้าบุคลิกเปรี้ยวก็อาจตัดผม ทำสีไฮไลท์ หรือถ้าบุคลิกหวานก็อาจได้ ปลายผมแบบปิดออก

2. บริการสระ-ชอยผม เป็นการบริการตัดผมให้แก่ลูกค้าทางร้านมีหนังสือและนิตยสารแบบทรงผมที่หลากหลายให้บริการ โดยเฉพาะแบบทรงผมของประเทศเกาหลีและประเทศญี่ปุ่นที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจก่อนตัดผม

ตัวอย่างทรงผมที่กำลังนิยมในปัจจุบัน

- ทรงผมในรูปแบบของการม้วนผมด้วยเครื่องม้วนไฟฟ้าแกนขนาดใหญ่ จากนั้นจัดแต่งทรงให้ดูหนาขึ้นด้วยการไคร้ยกปลายผม แล้วใช้นิ้วคลายลอนให้ดูเป็นธรรมชาติ
- ทรงผมตรง ผมเส้นตรงเงางามและมีน้ำหนัก คือ อีกทรงผมที่กำลังเป็นที่นิยม เนื่องจากไม่ต้องจัดแต่งให้ยุ่งยาก อีกทั้งยังดูแลง่าย
- ทรงผมหน้าม้าเฉลียง ผมม้าได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่น และคนทำงานทั่วไป ซึ่งถือได้ว่าเป็นแบบทรงผมที่ได้รับความนิยมอย่างมากในขณะนี้เช่นกัน
- ทรงผมบ๊อบหน้าม้า เป็นทรงผม บ๊อบที่มีหน้าม้ายาวเลาะระดับคิ้วลงมา จากนั้นใช้มีดหรือกรรไกรตัดฉากเส้นผมให้ปลายไล่กันลงมาเป็นชั้นๆ
- ทรงผมหน้าม้า เป็นแบบผมที่ผสมผสานระหว่างผมบ๊อบและผมม้อด เหมาะกับทุกระดับความยาวเส้นผม จุดเด่นคือ การซอยปลายผมแล้วแต่งทรงแบบปัดออก
- ทรงผมลอนลูกคลื่น การทำสีผมแบบไฮไลต์ในโทนน้ำตาล แล้วตัดลอนใหญ่ด้วยแกนเกลียวเพิ่มวอลลุ่มผมในแบบไม่เป็นลอนลึก

3. บริการสระ-ไคร้ผม เป็นการทำความสะอาดเส้นผมด้วยแชมพูและครีมนวดผม จากนั้นใช้ไคร้เป่าผมให้ผมตรงอยู่ทรงได้นานตลอดวัน ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ อีกทั้งลูกค้าสามารถเลือกกลิ่นและประเภทของผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ทางร้านเสริมสวยใช้ควบคู่กับการสระ-ไคร้ผมของลูกค้า

เจลจัดแต่งทรงผม

ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผมชนิดเจลจะช่วยให้ผมอยู่ทรงได้ดี และอยู่ตัวแข็งกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆเหมาะกับทรงผมค่อนข้างสั้น

สเปรย์จัดแต่งทรงผม

สเปรย์จัดแต่งทรงผมมีลักษณะเป็นเจลที่ถูกทำให้อยู่ในรูปของเหลว ใช้งานด้วยการพ่นเป็นละออง มีประโยชน์ในการคุมปริมาณเจลให้น้อยลงในการใช้แต่ละครั้ง และลดปัญหาความเหนียวเหนอะหนะมือได้

มูสจัดแต่งทรงผม

มูสจัดแต่งทรงผมที่มีลักษณะเป็นเนื้อโฟม เหมาะสมกับทรงผมที่ค่อนข้างมีความยาวและผมหยักศก การใช้มูสที่เหมาะสมที่สุดและได้ผลที่สุดคือควรใช้บนเส้นผมเปียก จากนั้นใช้เครื่องเป่าผมในการจัดแต่งทรง

เว็กซ์และน้ำมันแต่งผม

เว็กซ์และน้ำมันแต่งผมมีลักษณะเป็นเนื้อครีมข้น ที่สามารถช่วยให้ผมอยู่ทรงโดยไม่

แข็งกระด้าง และเคลือบเส้นผมให้มันเป็นมันเงางาม เหมาะกับทรงผมค่อนข้างสั้นและควรใช้กับเส้นผมที่แห้งดีแล้ว

4. บริการทำสีผม เป็นให้บริการเปลี่ยนสีผมทั้งศีรษะตามความต้องการของลูกค้า และนอกจากนี้ยังมีการทำไฮไลท์ซึ่งเป็นวิธีการใช้น้ำยาคัดสีผมเป็นช่อมากน้อยตามความต้องการ โดยทางร้านจะมีหนังสือระดับสีผมให้ลูกค้าได้เลือกโทนสีผมที่ต้องการ พร้อมทั้งแนะนำสีผมให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย

ตัวอย่างสีย้อมผมที่กำลังได้รับความนิยมมีอยู่ 4 โทนสี คือ

- **สีเทอร์ราค็อตต้า (Terracotta)** สีเทอร์ราค็อตต้าเป็นสีที่เกิดจากดินธรรมชาติ ได้แก่ สีน้ำตาลอมแดง น้ำตาลอมทอง เป็นต้น
- **สีโมร็อกโก มิวส์ (Morocco Muse)** เป็นชื่อของสถานที่แห่งหนึ่งรวมบรรยากาศของสีไว้ ซึ่งมีโทนสีคล้ายๆ กับเทอร์ราค็อตต้า ได้แก่ สีน้ำตาลแดง สีน้ำตาลอมส้ม หรือสีอิฐ
- **สีริเวียร่า ไชเรน (Riviera Siren)** เป็นโทนสีที่สดใสตัดกัน เช่น สีโทนมดำ และทำสีผมไล่เฉดสี เช่น สีพื้นธรรมชาติอาจจะออกโทนมดำและตัดกับสีเหลืองทำเป็นเส้นเล็กๆ แซมอยู่ในปอยผม สีพื้นน้ำตาลอ่อนแต่มีลูกเล่นผมบางปอยที่ตัดกัน เพื่อเน้นความเด่นของทรงผม
- **สีแนวละติน ดิวา (Latin Diva)** ละติน ดิวา คือสีแห่งความร้อนแรง โทนสีที่เข้ม ได้แก่ สีม่วง แดง เขียว เป็นต้น (นิตยสาร HAIR สิงหาคม 2550)

ตัวอย่างคำแนะนำในการเลือกสีผมให้เหมาะกับสีผิว

- **ผู้ที่มีผิวเข้ม** เหมาะกับสีเปลือกเกาลัด สีบราวนี่ ทำให้สีผิวดูนุ่มนวลมากขึ้น
- **ผู้ที่มีผิวสองสี** เหมาะกับโทนสีน้ำตาลอมเนื้อ เนื้อสีด้าน จะยิ่งช่วยให้ผิวดูสว่างมากขึ้น
- **ผู้ที่มีผิวขาว** ขาวเหลือง และขาวอมชมพู เหมาะกับโทนสีน้ำตาลอมส้ม น้ำตาลประกายส้ม จะทำให้ผิวขาวดูขาวอย่างมีชีวิตชีวา
- **ผู้ที่มีผิวสีแทน** เหมาะกับสีธรรมชาติ เช่น สีแดงหรือสีน้ำตาล

5. บริการเคลือบสีผม การเคลือบสีผมเป็นวิธีการเปลี่ยนสีผมโดยการเคลือบสีผมที่มีส่วนผสมของวิตามินบำรุงรักษาเส้นผม เหมาะสำหรับลูกค้าที่มีสภาพเส้นผมเสียและแตกปลายต้องการการบำรุงรักษาให้กลับคืนสู่สภาพปกติ ทางร้านจะมีแบบของระดับสีเคลือบผมให้ลูกค้าเลือก พร้อมทั้งการแนะนำสีเคลือบผมที่เหมาะสมกับลูกค้า เช่นเดียวกับการทำสีผม

6. การทำสีผมโดยใช้เฮนน่า การเปลี่ยนสีผมอีกรูปแบบหนึ่งที่ปราศจากสารเคมี เหมาะสำหรับผู้ที่แพ้สารเคมี และผู้ที่ต้องการทำสีผมโดยปราศจากสารเคมี โดยการทำเฮนน่าจะช่วยให้เส้นผมเงางาม มีน้ำหนัก ไม่แห้งเสีย การทำเฮนน่าสามารถคงทนอยู่กับเส้นผมได้นานถึง 3 เดือน

7. บริการบำรุงรักษาเส้นผม การบำรุงรักษาเส้นผมโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของวิตามินกับเครื่องอบไอน้ำใช้เวลาในการอบไอน้ำ 20 นาที ลูกค้าสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้ใชอบไอน้ำได้

ตัวอย่างการเลือกวิธีการบำรุงรักษาเส้นผมในรูปแบบต่างๆ

- การใช้โคลนหมักผม ช่วยให้เส้นผมชุ่มชื้น ปรกาศเงางาม มีน้ำหนักเป็นพิเศษ ให้เส้นผม รากผมแข็งแรงไม่ขาดหักง่าย
- การใช้ส่าหร่ายหมักผม ช่วยให้ผมแห้งเสียมีสุขภาพดีขึ้น เส้นผมนุ่มลื่นนำสัมผัส และแข็งแรงมีน้ำหนัก
- การใช้เซรั่มบำรุงเส้นผม ช่วยลดการหลุดขาดร่วงของเส้นผม บำรุงรากผมให้แข็งแรง และช่วยให้เส้นผมมีสุขภาพที่ดี เปรียบเหมือนการขจัดขี้ของเสียของเส้นผมออกไป

8. บริการยืดผมถาวร(รีบอนดิง) เป็นอีกทางเลือกสำหรับผู้ที่ต้องการให้ผมยืดตรงอยู่ตลอดเวลา ใช้เวลาในการทำค่อนข้างนาน(ประมาณ 3-5 ชั่วโมง) และผมจะยืดตรงอยู่ได้นานประมาณสามเดือน ลูกค้าสามารถเลือกน้ำยายืดผมในระดับราคาต่างๆได้ตามความพอใจ

ตัวอย่างน้ำยายืดผมชนิดต่างๆ

- น้ำยายืดผมซิเซโต้ เป็นน้ำยายืดผมสำหรับผู้ที่มีเส้นผมที่หยิกมาก
- น้ำยายืดผมลอรีอัล เป็นน้ำยายืดผมที่ช่วยทำให้เส้นผมเงางาม เป็นการบำรุงเส้นผมภายในตัว และยังช่วยลดปัญหาผมแห้งแตกปลาย

9. บริการตัดผม การใช้น้ำยาคัดผมเพื่อทำให้ผมเป็นลอนด้วยแกนแบบธรรมชาติ และแบบดิจิตอล ด้วยระบบรังสีอินฟราเรด วิธีการตัดผมดิจิตอลใช้เวลาทำเพียง 30 นาที ส่วนการตัดผมแบบธรรมชาติใช้เวลา 2 ชั่วโมง ลูกค้าสามารถเลือกได้ทั้งลอนขนาดใหญ่และลอนขนาดเล็ก ผมลอนที่สามารถคงสภาพอยู่ได้ประมาณสามเดือน

ตัวอย่างการใช้น้ำยาคัดผม และการตัดผมรูปแบบต่างๆ

- น้ำยาคัดผมโลแลน สำหรับผมเสีย ผมทำสี ผมธรรมชาติ และผมที่หยิกยาก
- น้ำยาคัดผม Stasera Perm เป็นน้ำยาคัดผมที่ช่วยทำให้ลอนผมออกมาเป็นสไตล์เกาหลี มีทั้งแบบการคัตธรรมชาติ และคัตแบบลอนดิจิตอล
- การตัดผมแบบดิจิตอล สปาเฟิร์ม การคัตดิจิตอล ดีกว่าการคัตทั่วไป เพราะมีการบำรุงเส้นผมมากกว่า ทรงที่ได้เป็นลอนสวยและใช้เวลาน้อยกว่าการคัตผมแบบธรรมชาติ

10. บริการแต่งหน้าและเกล้าผม ให้บริการแต่งหน้าและเกล้าผมในโอกาสต่างๆ เช่น งานแต่งงาน รับปริญญา การประกวดต่างๆ เป็นต้น โดยการแต่งหน้าให้ลูกค้าจะพิจารณาจากใบหน้า และสีผิวของลูกค้า

11. บริการตัดขนตาถาวร คือ การใช้ยาตัดขนตาเพื่อช่วยให้ขนตาถอนอยู่ตัวโดยไม่ต้องต่อและใช้ที่ตัดขนตา ขนตาที่ตัดถาวรจะอยู่ได้จนกว่าขนตาใหม่จะงอกออกมา หรือ จนกว่าขนตาจะหลุดร่วงไป

12. บริการต่อขนตา คือ การต่อขนตาเรียงกันเส้นต่อเส้น เหมาะสำหรับผู้ที่ปัญหาขนตาบางและขนตาลิ้น มีทั้งการต่อแบบหนาและต่อแบบบางดูเป็นธรรมชาติ

ตัวอย่างการต่อขนตาแบบต่างๆ

- แบบอเมริกา คือ การต่อขนตาแบบที่จะช่วยให้ตาดูโตขึ้น ขนตาที่ต่อจะมีควมหนาและยาว
- แบบฝรั่งเศส คือ การต่อขนตาที่มีความหนาและยาวเป็นพิเศษ ทำให้ดวงตาดูกลมโตเหมือนฝรั่ง
- แบบอินเดีย คือ การต่อขนตาที่ทำให้ขนตาหนาเป็นแพร์ คล้ายกับชาวแขกที่มีดวงตามีเสน่ห์
- แบบญี่ปุ่น คือ การต่อขนตาแบบที่มีความเป็นธรรมชาติ มีความยาวและหนาพอดี ช่วยเพิ่มดวงตาให้ดูสดใสเป็นประกาย

13. บริการต่อผมแท้ คือ การต่อผมแท้100% ที่ผ่านการฆ่าเชื้อ สำหรับผู้ที่ต้องการผมยาวทนใจ โดยการต่อผมโดยทั่วไปจะต่อเป็นชั้น และเป็นช่อ ซึ่งการต่อผมทั่วทั้งศีรษะจะอยู่ที่หกชั้น

ตัวอย่างการต่อผมชนิดต่างๆ

- การต่อผมโดยใช้กาว เป็นการต่อผมแบบธรรมดา สามารถอยู่ได้นานประมาณ 3 เดือน ซึ่งมีขนาดความยาวให้เลือกตั้งแต่ 15 นิ้วเป็นต้นไป แต่การต่อผมโดยไม่ใช้กาวมีข้อเสียคือไม่สามารถอาบน้ำได้ และต้องมาขยำผมทุกๆ 1 เดือน
- การต่อผมโดยไม่ใช้กาว เป็นการต่อผมแบบไมโครริง (คลิปล็อก) ที่มีผมผมเนียนสวยเบาสบาย ไม่ต้องเติมกาวที่ผมผมที่ต่อ ถอดง่าย ผมไม่เสีย ไม่มีปัญหาผมพันกันหลังต่อ สามารถอาบน้ำได้ และผมต่ออยู่ได้นานถึง 6 เดือน มีขนาดความยาวให้เลือกตั้งแต่ 15 นิ้วเป็นต้นไป

14. บริการทำเล็บ ให้บริการทำความสะอาดตกแต่งเล็บด้วยอุปกรณ์ในการตกแต่งเล็บที่สะอาดปลอดภัย โดยผ่านการทำการฆ่าเชื้อก่อนจะทำเล็บให้ลูกค้าทุกครั้ง การทาสีเล็บ การต่อและเพ้นท์เล็บ ทั้งเล็บมือและเล็บเท้า

ตัวอย่างการต่อเล็บในแบบต่างๆ

- การต่อเล็บแบบพีวีซี
- การต่อเล็บแบบธรรมชาติ
- การต่อเล็บแบบปลายขาว/ปลายสี
- การต่อเล็บแบบขึ้นฟอร์มใส
- การต่อเล็บแบบขึ้นฟอร์มฝังลายต่างๆ (ปลายกากเพชร/ ฝังดอกไม้แห้ง/ การฝังลาย3D/ การเฟลคสีเล่นดีไซด์)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพตัวอย่างการบริการ



ภาพที่ 6 แสดงทรงผมแบบมีน้ำหนักร Big Hair



ภาพที่ 7 แสดงทรงผมแบบตรง



ภาพที่ 8 แสดงทรงผมหน้าม้าเกลี้ยง



ภาพที่ 9 แสดงทรงผมสไตล์ผมบ๊อบและผมม็อค



ภาพที่ 10 แสดงทรงผมสไตล์ Bobs and Bangs



ภาพที่ 11 แสดงทรงผมสไตล์ลอนลูกคลื่น



ภาพที่ 12 แสดงตัวอย่างทรงผมของสุภาพสตรีที่ทางร้านให้บริการ



ภาพที่ 13 แสดงตัวอย่างทรงผมที่กำลังได้รับความนิยมจากลูกค้าของทางร้าน



ภาพที่ 14 แสดงตัวอย่างทรงผมสุภาพบุรุษ



ภาพที่ 15 แสดงตัวอย่างการเกล้าผมของทางร้านเพื่อให้บริการในโอกาสต่างๆ



ภาพที่ 16 แสดงการบริการตกแต่งเล็บ



ภาพที่ 17 แสดงแบบและลวดลายของเล็บ



ภาพที่ 18 การต่อขนตาแบบต่างๆ



ภาพที่ 19 การบริการต่อขนตา



ภาคผนวก ค

บทสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ และผู้ใช้บริการร้านเสริมสวย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทสัมภาษณ์เจ้าของกิจการร้านเสริมสวย

บทสัมภาษณ์เจ้าของร้านเสริมสวยรัตน กิจการตั้งอยู่ ณ บริเวณถนนพิชัยณรงค์

สงคราม ใกล้กับวิทยาลัยอาชีวศึกษา จังหวัดสระบุรี

ผู้สัมภาษณ์: อยากทราบว่าที่ร้านนี้เปิดบริการมากี่ปีแล้วค่ะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ร้านเปิดมาปีนี้ (2551) ก็ปีที่ 5 แล้ว

ผู้สัมภาษณ์: แล้วทางร้านมีเวลาเปิดปิดกี่โมงค่ะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ส่วนใหญ่ก็เปิดตอนแปดโมงเช้า แล้วปิดตอนสองทุ่ม หรือไม่กี่แล้วแต่ว่าลูกค้าจะทำผมเสร็จเมื่อไหร่

ผู้สัมภาษณ์: ในการลงทุนทางร้านใช้เงินทุนเท่าไรค่ะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ประมาณ 300,000 บาท

ผู้สัมภาษณ์: อยากทราบเรื่องค่าใช้จ่ายต่างๆต่อเดือนของทางร้านไม่ทราบว่าพอจะบอกได้ไหมคะว่ามีค่าใช้จ่ายอย่างเช่น การซื้อของเข้าร้านต่อเดือน ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าจ้างลูกน้อง

เจ้าของร้านเสริมสวย: ที่ร้านจ่ายค่าน้ำ 800 บาท ค่าไฟ 1,200 บาท ค่าใช้จ่ายเวลาซื้อของเข้าร้านต่อเดือนประมาณ 12,000 บาท ที่ร้านมีลูกจ้าง 2 คน จ่ายเป็นเปอร์เซ็นต์ 40:60 แล้วก็ค่าเช่าร้านด้วย 6,000 บาท

ผู้สัมภาษณ์: มีค่าใช้จ่ายนอกเหนือไปจากนี้ไหมคะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ไม่มีแล้ว

ผู้สัมภาษณ์: แล้วทางร้านมีรายได้ต่อเดือนทั้งหมดเท่าไรค่ะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: รายได้ประมาณ 20,000 บาทต่อเดือนหักทุกอย่างแล้ว แต่บางเดือนก็ได้น้อยกว่าอย่างช่วงหน้าฝนลูกค้าน้อยได้ไม่เยอะ

ผู้สัมภาษณ์: ได้ประมาณเท่าไรค่ะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ก็แล้วแต่ 14,000-15,000 บาท

ผู้สัมภาษณ์: ทางร้านมีบริการอะไรบ้างค่ะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ที่ร้านมีสระไคร้ สระชอย อบไอน้ำ ทำสี ยืดผม ดัดผม ทำเล็บ ต่อผม ต่อขนตา ทรีเม้นท์หน้าใส ขัดผิว เปลี่ยนสีผิว

ผู้สัมภาษณ์: ราคาในบริการแต่ละอย่างเท่าไรบ้างค่ะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: สระไคร้ 80 บาท สระชอย 120 บาท อบไอน้ำ 250 บาท ทำสี 400 บาท ยืดผม 600 บาท ดัดผม 400 บาท ทำเล็บมือเท้า 100 บาท ต่อขนตา 200 บาท

ผู้สัมภาษณ์: แล้วแต่ละวันบริการอะไรที่ลูกค้าเข้ามาทำมากที่สุดค่ะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ส่วนใหญ่เลยจะเข้ามาสระไคร้ นะ รองลงมาจะมาชอยผม ทำสีก็มีเยอะ

ผู้สัมภาษณ์: การสระใครต่อวันมีลูกค้าประมาณกี่คนคะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: 10-15 คน

ผู้สัมภาษณ์: แล้วลูกค้าที่เข้ามาทำผมที่ร้านต่อวันมีกี่คนคะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ประมาณ 25 คนต่อวันแต่บางวันก็ไม่ถึง วันไหนเจียบๆ 20 คนก็ถือว่าเยอะแล้ว

ผู้สัมภาษณ์: วันที่ลูกค้ามากที่สุดมีกี่คนคะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: เยอะที่สุดเท่าที่จำได้ก็ 28-29 คน เป็นช่วงปีใหม่ช่วงนั้นลูกค้าชอบเข้ามาทำผมกัน

ผู้สัมภาษณ์: แล้วลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นใครบ้างคะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ส่วนใหญ่เลยจะเป็นคนที่อยู่แถวนี้เป็นเจ้าประจำ

ผู้สัมภาษณ์: พอจะบอกอายุได้ไหมคะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ได้ทุกเพศทุกวัย

ผู้สัมภาษณ์: สรุปว่าที่ร้านนี้ให้บริการลูกค้าทุกเพศทุกวัย ไม่จำกัดใช่ไหมคะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ใช่แล้ว

ผู้สัมภาษณ์: ทางร้านมีจุดเด่นอะไรที่แตกต่างจากร้านอื่นบ้างคะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ที่ร้านราคาไม่แพง แล้วบริการตามใจลูกค้า อยากรีไซส์อะไรก็ทำให้

ผู้สัมภาษณ์: มีการจัดโปรโมชั่น ลดแลก แจก แถม อะไรให้ลูกค้าบ้างไหมคะ

เจ้าของร้านเสริมสวย: ไม่มีเลย แต่บางทีก็ลดราคาให้บ้าง ถ้าเขาเป็นลูกค้าประจำเรา

บทสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการร้านเสริมสวย

ผู้ให้สัมภาษณ์คือ คุณเก๋ อายุ 18 ปี เป็นนักเรียนชั้นปวช .ปีที่ 3 วิทยาลัยอาชีวศึกษา
จังหวัดสระบุรี

ผู้สัมภาษณ์: อยากทราบว่าน้องเก๋เข้ารับบริการที่ร้านเสริมสวยเป็นประจำหรือไม่คะ

คุณเก๋: ไปประจำค่ะ

ผู้สัมภาษณ์: ใน 1 อาทิตย์ น้องเก๋เข้าร้านเสริมสวยกี่ครั้งคะ

คุณเก๋: 1-2 ครั้งได้ค่ะ แล้วแต่วันไหนจะว่าง

ผู้สัมภาษณ์: แล้วเวลาที่น้องเก๋เข้าร้านเสริมสวยจะเข้าไปทำอะไรบ้างคะ

คุณเก๋: สระใคร่ค่ะ เข้าไปสระใคร่ที่ร้านบ่อย เพราะผมเก๋หยิกมาก เวลาฉีดผมเองที่บ้านนานมาก ๆ

ผู้สัมภาษณ์: แล้วด้านอื่นๆ เช่น ซอยผม ทำสี อบไอน้ำ มีบ้างไหมคะ

คุณเก๋: ทำค่ะ อบไอน้ำเดือนละครั้ง ส่วนซอยผมมีบ้างนานๆที ทำสีก็จะทำช่วงปิดเทอมมากกว่า
เดี๋ยวกู้อ่า

ผู้สัมภาษณ์: แล้วเวลาไปร้านเสริมสวยแต่ละครั้งน้องเก๋เสียค่าใช้จ่ายเท่าไรบ้างคะ

คุณเก๋: ถ้าอย่างวันไหนแค่สระใคร่ก็จ่าย 80 บาท รวมฉีดผมด้วย ส่วนอบไอน้ำ 180 บ้าง 250 บ้าง

ผู้สัมภาษณ์: ซอยผมเท่าไรคะ

คุณเก๋: 120 บาท

ผู้สัมภาษณ์: น้องเก๋คิดว่าราคาที่ทำอยู่ถูกหรือแพงไปค่ะ

คุณเก๋: ไม่แพงเลย ถ้าเข้าไปทำที่ห้างจะแพงกว่านี้ เคยไปสระใคร่ที่ห้างตั้ง 150 บาท

ผู้สัมภาษณ์: น้องเก๋มีร้านประจำไหมคะ

คุณเก๋: มีค่ะ แถวบ้าน

ผู้สัมภาษณ์: แล้วทำไมถึงชอบไปที่ร้านแถวบ้านคะ

คุณเก๋: ใกล้บ้านค่ะ สะดวกดี แล้วราคาไม่แพง รู้จักกันด้วย

ผู้สัมภาษณ์: รู้จักร้านนี้ได้ยังไงคะ

คุณเก๋: แม่พาไปทำค่ะ

ผู้สัมภาษณ์: เวลาที่น้องเก๋อยู่ที่ร้านเสริมสวยเข้ามีอะไรไว้บริการให้บ้างไหมคะ อย่างเช่น
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เปิดเพลงให้ฟัง

คุณเก๋: มีค่ะ มีพวกนิตยสาร ทีวีพูล มีแบบผมให้เลือก เปิดโทรทัศน์ให้ดู

ผู้สัมภาษณ์: สุดท้ายอยากทราบว่าน้องเก๋จะไม่ใช้บริการร้านเสริมสวยเพราะอะไรคะ

คุณเก๋: คิดราคาแพงค่ะ ร้านที่ดูเก๋ๆก็ไม่ชอบเท่าไร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การสำรวจจำนวนผู้ใช้บริการ

จากการสำรวจจำนวนผู้เข้ารับบริการ ร้านเสริมสวยรัตน บิวตี้ ณ วันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2551 สรุปได้ดังนี้

บริการ	จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ
สระใคร่	7
สระชอย	5
ทำสีผม	4
ทำไฮไลท์	2
ทำสีเฮนน่า	1
ตัดผม	2
ยัดผม	1
ทำเล็บ	5
ต่อผม	-
ต่อขนตา	1
รวม	28

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านเสริมสวย

ณ บริเวณวิทยาลัยอาชีวศึกษา เขตเทศบาลเมือง จังหวัดสระบุรี

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งในแผนธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () ที่ท่านต้องการเลือก และ เติมคำในช่อง.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่า 15 ปี () 16-25 ปี
() 26-35 ปี () 36-45 ปี
() 46-55 ปี () สูงกว่า 56 ปี
3. ระดับการศึกษา () ต่ำกว่า ม.3 () ม.6/ปวช.
() อนุปริญญา/ปวส. () ปริญญาตรี
() ปริญญาโทขึ้นไป
4. อาชีพ () นักเรียน/นักศึกษา () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
() อาชีพอิสระ-ธุรกิจส่วนตัว () พนักงานเจ้าหน้าที่บริษัท
() ไม่ได้ประกอบอาชีพ () อื่นๆ(โปรดระบุ).....
5. รายได้ () ต่ำกว่า 5,000 () 5,000 - 10,000 บาท
() 10,001 - 15,000 บาท () 15,001 - 20,000 บาท
() 20,001- 25,000 บาท () มากกว่า 25,000 บาท
6. ลักษณะที่อยู่อาศัย () ตึกแถว () ห้องเช่า
() อพาร์ทเมนต์ () คอนโดมิเนียม
() หอพัก () บ้านจัดสรร
() อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านเสริมสวย

7. ท่านใช้บริการร้านเสริมสวยเป็นประจำหรือไม่ (ตอบไม่เป็นประจำไปที่ข้อ10)
() ประจำ () ไม่เป็นประจำ
8. ท่านใช้บริการร้านเสริมสวยละกี่ครั้ง
() สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง () สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
() สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง () ทุกวัน
() อื่น ๆ โปรด ระบุ.....

9. ท่านใช้บริการร้านเสริมสวยเดือนละกี่ครั้ง

- () เดือนละ 1-2 ครั้ง () เดือนละ 2-3 ครั้ง
 () เดือนละ 3-4 ครั้ง () มากกว่าเดือนละ 4 ครั้ง

10. เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ร้านมีชื่อเสียง () ความสะอาดปลอดภัย
 () ช่างทำผม () ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน
 () ราคาไม่แพง () ชอบบริการของทางร้าน
 () การตกแต่งร้าน () ใกล้บ้าน
 () บริการบางชนิดไม่สามารถทำด้วยตัวเองได้ เช่น การยัดผม เป็นต้น
 () อื่นๆ โปรด ระบุ.....

11. บริการชนิดใดบ้างที่ท่านต้องการเลือกใช้บริการจากร้านเสริมสวย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สระ-ไคร์ () สระ-เซ็ท
 () สระ-ชอย () ทำสีผม
 () คลีบบสีผม () อบไอน้ำ
 () ยัดผม () ตัดผม
 () แต่งหน้า-เกล้าผม () ต่อขนตา
 () คัดขนตาถาวร () ต่อผม
 () ทำเล็บ () อื่นๆ โปรดระบุ.....

12. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งเมื่อท่านเข้ารับบริการที่ร้านเสริมสวย

- () ต่ำกว่า 100 บาท () 101-200 บาท
 () 201-300 บาท () 301-400 บาท
 () 401-500 บาท () 501-600 บาท
 () 601-700 บาท () 701 บาทขึ้นไป

13. บริการชนิดใดที่ท่านใช้บริการที่ร้านเสริมสวยเป็นประจำ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () สระ-ไคร์ () สระ-เซ็ท
 () สระ-ชอย () ทำสีผม
 () คลีบบสีผม () อบไอน้ำ
 () ยัดผม () ตัดผม
 () แต่งหน้า-เกล้าผม () ต่อขนตา
 () คัดขนตาถาวร () ต่อผม
 () ทำเล็บ () อื่นๆ โปรดระบุ.....

14. จากข้อ 13 บริการที่ท่านเลือกใช้ที่ร้านเสริมสวยเป็นประจำควรมีราคาที่เหมาะสมเท่าใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 101-200 บาท |
| <input type="checkbox"/> 201-300 บาท | <input type="checkbox"/> 301-400 บาท |
| <input type="checkbox"/> 401-500 บาท | <input type="checkbox"/> 501-600 บาท |
| <input type="checkbox"/> 601-700 บาท | <input type="checkbox"/> 701 บาทขึ้นไป |

15. ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของท่าน

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง | <input type="checkbox"/> ผู้ปกครอง |
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> แฟน |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

16. สื่อใดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของท่าน (เลือกได้มากกว่าข้อ 1)

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ |
| <input type="checkbox"/> ใบปลิว | <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา |
| <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> เว็บบอร์ด |
| <input type="checkbox"/> วิทยุ | <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

17. ท่านจะไม่ใช้บริการร้านเสริมสวยเพราะสาเหตุใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่มั่นใจในการบริการ | <input type="checkbox"/> ร้านไม่มีชื่อเสียง |
| <input type="checkbox"/> สิ้นเปลือง | <input type="checkbox"/> คิดราคาแพง |
| <input type="checkbox"/> ไม่มั่นใจในความสะอาด | <input type="checkbox"/> ไม่ชอบนั่งรอเป็นเวลานาน |
| <input type="checkbox"/> แพ้สารเคมี | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

18. สิ่งอำนวยความสะดวกใดบ้างที่ท่านต้องการให้มีในร้านเสริมสวย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> นิตยสาร |
| <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> วิทยุ |
| <input type="checkbox"/> เครื่องดื่ม | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

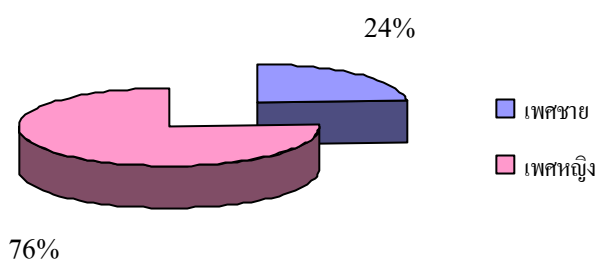
.....

.....

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้กรอกแบบสอบถาม

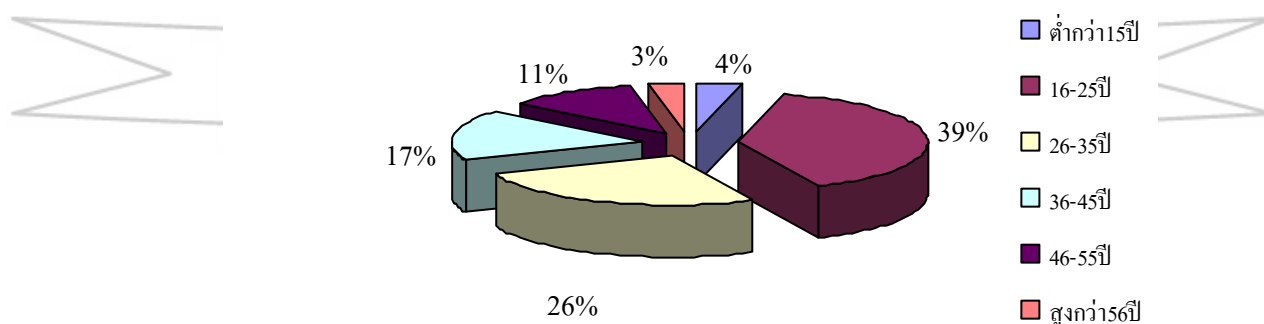
การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลของผู้กรอกแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ลักษณะที่อยู่อาศัย โดยนำข้อมูลในส่วนนี้ แสดงเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

จำนวนของผู้บริโภคตามเพศ



ภาพที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดเป็นเพศหญิง จำนวน 76 คน (ร้อยละ 76) และเพศชาย จำนวน 24 คน (ร้อยละ 24) ตามลำดับ

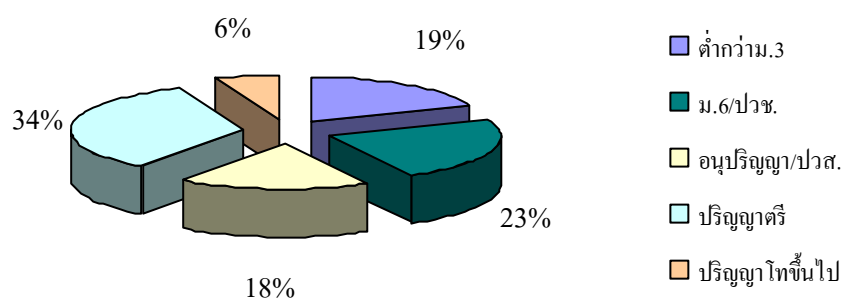
จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุ



ภาพที่ 21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด 16-25 ปี จำนวน 39 คน (ร้อยละ 39) รองลงมา คือ 26-35 ปี จำนวน 26 คน (ร้อยละ 26) ลำดับที่สาม คือ 36-45 ปี จำนวน 17 คน (ร้อยละ 17) ลำดับ

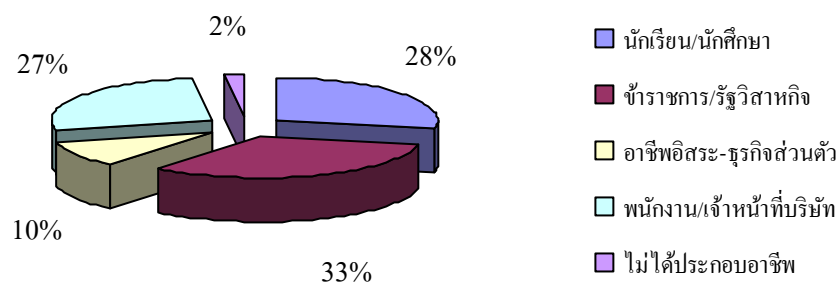
ที่สี่ คือ 46-55 ปี จำนวน 11 คน (ร้อยละ 11) ลำดับที่ห้า คือ ต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 4 คน (ร้อยละ 4) สุดท้าย คือ สูงกว่า 56 ปี จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) ตามลำดับ

จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษา



ภาพที่ 22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด ปริญญาตรี จำนวน 34 คน (ร้อยละ 34) รองลงมา คือ ม.6/ปวช. จำนวน 23 คน (ร้อยละ 23) ลำดับที่สาม คือ ต่ำกว่าม.3 จำนวน 19 คน (ร้อยละ 19) ลำดับที่สี่ คือ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 18 คน (ร้อยละ 18) ลำดับสุดท้าย คือ ปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 6 คน (ร้อยละ 6) ตามลำดับ

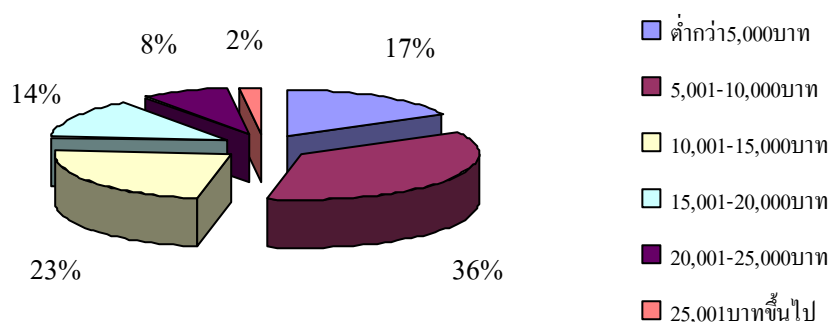
จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพ



ภาพที่ 23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 33 คน (ร้อยละ

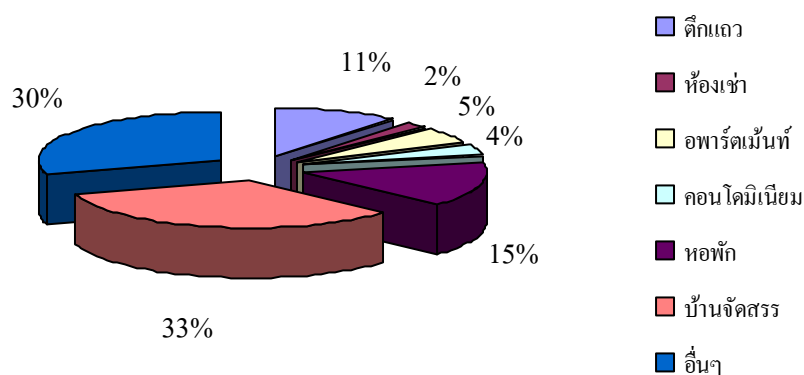
33) รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 28 คน (ร้อยละ 28) ลำดับที่สาม คือ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท จำนวน 27 คน (ร้อยละ 27) ลำดับที่สี่ คือ อาชีพอิสระ-ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 10 คน (ร้อยละ 10) ลำดับสุดท้าย คือ ไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2) ตามลำดับ

จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้



ภาพที่ 24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้ พบว่าจำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด 5,001-10,000 บาท จำนวน 36 คน (ร้อยละ 36) รองลงมา คือ 10,001-15,000 บาท จำนวน 23 คน (ร้อยละ 23) ลำดับที่สาม คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 17 คน (ร้อยละ 17) ลำดับที่สี่ คือ 15,001-20,000 บาท จำนวน 14 คน (ร้อยละ 14) ลำดับที่ห้า คือ 20,001-25,000 บาท จำนวน 8 คน (ร้อยละ 8) ลำดับสุดท้าย คือ 25,000 บาท จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2) ตามลำดับ

จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะที่อยู่อาศัย



ภาพที่ 25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด บ้านจัดสรร จำนวน 33 คน (ร้อยละ 33) รองลงมา คือ อื่นๆอันได้แก่ บ้านพักค้าขายอาหาร จำนวน 30 คน (ร้อยละ 30) ลำดับที่สาม คือ ห้องเช่า จำนวน 15 คน (ร้อยละ 15) ลำดับที่สี่ คือ ตึกแถว จำนวน 11 คน (ร้อยละ 11) ลำดับที่ห้า คือ อพาร์ทเมนท์ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 5) ลำดับที่หก คือ คอนโดมิเนียม จำนวน 4 คน (ร้อยละ 4) สุดท้าย คือ ห้องเช่า จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2) ตามลำดับ

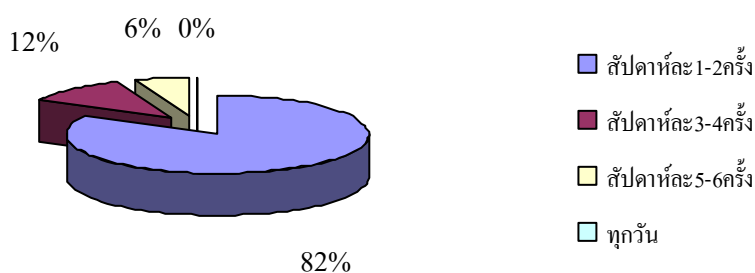
จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามความถี่ในการใช้บริการ

ร้านเสริมสวย



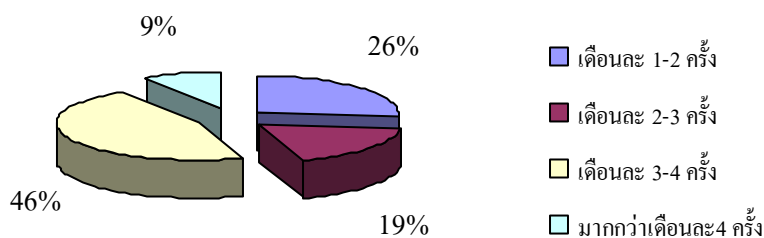
ภาพที่ 26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านเสริมสวย พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด เป็นประจำ จำนวน 52 คน (ร้อยละ 52) และ ไม่เป็นประจำ จำนวน 48 คน (ร้อยละ 48) ตามลำดับ

จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามความถี่ในการใช้บริการ
ร้านเสริมสวยในแต่ละสัปดาห์

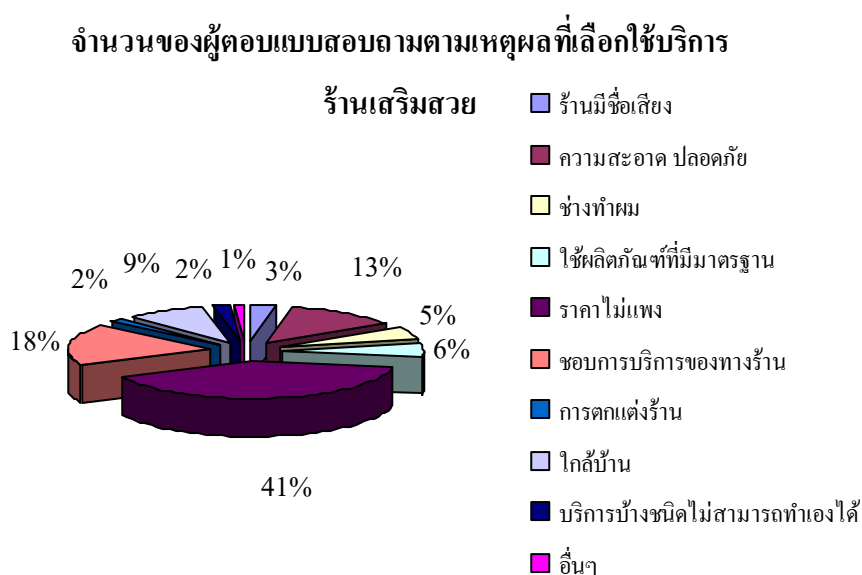


ภาพที่ 27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความถี่ในการใช้บริการร้านเสริมสวยในแต่ละสัปดาห์ พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวนมากที่สุด สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง จำนวน 82 คน (ร้อยละ 82) รองลงมา คือ สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง จำนวน 12 คน (ร้อยละ 12) ลำดับสุดท้าย คือ สัปดาห์ 5-6 ครั้ง จำนวน 6 คน (ร้อยละ 6)

จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามความถี่ในการใช้บริการ
ร้านเสริมสวยในแต่ละเดือน

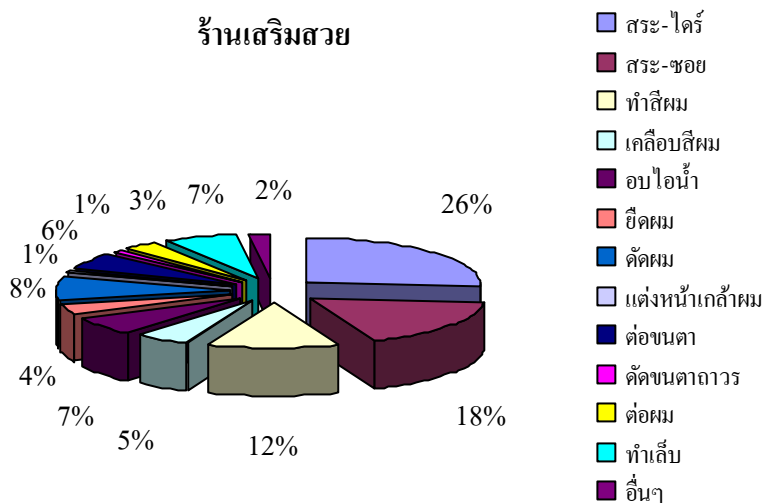


ภาพที่ 28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความถี่ในการใช้บริการร้านเสริมสวยในแต่ละเดือน พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด เดือนละ 3-4 ครั้ง จำนวน 46 คน (ร้อยละ 46) รองลงมา คือ เดือนละ 1-2 ครั้ง จำนวน 26 คน (ร้อยละ 26) ลำดับที่สาม คือ เดือนละ 2-3 ครั้ง จำนวน 19 คน (ร้อยละ 19) ลำดับสุดท้าย คือ มากกว่าเดือนละ 4 ครั้ง จำนวน 9 คน (ร้อยละ 9)



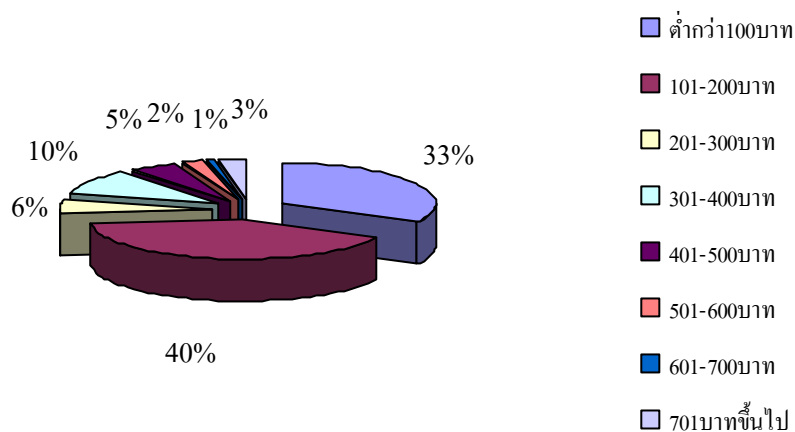
ภาพที่ 29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านเสริมสวย พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด ราคาไม่แพง จำนวน 41 คน (ร้อยละ 41) รองลงมา คือ ชอบบริการของทางร้าน จำนวน 18 คน (ร้อยละ 18) ลำดับที่สาม คือ ความสะอาดปลอดภัย จำนวน 13 คน (ร้อยละ 13) ลำดับที่สี่ คือ ใกล้บ้าน จำนวน 9 คน (ร้อยละ 9) ลำดับที่ห้า คือ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำนวน 6 คน (ร้อยละ 6) ลำดับที่หก คือ ช่างทำผม จำนวน 5 คน (ร้อยละ 5) ลำดับที่เจ็ดคือ การตกแต่งร้าน จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) ลำดับที่แปด คือ ร้านมีชื่อเสียงและบริการบางชนิดไม่สามารถทำเองได้ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2) ลำดับสุดท้าย คือ อื่นๆเช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1)

จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามความต้องการบริการใน



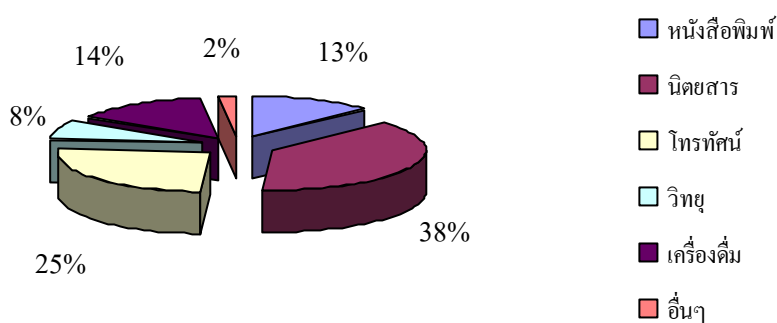
ภาพที่ 30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความต้องการในร้านเสริมสวย พบว่าจำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด สระ-ไดร์ จำนวน 26 คน (ร้อยละ 26) รองลงมา คือ สระ-ชอย จำนวน 18 คน (ร้อยละ 18) ลำดับที่สาม คือ ทำสีผม จำนวน 12 คน (ร้อยละ 12) ลำดับที่สี่ คือ ตัดผม จำนวน 8 คน (ร้อยละ 8) ลำดับที่ห้า คือ อบไอน้ำและทำเล็บ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 7) ลำดับที่หก คือ ต่อขนตา จำนวน 6 คน (ร้อยละ 6) ลำดับที่เจ็ด คือ เคลือบสีผม จำนวน 5 คน (ร้อยละ 5) ลำดับที่แปด คือ ยัดผม จำนวน 4 คน (ร้อยละ 4) ลำดับที่เก้า คือ ต่อผม จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) ลำดับที่สิบ คือ อื่นๆเช่น การเพ้นท์เล็บ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2) ลำดับสุดท้าย คือ คัดขนตาถาวรและแต่งหน้าเกล้าผม จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1)

จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามการใช้จ่ายต่อครั้ง
เมื่อเข้ารับบริการที่ร้านเสริมสวย



ภาพที่ 31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามการใช้จ่ายต่อครั้งเมื่อเข้ารับบริการที่ร้านเสริมสวย พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวนมากที่สุด 101-200 บาท จำนวน 40 คน (ร้อยละ 40) รองลงมา คือ ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 33 คน (ร้อยละ 33) ลำดับที่สาม คือ 301-400 บาท จำนวน 10 คน (ร้อยละ 10) ลำดับที่สี่ คือ 201-300 จำนวน 6 คน (ร้อยละ 6) ลำดับที่ห้า คือ 401-500 จำนวน 5 คน (ร้อยละ 5) ลำดับที่หก คือ 701 บาทขึ้นไป จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) ลำดับที่เจ็ด คือ 501-600 บาท จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2) ลำดับสุดท้าย คือ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1)

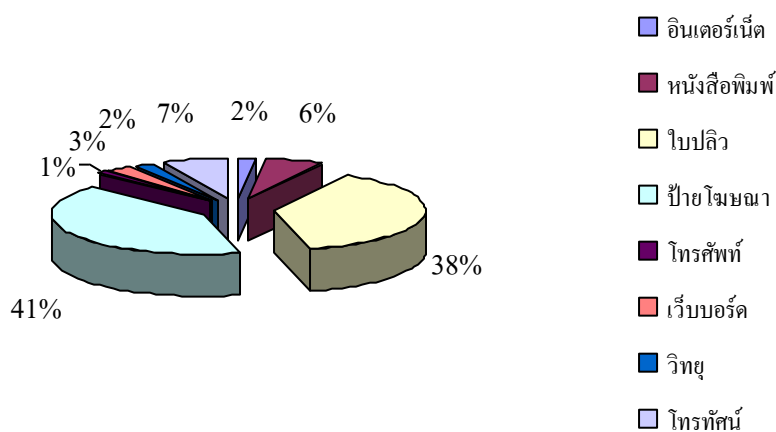
จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามความต้องการในสิ่ง
อำนวยความสะดวกเมื่อเข้ารับบริการที่ร้านเสริมสวย



ภาพที่ 32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความต้องการในสิ่งอำนวยความสะดวกที่ร้านเสริมสวย พบว่าจำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวนมากที่สุด นิตยสาร จำนวน 38 คน (ร้อยละ 38) รองลงมา คือ โทรศัพท์ จำนวน 25 คน (ร้อยละ 25) ลำดับที่สาม คือ เครื่องดื่ม จำนวน 14 คน (ร้อยละ 14) ลำดับที่สี่ คือ หนังสือพิมพ์ จำนวน 13 คน (ร้อยละ 13) ลำดับที่ห้า คือ วิทยุ จำนวน 8 คน (ร้อยละ 8) ลำดับสุดท้าย คือ อื่นๆ ต้องการให้มีทุกอย่าง จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2)

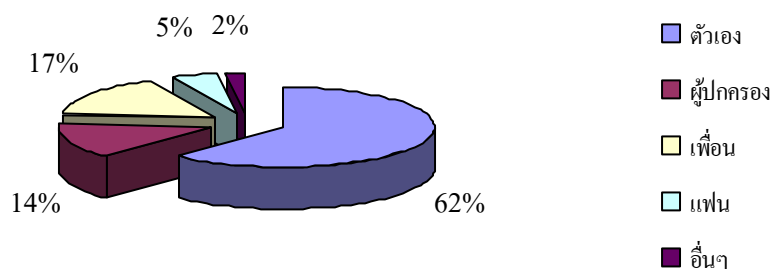
จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามสื่อที่มีต่อการเลือกใช้

บริการร้านเสริมสวย



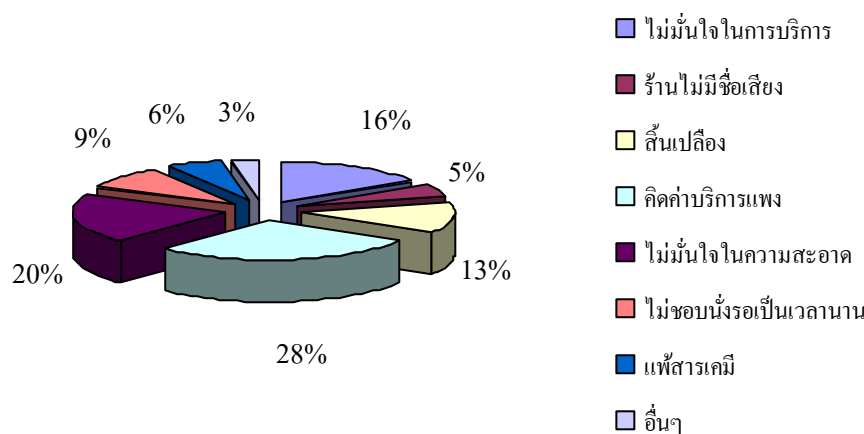
ภาพที่ 33 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามสื่อที่มีต่อการเลือกร้านเสริมสวย พบว่าจำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด ป้ายโฆษณา จำนวน 41 คน (ร้อยละ 41) รองลงมา คือ ใบปลิว จำนวน 33 คน (ร้อยละ 18) ลำดับที่สาม คือ โทรศัพท์ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 7) ลำดับที่สี่ คือ หนังสือพิมพ์ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 6) ลำดับที่ห้า คือ เว็บไซต์ จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) ลำดับที่หก คือ อินเทอร์เน็ตและวิทยุ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2) ลำดับสุดท้าย คือ โทรศัพท์ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1)

จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้มีอิทธิพลในการใช้บริการ
ร้านเสริมสวย



ภาพที่ 34 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านเสริมสวย พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด ตัวเอง จำนวน 62 คน (ร้อยละ 62) รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 17 คน (ร้อยละ 17) ลำดับที่สาม คือ ผู้ปกครอง จำนวน 14 คน (ร้อยละ 14) ลำดับที่สี่ คือ แฟน จำนวน 5 คน (ร้อยละ 5) ลำดับสุดท้าย คือ อื่นๆ เช่นญาติ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2)

จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามสาเหตุการไม่เข้ารับบริการ
ที่ร้านเสริมสวย



ภาพที่ 35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุการไม่เข้ารับบริการที่ร้านเสริมสวย พบว่า จำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง 100 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด คิดราคาแพง จำนวน 28 คน (ร้อยละ 28) รองลงมา คือ ไม่มั่นใจในความสะอาด จำนวน 20 คน (ร้อยละ 20)

ลำดับที่สาม คือ ไม่มั่นใจในการบริการ จำนวน 16 คน (ร้อยละ 16) ลำดับที่สี่ คือ สิ้นเปลือง จำนวน 13 คน (ร้อยละ 13) ลำดับที่ห้า คือ ไม่ชอบนั่งรอเป็นเวลานาน จำนวน 9 คน (ร้อยละ 9) ลำดับที่หก คือ แพ้สารเคมี จำนวน 6 คน (ร้อยละ 6) ลำดับที่เจ็ด คือ ร้านไม่มีชื่อเสียง จำนวน 5 คน (ร้อยละ 5) ลำดับสุดท้าย คือ อื่นๆเช่น การต้งนั่งรอนาน จำนวน 3 คน (ร้อยละ 3) ตามลำดับ

ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของลูกค้ำก็คือ อ ร้านเสริมสวยไม่ควรให้ลูกค้ำรอเป็นเวลานาน โดยไม่ได้รับความสนใจจากทางร้านเท่าที่ควร และการคิดค่าบริการไม่ควรแพงเกินความเป็นจริงมากนัก



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวกิริพร กิจจานนท์
ที่อยู่	140/64 หมู่ 1 ตำบลหนองยาว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี 18000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2548	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายวิทยาศาสตร์ - คณิตศาสตร์ จากโรงเรียนสระบุรีวิทยาคม จังหวัดสระบุรี
พ.ศ.2551	กำลังศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการ จัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2551	ได้รับการฝึกปฏิบัติงานในโรงแรม Best Western King Quarters Dossell, Virginia ประเทศสหรัฐอเมริกา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี