บทที่ 4
การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ผลที่ได้จากการวิเคราะห์จะนำมาใช้ในการประเมินผลการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงาม โดยทำการศึกษาในด้านต่างๆ คือ

- การศึกษาสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ
- การศึกษาสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม
- การวิเคราะห์ด้านการตลาด
- การวิเคราะห์ด้านเทคนิค และ การจัดการ
- การวิเคราะห์ด้านการเงิน

1.การศึกษาสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ

สภาพของธุรกิจภาคบริการของประเทศไทย พบว่า ภาวการณ์การท่องเที่ยวปี 2546 ลดลงจากปี 2545 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ สงครามอิรัก การก่อวินาศกรรมในต่างประเทศ และการแพร่ระบาดของโรค SARS ในประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงเหตุการณ์สึนามิในประเทศไทย ทำให้การธุรกิจบริการได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก แต่ปัจจุบันเริ่มมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากการสนับสนุนของภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยภายในประเทศมากขึ้น ประกอบกับเศรษฐกิจของประเทศไทยปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้น และธุรกิจส่วนใหญ่ปรับราคาให้เข้าสู่เกณฑ์ปกติ สำหรับในเดือนสุดท้ายของปียังได้รับแรงสนับสนุนจากการเพิ่มช่องทางการคมนาคมทางอากาศของสายการบินราคาถูก ซึ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังภาคเหนือมากยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) จังหวัดแพร่ ปี 2546 มูลค่า 13,570 ล้านบาท แยกเป็นค้าปลีกค้าส่ง ร้อยละ 23.32 การบริการร้อยละ 23.99 ภาคการเกษตรร้อยละ 16.69 ภาคการก่อสร้างร้อยละ 4.34 ภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 2.51 และอื่น ๆ ร้อยละ 29.16 รายได้ต่อหัว 26,451 บาท/ปี (ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) และจากผลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของครัวเรือนปี 2546 พบว่าครัวเรือนในจังหวัดแพร่มีรายได้โดยเฉลี่ยประมาณเดือนละ 10,048 บาทต่อครัวเรือน รายได้หลักส่วนใหญ่มาจากค่าจ้างและเงินเดือนเฉลี่ยประมาณเดือนละ 4,522 บาท หรือร้อยละ 45 ของรายได้ทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ รายได้จากกำไรทำธุรกิจส่วนตัวที่มิใช่ภาคเกษตร ประมาณเดือนละ 2,047 บาท หรือร้อยละ 20.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

รัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวกับสุขภาพและความงามอย่างมาก โดยจะเห็นได้ จากนโยบายที่ต้องการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย ทำให้ธุรกิจศูนย์ความงามมีช่องว่างทางการตลาดมาก มีแนวโน้มผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นในแต่ละปี แต่การควบคุมคุณภาพของสถานบริการก็จะต้องทำด้วยความรัดกุมขึ้นเพื่อสร้างมาตรฐานในการให้บริการของสถานประกอบการแต่ละแห่งอย่างเหมาะสม

กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้ดำเนินการตอบสนองต่อนโยบายรัฐบาลตามยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาและสนับสนุนงานธุรกิจบริการสุขภาพของไทย ซึ่งมีการจัดกลุ่มบริการและผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ บริการทางการแพทย์ บริการส่งเสริมสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยในขณะนี้รัฐบาลได้ทำการส่งเสริมและพัฒนาให้ธุรกิจบริการดังกล่าว ทั้งในด้านของรายการบริการ คุณภาพบริการ และวิธีการบริการที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการ โดยเฉพาะ บริการทางการแพทย์ และธุรกิจส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้งานธุรกิจบริการสุขภาพดังกล่าวมีพัฒนาการที่ก้าวหน้า และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการในระดับสากล กระทรวงสาธารณสุข โดย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้พิจารณาถึงความสอดคล้องกับการพัฒนาและจัดระเบียบทางสังคมของประเทศไทย จึงได้จัดทำ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ขึ้นเพื่อเป็นมาตรการตามกฎหมายที่มีผลในการรับรองมาตรฐานกิจการสปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ และนวดเพื่อเสริมสวย โดยให้ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานและคุณภาพของบริการส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทย เพื่อสอดคล้องตามนโยบายปรับโครงสร้างด้านเศรษฐกิจและสังคม เป็นการสร้างรายได้และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศอีกทางหนึ่ง(คู่มือการเตรียมการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ,2547)

สาระสำคัญของประกาศกระทรวงสาธารณสุข

ประกาศฯฉบับนี้ได้กำหนดเนื้อหาเป็น 3 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1 สถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวย ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1: มาตรฐานกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

ส่วนที่ 2: มาตรฐานกิจการนวดเพื่อสุขภาพ

ส่วนที่ 3: มาตรฐานกิจการนวดเพื่อเสริมสวย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

หมวดที่ 2 มาตรฐานของสถานที่ บริการและผู้ให้บริการ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1: มาตรฐานสถานที่

ส่วนที่ 2: มาตรฐานผู้ดำเนินการหรือผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3: มาตรฐานผู้ให้บริการ

ส่วนที่ 4: มาตรฐานการบริการ

ส่วนที่ 5: มาตรฐานความปลอดภัย

หมวดที่ 3หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐาน ได้กำหนด กลไกการดำเนินการทางกฎหมายไว้ 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: คณะกรรมการตรวจประเมินมาตรฐานสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2: การออกและเพิกถอนใบรับรองมาตรฐาน

ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฯฉบับนี้จะประกาศใช้เมื่อกระบวนการทางกฎหมายแล้วเสร็จซึ่งจะส่งผลให้กระทรวงสาธารณสุขมีอำนาจหน้าที่ในการดูแลสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ซึ่งบทเฉพาะกาลดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 180 วัน โดยกลไกดำเนินการจะเป็นลักษณะของการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกระบวนการทางกฎหมายเป็นวิธีที่สามารถอ้างอิงเพื่อตรวจสอบและรับรองมาตรฐานเพื่อการปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง เป็นมาตรการในการรับรองคุณภาพบริการ เป็นการธำรงไว้ซึ่งภูมิปัญญาและส่งเสริมอาชีพชาวไทย อีกทั้งบทบาทหน้าที่ของกระทรวงสาธารณสุขในการนี้ถือว่าเป็นการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐที่ส่งผลโดยตรงและชัดเจนต่อการพัฒนาศักยภาพของประเทศอย่างสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตามนโยบายของรัฐบาลที่ได้กำหนดไว้ (คู่มือการเตรียมการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ,2547)

จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดูแลสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ซึ่งได้แก่ กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค พบว่ายังไม่มีสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ประเภท นวดเพื่อเสริมสวย ในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และ วิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยตามพระราช บัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 แต่มีธุรกิจเกี่ยวกับความงามที่ให้บริการลูกค้าที่เข้าข่ายประเภทนวดเพื่อเสริมสวย ที่ยังไม่ได้ใบรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข โดยสามารถแบ่งประเภทของศูนย์ความงามในจังหวัดแพร่ ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1. กลุ่มที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังเฉพาะทาง ซึ่งจะให้บริการโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ด้วยผลิตภัณฑ์ยา และทรีทเม้นท์ พร้อมทั้งเครื่องมือทางการแพทย์ ซึ่งเน้นเป็นการรักษามากกว่าบริการ โดยมักจะเป็นคลินิกที่รักษาโรคผิวหนังควบคู่กับการรักษาผิวพรรณไปด้วย

2. กลุ่มร้านเสริมสวย ที่มีบริการทำผม และมีบริการนวดหน้า ขัดหน้า โดยจะเน้นการให้บริการเพียงอย่างเดียว ซึ่งผลของการรักษาจะด้อยกว่าในรูปแบบอื่นๆ กิจการลักษณะนี้มีเป็นจำนวนมาก และการแข่งขันค่อนข้างสูง

3.ศูนย์ความงามทั่วไป ให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการจะเน้นการบำรุงรักษาผิวพรรณทั่วๆไป แต่อาจไม่สามารถให้บริการได้ครบทุกชนิด ไม่สามารถจ่ายยา ฉีดยา ทำเลเซอร์ เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านต่างๆ แต่เครื่องมือจะช่วยให้การใช้วิตามินบำรุง บำบัด ฟื้นฟูสภาพผิวอย่างมีประสิทธิภาพ การให้บริการรูปแบบนี้เป็นการนำจุดด้อยด้านเทคโนโลยีกับจุดด้อยด้านบริการมาผสมผสานกันเป็นศูนย์ความงามที่มีความทันสมัย และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากขึ้น

2.การศึกษาสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม

การศึกษาสภาวะการแข่งขันของธุรกิจศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ โดยใช้ Five Force Model ในการพิจารณาการแข่งขันในธุรกิจ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดความสามารถในการทำกำไร เนื่องจากจะก่อให้เกิดอิทธิพลต่อราคา ต้นทุน และความต้องการการลงทุนในอุตสาหกรรม อำนาจผู้ซื้อมีอิทธิพลต่อราคาที่บริษัทตั้งขึ้น และมีอิทธิพลต่อต้นทุนในการลงทุน เพราะผู้ซื้อที่มีอำนาจต้องการบริการที่แตกต่างกันไป มีรายละเอียด ดังนี้

1.การเข้าสู่ตลาดรายใหม่ (New Entrants)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในธุรกิจศูนย์ความงาม จำนวน 3 แห่งพบว่าธุรกิจศูนย์ความงามเป็นธุรกิจที่คู่แข่งเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากจำนวนเงินลงทุนต่ำ ไม่ต้องมีการลงทุนใน Fixed cost สูงมากนัก เมื่อเทียบกับธุรกิจสปาที่ต้องมีเงินลงทุนขั้นต้นสำหรับใช้ในการตกแต่งร้าน และ อุปกรณ์ต่างๆ สูงมาก มีการลงทุนในเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในศูนย์ความงาม โดยจะต้องเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ ได้รับการรับรองจากสถาบันที่เชื่อถือได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าในการเลือกดูแลผิวพรรณกับทางศูนย์ความงาม จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่ามีธุรกิจที่เกี่ยวกับความงามเพิ่มขึ้นในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เนื่องจากกระแสความสนใจด้านสุขภาพที่มีมากขึ้น รวมถึงนโยบายของรัฐบาลที่ให้มีการปล่อยให้การแข่งขันเป็นไปอย่างเสรี ทำให้คู่แข่งขันรายใหม่ๆ สามารถเข้าสู่ธุรกิจนี้ได้โดยสะดวก แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการลงทุนธุรกิจประเภทนี้ ในส่วนของ Switching cost ผู้บริโภคไม่รู้สึกว่าเกิดความสูญเสียมาก หากจะเปลี่ยนไปใช้บริการของศูนย์ความงามอื่นๆ แทน หากบริการที่ได้รับไม่มีความแตกต่างกันอย่างมาก ความจงรักภักดีใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตราสินค้า (Brand loyalty) ค่อนข้างสูง เช่นเดียวกับสถานเสริมความงามทั่วไป ดังนั้น คู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาต้องสามารถให้บริการเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคด้วยจึงจะสามารถเข้ามาแข่งขันในธุรกิจนี้ได้ นอกจากนี้ หากธุรกิจศูนย์ความงามดำเนินไปได้ด้วยดี สถานเสริมความงามทั่วไปที่มีศักยภาพเพียงพอก็จะเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ได้ง่ายเช่นกัน

ถึงแม้ว่าคู่แข่งรายใหม่จะสามารถเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ได้ง่าย แต่การจะอยู่รอดได้ในระยะยาวนั้นธุรกิจจะต้องมีการรักษาคุณภาพของการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในปัจจุบันมีอัตราเร่งสูง ทำให้เทคโนโลยีเดิมล้าสมัยอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เดิมล้าสมัย และไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังนั้นจะต้องมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าด้วย แต่เทคโนโลยีใหม่ๆก็ทำให้เกิดโอกาสทางการตลาดใหม่ๆเช่นกัน นั่นคือมีแนวโน้มที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะปรับปรุงของเดิมมากกว่าการคิดค้นประดิษฐ์ใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริการของธุรกิจศูนย์ความงามต่อไป

2.ระดับการแข่งขันระหว่างคู่แข่งขัน (Rivalry)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีธุรกิจที่เกี่ยวกับสุขภาพและความงามเพิ่มขึ้น ทำให้สภาพการแข่งขันค่อนข้างสูง แต่จากการสำรวจในอำเภอเมืองจังหวัดแพร่ มีร้านค้าที่ให้บริการเกี่ยวกับความงามจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่ในร้านเสริมสวยที่ให้บริการทำผมจะมีการให้บริการเกี่ยวกับผิวหน้าด้วย หรือศูนย์ความงามที่ให้บริการทำผมเพื่อให้มีบริการที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง นอกจากนั้นยังมีศูนย์ความงามที่มีแพทย์ประจำ เช่น แพนคลินิก และเคาน์เตอร์เครื่องสำอางที่มีตราสินค้าเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ในส่วนของศูนย์ความงามที่ให้บริการเฉพาะผิวหน้า และผิวตัว มีเพียง 3 ราย เท่านั้น แต่แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละแห่ง ทำให้ทราบว่า ผู้หญิงหันมาสนใจเรื่องการดูแลรูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ มากขึ้น ทำให้แนวโน้มธุรกิจที่เกี่ยวกับสุขภาพ และความงามขยายตัวอย่างมาก

ดังนั้นศูนย์ความงามแห่งนี้จะสร้างความแตกต่างในรูปแบบการให้บริการ การสร้างตราสินค้า และโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย จะเน้นการแข่งขันด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของร้าน

3.สินค้าทดแทน (Substitution)

การบริการด้านสุขภาพและความงามเป็นธุรกิจที่ผู้บริโภคสามารถหาทดแทนได้ง่าย เนื่องจาก มีผลิตภัณฑ์ ที่ใช้สำหรับบำรุงผิว นวดหน้า นวดตัว เช่น โคลนพอกตัว, เกลือและน้ำมันขัดผิว, มาร์กพอกหน้า ให้เลือกซื้อมากมาย นอกจากนั้นยังมีเครื่องมือต่างๆ เช่น เครื่องมือที่ใช้ในการนำสารบำรุงผิวเข้าสู่ผิวหน้าที่สามารถนำผลิตภัณฑ์ไปใช้เองที่บ้าน แต่จากการสอบถามผู้ที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ใช้บริการสถานเสริมความงามในจังหวัดแพร่ พบว่า การที่ซื้อผลิตภัณฑ์มานวดหน้า หรือ นวดตัวเองที่บ้าน จะไม่สะดวกเนื่องจากเครื่องมือต่างๆ มีราคาค่อนข้างสูงจึงไม่คุ้มค่าที่จะซื้อมาใช้ รวมทั้งไม่มีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนในการนวดที่ถูกต้องอีกทั้งการที่จะต้องซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ครีมนวดหน้า มานวดที่บ้านต้องซื้อจำนวนมากและหลากหลายประเภท ทำให้ต้องเงินลงทุนในครั้งแรกมาก รวมถึงการใช้บริการที่ร้านจะได้รับความสะดวกสบายมากกว่า นอกจากนั้นยังมีศูนย์ความงามทั่วไปที่มีให้เลือกมากมาย แต่ความต้องการในบริการจะถูกกำหนดโดยผู้บริโภคว่ามีกำลังซื้อเพียงใด ถึงแม้ว่าผู้บริโภคบางคนมีกำลังซื้อสูงแต่ก็ไม่พร้อมที่จ่ายเงินเพื่อแลกกับบริการที่มีราคาสูงเกินไป บริการบางประเภทสามารถใช้บริการได้ตามศูนย์ความงามทั่วไป ซึ่งผู้บริโภคพร้อมที่จะทดลองของใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความแตกต่าง และความหลากหลายของบริการในรูปแบบต่างๆกันไป เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าเห็นว่าการเข้ามาใช้บริการที่นี่เท่านั้น ที่ลูกค้าจะได้รับความพึงพอใจสูงสุด

4.อำนาจต่อรองของลูกค้า (Buyer)

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อในธุรกิจศูนย์ความงามสูงมาก มีการแข่งขันในธุรกิจนี้สูง เนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลายในการเลือกที่จะใช้บริการกับศูนย์ความงามที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ตัวเองมากที่สุด โดยผู้ประกอบการต้องค้นหาความเหมาะสมในการบริการเพื่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพดีที่สุด เน้นบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า สามารถขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆได้อย่างต่อเนื่อง

5.อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับศูนย์ความงามมาจากหลายผู้ผลิต โดยจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากหลายผู้ผลิต ทำให้ *Supplier power* มีไม่มากนัก

การจัดการด้านผู้ขายวัตถุดิบ จะเน้นที่การนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่าที่สุดและต้องจัดหามาจากแหล่งที่มีต้นทุนต่ำในระดับที่ยอมรับได้ จะต้องเตรียมความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จัดไว้รองรับการใช้บริการของลูกค้า การจัดอบรมพนักงาน การเตรียมสถานที่ให้เหมาะสม ผู้ขายวัตถุดิบของธุรกิจศูนย์ความงาม คือ บริษัทที่ขายอุปกรณ์ให้แก่ศูนย์ความงาม และครีมบำรุงต่างๆที่ใช้ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบมีไม่มากนัก เนื่องจากมีบริษัทที่จัดจำหน่ายสินค้าเหล่านี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีคุณสมบัติต่างๆใกล้เคียงกัน

การวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ นำมาวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจนี้ ได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จุดแข็ง (Strength)

1. เป็นศูนย์ความงามที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการประเภทนวดเพื่อเสริมสวยจากกระทรวงสาธารณสุข เป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เข้ามาใช้บริการว่าจะต้องได้รับการบริการที่ได้มาตรฐานทั้งในด้านสถานที่ การบริการ และผู้ให้บริการ

2. บรรยากาศ การตกแต่งร้านให้ดูดี ทันสมัย ดึงดูดลูกค้า สะอาด จัดแบ่งพื้นที่บริการเป็นสัดส่วนชัดเจน เนื่องจากศูนย์ความงามในปัจจุบันยังไม่ให้ความสำคัญกับการตกแต่งร้านมากนัก

3. ราคาอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้ง่าย

4. พื้นที่ตั้งของโครงการใกล้กับแหล่งชุมชน การคมนาคมสะดวก

5. ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ มีให้เลือกตามระดับคุณภาพ และราคาที่ลูกค้าต้องการ

จุดอ่อน (Weakness)

1. เป็นธุรกิจที่ต้องได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการนวดเพื่อเสริมสวย ดังนั้นการดำเนินธุรกิจค่อนข้างซับซ้อนทั้งในช่วงแรก และช่วงระหว่างการดำเนินงานที่จะต้องควบคุมการดำเนินงานให้ได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด

2. ผู้ให้บริการต้องมีคุณสมบัติเป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ซึ่งบุคลากรที่มีฝีมือดีหายาก และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม แต่พนักงานขาดความอดทน เนื่องจากธุรกิจนี้เน้นการให้บริการเป็นหลัก ทำให้เกิดการเปลี่ยนงานบ่อย

3. ศูนย์ความงามแห่งใหม่ไม่มีฐานลูกค้ารองรับ ทำให้ค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สูงกว่าศูนย์ความงามที่เปิดให้บริการมาก่อน ต้องใช้เงินหมุนเวียนสูง

โอกาส (Opportunity)

1. กระแสตอบรับการใส่ใจสุขภาพเพิ่มขึ้น แนวโน้มการให้ความสำคัญต่อการดูแลผิวพรรณ รูปร่างมีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจศูนย์ความงามมีการขยายตัว เป็นทางเลือกให้แก่ผู้สนใจที่จะเข้ามาใช้บริการ

2. ร้านขนาดเล็กและขนาดกลาง สามารถตั้งอยู่ย่านชุมชน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่มาก

3. ธุรกิจศูนย์ความงามที่เปิดให้บริการในปัจจุบัน ไม่มีการควบคุมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การให้บริการของผู้ประกอบการบางรายยังไม่ได้มาตรฐาน จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถให้บริการที่ได้มาตรฐานสูงขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

อุปสรรค (Threat)

1. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้สูญเสียลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง
2. มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านราคา
3. ลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์ความงาม จะเป็นกลุ่มที่มีความคุ้นเคยกับศูนย์ความงามเดิมสูง การจะทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการร้านเปิดใหม่ จะทำได้ยาก เนื่องจากลูกค้าไม่ต้องการเสี่ยงกับการไปใช้ของใหม่ที่ยังไม่แน่ใจในบริการ แต่หากทดลองใช้บริการครั้งแรกแล้ว ทำให้ลูกค้ายอมรับได้ ลูกค้าสามารถเปลี่ยนมาใช้บริการได้
4. การได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้ต้องมีเจ้าหน้าที่เข้ามาตรวจศูนย์ความงามอยู่ตลอดเวลา ทำให้ค่าใช้จ่ายด้านการดูแลสถานบริการสูงขึ้น เป็นต้นทุนของกิจการที่เพิ่มขึ้น

3.การวิเคราะห์ด้านการตลาด

จุดมุ่งหมายทางการตลาด

1. เน้นการสื่อสารให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการที่เน้นความสำคัญของภาพลักษณ์ที่ดี การแก้ปัญหาด้านผิวพรรณ การดูแลผิวพรรณ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของศูนย์ความงามให้กับลูกค้า และเน้นการให้บริการ
2. จำนวนลูกค้าที่จะใช้บริการในปีแรกจำนวน 12% จากจำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่าจะใช้บริการศูนย์ความงาม และกำหนดให้อัตราการเจริญเติบโต ของยอดขายเพิ่มขึ้น 10 % ในปีต่อไป โดยการเติบโตของยอดขายนี้จะเกิดขึ้นทั้งจากการขยายขนาดของฐานลูกค้าให้ใหญ่ขึ้น หรืออาจเกิดจากการใช้บริการหลายๆประเภทมากขึ้น
3. สร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งในที่นี้หมายถึงให้ลูกค้าจดจำชื่อร้านด้วยการโฆษณาด้วยวิธีต่างๆ และสร้างความประทับใจเมื่อเข้ามาใช้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการใช้บริการซ้ำและสามารถขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆซึ่งจะต้องเน้นคุณภาพในการให้บริการเป็นหลักเพื่อให้เกิดการบอกต่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ธุรกิจศูนย์ความงามกำลังได้รับความนิยมอย่างมากจากกระแสความนิยมด้านสุขภาพและความงาม คู่แข่งขันเริ่มเข้าสู่ตลาดมากขึ้น จากการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจศูนย์ความงาม ควรกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ความงาม คือ การให้บริการคุณภาพของบริการ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับธุรกิจบริการ เพราะบริการจับต้องไม่ได้และไม่เกี่ยวพันกับสิ่งอื่นจึงเป็นการยากที่จะสร้างมาตรฐานสำหรับวัดคุณภาพ จุดเริ่มต้นที่ดี คือ ทำการพิจารณาสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือกำลังแสวงหา นอกจากนั้นต้องมีการปรับปรุงบริการติดต่ออยู่เรื่อยๆ ถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของกิจการขายบริการหลายแห่ง (การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี ,อดุลย์ จาตุรงคกุล 2543) บริการในที่นี้ ได้แก่ การให้บริการทรีทเม้นท์หน้าใส ขัดหน้า นวดหน้า มาส์กหน้าใส กระชับรูขุมขน ซึ่งจากแบบสอบถามทำให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการใช้บริการเกี่ยวกับหน้ามากที่สุด แต่เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้าจึงมีบริการครบขั้นตอนในที่เดียว จึงต้องให้บริการธุรกิจต้องเลือกบริการให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่การจะมีบริการที่ดีนั้นขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และอุปกรณ์ที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพด้วย ผู้ประกอบการมีเกณฑ์การเลือกซื้อสินค้าที่คล้ายคลึงกันนั่นคือ เลือกเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพจากบริษัทที่เชื่อถือได้ มีบริการหลังการขาย เช่นการตรวจเช็ค ซ่อมบำรุง อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งต้องเป็นเครื่องมือที่ทันสมัย สามารถใช้เครื่องมือหนึ่งชิ้นกับการบริการหลายๆประเภท เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน เพราะเครื่องมืออุปกรณ์แต่ละชิ้นมีราคาสูง

3.2 ราคา (Price) ราคาของบริการและผลิตภัณฑ์จากศูนย์ความงามมีหลายระดับตามแต่ราคาต้นทุนที่เกิดขึ้น โดยศูนย์ความงามแต่ละแห่งมีการกำหนดราคาตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตน ซึ่งการมีลูกค้าเป้าหมายต่างกัน ทำให้ประเภทของบริการ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในศูนย์ความงามต่างกัน ส่งผลให้ราคาค่าบริการและราคาผลิตภัณฑ์ของศูนย์ความงามต่างกันด้วย

ดังนั้นการกำหนดราคาในการให้บริการโดยการศึกษาราคาของคู่แข่งเพื่อนำมาเป็นฐานในการตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่ง แต่อาจสูงกว่าคู่แข่งเล็กน้อย เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในส่วนของการตกแต่งร้าน การให้บริการ และผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ เนื่องจากศูนย์ความงามจะเน้นคุณภาพการให้บริการมากกว่า แต่จะไม่ตั้งราคาสูงเกินไป เนื่องจากการสำรวจตลาดพบว่าราคามีความสำคัญในระดับต้นๆที่จะเลือกใช้บริการ หากราคาสูงมากลูกค้าจะไม่เลือกใช้บริการ รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแล้วพบว่าในจังหวัดแพร่ไม่สามารถตั้งราคาให้สูงได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

รายละเอียดประเภทบริการของศูนย์ความงาม

ประเภทบริการ	ค่าบริการ
ทรีทเม้นท์หน้าใส	150 บาท
อบโอโซน ดูดสิวเสี้ยน	100 บาท
ยกกระชับผิวหน้า	200 บาท
ขัดหน้า นวดหน้า สมุนไพร	250 บาท
ขัดหน้า นวดหน้า น้ำมันหอมระเหย	300 บาท
ขัดหน้า นวดหน้า โคลนพอกหน้า	350 บาท
มาส์กหน้ากระชับรูขุมขน	150 บาท
มาส์กหน้าขาวใส	150 บาท
มาส์กเพิ่มสารอาหารให้แก่ผิว	200 บาท
นวดน้ำมันเพื่อผ่อนคลาย	500 บาท
นวดน้ำนมบำรุงผิว	450 บาท
นวดเท้า	150 บาท
ขัดผิว	400 บาท
อบสมุนไพร	250 บาท
คอร์สหน้าใส	
ประกอบด้วย - ทำความสะอาดผิว 5 ครั้ง	1,500
- ทรีทเม้นท์หน้า 5 ครั้ง	
- มาส์กหน้า กระชับรูขุมขน 5 ครั้ง	
คอร์สยกกระชับ ลดริ้วรอย	
ประกอบด้วย - ทำความสะอาดผิว 5 ครั้ง	2,500
- ฟื้นฟูกล้ามเนื้อบนใบหน้า 5 ครั้ง	
- ยกกระชับผิวหน้า 5 ครั้ง	
- มาส์กหน้า กระชับรูขุมขน 5 ครั้ง	
Package 1 : ขัดหน้า นวดหน้า มาส์กหน้า	300 บาท
Package 2 : ขัดตัว นวดตัว อบสมุนไพร	600 บาท

หมายเหตุ: จากการสัมภาษณ์สถานประกอบการทั้ง 3 แห่งพบว่าประเภทบริการที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากที่สุดคือ การทำทรีทเม้นท์หน้า และการนวดตัวด้วยครีมน้ำนม เครื่องสำอางที่ศูนย์ความ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

งามใช้สำหรับให้บริการลูกค้า ได้แก่ เครื่องสำอางจากบริษัทที่ผลิตเครื่องสำอางโดยตรงที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ บริษัท พรีมาแคร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับมาตรฐาน GMP และมีความชำนาญในการผลิตเครื่องสำอางมาเป็นระยะเวลานาน

3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

การคัดเลือกสถานที่ตั้งของร้าน นั้นได้ใช้ปัจจัยมาประกอบในการตัดสินใจดังต่อไปนี้

1. การคมนาคม สะดวก ปลอดภัย สามารถมาใช้บริการก่อนกลับบ้านได้

2.ราคาค่าเช่า ค่าเช่าสถานที่เป็นต้นทุนแปรผันที่มีสัดส่วนสูงในธุรกิจ

3.สาธารณูปโภค สถานที่ต้องสามารถให้บริการน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ได้อย่างไม่มีปัญหา เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการที่ต้องใช้น้ำและไฟฟ้าเสมอ หากมีปัญหาบ่อยครั้งย่อมกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงข้อห้ามต่างๆ ของสถานที่ รวมถึงการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ศูนย์ความงามเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่สะดวกต่อการเดินทาง มีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้า บริเวณศูนย์ความงามมีการตกแต่งเป็นอย่างดี ทันสมัย สะอาด ดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายโดยการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างได้ผลดีสำหรับการสร้างความรู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนั้นการประชาสัมพันธ์มักใช้งบประมาณน้อยกว่าการโฆษณา แต่ก็มีข้อเสียในส่วนที่จะทำให้คนทั่วไปรู้จักศูนย์ความงามนั้นต้องใช้เวลานานกว่า ดังนั้นศูนย์ความงามจะใช้การโฆษณา รวมทั้งการจัดทำการส่งเสริมการขายเป็นระยะๆเป็นวิธีการที่ใช้กันบ่อยโดยจะได้กลุ่มลูกค้าใหม่ๆเข้ามาทดลองการใช้บริการของศูนย์ความงาม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ส่วนใหญ่จะเน้นการให้บริการที่เป็นกันเอง เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ให้เกิดการบอกต่อ และการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ แผ่นพับ มีการจัดกิจกรรมจากบริษัทที่เป็นผู้จัดจำหน่ายครีมต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมกับทางศูนย์ความงาม ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าและผู้ประกอบการด้วย นอกจากนั้นมีการจัดโปรโมชั่นในบางช่วงที่มีผู้ใช้บริการน้อยกว่าปกติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

วิธีการจัดรายการส่งเสริมการขาย (Promotion)

การประชาสัมพันธ์ช่วงเปิดตัว กิจกรรมส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้จักในตราสินค้า (Brand Awareness) และทำให้เกิดการทดลองใช้ ซึ่งเป็นปัจจัยในการประสบความสำเร็จที่สำคัญของธุรกิจ เพราะหากลูกค้าได้รับความประทับใจในการใช้บริการครั้งแรกก็จะกลับมาใช้บริการอีกและจะแนะนำต่อให้กับคนรู้จักโดยจะต้องมีการกระตุ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนการส่งเสริมการขาย ดังต่อไปนี้

1.จัดทำแผ่นพับเพื่อแนะนำร้าน โดยจะแจกแผ่นพับตามสถานศึกษา หน่วยงานราชการ ห้างสรรพสินค้า และแจกที่งานถนนคนเดินในวันอาทิตย์แรกของเดือน โดยสามารถนำแผ่นพับที่ได้มาเป็นส่วนลด 10% ในการใช้บริการ ในช่วงแนะนำตัวได้ เพื่อเป็นการขยายตลาดให้กว้างขึ้น เนื่องจากปัจจุบันยังมีลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการศูนย์ความงามอีกเป็นจำนวนมาก

2.จัดทำป้ายร้านถาวรบอกทางไปติดตั้งไว้ที่ปากทางเข้ากาดน้ำทองเพื่อให้ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ชัดเจนจัดทำป้ายผ้าเพิ่มเติมประกาศวันเปิดดำเนินการและเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการ

การส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้น สำหรับลูกค้าที่ต้องการมาใช้บริการเป็นประจำ จะมีโปรแกรมการใช้บริการ 10 ครั้งโดยจะได้รับส่วนลดเป็นบริการเพิ่มอีก 2 ครั้ง เพื่อสร้างกลุ่มฐานลูกค้าที่จะมาใช้บริการเป็นประจำให้มีการดูแลอย่างต่อเนื่อง จัดโปรแกรมพิเศษในเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลวาเลนไทน์ วันปีใหม่ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการมากขึ้น และรักษาฐานลูกค้าเดิม โปรแกรมพิเศษได้แก่ นวดตัวแถมนวดหน้า ซื้อคอร์สลด 20% เป็นต้น โดยเพิ่มค่าตอบแทนพิเศษแก่พนักงาน โดยการตั้งเป้าหมายการขายบริการต่างๆ เพื่อให้พนักงานร่วมมือในการสร้างยอดขายเพิ่ม เนื่องจากขณะที่ลูกค้าเข้ารับบริการพนักงานที่ให้บริการจะสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าควบคู่กันไปด้วย รวมถึงการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้า นอกจากนี้ยังต้องมีการอบรมเทคนิคการขายที่ให้แก่พนักงาน โดยพนักงานต้องมีความเชื่อร่วมกันว่าการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกและจะแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการด้วยกัน จัดทำฐานข้อมูลของลูกค้าที่มาใช้บริการว่าเคยใช้บริการประเภทใดบ้าง มีเอกสารแนะนำบริการใหม่ๆ เพื่อจูงใจให้มาใช้บริการในภายหลัง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ค่าใช้จ่ายทางการตลาดก่อนการดำเนินงานของกิจการ มีรายละเอียดดังนี้

กิจกรรม	รายละเอียด	ค่าใช้จ่าย(บาท)
1. แผ่นป้ายโฆษณาไม้อัด ขนาด 1.2m*2.4 m จำนวน 5 แผ่น ขนาด 0.3*0.6 m จำนวน 20 แผ่น	แสดงรายละเอียดสถานที่ตั้ง เวลาเปิด-ปิด เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ ตั้งไว้บริเวณสี่แยกหลักๆ จำนวน 5 ป้าย และป้ายขนาดเล็กจะกระจายติดตามสี่แยกต่างๆ จำนวน 20 ป้าย	16,000
2. แผ่นพับโฆษณา ขนาด A4 จำนวน 7,000 ใบ (รวมค่าจ้างในการแจกแผ่นพับ)	แสดงรายละเอียดประเภทบริการ สำหรับแจกผู้สนใจทั่วไป ตามสถานศึกษา สถานที่ราชการ แหล่งชุมชนต่างๆ ห้างสรรพสินค้า	87,000
3. วิทยุ(ค่าใช้จ่ายต่อเดือน) จำนวน 2 คลื่น	นำเสนอบริการ ประเภทบริการ ให้แก่ผู้ฟังวิทยุ เป็นสปอตโฆษณา	40,000
4.ป้ายผ้าจำนวน 10 ผืน	ติดตามบริเวณต่างๆที่ได้รับการอนุญาตให้ติดป้ายประกาศได้ จำนวน 4 จุด	2,500
รวมค่าใช้จ่าย		145,500

ประมาณค่าใช้จ่ายด้านการตลาด เท่ากับร้อยละ 5 ของยอดขายรวม และ ค่าใช้จ่ายในการคิดส่วนลดให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการศูนย์ความงาม ได้แก่ ในช่วง 3 เดือนแรกที่ลูกค้านำแผ่นพับมาใช้บริการ จะได้รับส่วนลด 10% โดยประมาณการจำนวนลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการโดยใช้ส่วนลดนี้ประมาณ 20% ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รายละเอียดค่าใช้จ่ายมีดังนี้

ปีที่ดำเนินการ	ยอดขายรวม(บาท)	ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด(บาท)*
1	1,211,000	60,500
2	1,331,937	66,500
3	1,465,131	73,200
4	1,611,644	80,500
5	1,772,808	88,600

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

***รายละเอียดของการประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาดในปีที่ 1**

-ค่าเช่าที่โฆษณา แผ่นป้ายโฆษณาเพิ่มเติม ป้ายผ้าเพิ่มเติม 13,500 บาท

-วิทยุ 1 คลื่น 20,000 บาท

-ส่วนลดค่าบริการลดค่าบริการ 10% สำหรับลูกค้าที่นำโบรชัวร์มาใช้บริการในช่วงเปิดร้านใหม่ 30,100 บาท

-ค่าซ่อมแซมแผ่นป้ายโฆษณาช่วงแนะนำศูนย์ความงาม รวมค่าใช้จ่ายอื่นๆ 12,000 บาท

3.5กระบวนการต่างๆ (Process) ธุรกิจบริการจะต้องใช้กระบวนการต่างๆที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการทำให้ลูกค้าพอใจได้เป็นอย่างมาก ต้องสร้างกระบวนการการทำงานด้านบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นศูนย์ความงามจะต้องมีบริการที่ดี โดยเฉพาะพนักงานบริการที่มีคุณภาพ โดยจะทำการจัดฝึกอบรมในการทำงาน การให้บริการ เพิ่มพูนความรู้ด้านเทคนิคใหม่ๆแก่พนักงานอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานทุกคนเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า โดยจะมีการประชุมประจำเดือนเพื่อแจ้งสถานการณ์ในปัจจุบันให้แก่พนักงานทราบว่าในเดือนนั้นๆทางร้านมีการจัดโปรโมชั่นพิเศษอะไรบ้าง รายได้เพิ่มขึ้นหรือลดลง มีรางวัลพิเศษเพื่อจูงใจพนักงานสำหรับพนักงานที่ทำรายได้มากที่สุด และให้พนักงานทุกคนแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ รวมถึงปัญหาในการทำงาน

ศูนย์ความงามจะเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ จากความชำนาญของการให้บริการของพนักงาน รวมทั้งจัดฝึกอบรมพนักงานให้ทำงานอย่างมีส่วนร่วมในการให้บริการที่มีมาตรฐาน

3.6 บุคลากร (People) เกี่ยวข้องกับการคัดเลือก การฝึกอบรม และจูงใจให้แก่บุคลากรในองค์กร การฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะในงานและการให้บริการที่ดีมีความสำคัญในการรักษามาตรฐาน และต้องใช้พนักงานที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุขแล้วเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการ การอบรมพนักงานให้มีทักษะในการให้บริการเป็นสิ่งที่ต้องจัดทำอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นเทคนิคการให้บริการ การนวด ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในศูนย์ความงาม เพื่อการบริการแก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจแก่ลูกค้าสูงสุด

ศูนย์ความงามจะจัดให้มีการอบรมแก่พนักงานในช่วงก่อนดำเนินงานให้มีความชำนาญในการให้บริการ ส่งพนักงานที่ผ่านการอบรมไปสอบเพื่อให้มีคุณสมบัติเป็นผู้ให้บริการตามที่กฎหมายกำหนด ในระหว่างดำเนินงานจะมีการทดสอบความรู้ของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งอบรมความรู้ใหม่ๆเพิ่มเติม นอกจากนั้นจะต้องให้ความรู้ด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ เช่น มารยาทการให้บริการ ข้อห้ามต่างๆที่ไม่ควรกระทำในการให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

3.7 หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) นำเสนอความน่าเชื่อถือของการให้บริการ ศูนย์ความงามเป็นสถานประกอบการที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานให้เป็นกิจการนวดเพื่อเสริมสวยที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข โดยจะต้องได้รับมาตรฐานทั้งในด้านการบริการ สถานที่ และผู้ให้บริการ ดังนั้นเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของคุณภาพบริการให้แก่ผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี

กลยุทธ์การตลาดบริการ สำหรับธุรกิจศูนย์ความงาม มีดังนี้

1. การตลาดภายนอก (External Marketing) ศูนย์ความงามเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ กำหนดราคาที่สะท้อนถึงผลที่คาดว่าผู้ใช้บริการจะได้รับจากการเข้ามาใช้บริการในศูนย์ความงามอย่างเหมาะสม มีบริการที่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ บริเวณสถานที่ที่ให้บริการสะอาด ที่จอดรถสะดวกสบาย สภาพแวดล้อมดี

2. การตลาดภายใน (Internal Marketing) ศูนย์ความงามเน้นคุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยจะมีการฝึกอบรมพนักงาน และทดสอบความรู้ของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ

3. การตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) ศูนย์ความงามจะให้ บริการที่มีคุณภาพ สร้างความสัมพันธ์ทีดีกับลูกค้า เอาใจใส่ และติดตามสอบถามถึงการใช้บริการว่าผลที่ได้รับสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

ผลการศึกษาความต้องการของตลาด

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาถึงความต้องการโดยทั่วไปของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ประชากรเพศหญิงที่มีอายุอยู่ระหว่าง 15-50 ปี ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 300 ชุด ด้วยวิธีการออกแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะการแข่งขันของศูนย์ความงาม

ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม และ ปัจจัยในการเลือกใช้บริการศูนย์ความงาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสุ่มตัวอย่างเพศหญิงพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-22 ปี รองลงมาได้แก่อายุระหว่าง 23-29 ปี อายุระหว่าง 30-39 ปี และ อายุระหว่าง 40-50 ปี ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาได้แก่สถานภาพสมรส และ สถานภาพหย่าร้าง/ม่าย ตามลำดับ และยังไม่มีบุตร รองลงมามีบุตรจำนวน 2 คน 1 คน และ ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทรับจ้างทั่วไป และ วิชาชีพอิสระ ตามลำดับ การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย รองลงมา ได้แก่ ระดับอนุปริญญา/ปวช./ปวส. ระดับปริญญาตรี ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ ระดับประถมศึกษาตามลำดับ ในส่วนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะการแข่งขันของศูนย์ความงาม

จากการสุ่มตัวอย่างเพศหญิงพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการศูนย์ความงามคิดเป็นร้อยละ 77.7 และไม่เคยใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 22.3 โดยจำแนกเป็นการใช้บริการศูนย์ความงามในจังหวัดแพร่มากที่สุด รองลงมาเคยใช้บริการศูนย์ความงามในต่างจังหวัด และมีบางส่วนที่เคยใช้บริการทั้งในจังหวัดแพร่และต่างจังหวัด ตามลำดับและกลุ่มตัวอย่างสนใจใช้บริการศูนย์ความงามแห่งใหม่คิดเป็นร้อยละ 77.3 ไม่สนใจร้อยละ 22.7

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม และ ปัจจัยในการเลือกใช้บริการศูนย์ความงาม

จากการสุ่มตัวอย่างเพศหญิงพบว่า ความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการในศูนย์ความงามด้านผิวหน้ามากที่สุด คือ เดือนละ 2 ครั้ง ใช้บริการทุกสัปดาห์ ใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง ใช้บริการปีละ 1-2 ครั้ง ตามลำดับ ในส่วนของความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการในศูนย์ความงามด้านผิวกายมากที่สุด คือ เดือนละ 1 ครั้ง รองลงมาไม่เคยใช้บริการ ใช้บริการทุกสัปดาห์ ใช้บริการเดือนละ 2 ครั้ง ใช้บริการปีละ 1-2 ครั้ง ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างจะเลือกใช้บริการในศูนย์ความงามที่ตั้งอยู่ในทำเลใกล้บ้านมากที่สุด รองลงมาจะเลือกใช้บริการในศูนย์ความงามที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน และตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน ตามลำดับ ในส่วนของบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจใช้บริการมากที่สุด คือ บริการรักษาผิวหน้า รองลงมาได้แก่ บริการบำรุง-ผ่อนคลายผิวหน้า บริการฟื้นฟูผิวหน้า บริการผ่อนคลายผิวกาย บริการรักษาผิวกาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บริการฟื้นฟูผิวกาย ตามลำดับ ในส่วนของค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการใช้บริการด้านผิวหน้าต่อครั้งอยู่ที่ 101-200 บาท ด้านผิวกายต่อครั้งอยู่ที่ 301-500 บาท

สรุปปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ความงามของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ลำดับที่ให้ความสำคัญ	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ศูนย์ความงาม
1	คุณภาพการให้บริการ
2	ระดับราคา
3	ความหลากหลายของบริการ
4	การให้บริการของพนักงาน
5	ส่วนลด โปรโมชั่น
6	การตกแต่งสถานที่
7	ทำเล สถานที่ตั้ง

การประมาณการรายได้มูลค่าตลาดโดยรวมของธุรกิจศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เพศหญิงกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 15-50 ปี จำนวน 36,810 คน ในจำนวนนี้ผู้ที่เคยใช้บริการศูนย์ความงามแล้วร้อยละ 77.7 หรือคิดเป็นจำนวน 28,601 คน ศูนย์ความงามคาดว่าจะมีผู้เข้ามาใช้บริการจากจำนวนผู้ที่เคยใช้บริการศูนย์ความงามเดิม ประมาณร้อยละ 12 หรือคิดเป็นจำนวน 286 คนต่อเดือน จากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายคาดว่าจะใช้บริการด้านผิวหน้าโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งด้านผิวหน้าประมาณ 151 บาท และ คาดว่าจะใช้บริการด้านผิวกายโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งด้านผิวกายประมาณ 429 บาท ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าผู้ใช้บริการด้านผิวหน้าคิดเป็น 60% และผิวกายคิดเป็น 40% ดังนั้นศูนย์ความงามจะมีรายได้ต่อปีประมาณ 1,211,000 บาท โดยกำหนดให้รายได้เพิ่มขึ้นทุกปี ปีละ 10% ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่ผู้ลงทุนกำหนดไว้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4.การวิเคราะห์ด้านเทคนิค และการจัดการ

เป็นการวิเคราะห์เพื่อนำข้อมูลด้านเทคนิคและการจัดการที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินงาน เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการบริหารงาน

รูปแบบการดำเนินงาน

ในการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงามนี้ จะดำเนินการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงานไม่ต้องมีระเบียบวิธีการทางกฎหมายและต้นทุนในการก่อตั้ง เจ้าของมีอิสระในการตัดสินใจนโยบายและการจัดการ กำไรที่ได้เสียภาษีเป็นเงินได้ส่วนบุคคล จึงไม่มีการคิดภาษีซ้ำซ้อนเหมือนกรณีรูปแบบบริษัท ดังนั้นการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงามจะต้องเสียค่าใช้จ่ายด้านภาษีและค่าธรรมเนียมในการจัดตั้ง ดังต่อไปนี้

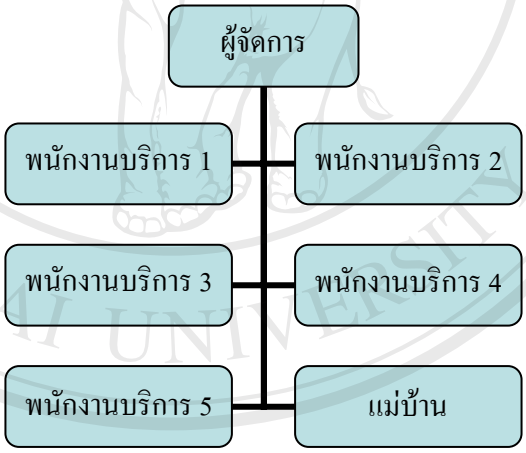
1.ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

2.ภาษีป้าย

3.ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพตามกฎหมาย

4.จดทะเบียนพาณิชย์

โครงสร้างองค์กร



การกำหนดหน้าที่ของบุคลากรมีความสำคัญอย่างมากในการจัดการองค์กรให้เกิดความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพในการวัดผลการทำงาน การว่าจ้าง การให้ผลตอบแทน การจัดหน้าที่จะต้องพิจารณาความเหมาะสม และความสามารถ

ในธุรกิจศูนย์ความงาม เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว บุคลากรคนเดียวอาจจะได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่หลายอย่าง ดังนั้นบุคลากรนั้นๆจำเป็นต้องมีพื้นฐานความรู้หลากหลาย เพื่อที่จะปฏิบัติหน้าที่ของตนได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

เจ้าของกิจการ

1. วางนโยบายและกำหนดทิศทางของธุรกิจ
2. กำกับ ดูแลกิจการให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางที่วางไว้
3. จัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม
4. กำหนดหน้าที่หลักของแต่ละแผนก เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้
5. จัดสรร คัดเลือกพนักงานในตำแหน่งที่ว่างลง โดยต้องมีวิธีการทดสอบความรู้เบื้องต้น เพื่อให้ได้พนักงานที่เหมาะสม
6. ประเมินผลงานบุคลากร
7. จัดจ้าง กำหนดค่าตอบแทน รวมทั้งจ่ายเงินเดือน
8. ดูแลภาพรวมของกิจการทั้งหมดให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด

ผู้จัดการ

1. ดำเนินการตามนโยบายของธุรกิจที่เจ้าของกิจการวางไว้
2. วางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ
3. ควบคุม/ติดตาม การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย
4. จัดการกับเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ
5. ตั้งงบประมาณการบริหาร
6. อบรมบุคลากรให้มีความชำนาญเฉพาะด้าน มีการทดสอบฝีมือเป็นระยะ
7. แสวงหาความรู้ใหม่ๆ และนำความรู้นั้นๆ มาใช้ในการพัฒนาบุคลากร
8. ดูแลความเรียบร้อยโดยรวมในศูนย์ความงามให้เป็นระเบียบอยู่เสมอ
9. อบรมพนักงานให้ปฏิบัติอยู่ในกรอบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดมาตรฐานผู้ให้บริการ
10. รับนัดหมายการใช้บริการ
11. แนะนำผลิตภัณฑ์
12. ให้ข้อมูลการให้บริการแก่ลูกค้า
13. สอบถามประวัติลูกค้า
14. การให้คำปรึกษา คำแนะนำ ด้านการดูแลสุขภาพ ข้อห้าม ข้อปฏิบัติของทรีทเม้นท์แต่ละประเภท
15. เก็บเงิน ออกใบเสร็จรับเงิน จัดการระบบการเงินให้เรียบร้อย ถูกต้อง และตรวจสอบได้ตลอดเวลา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

16. ดูแลความเรียบร้อยในบริเวณ Front Desk

17. จัดซื้อ จัดหา ติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน และบริษัทต่างๆที่เกี่ยวข้องในธุรกิจ เพื่อให้การให้บริการเป็นไปอย่างราบรื่น

18. ทำรายงาน และนำส่งรายงานตามระเบียบราชการ เช่น สรรพากร ประกันสังคม

พนักงานบริการ

1. ให้บริการตามที่ได้รับมอบหมาย
2. ดูแลรับผิดชอบความสะอาด รักษาในส่วนที่ได้รับมอบหมาย
3. ให้คำแนะนำเบื้องต้นแก่ผู้ใช้บริการในเรื่องการปฏิบัติตน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อน/ระหว่าง/หลังการเข้ารับบริการ เพื่อให้ได้ผลที่ดีตามหลักของการทำทรีทเม้นท์
4. พัฒนาทักษะ องค์ความรู้ในงานบริการที่ตนรับผิดชอบอย่างสม่ำเสมอ
5. ให้ข้อมูลการให้บริการแก่ลูกค้า
6. แนะนำผลิตภัณฑ์
7. มีจริยธรรม จรรยาบรรณ ในการให้บริการ
8. ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการในศูนย์ความงาม

แม่บ้าน

1. ดูแลความสะอาดเรียบร้อย สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมในศูนย์ความงาม
2. ดูแลความสะอาดเครื่องมือ อุปกรณ์ วัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ
3. ดูแล ซัก อบ รีด
4. ให้บริการเครื่องดื่ม
5. จัดเก็บอุปกรณ์ ผ้า ที่ใช้แล้วอย่างเหมาะสม
6. ดูแล เปิด-ปิด ศูนย์ความงามตามเวลาที่กำหนด
7. จัดดอกไม้ ของประดับ ในศูนย์ความงามให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

อัตราเงินเดือนและค่าแรงของพนักงานในตำแหน่งต่างๆ

1. ผู้จัดการ	1	ตำแหน่ง	อัตราเงินเดือน	8,500 บาท
2. พนักงานบริการ	5	ตำแหน่ง	อัตราเงินเดือน	4,500 บาท
3. แม่บ้าน	1	ตำแหน่ง	อัตราเงินเดือน	3,500 บาท

การฝึกอบรมพนักงาน

จัดให้มีการอบรมพนักงานก่อนเข้าทำงาน เพื่อสอบใบอนุญาตเป็นผู้ให้บริการในศูนย์ความงาม ให้มีความรู้และความชำนาญในการให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนั้นจะมีการทดสอบความรู้อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้พนักงานเกิดความตื่นตัวในการทำงาน พร้อมนำเสนอความรู้ใหม่ๆที่จะนำมาใช้ในศูนย์ความงามแก่พนักงาน เพื่อสร้างมาตรฐานในการทำงานอย่างเหมาะสม

นอกจากนั้นจะต้องมีการพัฒนาความรู้ด้านความงาม เพื่อให้พนักงานได้รับความรู้เรื่องความงาม ทั้งในด้านการนวดตัว นวดหน้า โดยการฝึกอบรมที่หน้างาน (On the job training) โดยผู้จัดการหรือการจัดส่งพนักงานไปอบรมภายนอก ซึ่งงบประมาณในการอบรมพนักงานในปีแรกเป็นเงิน 50,000 บาท ในปีต่อไปกำหนดไว้ที่ประมาณปีละ 30,000 บาท รายละเอียดดังนี้

1.ช่วง 3 เดือนก่อนการเปิดร้าน จะจัดส่งผู้จัดการไปอบรมที่สถาบันที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถให้พนักงานเพื่อให้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านความงามอย่างแท้จริง โดยจะทำสัญญาต้องทำงานให้ศูนย์ความงามอย่างน้อย 6 เดือน แล้วจัดหามาตรฐานของศูนย์ความงามที่เหมาะสมโดยค่าอบรมในส่วนนี้จะอยู่ในส่วนของค่าใช้จ่ายก่อนการเปิดร้านในส่วนของงบการเงิน นอกจากนั้นยังส่งพนักงานทั้งหมดไปอบรมจากการซื้อเครื่องมือของผู้ผลิต โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการใช้เครื่องมืออย่างถูกต้อง รวมถึงการพัฒนาความรู้ตามเครื่องมือที่ทันสมัยอยู่เสมอ

2.ช่วง 1 เดือนก่อนเปิดร้าน ให้ผู้จัดการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้มาตรฐานการบริการเป็นไปตามแบบแผนที่กำหนด

3.กำหนดมาตรฐานให้ทุก 6 เดือน พนักงานแต่ละคนหมุนเวียนกันออกไปฝึกอบรมและนำกลับมาถ่ายทอดให้พนักงานแต่ละคน โดยมีผู้จัดการเป็นผู้ดูแลการถ่ายทอดความรู้

4.การจัดทำแผนการเปลี่ยนหมุนเวียนงาน (rotation) เป็นส่วนหนึ่งของแผนการฝึกอบรมประจำปี เพื่อเป็นการส่ง

เสริมการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ รวมทั้งเป็นการวางแผนเพื่อป้องกันปัญหาการขาดบุคลากรในกรณีที่มีการลาออกทั้งแผนก ทำให้พนักงานในแผนอื่นๆ สามารถทดแทนงานกันได้

เวลาในการปฏิบัติงาน

เวลาเปิด-ปิด ศูนย์ความงาม คือ 10.00-20.00 น. ทุกวัน พนักงานจะต้องมาทำงานก่อนเวลาเปิดบริการ อย่างน้อยครึ่งชั่วโมง กำหนดให้พนักงานแต่ละคนหยุดได้อาทิตย์ละ 1 ครั้ง ตามตารางการทำงานที่จัดทำขึ้น และกำหนดให้มีวันหยุดพักผ่อนได้ปีละ 6 ครั้ง โดยจะต้องแจ้งล่วงหน้าก่อนทุกครั้งที่ต้องการลาหยุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การจัดทำ Customer Record

1. จดการบันทึกการใช้บริการ ทำประวัติลูกค้าไว้
2. ทำการนัดครั้งต่อไป ระยะเวลาควรห่างกันประมาณ 3-5 วัน หากลูกค้าจำเป็นต้องดูแลเป็นพิเศษ ให้ติดตามผลโดยใช้เครื่องขยายผิววิเคราะห์ผิวช่วยทุกครั้ง
3. เขียนใบนัดให้ลูกค้า กำหนดวันนัดเพื่อเตรียมบริการครั้งต่อไป
4. การศึกษาข้อมูล วิเคราะห์ผิว พนักงานควรทราบประวัติลูกค้าเพื่อเป็นข้อมูลบริการของลูกค้าต่อเนื่อง หากผู้บริการเดิมลากิจก็สามารถบริการได้ โดยดูจากประวัติเดิมของลูกค้า
5. โทรติดตาม แจ้งให้ทราบก่อนวันนัดหมาย 1 วันล่วงหน้า ซึ่งจะเป็นการบริการที่ดี จะแสดงถึงการติดตามงาน และบริการที่มีมาตรฐาน
6. ควรจะให้ข้อมูลลูกค้าได้ทราบถึงผลการดูแลรักษาที่ดีขึ้น และควรแนะนำการดูแลผิวเองที่บ้านด้วย
7. การส่งเสริมการขาย จะทำได้โดยผ่านผู้บริการ จะต้องเป็นนักขายและบริการและผู้เชี่ยวชาญในขณะเดียวกัน ควรแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผิวลูกค้า และติดตามผล ย่อมนำมาซึ่งผลของการบริการที่ดี และลูกค้าประสบความสำเร็จในการรักษา เป็นการเพิ่มรายได้แก่แผนก และตนเองยังได้รับค่า Commission อีกด้วย

การประมาณการต้นทุนในการบริการ

การประมาณต้นทุนในการให้บริการจะพิจารณาในส่วนของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการให้บริการแต่ละครั้ง ดังนี้

ตารางแสดงต้นทุนการให้บริการ (ต่อเดือน)

รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)
ค่าแรง	22,500
ค่าเครื่องสำอาง	20,000
ค่าน้ำ	2,500
ค่าไฟ	5,500
รวม	50,500

จากตารางแสดงต้นทุนขายในการให้บริการจะพบว่า สัดส่วนของค่าเครื่องสำอาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จะเป็นสัดส่วนประมาณ 40% ของต้นทุนทั้งหมดในการให้บริการ (ต้นทุนในการให้บริการทั้งหมดคิดเป็นประมาณ 50% ของรายได้รวมจากการให้บริการ) ซึ่งสัดส่วนของค่าเครื่องสำอางในการให้บริการจะคิดเป็นประมาณ 20% ของรายได้รวมจากการให้บริการ

การประมาณการค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ

เนื่องจากอาคารพาณิชย์แห่งนี้เคยเปิดดำเนินการขายผลิตภัณฑ์เสริมความงามและให้บริการด้านความงามแก่ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์จึงมีการตกแต่งบางส่วนแล้ว ดังนั้นจะมีการตกแต่งเพิ่มเติมในส่วนรับรองลูกค้า และบริเวณสำหรับบริการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางแสดงรายละเอียดเงินลงทุนเริ่มแรกของศูนย์ความงาม	
รายการ	**จำนวนเงิน(บาท)**
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
ค่าอบรมพนักงาน	30,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	145,500
รวม	**175,500**
ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งศูนย์ความงาม*	
เฟอร์นิเจอร์ Build In (เคาน์เตอร์,ตู้โชว์,ตู้เก็บของ)	50,000
ทาสี	15,000
ผ้าม่าน	15,000
ค่ากั้นห้องผนังอลูมิเนียมประตูหน้าต่าง	25,000
วัสดุอุปกรณ์อื่นๆ	30,000
รวม	**135,000**
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	
ชุดรับแขก และเก้าอี้โซฟา	30,000
เครื่องเสียง	5,000
คอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์	30,000
โทรศัพท์	2,000
โทรทัศน์	15,000
เครื่องซักผ้า	7,000
อุปกรณ์สำนักงานอื่นๆ	3,000

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

รวม	**92,000**
ค่าเครื่องสำอาง	40,000
รวม	**40,000**
เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับให้บริการ**	**จำนวนเงิน(บาท)**
เครื่องผลักวิตามิน	36,000
เครื่องยกกระชับ	40,000
เครื่องดูดสิวเสี้ยน	7,000
เครื่องอบโอโซน	5,500
เตียงสำหรับนวดหน้า	8,400
เตียงสำหรับนวดตัว	12,000
เก้าอี้	2,700
ตู้อบฆ่าเชื้อ	7,000
อุปกรณ์เบ็ดเตล็ดอื่นๆ เช่น ผ้าเช็ดหน้า เสื้อคลุมอาบน้ำ	4,500
เครื่องนวดหน้า	10,000
ตู้เย็น	20,000
ตู้อบ สตีม ซาวน่า	15,000
รวม	**168,100**
เงินทุนหมุนเวียน	**100,000**
รวมค่าใช้จ่ายในการลงทุนทั้งหมด***	**710,600**

*ข้อมูลของค่าใช้จ่ายในการตกแต่งศูนย์ความงามจากบริษัท คูลเฮาส์รับสร้างบ้าน จำกัด

**ข้อมูลจากการสอบถามผู้ประกอบการศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

***การจัดหาแหล่งเงินลงทุนเริ่มต้นของศูนย์ความงาม มีที่มาจากเงินลงทุนของส่วนของเจ้าของทั้งหมด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ เป็นเงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยมีเงินลงทุนเริ่มต้นที่ 710,600 บาท

สถานที่ตั้ง ขนาด และรูปแบบของศูนย์ความงาม

สถานที่ตั้งศูนย์ความงามเป็นอาคารพาณิชย์ อยู่บริเวณแหล่งชุมชนกาดน้ำทอง เขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ อยู่ฝั่งถนนยันตรกิจโกศล เนื่องจากเป็นย่านธุรกิจที่มีห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงแรม อยู่ในบริเวณนี้ ถนนกว้าง สถานที่จอดรถสะดวก ไม่มีมลภาวะที่จะเป็นอันตรายต่อบุคคลโดยทั่วไป สำหรับอาคารพาณิชย์ที่จะใช้เป็นศูนย์ความงามนี้เป็นอาคารขนาด 2 ชั้นครึ่ง มีพื้นที่ประมาณชั้นละ 16 ตารางเมตร โดยจะใช้ชั้นที่ 1 และ 2 เป็นบริเวณที่จะให้บริการ โดยให้ชั้นที่ 1 เป็นส่วนให้บริการเกี่ยวกับผิวหน้า และใช้ชั้นที่ 2 เป็นส่วนที่ให้บริการที่เกี่ยวกับตัว สำหรับชั้นที่ 3 จะใช้สำหรับเก็บวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ และอาคารแห่งนี้เคยเปิดให้บริการด้านความงามมาก่อนแล้ว จึงตกแต่งเพิ่มเติมอีกเพียงเล็กน้อย

การตกแต่งร้าน และแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในศูนย์ความงามเน้นความเป็นสัดส่วนชัดเจนในการใช้บริการ ดังนี้

1. ส่วนต้อนรับลูกค้า ประกอบด้วย เคาน์เตอร์ต้อนรับลูกค้าที่อยู่ด้านหน้าร้าน ที่นั่งพักผ่อนของลูกค้าที่รอรับบริการหรือหลังจากรับบริการแล้ว

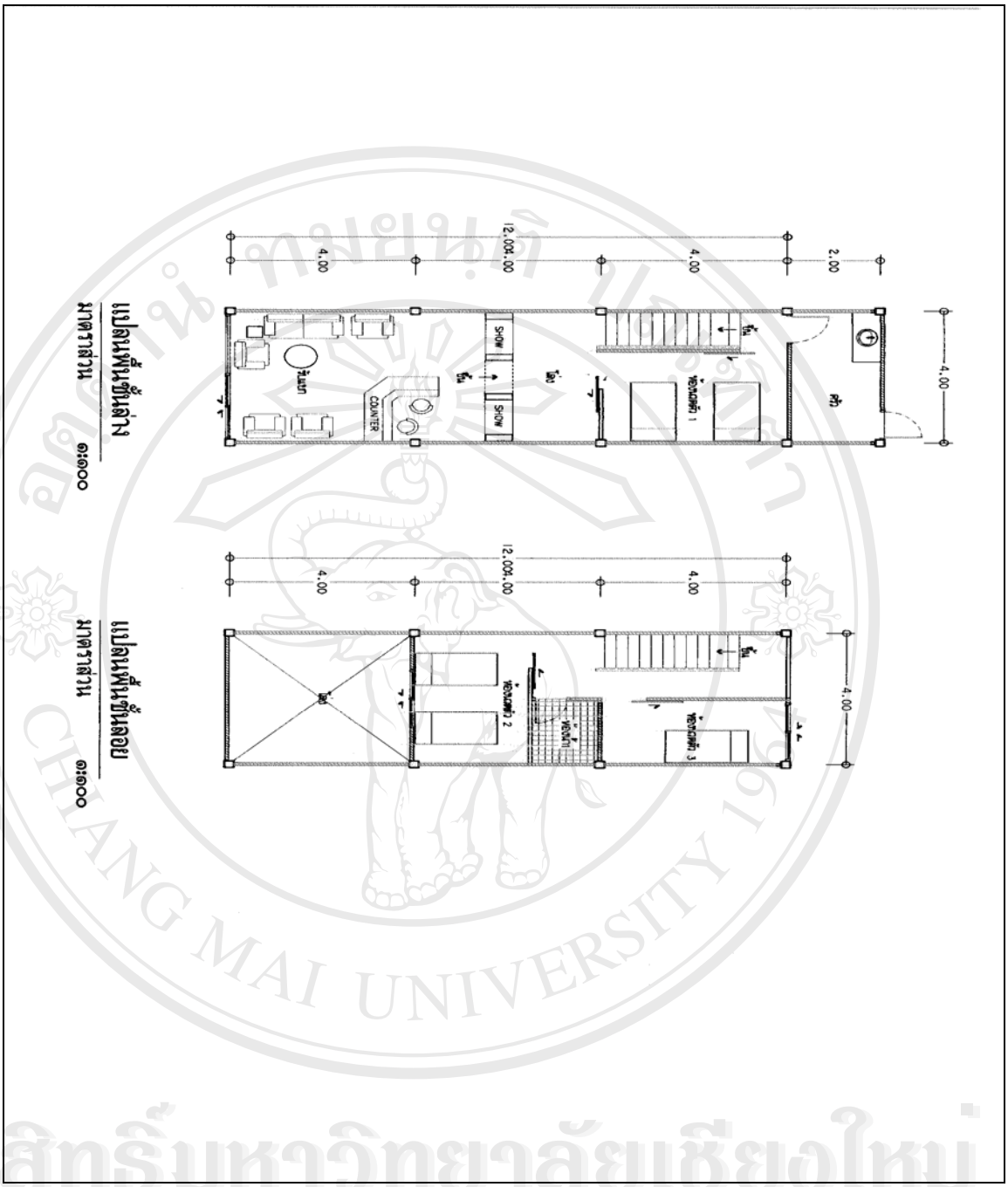
2. ส่วนบริการลูกค้า แบ่งตามบริการที่มี คือ

- ห้องนวดหน้า จำนวน 1 ห้อง เตียงให้บริการ 3 เตียง
- ห้องนวดตัว จำนวน 2 ห้อง เตียงให้บริการ 3 เตียง แบ่งเป็นห้องสำหรับ 2 คน 1 ห้อง และ ห้องเดี่ยว 1 ห้อง
- ห้องอาบน้ำ และ ห้องน้ำสำหรับลูกค้า 2 ห้อง
- บริเวณสำหรับนวดเท้า เก้าอี้ให้บริการ 2 ตัว

3. ส่วนพักผ่อนของพนักงาน สำหรับพนักงานที่ยังไม่มีหน้าที่ให้บริการ

บรรยากาศภายในร้านจะตกแต่งในสไตล์เรียบหรู โทนสีภายในร้าน เน้นโทนสีที่ดูอบอุ่น ส่วนวัสดุที่ใช้มีการผสมผสานกันระหว่างไม้กับกระจกเพื่อช่วยในเรื่องของความโปร่ง ทันสมัย และ สวยงาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved



แผนผังแสดงพื้นที่ใช้สอยของศูนย์ความงาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

5.การวิเคราะห์ด้านการเงิน

จะทำการประมาณการลงทุน การคาดคะเนทางด้านการเงินของโครงการ ได้แก่ การจัดทำงบการเงิน และงบกระแสเงินสดล่วงหน้า โดยการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนโดยวิธี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

สมมติฐานทางการเงิน

1.เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ เป็นเงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด

2.คิดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เนื่องจากเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว

3.การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีเส้นตรง

4.ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นปีละ 10% ในส่วนของเงินเดือนพนักงานปรับขึ้นปีละ 5%

5.วัตถุดิบจำพวกเครื่องสำอางที่ใช้ในการให้บริการคิดตามราคาทุน (วิธีราคาเฉพาะเจาะจงเนื่องจากวัตถุดิบมีราคาแตกต่างกันในแต่ละรายการ) หรือมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า วัตถุดิบคงเหลือของกิจการคือเครื่องสำอางที่สามารถใช้บริการลูกค้าได้ภายในระยะเวลา 60 วัน

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายต่างๆเหล่านี้ประมาณการตามยอดรายได้จากค่าบริการ และจะเพิ่มขึ้นทุกปีตามยอดรายได้ที่เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี ในขณะที่เงินเดือนพนักงานจะปรับขึ้นโดยเฉลี่ยทุกปีที่ 5% จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการศูนย์ความงามพบว่ามีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เงินเดือนพนักงาน
2. ค่าน้ำ
3. ค่าไฟฟ้า
4. ค่าเช่า
5. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด
6. ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการ
7. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

1. เงินเดือนพนักงาน

พนักงานทั่วไป จำนวน 5 คน อัตราเงินเดือน คนละ 4,500 บาท โดยจะมีการอบรมเกี่ยวกับการให้บริการก่อนในระหว่างทดลองงาน และจะต้องสอบให้ได้รับใบรับรองเป็นผู้ให้บริการภายในช่วงทดลองงาน ประมาณ 3 เดือน ซึ่งในช่วงนี้จะรับเงินเดือนคนละ 4,000 บาท หลังจากช่วงทดลองงานจะปรับเงินเดือนขึ้นให้เป็นเดือนละ 4,500 บาท

ผู้จัดการ จำนวน 1 คน อัตราเงินเดือน 8,000 บาท ในช่วงทดลองงาน 3 เดือน หลังจากนั้นจะปรับขึ้นเป็นเดือนละ 8,500 บาท

แม่บ้าน จำนวน 1 คน อัตราเงินเดือน 3,500 บาท

นอกจากนั้นเงินเดือนของผู้จัดการและพนักงานแต่ละคนจะปรับเพิ่มขึ้นทุกปี ประมาณปีละ 5 % และค่าคอมมิชชั่นแก่พนักงานที่ขายบริการได้ ร้อยละ 2 ของค่าบริการ

2. ค่าเช่า

ศูนย์ความงามได้ดำเนินการเช่าอาคารพาณิชย์ขนาดสองชั้นครึ่งจากเจ้าของตึกในราคาเดือนแรก 6,000 บาท เดือนต่อไป เดือนละ 8,000 บาท โดยจะต้องจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือน

3. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ได้แก่ แผ่นป้ายโฆษณาไม้อัด แผ่นพับสำหรับแจกลูกค้าทั่วไปเพื่อแนะนำบริการ ป้ายผ้า โฆษณาวิทยุ ค่าใช้จ่ายในการคิดส่วนลด 10% แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการโดยนำแผ่นพับมาใช้บริการ โดยการประมาณลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการส่วนลด 20% ของลูกค้าที่มาใช้บริการของศูนย์ความงาม

4. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

ได้แก่ ค่าเสื้อยืดสำหรับพนักงาน คนละ 3 ตัว ประมาณตัวละ 150 บาท ค่าบริการอื่นๆ เช่น ค่าเก็บขยะมูลฝอย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจศูนย์ความงาม จำนวน 3 ราย ในอำเภอเมืองจังหวัดแพร่ เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของศูนย์ความงาม สามารถนำมาประมาณค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นได้ ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ					
รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนพนักงาน	405,000	436,200	458,400	481,200	503,400
ค่าไฟฟ้า	66,000	72,600	79,860	87,846	96,631
ค่าน้ำ	25,000	27,500	30,250	33,275	36,603
ค่าเช่า	94,000	96,000	96,000	96,000	96,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	60,500	66,500	73,200	80,500	88,600
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	20,000	22,000	24,200	26,620	29,282
ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการ	240,000	264,000	290,400	319,440	351,384
ค่าอบรมพนักงาน	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
รวม	940,500	1,014,800	1,082,310	1,154,881	1,231,899

ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์

ตารางแสดงค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์					
รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**	**ปีที่ 4**	**ปีที่ 5**
ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งศูนย์ความงาม	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	18,400	18,400	18,400	18,400	18,400
เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับให้บริการ	33,620	43,620	53,620	63,620	73,620
รวม	**79,020**	**89,020**	**99,020**	**109,020**	**119,020**

จากตารางค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ของศูนย์ความงาม ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งศูนย์ความงาม เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน และเครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับให้บริการ จะคิดค่าเสื่อมราคา 5 ปี และกำหนดให้มีการซื้อเครื่องมือสำหรับการให้บริการใหม่ทุกปี เนื่องจากในแต่ละปีบริษัทผู้ผลิตจะมีการพัฒนา คิดค้นอุปกรณ์ต่างๆให้ทันสมัยอยู่เสมอ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าในเครื่องมือประเภทเดียวกันที่มีคุณสมบัติในการใช้งานใกล้เคียงกัน แต่ราคาไม่เท่ากันเนื่องจากวัสดุที่ใช้ในการผลิตต่างกันหรือเป็นอุปกรณ์รุ่นใหม่ที่เพิ่มขีดความสามารถในการใช้งานในลักษณะอื่นๆได้มากกว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การคำนวณภาษีเงินได้

เนื่องจากศูนย์ความงามไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล แต่ดำเนินการในรูปของบุคคลธรรมดา ดังนั้นจะคำนวณภาษีเงินได้จากเงินได้พึงประเมินประเภทที่ 8 มาตรา 40(8) ตามตารางแสดงการหักค่าใช้จ่าย โดยเลือกหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาในอัตราร้อยละ 80(ภาษีอากร ตามประมวลรัษฎากร 2542) ดังนี้

ตารางแสดงการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของศูนย์ความงาม					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,211,000	1,331,937	1,465,131	1,611,644	1,772,808
หัก ค่าใช้จ่ายเหมาจ่าย 80%	968,682	1,065,550	1,172,105	1,289,315	1,418,247
เงินได้หลังหักค่าใช้จ่าย	242,170	266,387	293,026	322,329	354,562
หักลดหย่อนส่วนตัว	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
เงินได้สุทธิ	212,170	236,387	263,026	292,329	324,562
เงินได้สุทธิไม่เกิน 100,000 บาท เสียภาษี ร้อยละ 5	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
เงินได้สุทธิส่วนที่เกิน 100,000 แต่ไม่เกิน 500,0000 บาท เสียภาษี ร้อยละ 10	11,217	13,639	16,303	19,233	22,456
เงินได้สุทธิส่วนที่เกิน 500,001 แต่ไม่เกิน 1,000,000 บาท เสียภาษี ร้อยละ 20	-	-	-	-	-
รวมภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ	**16,217**	**18,639**	**21,303**	**24,233**	**27,456**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การประมาณการงบกระแสเงินสด

การประมาณการงบกระแสเงินสด						
รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ						
ส่วนของเจ้าของ	710,600					
รายได้จากการบริการ		1,211,000	1,331,937	1,465,131	1,611,644	1,772,808
รวมเงินสดรับ	710,600	1,211,000	1,331,937	1,465,131	1,611,644	1,772,808
เงินสดจ่าย						
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	175,500					
ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งศูนย์ความงาม	135,000					
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	92,000					
เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับให้บริการ	168,100		50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าเครื่องสำอาง	40,000					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		940,500	1014800	1082310	1154881	1231899.1
ภาษี			16,217	18,639	21,303	24,233
รวมเงินสดจ่าย	610,600	940,500	1,081,017	1,150,949	1,226,184	1,306,132
กระแสเงินสดสุทธิ	100,000	274,500	250,920	314,182	385,460	466,676
กระแสเงินสดต้นงวด	0	100,000	374,500	625,420	939,602	1,325,063

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการบริการ	1,211,000	1,331,937	1,465,131	1,611,644	1,772,808
ค่าใช้จ่าย					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	940,500	1014800	1082310	1154881	1231899.1
ค่าเสื่อมราคา	79,020	89,020	99,020	109,020	119,020
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	175,500				
รวมค่าใช้จ่าย	1,195,020	1,103,820	1,181,330	1,263,901	1,350,919
กำไรก่อนหักภาษี	19,980	228,117	283,801	347,743	421,889
หัก ภาษี	**16,217**	**18,639**	**21,303**	**24,233**	**27,456**
กำไรสุทธิ	3,763	209,478	262,498	323,510	394,433
กำไรสะสม	3,763	213,241	475,740	799,250	1,193,683

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การประมาณการงบดุล

รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสด	100,000	374,500	625,420	939,602	1,325,063	1,791,739
สินค้าคงเหลือ	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	140,000	414,500	665,420	979,602	1,365,063	1,831,739
สินทรัพย์ถาวร						
ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งศูนย์ความงาม	135,000	135,000	135,000	135,000	135,000	135,000
เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับให้บริการ	168,100	168,100	218,100	268,100	318,100	368,100
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	395,100	395,100	445,100	495,100	545,100	595,100
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		79,020	168,040	267,060	376,080	495,100
สินทรัพย์ถาวร(สุทธิ)	395,100	316,080	277,060	228,040	169,020	100,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	175,500					
รวมสินทรัพย์	710,600	730,580	942,480	1,207,642	1,534,083	1,931,739
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ						
ภาษีค้างจ่าย		16,217	18,639	21,303	24,233	27,456
รวมหนี้สินหมุนเวียน		16,217	18,639	21,303	24,233	27,456
ส่วนของเจ้าของ						
ส่วนของเจ้าของ	710,600	710,600	710,600	710,600	710,600	710,600
กำไรสะสม		3,763	213,241	475,740	799,250	1,193,683
รวมส่วนของเจ้าของ	710,600	724,363	933,841	1,196,340	1,519,850	1,914,283
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	710,600	730,580	942,480	1,207,642	1,534,083	1,931,739

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการด้วยเครื่องมือทางการเงินต่างๆ

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present value หรือ NPV) หมายถึง การประเมินหาผลรวมสุทธิของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ และกระแสเงินสดจ่ายที่เกิดขึ้นตลอดช่วงอายุของโครงการโดยการลดค่าด้วยอัตราลดค่า ซึ่งแสดงออกมาในรูปของสมการได้ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{NCF_t}{(1+r)} - I_o$$

โดยที่ NCF_t = เป็นกระแสเงินสดสุทธิของโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ 1 2 3 … ถึงปีที่ n

r = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ คือ ร้อยละ 20

I = เงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการ คือ 710,600 บาท

N = 5 ปี

แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$NPV = \left[\frac{274,500}{(1+0.2)^1} + \frac{250,920}{(1+0.2)^2} + \frac{314,182}{(1+0.2)^3} + \frac{385,460}{(1+0.2)^4} + \frac{466,676}{(1+0.2)^5}\right] - 710,600$$

$$= 804,000$$

โครงการลงทุนศูนย์ความงาม ในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ 804,000 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก ดังนั้นโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

2. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) เป็นวิธีการนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินลงทุนเมื่อเริ่มโครงการ ว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ การคำนวณหาระยะเวลาการลงทุนดังนี้

ตารางแสดงระยะเวลาคืนทุนของโครงการลงทุนศูนย์ความงาม

ปีที่	กระแสเงินสดรับสุทธิ	กระแสเงินสดรับสะสม
1	274,500	274,500
2	250,920	525,420
3	314,182	839,602
4	385,460	1,225,063
5	466,676	1,691,739

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการเท่ากับ 710,600 บาท

เมื่อพิจารณาจากตารางแสดงกระแสเงินสดสะสมของโครงการลงทุนศูนย์ความงาม พบว่าระยะเวลาคืนทุนอยู่ในปีที่ 3 คำนวณโดย

ในปีที่ 1 กระแสเงินสดรับสะสม 274,500 บาท เท่ากับระยะเวลา 365 วัน

ในปีที่ 1 กระแสเงินสดรับสะสม 710,600 บาท เท่ากับระยะเวลา $\frac{365*710,600}{274,500}$ วัน

ระยะเวลาที่คำนวณได้เท่ากับ 944 วัน ประมาณ 2 ปี 7 เดือน

ดังนั้นจะได้ระยะเวลาคืนทุน ในการลงทุนศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เท่ากับ 2 ปี 7 เดือน จึงมีความเป็นไปได้ที่จะลงทุนธุรกิจนี้ เพราะระยะเวลาคืนทุนสั้น

3. อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return หรือIRR) คืออัตราที่นำไปลดค่า แล้วทำให้กระแสเงินสดรับเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายพอดี

$$Co = \sum_{t=1}^{n} \frac{Bt}{(1+IRR)^{t}}$$

โดยที่ Bt = กระแสเงินสดรับสุทธิรายปีตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

Co = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ

$\sum_{t=1}^{n}$ = ผลบวกของโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึง ปลายปีที่

IRR = อัตราผลตอบแทนลดค่า

แทนค่าในสูตร

r = 32.76%

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนของการลงทุนศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีอัตราผลตอบแทนลดค่า เท่ากับ 32.76%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางสรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน			
เครื่องมือทางการเงิน	หลักเกณฑ์	ผลการคำนวณ	ผล
1. NPV	NPV > 0	804,000	ยอมรับโครงการ
2.IRR	IRR > 20%	32.76%	ยอมรับโครงการ
3.PB	PB < 5 ปี	2 ปี 7 เดือน	ยอมรับโครงการ

จากตารางสรุปความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงามมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

4.การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนจากการลงทุน อันเป็นผลเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่างๆ เพื่อให้การประเมินโครงการเป็นไปอย่างถูกต้อง และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนในสถานการณ์ต่างๆ โดยการศึกษาครั้งนี้จะใช้วิธีการจำลองสถานการณ์เป็นแนวทางการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินในการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงามในอำเภอเมืองจังหวัดแพร่ ดังที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อนำมาวิเคราะห์ความอ่อนไหว เพื่อหาความผันผวนของผลตอบแทนที่ได้รับ โดยแบ่งเป็นกรณีรายได้จากการบริการเพิ่มขึ้น 5% และรายได้จากการบริการลดลง 5% สามารถประมาณการผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในโครงการได้ดังนี้

กรณีรายได้จากการบริการเพิ่มขึ้น 5%

การประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการบริการ	1,275,750	1,398,534	1,538,387	1,692,226	1,861,449
ค่าใช้จ่าย					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	960,700	1,057,760	1,109,188	1,162,127	1,217,824
ค่าเสื่อมราคา	79,020	89,020	99,020	109,020	119,020
ค่าใช้จ่ายในก่อนการดำเนินงาน	175,500				
รวมค่าใช้จ่าย	1,215,220	1,146,780	1,208,208	1,271,147	1,336,844
กำไรก่อนหักภาษี	60,530	251,754	330,179	421,079	524,605
หัก ภาษี	**17,428**	**19,971**	**22,768**	**25,845**	**29,229**
กำไรสุทธิ	43,102	231,783	307,412	395,234	495,376
กำไรสะสม	43,102	274,885	582,297	977,531	1,472,907

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ						
ส่วนของเจ้าของ	710,600					
รายได้จากการบริการ		1,275,750	1,398,534	1,538,387	1,692,226	1,861,449
รวมเงินสดรับ	710,600	1,275,750	1,398,534	1,538,387	1,692,226	1,861,449
เงินสดจ่าย						
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	175,500					
ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งศูนย์ความงาม	135,000					
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	92,000					
เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับให้บริการ	168,100		50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าเครื่องสำอาง	40,000					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		960,700	1,057,760	1,109,188	1,162,127	1,217,824
ภาษี			17,428	19,971	22,768	25,845
รวมเงินสดจ่าย	610,600	960,700	1,125,188	1,179,159	1,234,895	1,293,668
กระแสเงินสดสุทธิ	100,000	315,050	273,346	359,229	457,331	567,780
กระแสเงินสดต้นงวด	0	100,000	415,050	688,396	1,047,625	1,504,956
กระแสเงินสดปลายงวด	100,000	415,050	688,396	1,047,625	1,504,956	2,072,736

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การประมาณการงบดุล

การประมาณการงบดุล						
รายการ		**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**	**ปีที่ 4**	**ปีที่ 5**
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสด	100,000	415,050	688,396	1,047,625	1,504,956	2,072,736
สินค้าคงเหลือ	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	140,000	455,050	728,396	1,087,625	1,544,956	2,112,736
สินทรัพย์ถาวร						
ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งศูนย์ความงาม	135,000	135,000	135,000	135,000	135,000	135,000
เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับให้บริการ	168,100	168,100	218,100	268,100	318,100	368,100
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	395,100	395,100	445,100	495,100	545,100	595,100
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		79,020	168,040	267,060	376,080	495,100
สินทรัพย์ถาวร(สุทธิ)	395,100	316,080	277,060	228,040	169,020	100,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	175,500					
รวมสินทรัพย์	710,600	771,130	1,005,456	1,315,665	1,713,976	2,212,736
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ						
ภาษีค้างจ่าย		17,428	19,971	22,768	25,845	29,229
รวมหนี้สินหมุนเวียน		17,428	19,971	22,768	25,845	29,229
ส่วนของเจ้าของ						
ส่วนของเจ้าของ	710,600	710,600	710,600	710,600	710,600	710,600
กำไรสะสม		43,102	274,885	582,297	977,531	1,472,907
รวมส่วนของเจ้าของ	710,600	753,702	985,485	1,292,897	1,688,131	2,183,507
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	710,600	771,130	1,005,456	1,315,665	1,713,976	2,212,736

การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการด้วยเครื่องมือทางการเงินต่างๆกรณีรายได้จากการบริการเพิ่มขึ้น 5%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present value หรือ NPV)

$$NPV = \sum_{t=1} \frac{NCF_t}{(1+r)} - I_o$$

แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$NPV = \frac{315,050}{(1+0.2)^1} + \frac{273,346}{(1+0.2)^2} + \frac{359,229}{(1+0.2)^3} + \frac{457,331}{(1+0.2)^4} + \frac{567,780}{(1+0.2)^5} - 710,600$$

= 923,875 บาท

โครงการลงทุนศูนย์ความงาม ในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ 923,875 บาท

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) กรณีรายได้จากการบริการเพิ่มขึ้น 5%

ปีที่	กระแสเงินสดรับสุทธิ	กระแสเงินสดรับสะสม
1	315,050	315,050
2	273,346	588,396
3	359,229	947,625
4	457,331	1,404,956
5	567,780	1,972,736

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการเท่ากับ 710,600 บาท

เมื่อพิจารณาจากตารางแสดงกระแสเงินสดสะสมของโครงการลงทุนศูนย์ความงาม พบว่าระยะเวลาคืนทุนอยู่ในปีที่ 1 คำนวณโดย

ในปีที่ 1 กระแสเงินสดรับสะสม 315,050 บาท เท่ากับระยะเวลา 365 วัน

ในปีที่ 1 กระแสเงินสดรับสะสม 710,600 บาท เท่ากับระยะเวลา $\frac{365*710,600}{315,050}$ วัน

ระยะเวลาที่คำนวณได้เท่ากับ 823 วัน ประมาณ 2 ปี 3 เดือน

ดังนั้นจากการคำนวณจะได้ระยะเวลาคืนทุน ในการลงทุนศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เท่ากับ 2 ปี 3 เดือน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return หรือIRR) กรณีรายได้ค่าบริการเพิ่มขึ้น 5%

$$Co = \sum_{t=1}^{n} \frac{Bt}{(1+IRR)^t}$$

แทนค่าในสูตร

r = 40.7%

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนของการลงทุนศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ กรณีรายได้ค่าบริการเพิ่มขึ้น 5% มีอัตราผลตอบแทนลดค่า เท่ากับ 40.7%

สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงาม กรณีรายได้ค่าบริการเพิ่มขึ้น 5%

ตารางสรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ			
เครื่องมือทางการเงิน	หลักเกณฑ์	ผลการคำนวณ	ผล
1. NPV	NPV > 0	923,875	ยอมรับโครงการ
2.IRR	IRR > 20%	40.7%	ยอมรับโครงการ
3.PB	PB < 5 ปี	2 ปี 3 เดือน	ยอมรับโครงการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

กรณีรายได้จากการบริการลดลง 5%

การประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการบริการ	1,150,309	1,265,340	1,391,874	1,531,062	1,684,168
ค่าใช้จ่าย					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	920,200	991,435	1,039,229	1,089,164	1,140,274
ค่าเสื่อมราคา	79,020	89,020	99,020	109,020	119,020
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	175,500				
รวมค่าใช้จ่าย	1,174,720	1,080,455	1,138,249	1,198,184	1,259,294
กำไรก่อนหักภาษี	-24,411	184,885	253,625	332,877	424,873
หัก ภาษี	**15,006**	**17,307**	**19,837**	**22,621**	**25,683**
กำไรสุทธิ	-39,417	167,578	233,788	310,256	399,190
กำไรสะสม	-39,417	128,162	361,949	672,205	1,071,395

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ						
ส่วนของเจ้าของ	710,600					
รายได้จากการบริการ		1,150,309	1,265,340	1,391,874	1,531,062	1,684,168
รวมเงินสดรับ	710,600	1,150,309	1,265,340	1,391,874	1,531,062	1,684,168
เงินสดจ่าย						
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	175,500					
ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งศูนย์ความงาม	135,000					
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	92,000					
เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับให้บริการ	168,100		50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าเครื่องสำอาง	40,000					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		920,200	991,435	1,039,229	1,089,164	1,140,274
ภาษี			15,006	17,307	19,837	22,621
รวมเงินสดจ่าย	610,600	920,200	1,056,441	1,106,536	1,159,002	1,212,896
กระแสเงินสดสุทธิ	100,000	230,109	208,899	285,338	372,060	471,272
กระแสเงินสดต้นงวด	0	100,000	330,109	539,008	824,347	1,196,406
กระแสเงินสดปลายงวด	100,000	330,109	539,008	824,347	1,196,406	1,667,679

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การประมาณการงบดุล

รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสด	100,000	330,109	539,008	824,347	1,196,406	1,667,679
สินค้าคงเหลือ	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	140,000	370,109	579,008	864,347	1,236,406	1,707,679
สินทรัพย์ถาวร						
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	135,000	135,000	135,000	135,000	135,000	135,000
เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับให้บริการ	168,100	168,100	218,100	268,100	318,100	368,100
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	395,100	395,100	445,100	495,100	545,100	595,100
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		79,020	168,040	267,060	376,080	495,100
สินทรัพย์ถาวร(สุทธิ)	395,100	316,080	277,060	228,040	169,020	100,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	175,500					
รวมสินทรัพย์	710,600	686,189	856,068	1,092,387	1,405,426	1,807,679
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ						
ภาษีค้างจ่าย		15,006	17,307	19,837	22,621	25,683
รวมหนี้สินหมุนเวียน		15,006	17,307	19,837	22,621	25,683
ส่วนของเจ้าของ						
ส่วนของเจ้าของ	710,600	710,600	710,600	710,600	710,600	710,600
กำไรสะสม		-39,417	128,162	361,949	672,205	1,071,395
รวมส่วนของเจ้าของ	710,600	671,183	838,762	1,072,549	1,382,805	1,781,995
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	710,600	686,189	856,068	1,092,387	1,405,426	1,807,679

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการด้วยเครื่องมือทางการเงินต่างๆกรณีรายได้จากการบริการลดลง 5%

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present value หรือ NPV)

$$NPV = \sum_{t=1}^{} \frac{NCF_t}{(1+r)} - I_o$$

แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$NPV = \frac{[230,109}{(1+0.2)^1} + \frac{208,899}{(1+0.2)^2} + \frac{285,338}{(1+0.2)^3} + \frac{372,060}{(1+0.2)^4} + \frac{471,272]}{(1+0.2)^5} -$$

710,600

= 685,670 บาท

โครงการลงทุนศูนย์ความงาม ในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ 685,670 บาท

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB)

ปีที่	กระแสเงินสดรับสุทธิ	กระแสเงินสดรับสะสม
1	230,109	230,109
2	208,899	439,008
3	285,338	724,347
4	372,060	1,096,406
5	471,272	1,567,679

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการเท่ากับ 710,600 บาท

เมื่อพิจารณาจากตารางแสดงกระแสเงินสดสะสมของโครงการลงทุนศูนย์ความงาม พบว่าระยะเวลาคืนทุนอยู่ในปีที่ 1 คำนวณโดย

ในปีที่ 1 กระแสเงินสดรับสะสม 230,109 บาท เท่ากับระยะเวลา 365 วัน

ในปีที่ 1 กระแสเงินสดรับสะสม 710,600 บาท เท่ากับระยะเวลา $\frac{365*710,600}{230,109}$ วัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ระยะเวลาที่คำนวณได้เท่ากับ 1,127 วัน ประมาณ 3 ปี 1 เดือน

ดังนั้นจากการคำนวณจะได้ระยะเวลาคืนทุน ในการลงทุนศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ กรณีรายได้ค่าบริการลดลง 5% เท่ากับ 3 ปี 1 เดือน

อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return หรือIRR)

$$Co = \sum_{t=1}^{n} \frac{Bt}{(1+IRR)^{t}}$$

แทนค่าในสูตร

r = 28.52%

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนของการลงทุนศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ กรณีรายได้ค่าบริการลดลง 5% มีอัตราผลตอบแทนลดค่า เท่ากับ 28.52%

สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงาม กรณีรายได้ค่าบริการลดลง 5%

ตารางสรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ			
เครื่องมือทางการเงิน	หลักเกณฑ์	ผลการคำนวณ	ผล
1. NPV	NPV > 0	685,670	ยอมรับโครงการ
2.IRR	IRR > 20%	28.52%	ยอมรับโครงการ
3.PB	PB < 5 ปี	3 ปี 1 เดือน	ยอมรับโครงการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved