

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงาม ในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิคและการจัดการ และ ด้านการเงิน ข้อมูลจากการศึกษาสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### 1.การวิเคราะห์ทางการตลาด

จากการศึกษาทางการตลาดพบว่า ปัจจุบันประชาชนหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลรูปร่างหน้าตามากขึ้น ดังจะเห็นได้จากจำนวนของธุรกิจเสริมความงาม ในรูปแบบต่างๆ ที่มีมากขึ้น ดังนั้นเป็น โอกาสอันดีที่จะมีธุรกิจที่เกี่ยวกับความงามแห่งแรก ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขเปิดให้บริการในจังหวัดแพร่ ซึ่งมีโอกาสและศักยภาพสูงที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุน

จากผลการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นเพศหญิง อายุ 15-50 ปี ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-22 ปี รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 23-29 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด เป็นนักเรียน นักศึกษา รองลงมาได้แก่ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย รองลงมา ได้แก่ ระดับอนุปริญญา/ปวช./ปวส. โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างจะเลือกใช้บริการในศูนย์ความงามที่ตั้งอยู่ในทำเลใกล้บ้านมากที่สุด รองลงมาจะเลือกใช้บริการในศูนย์ความงามที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในส่วนของบริการสนใจใช้บริการมากที่สุด คือ บริการรักษาผิวหนัง รองลงมาได้แก่ บริการบำรุง-ผ่อนคลายผิวหนัง ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการใช้บริการด้านผิวหนังต่อครั้งอยู่ที่ 101-200 บาท ด้านผิวกายต่อครั้งอยู่ที่ 301-500 บาท ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ความงามของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ รองลงมาได้แก่ ราคาค่าบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการศูนย์ความงาม โดยจำแนกเป็นการใช้บริการศูนย์ความงามในจังหวัดแพร่มากกว่าใช้บริการในต่างจังหวัด ความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการในศูนย์ความงามด้านผิวหนัง เดือนละ 2 ครั้ง และใช้บริการในศูนย์ความงามด้านผิวกาย เดือนละ 1 ครั้ง และมีความสนใจจะใช้บริการศูนย์ความงามแห่งใหม่

## การประมาณการยอดขาย

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 ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าผู้ให้บริการด้านผิวหน้าคิดเป็น 60% และผิวกายคิดเป็น 40% ดังนั้นศูนย์ความงามจะมีรายได้ต่อปีประมาณ 1,211,000 บาท โดยกำหนดให้รายได้เพิ่มขึ้นทุกปี ปีละ 10% ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่ผู้ลงทุนกำหนดไว้

## กลยุทธ์ทางการตลาด

**1.ผลิตภัณฑ์ (Product)** จากการสัมภาษณ์พบว่าลูกค้ามีความต้องการบริการที่มีคุณภาพ และต้องมีการปรับปรุงบริการติดต่ออยู่เรื่อยๆ ถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของกิจการขายบริการหลายแห่ง ศูนย์ความงามจะเลือกบริการให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้า แต่การจะมีบริการที่ดีนั้นขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และอุปกรณ์ที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพด้วย ผู้ประกอบการมีเกณฑ์การเลือกซื้อเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพจากบริษัทที่เชื่อถือได้ มีบริการหลังการขาย เช่นการตรวจเช็ค ซ่อมบำรุง อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งต้องเป็นเครื่องมือที่ทันสมัยสามารถใช้เครื่องมือหนึ่งขึ้นกับการบริการหลายๆประเภท เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน เพราะเครื่องมืออุปกรณ์แต่ละชิ้นมีราคาสูง

**2.ราคา (Price)** จากการสำรวจตลาดพบว่าราคามีความสำคัญในระดับต้นๆที่จะเลือกใช้บริการ หากราคาสูงมากลูกค้าจะไม่เลือกใช้บริการ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักเป็นนักเรียน นักศึกษาราคาค่าบริการจะไม่สูงมากนัก แต่จะไม่ต่ำเกินกว่าคู่แข่งรายอื่น ดังนั้นการกำหนดราคาในการให้บริการจะไม่เน้นกลยุทธ์ด้านราคามากนัก เนื่องจากศูนย์ความงามจะเน้นคุณภาพการให้บริการมากกว่าลดราคา

**3.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ศูนย์ความงามเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่สะดวกต่อการเดินทาง มีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้า บริเวณศูนย์ความงามมีการตกแต่งเป็นอย่างดี ทันสมัย สะอาด ดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

#### 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ศูนย์ความงามจะเน้นการให้บริการที่มี

คุณภาพ มีมาตรฐาน สร้างภาพลักษณ์ของศูนย์ความงามให้ดูดี เพื่อให้เกิดการบอกต่อ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่อาจจะยังไม่เคยใช้บริการในศูนย์ความงามแห่งใดเลย หรือลูกค้าที่เคยใช้บริการกับศูนย์ความงามแห่งอื่นๆ ที่เปิดให้บริการมาก่อน เพื่อให้ลูกค้าเกิดการทดลองเข้ามาใช้บริการก่อนในครั้งแรก แล้วเปรียบเทียบถึงความแตกต่างที่ลูกค้าได้รับ พยายามสร้างความประทับใจให้ลูกค้า เน้นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในช่วงเปิดร้านใหม่ เพื่อเปิดตัวให้ลูกค้ารู้จัก หลังจากการให้บริการแล้ว ยังต้องทำการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากการแข่งขันค่อนข้างสูง

วิธีการที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดทำแผ่นพับแนะนำบริการของศูนย์ความงาม แจกตามสถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า มีส่วนลดให้แก่ลูกค้าในช่วงแรกของการเปิดให้บริการ โฆษณาทางวิทยุ จัดทำระบบสมาชิก เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเพื่อให้ศูนย์ความงามมีประวัติของลูกค้าด้วย เพื่อให้การติดตามดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

5. กระบวนการต่างๆ (Process) ศูนย์ความงามจะเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ จากความชำนาญของการให้บริการของพนักงาน รวมทั้งจัดฝึกอบรมพนักงานให้ทำงานอย่างมีส่วนร่วมในการให้บริการที่มีมาตรฐาน เพื่อให้พนักงานทุกคนเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า

6. บุคลากร (People) ศูนย์ความงามจะจัดให้มีการอบรมแก่พนักงานในช่วงก่อนดำเนินงานให้มีความชำนาญในการให้บริการ ส่งพนักงานที่ผ่านการอบรมไปสอบเพื่อให้มีคุณสมบัติเป็นผู้ให้บริการตามที่กฎหมายกำหนด ในระหว่างดำเนินงานจะมีการทดสอบความรู้ของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งอบรมความรู้ใหม่ๆ เพิ่มเติม นอกจากนี้จะต้องให้ความรู้ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ เช่น มารยาทการให้บริการ ข้อห้ามต่างๆ ที่ไม่ควรกระทำในการให้บริการ

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ศูนย์ความงามเป็นสถานประกอบการที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานให้เป็นกิจการนวดเพื่อเสริมสวยที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข โดยจะต้องได้รับมาตรฐานทั้งในด้านการบริการ สถานที่ และผู้ให้บริการ ดังนั้นเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของคุณภาพบริการให้แก่ผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี

## 2. การวิเคราะห์ด้านเทคนิคและการจัดการ

### สถานที่ตั้งศูนย์ความงาม

สถานที่ตั้งศูนย์ความงามเป็นอาคารพาณิชย์ อยู่บริเวณแหล่งชุมชนกาดน้ำทอง เขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ อยู่ฝั่งถนนยันตรกิจโกศล เนื่องจากเป็นย่านธุรกิจที่มีห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงแรม อยู่ในบริเวณนี้ ถนนกว้าง สถานที่จอดรถสะดวก ไม่มีมลภาวะที่

จะเป็นอันตรายต่อบุคคลโดยทั่วไป สำหรับอาคารพาณิชย์ที่จะใช้เป็นศูนย์ความงามนี้เป็นอาคารขนาด 2 ชั้นครึ่ง มีพื้นที่ประมาณชั้นละ 16 ตารางเมตร โดยจะใช้ชั้นที่ 1 และ 2 เป็นบริเวณที่จะให้บริการ โดยให้ชั้นที่ 1 เป็นส่วนให้บริการเกี่ยวกับผิวหน้า และใช้ชั้นที่ 2 เป็นส่วนที่ให้บริการเกี่ยวกับผิวกาย สำหรับชั้นที่ 3 จะใช้สำหรับเก็บวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ และอาคารแห่งนี้เคยเปิดให้บริการด้านความงามมาก่อนแล้ว จึงตกแต่งเพิ่มเติมอีกเพียงเล็กน้อย

### รูปแบบการดำเนินงาน

ธุรกิจเจ้าของคนเดียว แต่แบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจนให้แก่พนักงานเพื่อรับผิดชอบงานในตำแหน่งต่างๆ ดังนี้

- |                  |   |         |
|------------------|---|---------|
| 1. ผู้จัดการ     | 1 | ตำแหน่ง |
| 2. พนักงานบริการ | 5 | ตำแหน่ง |
| 3. แม่บ้าน       | 1 | ตำแหน่ง |

### การฝึกอบรมพนักงาน

จัดให้มีการอบรมพนักงานก่อนเข้าทำงาน เพื่อสอบใบอนุญาตเป็นผู้ให้บริการในศูนย์ความงาม ให้มีความรู้และความชำนาญในการให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนั้นจะมีการทดสอบความรู้อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง พร้อมนำเสนอความรู้ใหม่ๆ ที่จะนำมาใช้ในศูนย์ความงามแก่พนักงาน เพื่อสร้างมาตรฐานในการทำงานอย่างเหมาะสมนอกจากนั้นจะต้องมีการพัฒนาความรู้ด้านความงาม เพื่อให้พนักงานได้รับความรู้เรื่องความงาม ทั้งในด้านการนวดตัว นวดหน้า โดยการฝึกอบรมที่หน้างาน (On the job training) โดยผู้จัดการหรือการจัดส่งพนักงานไปอบรมความรู้ภายนอก

### ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายต่างๆเหล่านี้ประมาณการตามยอดรายได้จากค่าบริการ และจะเพิ่มขึ้นทุกปีตามยอดรายได้ที่เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี ในขณะที่เงินเดือนพนักงานจะปรับขึ้นโดยเฉลี่ยทุกปีที่ 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของศูนย์ความงาม ได้แก่ เงินเดือนพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าเช่า ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ค่าเครื่องสำอาง ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

### 3.การวิเคราะห์ด้านการเงิน

#### เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ เป็นเงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยมีเงินลงทุนเริ่มต้นที่ 710,600 บาท

### การประเมินความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงามด้วยเครื่องมือทางการเงิน

จากอัตราผลตอบแทนที่ต้องการของการลงทุน คือ 20% โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน คือ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 804,000 บาท มีอัตราผลตอบแทนของโครงการ เท่ากับ 32.76 % ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ และมีระยะเวลาในการคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 7 เดือน

### อภิปรายผล

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในธุรกิจศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ พบว่า กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้มีความสนใจที่จะใช้บริการของศูนย์ความงามถึงร้อยละ 77.3 เมื่อทำการศึกษาความเป็นไปได้ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิคและการจัดการ และด้านการเงิน สิ่งสำคัญที่นำมาประเมินผลและใช้ตัดสินใจลงทุนในโครงการ คือ ผลของการศึกษาทางการเงิน โดยการลดค่ากระแสเงินสดทั้งหมดกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบัน โดยหากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเป็นบวก และอัตราผลตอบแทนลดค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการจากการลงทุน จึงตัดสินใจยอมรับโครงการ นอกจากนี้ระยะเวลาคืนทุนต้องไม่มากกว่าระยะเวลาที่โครงการกำหนด ซึ่งจากการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 804,000 บาท มีอัตราผลตอบแทนของโครงการ เท่ากับ 32.76 % ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ และมีระยะเวลาในการคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 7 เดือน นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์ความงามที่แตกต่างจากศูนย์ความงามที่มีอยู่ในปัจจุบัน ในด้านสถานที่ การบริการ และคุณภาพ เนื่องจากได้รับการรับรองมาตรฐานการเป็นสถานประกอบการจากกระทรวงสาธารณสุข สอดคล้องกับกระแสความสนใจดูแลความสวยความงามที่มากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้โครงการมีโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่น่าพอใจและยอมรับได้ ซึ่งสอดคล้องกับวรรณกรรมของชัชวาล สุวรรณเสวี (2543) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการโรงเรียนนวดแผนโบราณในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อัตราผลตอบแทน 15.56% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 5,026,498.69 บาท ระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 2 เดือน ซึ่งมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ในด้านการตลาดมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมของ พีรยา วิจักขณาพันธุ์ (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อธุรกิจเสริมความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี สถานภาพโสด นิยมเลือกสถานเสริมความงามที่มีพนักงานสุภาพ โดยมีความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ต้องมีทักษะการให้บริการ ความสุภาพ และให้ความรู้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี รองลงมาเป็นความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ ด้าน

ราคาต้องมีระดับราคาที่เลือกได้ การตกแต่งร้านให้ดูสะอาด น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมของ ดารารัตน์ สุพรรณบรรจง (2546) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของผู้บริโภคสตรีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านกระบวนการ เช่น การมีอุปกรณ์ทันสมัย ปัจจัยด้านบุคลากร เช่น การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นกันเอง ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น สถานที่ให้บริการสะอาด และยังสอดคล้องกับวรรณกรรมของ ภัทธา ตั้งกิตติภักดิ์(2544) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โสด มีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา รายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พฤติกรรมผู้ใช้บริการจะใช้บริการในวันและเวลาที่ไม่แน่นอน และใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ได้แก่ ราคา และผลิตภัณฑ์ ระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

### ข้อค้นพบ

ศูนย์ความงามในจังหวัดแพร่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข ทำให้การให้บริการยังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการบริการที่มีราคาถูก ประกอบกับผู้ประกอบการรายเดิมคิดค่าบริการค่อนข้างถูก แต่การบริการยังไม่ได้มาตรฐาน เนื่องจากไม่มีศูนย์ความงามที่มีมาตรฐาน ทำให้ผู้บริโภคต้องใช้บริการเท่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน เกิดปัญหาด้านบุคลากรทำงานไม่ต่อเนื่อง ลาออก เนื่องจากเป็นงานด้านบริการ เทคนิคต่างๆ อุปกรณ์ที่ใช้ในงานบริการมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผู้ประกอบการต้องมีการขวนขวายหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มประสิทธิภาพการบริการให้มีคุณภาพมากที่สุด

### ข้อเสนอแนะ

ด้านการบริหารจัดการ(สำหรับผู้ประกอบการ)

1. ต้องมีความรู้พื้นฐานในธุรกิจให้บริการของตนเอง สามารถให้บริการได้ด้วยตัวเอง โดยการเข้ารับการอบรมจากสถาบันต่างๆ ที่ได้รับการรับรองจากกระทรวง และติดตามความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เนื่องจากเป็นธุรกิจที่กำลังอยู่ในกระแสความนิยมจากผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการต้องศึกษาความรู้ใหม่ๆ ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ประเภทต่างๆ เป็นต้น

2. ต้องมีความเป็นผู้นำและพื้นฐานความรู้ด้านการบริหารจัดการ เนื่องจากเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวและมีผู้ได้บังคับบัญชา ดังนั้นการมีความรู้ด้านการบริหารจัดการจะช่วยจัดการงานและบุคลากรได้ง่ายขึ้น และต้องให้ความสำคัญและเวลากับการบริหารอย่างใกล้ชิด
3. ส่งเสริมและให้โอกาสพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจในลักษณะแบ่งปันผลประโยชน์จากรายได้ ให้ผลตอบแทนและสิ่งจูงใจที่เหมาะสมเพื่อให้แรงกระตุ้นในกาปฏิบัติงานของพนักงาน โดยการให้ผลตอบแทนในรูปของเงินเป็นเปอร์เซ็นต์จากรายได้ของกิจการ
4. ให้ความสำคัญกับการสรรหาและฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มพูนและพัฒนาทักษะในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น
5. ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารหรือเสนอความคิดเห็น มีความรักและภักดีต่อองค์กร เพื่อช่วยลดปัญหาความขัดแย้งภายในองค์กร และลดปัญหาการลาออกของพนักงานบ่อยๆ
6. ดำเนินการให้ถูกต้องต่อกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ เนื่องจากศูนย์ความงามจะต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นในระหว่างการดำเนินกิจการจะมีการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอว่าสถานประกอบการยังได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดไว้หรือไม่ หากดำเนินการไม่ถูกต้องอาจถูกยึดใบอนุญาตประกอบการ

#### ด้านการบริการและสถานที่ให้บริการ

##### การบริการ

1. ให้บริการที่ดีและเป็นกันเองกับผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเหมาะสม
2. สร้างตราหรือสัญลักษณ์ของศูนย์ความงามเพื่อให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย
3. สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการและอัตราค่าบริการ

##### สถานที่ให้บริการ

1. ใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย สะอาด และอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน
2. เลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม สะดวกต่อการติดต่อ เดินทางสะดวก

ผู้ประกอบการที่มีความสนใจจะลงทุนในธุรกิจศูนย์ความงามจะต้องมีใจรักงานบริการ โดยปัจจัยหลักที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จคือ การบริการที่ดี มีคุณภาพ โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากพนักงานทุกคนที่ให้บริการ การให้ความสำคัญกับการสรรหา ฝึกฝน อบรม พัฒนาพนักงาน ตลอดจนค่าตอบแทนที่เป็นธรรมจะช่วยลดปัญหาด้านบุคลากรได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ความพร้อมของเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการต้องมีสภาพพร้อมใช้งานได้

ตลอดเวลา รวมถึงการแสวงหาอุปกรณ์ใหม่ๆที่มีประสิทธิภาพที่ดีมากขึ้นมาใช้ในธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะมีผลทำให้ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการในครั้งต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved