

แผนธุรกิจ 71 Salud & Spa

**สารนิพนธ์
ของ
นางสาววลัยรัตน์ วรพงศ์พิสุทธิ์**

**เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
สิงหาคม 2547
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**

๖๕๘.๕๐๑๒

๐๓๔๕๗

ร.๓

แผนธุรกิจ 71 Salud & Spa

บทคัดย่อ

ของ

นางสาววลัยรัตน์ วรพงศ์พิสุทธิ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

สิงหาคม ๒๕๔๗

๒๕๔๗

๒๔ ก.ย. ๒๕๔๗

วลัยรัตน์ วรพงศ์พิสุทธิ์. (2547). แผนธุรกิจของ 71 Salud & Spa. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์
สมชาย หิรัญกิตติ

บริษัทมีพันล้าน จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจสปาภายใต้ชื่อ “71 Salud & Spa” มาตั้งแต่วันที่กันยายน 2545 โดยเปิดบริการสปาในลักษณะ เดย์สปา (Day Spa) ควบคู่ไปกับการนวดเพื่อการบำบัด (Massage Therapy) ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการนวดบำบัดด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aromatherapy Massage) การนวดฝ่าเท้า การนวดแบบแผนโบราณ การนวดเพื่อส่งเสริมความงาม และการบำบัดด้วยน้ำ ในแบบสปา นอกจากนี้ เพื่อที่จะให้การดำเนินการของธุรกิจเป็นลักษณะที่ครบวงจร จึงได้เพิ่มแผนกฟิตเนสเข้าไปด้วย โดยเป็นการ ออกกำลังกายภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญทางด้านกายภาพ ลักษณะของการดำเนินการเป็นการทำธุรกิจ ร่วมกับเจ้าของ 71 Sport Club ภายในพื้นที่การบริการเดียวกัน จึงมีบริการของ สปอร์ตคลับที่มีทั้ง สนามแบดมินตัน สระว่ายน้ำระดับมาตรฐานและร้านอาหารในร้านเดียวกันการบริการทุกอย่างจึงเป็นการเอื้ออำนวยต่อ ธุรกิจซึ่งกันและกัน

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นศูนย์กลางในการให้บริการด้านสปาและการนวดเพื่อบำบัดความเครียด และรวมไปถึงเป็น สถานที่ในการออกกำลังกายประเภทฟิตเนส และเซาว์น่า ในแหล่งเดียวกันโดยเน้นศาสตร์แห่งการบำบัดทั้ง ทางร่างกายและจิตใจโดยมีการบริการในรูปแบบสปาครบวงจร

พันธกิจ (Mission)

ให้บริการทางด้านสปาโดยเน้นศาสตร์เพื่อการบำบัด โดยบุคลากรที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ตลอดจนมีการนำเอาเครื่องมือและอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งนำเข้ามาจาก ต่างประเทศมาบริการ รวมทั้งยังได้มีการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสมุนไพร และวัตถุดิบภายในประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดทั้งสองทางคือทั้งผู้ผลิต และผู้รับบริการ ทั้งนี้ มุ่งเน้นในการบริการที่เป็นเลิศเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุดภายใต้ราคาที่คุ้มค่า

เป้าหมายขององค์กร (Goals)

เป้าหมายในระยะสั้น (ภายในระยะเวลา 3 ปี)

เนื่องจากบริษัทได้เปิดทำการจริงตั้งแต่ปลายเดือนกันยายน ปี 2545 ดังนั้นแผนเป้าหมายทั้งระยะสั้น และระยะยาวจึงได้มีการปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความเหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้า เป้าหมายปัจจุบัน รวมถึงสถานะการณ์ที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องในภาคธุรกิจ และความก้าวหน้าในการ ดำเนินกิจการ โดยแผนดังกล่าวจึงเป็นเป้าหมายในการสืบต่อความก้าวหน้าและกิจกรรมที่ธุรกิจจะดำเนินใน ตลาดดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness) : ขยายการสร้างการรับรู้ตราสินค้าให้ลูกค้ารู้จักบริการและ สินค้าภายใต้ธุรกิจ 71 Salud & Spa ให้มากขึ้นโดยรายละเอียดของเป้าหมายการตลาดในแต่ละปีจะ มีการระบุรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนของกลยุทธ์การตลาด

2. การขยายการให้บริการ (Service Line Expansion) : เพิ่มการให้บริการให้ครอบคลุมความต้องการของตลาดตามแนวความคิดของสปาครบวงจรให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
3. การขยายตลาด (Market Expansion) : ขยายตลาดและฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น
4. หุ้นส่วนทางธุรกิจ/ พันธมิตรทางการค้า (Business Corporate/ Partnership) พยายามสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อดึงให้ลูกค้ามาใช้บริการของ 71Salud & Spa เช่น การเป็นพันธมิตรกับบริษัทจัดนำเที่ยวกรุ๊ปทัวร์จากต่างประเทศ หรือ การเป็นพันธมิตรกับบัตรเครดิตต่าง ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้า และเพิ่มความต่อเนื่องของงานบริการภายในสปา
5. การเป็นสมาชิกของสมาคม (Member of Association) : เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ (Thai Spa Association) เพื่อประโยชน์ในเรื่องของการโปรโมชัน และการประชาสัมพันธ์ และให้เกิด Brand Recognition ในระดับประเทศ
6. ช่องทางในการสื่อสาร (Channel Communication) : สร้างช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ลูกค้าเข้าถึงตัวสินค้าได้รวดเร็วขึ้น อาทิ การสร้างเว็บไซต์ สองภาษาทั้งภาษาไทยและอังกฤษ เพื่อที่จะนำเว็บไซต์นี้ไปโยงกับเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และไปอยู่ตามหน้าของ Search Engines ที่มีชื่อเสียงเพื่ออำนวยความสะดวกการค้นพบ
7. ข้อเท็จจริงและองค์ความรู้ (Facts and Knowledge) : พยายามกระตุ้นให้ผู้บริโภคมาใส่ใจในเรื่องของการดูแลสุขภาพมากขึ้น เพื่อให้เกิดความอยากในการใช้บริการ
8. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) : สามารถทำรายได้โดยมีระยะเวลาคืนทุนภายในปีที่ 3 ของการดำเนินธุรกิจ

เป้าหมายระยะยาว (ภายในระยะเวลา 5 ปี)

1. การขยายสาขา (Branch Expansion) : ขยายสาขาในการให้บริการ
2. การขยายการให้บริการ (Service Line Expansion) : ขยายสาขการให้บริการทางด้านสปาและการนวดแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องจนกว่าจะสมบูรณ์
3. การขยายพื้นที่ให้บริการ (Area Expansion) : ขยายพื้นที่ในการให้บริการ เพื่อรองรับจำนวนของลูกค้าที่จะมีมากขึ้น
4. อุปกรณ์และเทคโนโลยี (Tools and Technology) : เพิ่มอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ
5. เจ้าของผลิตภัณฑ์ (Spa own product Line) : ขยายตลาดโดยการเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ทางด้านสปา อาทิ น้ำมันนวด น้ำมันหอมระเหยกลิ่นต่างๆ ที่สกัดจากวัตถุดิบที่สกัดจากสารในธรรมชาติ ภายใต้ยี่ห้อ 71Salud & Spa เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า และเพิ่มรายได้ให้กับประชากรภายในประเทศ และ อาจจะทำเป็นสินค้าส่งออกได้ภายในอนาคต
6. สมาชิกสมาคม (Member of Association) : เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมสปานานาชาติ ISPA (International Spa Association) เพื่อประโยชน์ในเรื่องของการโปรโมชัน และการประชาสัมพันธ์ และให้เกิด Brand Recognition ในระดับต่างประเทศ และในประเทศ
7. กำไรสุทธิ (Net Profit Margin) : สร้างกำไรสุทธิ 15% ภายในปีที่ 4 ของการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ได้มีเงินจดทะเบียนทั้งสิ้น 4,000,000 บาท โดยเป็นการระดมทุนจากผู้ถือหุ้นภายในบริษัทฯ ทั้งหมด โดยจากการศึกษาและวิเคราะห์แผนธุรกิจฉบับนี้ IRR ของโครงการเท่ากับ 23% ส่วน NPV เท่ากับ 1,478,927.- โดยพิจารณาจากสัดส่วนในการลงทุนและผลตอบแทนทางธุรกิจที่มีผลลัพธ์ในเชิงบวก ประกอบกับความสามารถในการคืนทุนที่ 3.2 ปี ดังนั้นจึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า แผนธุรกิจของ 71Salud & Spa เป็นแผนธุรกิจที่น่าสนใจและเหมาะสมแก่การลงทุน

BUSINESS PLAN FOR 71 SALUD & SPA

AN ABSTRACT

BY

MISS VALAIRAT VORAPONGPISUTH

Presented in partial fulfillment of requirement for the Master of Business

Administration in Management at Srinakharinwirot University

August 2004

Valairat Vorapongpisuth. (2004). Business Plan for 71 Salud & Spa. Master Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakarinwirot University. Advisor : Assoc. Prof. Somchai Hirankitti

Meephanlan Co., Ltd has commenced its spa business under a name of "71 Salud & Spa" since 2002. The company has provided the services of "Day Spa" and "Massage Therapy" altogether. The various types of massage therapies are distinguished into Aromatherapy massage, oil massage, and traditional massage, a massage for boosting beauty and the hydro therapy massage or "Spa".

A Fitness Center is an additional service that has been added to fulfill a completion of services cycles. To facilitate all members of the Fitness Center, a well-trained physicist will be there all the time to assist and instruct all customers to use each tool and equipment in the room efficiently and safely. A benefit of locating in the same building of 71 Sport club, the customers will have more alternative choices of service as they wish to do for implementation their health and release stress from their body and mind. Both businesses have relied on each other and making profits for each other also.

Vision

Establishing for being a center of providing Spa services and massage therapy to release stresses. The fitness center has been added together with sauna in the same area of spa to focus on a science of therapy for body and mind by providing completed cycles of spa services.

Mission

Provide spa services and focus in using sciences of therapy under operation of qualified and high experience persons who specialize in this science. To make an ultimate satisfactory for the customers and also to create reliability to them, the company has imported all equipment and tool from abroad for serving all customers to guarantee the best quality and security for them. Furthermore, to promote the government's policy of using domestic products, all herbal products and essence oils are manufactured from raw materials inside the country, consequently, the benefits will be for both the clients and the producers. The customers will obtain the best products and excellent services under a reasonable price with high satisfaction.

Goals

Short-term Goals (Within 3 years)

The effective date for actual operation of this spa was at the end of September 2002, therefore, both long-term and short-term of strategic plans have been adjusted and added from time to time to suit with the current target groups. Additionally, all adjustment and additional plans are made for supporting continually changeable situations of business sections and to implement a

progress of business operation. Details of the above plans and the main objectives, which aim to the progress of any business activities operating in this market, are as follows:

1. **Brand awareness:** To expand and create brand awareness in wider scopes to make the customers increasingly optimize and recognize the services and products under the name of 71 Salud & Spa. All details of the market goals in each year will be mentioned in the part of marketing strategies.
2. **Service Line Expansion:** To increase services types covering all of market's needs under a concept of the completely full cycle of spa services.
3. **Market Expansion:** To expand the market and the customer's base to be larger and wider.
4. **Business Corporate/Partnership:** Try to build up more business allies to obtain more customers to use the services of 71 Salud & Spa; for instance, being an ally with the tour companies, credit card companies, etc. will be able to expand the customer's base to be larger as well as increase the continuity of services in the spa.
5. **Member of Association:** To join as a member of Thai Spa Association as foreseeing the advantages of their promotion, public relations and their networks, this will be able to build up brand recognition in the nationwide level.
6. **Communications Channels:** To create channel of public relations that the customer can rapidly access to the services and products of 71 Salud & Spa such as creating a bilingual website of 71 Salud & Spa and link this website with TAT website or locating on the initial page of each well-known search engines i.e. Google, Yahoo, AOL, Sanook, Lemon online or Mweb, etc. in order to facilitate all customers to access the useful information efficiently and rapidly.
7. **Facts & Knowledge:** To stimulate and alert the consumers to concern in their health more as well as to increase demands of using our services.
8. **Payback Period:** Able to have a payback period within 3 years of the business operation.

Long-Term Goals (Within 5 years)

1. **Branch Expansion:** To expand more services branches
2. **Service Line Expansion:** To continually expand more services in the field of spa and massage types until reaches to the completed services cycles.
3. **Area Expansion:** To enlarge the services area for serving more customers in the near future.
4. **Tools and Technology:** To increase more tool and high technology equipment for serving to the customers ,
5. **Spa's own products Line:** The market expansion will be successful by increasing the manufacturing of spa products such as massage oils, essence oils, which extracted from natural substances under the brand of 71 Salud & Spa products to respond the demand

of the customers as well as able to increase the incomes of people inside the country. Possibly, the above products can become the export products in future.

6. **Member of Association:** To join as a member of ISPA (International Spa Association) to rely on the advantages of their promotion, public relations and their networks, this will be able to build up brand recognition in both national and international levels.
7. **Net Profit Margin:** To create 15% of net profit margin within the 4th year of the business operation.

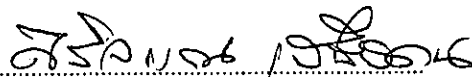
A company's registration capital is Bt 4,000,000 has come from a mobilization from all of the company's shareholders. Referred to the studying and analyzing of this business plan IRR of this project is equal 23%; NPV will be equal 1,478,927 considering from a ratio of investment and high positive of return amount together with ability of ROI within 3.2 year. Therefore, by conclusion, the business plan of 71 Salud & Spa is an interesting business plan and is appropriate for investment.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

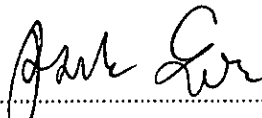
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

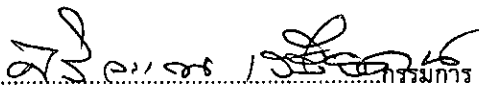

.....
(รองศาสตราจารย์ สมชาย หิรัญกิตติ)

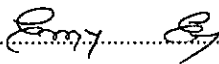
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

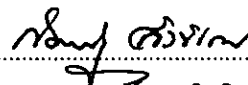
คณะกรรมการสอบ


.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ สมชาย หิรัญกิตติ)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 16 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2547

ประกาศคุณูปการ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ สมชาย หิรัญภิตติ อาจารย์ที่ปรึกษาแผนธุรกิจ ผู้ซึ่งช่วยเป็นเสมือนเข็มทิศ ที่ทำให้แผนธุรกิจฉบับนี้เป็นรูปแบบที่ถูกต้องตามหลักสากล ต้องขอขอบพระคุณอาจารย์ที่มีความอดทน ในการติดตามงาน ตลอดจน ตรวจสอบ แก้ไข และแนะนำจุดต่างๆ ที่ควรเพิ่มเติมและขยายรายละเอียดเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของงาน ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ที่เล็งเห็นผลดีของการริเริ่มทำแผนงานธุรกิจฉบับนี้ ความเมตตากรุณาของอาจารย์เป็นดั่งแรงบันดาลใจ และก่อให้เกิดความเชื่อมั่นและศรัทธาในการทำงาน ยิ่งไปกว่านั้น ท่านอาจารย์ยังให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ตลอดจนช่วยสนับสนุนทางด้านตำราและเอกสาร ที่เห็นว่าเกี่ยวข้องกับแผนงานธุรกิจฉบับนี้ ที่สำคัญที่สุดคือโอกาสในการริเริ่มให้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ซึ่งนับเป็นแผนธุรกิจฉบับแรกของนิสิตหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา คณะกรรมการ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ปรึกษา และมอบข้อเสนอแนะต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ตลอดจนการแก้ไขแผนธุรกิจฉบับนี้จนสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้มอบความรู้ และอบรมสั่งสอนผู้วิจัย ตลอดหลักสูตรของการศึกษาในสถานศึกษาแห่งนี้มาโดยตลอด

ในท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอโน้มราลึกถึงพระคุณบิดา มารดา ที่ได้กรุณาให้โอกาสในการศึกษาเล่าเรียน อีกทั้งให้การสนับสนุนทั้งร่างกาย แรงใจ และทุนทรัพย์ ให้ผู้วิจัยได้มีโอกาส และก้าวมาถึงจุดนี้ ตลอดจนผู้บังคับบัญชาทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุนในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ MBA, SPC, และ LEC ทุกคน เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และเป็นกำลังใจเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดา มารดา และบูรพาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ อบรมสั่งสอน จนกระทั่งประสบความสำเร็จในวันนี้

วัลย์รัตน์ วรพงศ์พิสุทธิ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมาย.....	2
ความสำคัญของการทำแผนธุรกิจ.....	2
ขอบเขตของการทำแผนธุรกิจ.....	3
ดัชนีชี้วัดทางด้านการตลาด.....	3
ดัชนีชี้วัดทางด้านการปฏิบัติการ.....	4
ดัชนีชี้วัดทางด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์.....	4
ดัชนีชี้วัดทางการเงิน.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	7
กรอบแนวคิดแผนธุรกิจ.....	9
2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแผนธุรกิจและประวัติความเป็นมาของธุรกิจ.....	10
แนวคิดทางด้านแผนธุรกิจ.....	10
ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก.....	22
การศึกษาความเป็นไปได้.....	33
แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและความงาม.....	36
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ 71 Salud & Spa.....	43
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	48
3 เครื่องมือในการวิเคราะห์แผนธุรกิจ.....	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การตลาด.....	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การปฏิบัติการ.....	57
เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การบริหารทรัพยากรมนุษย์.....	59
การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	62
4 การวิเคราะห์แผนธุรกิจ.....	68
แผนการตลาด.....	68
แผนผลิต/ ปฏิบัติการ.....	82
แผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์.....	91
แผนการเงิน.....	96

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 ผลสรุป แผนสำรองและข้อเสนอแนะ.....	114
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	114
แผนสำรอง/ แผนฉุกเฉิน.....	115
ข้อเสนอแนะ.....	117
บรรณานุกรม.....	118
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก.	
ผลงานวิจัยที่สนับสนุนแผนธุรกิจ.....	123
ภาคผนวก ข.	
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	138
ภาคผนวก ค.	
บทสัมภาษณ์ – ผู้ประกอบการ/ ผู้บริหาร 71 Salud & Spa	146
ภาคผนวก ง.	
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเครื่องมือ	150
ภาคผนวก จ.	
ตัวอย่างเว็บไซต์ของ 71 Salud & Spa	152
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	154

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตารางการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของ 71 Salud & Spa (SWOT Analysis)	69
2 อัตราค่าบริการของ 71 Salud & Spa	74
3 ตารางบริการพิเศษชนิดแพ็คเกจ (Special packages)	76
4 ตารางรายการสินค้าของ 71 Salud & Spa	77
5 ตารางงบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ปีที่ 1	81
6 ตารางงบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ปีที่ 2	82
7 ตารางงบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ปีที่ 3	83
8 ตารางงบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ปีที่ 4	84
9 ตารางงบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ปีที่ 5	85
10 ตารางรายการสินค้าคงคลังของ 71 Salud & Spa	90
11 ตารางรายได้และผลตอบแทนของพนักงานของ 71 Salud & Spa	97
12 ตารางแสดงรายการบริการจำแนกตามชนิดของการบริการ (ประเมินยอดขายรายเดือนของปีที่ 1)	102
13 ตารางแสดงรายการบริการ-บริการพิเศษชนิดแพ็คเกจ (Special Package) (ประเมินยอดขายรายเดือนของปีที่ 1)	103
14 ตารางแสดงรายการบริการจำแนกตามชนิดของการบริการ (ประเมินยอดขายรายปี - ปีที่ 1-5)	104
15 ตารางแสดงรายการบริการ-บริการพิเศษชนิดแพ็คเกจ (Special Package) (ประเมินยอดขายรายปี - ปีที่ 1-5)	105
16 ตารางแสดงราคาผลิตภัณฑ์	106
17 ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของ 71 Salud & Spa	107
18 ตารางแสดงงบกระแสเงินสดตั้งแต่ปี 2546 -2550 ของ 71 Salud & Spa	108
19 ตารางแสดงงบกำไร - ขาดทุนล่วงหน้าของ 71 Salud & Spa	109
20 ตารางแสดงงบดุลล่วงหน้าวันที่ 31 ธันวาคม 2546-2550	110
21 ตารางแสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Analysis) ตั้งแต่ปี 2546 -2550 ของ 71 Salud & Spa	111
22 ตารางการวิเคราะห์อัตราส่วน (Ratio Analysis) ของ 71 Salud & Spa ตั้งแต่ปี 2546 -2550	112
23 ตารางการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนตั้งแต่ปี ของ 71 Salud & Spa ตั้งแต่ปี 2546 -2550	113

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวความคิด : แผนการตลาด (Marketing)	7
2 กรอบแนวความคิด : แผนการปฏิบัติการ (Operation)	7
3 กรอบแนวความคิด : แผนการจัดการและแผนกำลังคน (Human Resources)	8
4 กรอบแนวความคิด : แผนการเงิน (Financial)	8
5 กรอบแนวความคิด : แผนธุรกิจ (แผนการตลาด; แผนการปฏิบัติการ; แผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์; แผนการเงิน)	9
6 แผนผัง Balanced Scorecard	24
7 แผนผังดัชนีการวัดผลความสำเร็จด้วย KPIs	27
8 แผนผังดัชนีวัดด้านลูกค้า (Customer Perspective)	29
9 แผนผังการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าพัฒนาจาก Kaplan และ Norton (1996) The Balanced Scorecard	30
10 แผนผังทีมฝ่ายการจัดการ (Management Team) ของ 71 Salud & Spa	45
11 แผนผังของระบบสินค้าคงคลัง (Inventory Stock)	89
12 แผนผังภายในส่วนประกอบภายในของ 71 Salud & Spa	93
13 แผนผังองค์กรของ 71 Salud & Spa	94

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ	หน้า
1 แผนภูมิของลักษณะทางประชากรศาสตร์ – เพศ	124
2 แผนภูมิของลักษณะทางประชากรศาสตร์ – อายุ	124
3 แผนภูมิของลักษณะทางประชากรศาสตร์ – สถานะภาพการสมรส	125
4 แผนภูมิของลักษณะทางประชากรศาสตร์ – ระดับการศึกษา	125
5 แผนภูมิของลักษณะทางประชากรศาสตร์ – อาชีพ	126
6 แผนภูมิของลักษณะทางประชากรศาสตร์ – รายได้ต่อเดือน	126
7 แผนภูมิรูปแบบการดำเนินชีวิต – งานอดิเรก	127
8 แผนภูมิรูปแบบการดำเนินชีวิต – กีฬาที่ชอบ	128
9 แผนภูมิรูปแบบการดำเนินชีวิต – กิจกรรมที่ชอบทำ	128
10 แผนภูมิรูปแบบการดำเนินชีวิต – อาหารที่ชอบ	129
11 แผนภูมิรูปแบบการดำเนินชีวิต – หนังสือที่ชอบ	130
12 แผนภูมิรูปแบบการดำเนินชีวิต – สื่อที่ใช้	131
13 แผนภูมิรูปแบบการดำเนินชีวิต – การใช้เงิน	131
14 แผนภูมิของเหตุผลในการเข้ามาใช้บริการของ 71 Salud & Spa	133
15 แผนภูมิของการจำแนกการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa	134
16 แผนภูมิการแสดงช่วงเวลาในการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าของ 71 Salud & Spa	134
17 แผนภูมิแสดงวันที่ลูกค้าสะดวกมาใช้บริการสาขาของ 71 Salud & Spa	135
18 แผนภูมิการแสดงคู่เปรียบเทียบทางสถิติ	135

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ทุกวันนี้ศาสตร์แห่งการบำบัดแพทย์ทางเลือก (Alternative Medicine) กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง ไม่ว่าจะเป็นการนวด กดจุด ผิงเข็ม วารีบำบัด แพทย์แผนไทย ฯลฯ ทั้งๆที่ก่อนหน้านี้ไม่นานแทบจะถูกกลบเลือนไปจากความทรงจำ ความใส่ใจในการดูแลสุขภาพ พร้อมแรงโหมกระพือของสื่อยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดนได้ทำให้ศาสตร์ดังกล่าวกลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง ส่วนหนึ่งคงปฏิเสธไม่ได้ว่า เป็นเพราะกลไกทางธุรกิจ เข้ามามีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดขึ้น ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาจากสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ สภาพของสังคมที่มีการแข่งขันสูงสร้างความเครียดและปัญหาสุขภาพมากขึ้น การประกอบธุรกิจอะไรก็ตามหลีกเลี่ยงการแข่งกันต่อกันเพื่อความสำเร็จให้ธุรกิจของตนไม่ได้ ผลที่ตามมาจึงทำให้หลายคนเหน็ดเหนื่อย เคร่งเครียดกับการทำงาน และหันมาเอาใจใส่ เรื่องการดูแลสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกรับประทานอาหารตามโภชนาการ ได้สารอาหารครบถ้วน การทานอาหารเสริมหรืออาหารชีวจิตก็ได้รับความนิยมมากขึ้น การดูแลสุขภาพตัวเองอาบน้ำขัดผิวมันไม่ได้หมด อาจเพราะเราเหนื่อย ชี้เกียจ คิดว่าต้องมีคนมาทำให้เรา แม้ว่าจริงนี้เป็นอะไรที่บางทีคนคิดว่าซื้อไปทำเองก็ได้ที่บ้าน แต่จุดประสงค์ของการที่คนเราไปสปาก็เพราะต้องการๆผ่อนคลาย การมีสปาเป็นจุดที่ทำให้คนเข้าไปแล้วได้รับความผ่อนคลาย ซึ่งมันกำลังเข้ากับไลฟ์สไตล์ของยุคสมัยนี้ที่มันค่อนข้างมีส่วนประกอบที่ทำให้คนเราเครียดได้เยอะ รูปแบบของการดำเนินชีวิตในปัจจุบันจึงเคียงคู่ไปกับการสร้างความบันเทิงให้กับตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการดูหนังฟังเพลง การไปจับจ่ายซื้อหาสิ่งของที่เพิ่มความสุขให้ตนเอง การเดินทางท่องเที่ยวไปตามต่างจังหวัด และพาตนเองไปสู่ธรรมชาติ เพียงเพื่อมุ่งไปที่จุดประสงค์เดียวกัน นั่นคือ “เพื่อลดความเครียด” จากการทำงานในประจำวัน “สปา” จึงเป็นการให้รางวัลตัวเองชดเชยสิ่งที่ขาดไป นั่นคือความสุขทางจิตใจ ถ้าร่างกายผ่อนคลายจิตใจมันก็จะสบายไปด้วย จึงยังมีกลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่หาวิธีคลายเครียด แก่ความเหนื่อยล้า ด้วยการเลือกใช้ บริการของ “สปา” เนื่องจากวิธีนี้เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถช่วยในการคลายเครียดที่ได้ทั้งกายและจิต สร้างความกระปรี้กระเปร่าให้กับร่างกายและจิตใจ

71 Salud & Spa เปิดทำการมาตั้งแต่กันยายน 2545 เพื่อให้การบริการทางด้านสปาในลักษณะ เดย์สปา (Day Spa) ควบคู่ไปกับการนวดเพื่อการบำบัด (Massage Therapy) ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการนวดบำบัดด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aromatherapy Massage) การนวดฝ่าเท้า การนวดแบบแผนโบราณ การนวดเพื่อส่งเสริมความงาม และการบำบัดด้วยน้ำ ในแบบสปา นอกจากนั้นเพื่อที่จะให้การดำเนินการของธุรกิจเป็นลักษณะที่ครบวงจร จึงได้เพิ่มแผนกฟิตเนสเข้าไปด้วย โดยเป็นการออกกำลังกายภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญทางด้านกายภาพ ลักษณะของการดำเนินการเป็นการทำธุรกิจร่วมกับเจ้าของ 71 Sport Club ภายในพื้นที่การบริการเดียวกัน จึงมีบริการของ สपोर्टคลับที่มีทั้ง สนามแบดมินตัน สระว่ายน้ำระดับมาตรฐานและร้านอาหารในรั้วเดียวกันการบริการทุกอย่างจึงเป็นการเอื้ออำนวยต่อธุรกิจซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ก็ยังมีการขายผลิตภัณฑ์ทางด้านสปา น้ำมันหอมระเหย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งสั่งจากต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำไปใช้ได้เองที่บ้าน ในปี 2547 นี้

อย่างไรก็ตามจากสภาพปัจจุบันของตลาดสปาในประเทศเริ่มทวีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ธุรกิจสปาเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น การขยายตัวของธุรกิจสปามีอยู่หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับทำเลและสถานที่ตั้ง มีทั้งสปาที่อยู่ในโรงแรมห้าดาว หรือสปาที่รวมไปกับสถานเสริมความงาม และธุรกิจที่แยกตัวเองมาเป็นสปาโดยเฉพาะ กลุ่มลูกค้าของสปาก็มิได้จำกัดอยู่แค่เพียงคนในวัยทำงานเท่านั้น แต่จะรวมไปถึงกลุ่มบุคคลอื่นๆที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพเข้าไปด้วย ดังนั้น การตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจทางด้านนี้ ในช่วงเวลาที่

ธุรกิจประเภทนี้ มีการแข่งขันสูงทำให้ผู้ลงทุนต้องพิจารณาดูว่า ถ้าหากจากการลงทุนไปแล้วผลประโยชน์ที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มค่าหรือไม่ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้ลงทุนต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนสูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ (จินทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ 2540:2) ฉะนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงภายใต้ความไม่แน่นอน จากสภาวะการณ์ปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะเศรษฐกิจและสังคม การดำเนินธุรกิจทุกชนิดจำเป็นต้องมีแผนธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมแผนการตลาด แผนการปฏิบัติการที่รัดกุม แผนการเงิน แผนทางด้านทรัพยากรบุคคล และการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งการศึกษาความคาดหวังทางด้านการบริการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่ผลตอบแทนของธุรกิจของ 71 Salud & Spa ในอนาคต ไม่ว่า จะเป็นเรื่องของการสร้างความภักดีในแบรนด์ การสร้างการรับรู้ของแบรนด์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก และการซื้อซ้ำของลูกค้า เพื่อยังผลให้เกิดการขายทางด้านธุรกิจเมื่อถึงจุดคุ้มทุน

ความมุ่งหมายของการทำแผนธุรกิจ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ออกแบบแผนธุรกิจได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษา/ พยากรณ์ ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดและด้านการเงินของธุรกิจสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 71 Salud & Spa ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อใช้ประกอบในการพิจารณาตัดสินใจ ในการปรับ/ ขยาย ตลาดในการให้บริการ รวมทั้งยังเป็นเข็มทิศในการดำเนินธุรกิจอย่างมีเป้าหมายและสามารถวัดผลได้ (Marketing Plan & Financial Strategy)
2. เพื่อศึกษาและเข้าใจถึงการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างชาญฉลาด ตั้งแต่การสรรหา คัดเลือกฝึกอบรมพัฒนา และดำรงรักษาไว้ซึ่งบุคลากรที่มีคุณค่า (Human Resources)
3. เพื่อศึกษาการบริหารกลยุทธ์การปฏิบัติการในส่วนของงานบริการเพื่อนำมาซึ่งข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและการพัฒนาการบริหารงานที่มีคุณภาพ (Operation on Service Focus)
4. เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขเพื่อเสนอแนะแก่เจ้าของกิจการและผู้ถือหุ้นเพื่อทำการปรับปรุงและเพิ่มเติมแผนฉุกเฉินเพื่อความเหมาะสม (Emergency Plan)

ความสำคัญของแผนธุรกิจ

การศึกษาการจัดทำแผนธุรกิจ สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 71 Salud & Spa ครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจลงทุนสำหรับผู้สนใจในธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและความงามและยังสามารถส่งประโยชน์สำหรับผู้บริหารในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารกลยุทธ์การปฏิบัติการในส่วนของงานบริการ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของบริษัทฯ และยิ่งไปกว่านั้นคือความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

นอกจากนี้ ยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการควบคุมต้นทุน ค่าใช้จ่ายและการบริหารเงินทุนของธุรกิจอย่างมีหลักเกณฑ์และสามารถวัดผลได้ ตลอดจนเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการลงทุนเพื่อปรับ ขยายธุรกิจทั้งในอนาคตอันใกล้และไกล และท้ายสุดเพื่อยังผลประโยชน์แก่เจ้าของกิจการหรือผู้ร่วมลงทุนทางด้านผลตอบแทนทั้งในรูปผลกำไรหรือส่วนแบ่งทางการตลาดต่อไป

ขอบเขตของการทำแผนธุรกิจ

ขอบเขตของเนื้อหาในการทำแผนธุรกิจครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินงานของธุรกิจสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 71 Salud & Spa โดยมีขอบเขตของการศึกษาดังนี้

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาจะพิจารณาศึกษาความเป็นไปได้ในประเด็นหลัก 4 ด้านโดยได้ประยุกต์หลักการชี้วัดของ KPI (Key Performance Indicators) เข้ามาเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพของธุรกิจโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความเป็นไปได้ด้านการตลาดและการบริหารกลยุทธ์การปฏิบัติการ (Marketing) ประกอบด้วย
- เป้าหมายทางการตลาด
 - การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
 - กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และส่วนผสมทางการตลาด
 - สินค้าและบริการ (Products & Services)
 - ราคา (Price)
 - สถานที่ (Place)
 - การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
 - บุคลากร (People)
 - การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (Brand Image)
 - กระบวนการ (Process)
 - การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

ดัชนีชี้วัดทางด้านการตลาด (KPI; Key Performance Indicator)

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จที่ต้องการ	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก
- ความจงรักภักดีของลูกค้าและการกลับมาใช้บริการซ้ำ - ความสามารถในการขยายฐานลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาด - การประชาสัมพันธ์ในลักษณะปากต่อปาก	- จำนวนลูกค้าเก่าที่กลับมาใช้บริการซ้ำ - จำนวนลูกค้าใหม่ที่มาเข้ารับบริการ - การตอบรับที่ดีจากผลการสำรวจลูกค้า - การมีข้อมูลลูกค้าใหม่และอัปเดตอยู่ตลอดเวลา

2. ความเป็นไปได้ด้านการบริหารกลยุทธ์การปฏิบัติการ
- กำลังการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
 - กระบวนการ/ ขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ซับซ้อน
 - กลยุทธ์การให้บริการที่ทำให้เกิดความประทับใจ

ดัชนีชี้วัดทางด้านการปฏิบัติการ (KPI; Key Performance Indicator)

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จที่ต้องการ	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก
• ความสามารถในการลดต้นทุนในการให้บริการ และการบริหารงาน รวมถึงสินค้าคงคลัง • ความเชื่อถือและการมั่นใจในการบริการจากลูกค้า	• จำนวนข้อร้องเรียนของผู้รับบริการที่มีต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ • ร้อยละของผู้รับบริการที่มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ • Corporate inventory คือ ดัชนีการวัดภาพรวมของสินค้าคงคลังของบริษัท • Service Level หรือ Stock Availability คือ ดัชนีการวัดค่าความพอเพียง ของสินค้าคงคลังที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา

3. ความเป็นไปได้ด้านแผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ประกอบด้วย

- โครงสร้างองค์กร
- ตำแหน่งบริหารหลัก
- ผลประโยชน์/ ค่าตอบแทน
- ผู้ร่วมลงทุน และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น
- คณะกรรมการบริษัท (ระบุคุณสมบัติ องค์ประกอบและภูมิหลัง)

ดัชนีชี้วัดทางด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (KPI; Key Performance Indicator)

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จที่ต้องการ	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก
• ความภักดีของพนักงานและการลดอัตราการออกจากงานและการหาพนักงานใหม่ • เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ จริยธรรม ขวัญและกำลังใจ และจิตสำนึกในการให้บริการเพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นที่ยอมรับ รวมทั้งมีอุดมการณ์ร่วมกันในการปฏิบัติงานให้บรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร	• ความพึงพอใจของผู้บริหาร ต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน • ความพึงพอใจของพนักงานต่อการปฏิบัติงาน (Employee Satisfaction) • อัตราการสูญเสียเจ้าหน้าที่ (Turn Over Rate)

4. ความเป็นไปได้ด้านการเงิน ประกอบด้วย
- 4.1 การศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจ
 - 4.2 การวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจ ได้แก่ การจัดทำงบกำไรขาดทุน งบดุล และการประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า
 - 4.3 การประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงินดังนี้
 - การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Analysis)
 - มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)
 - ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)
 - อัตราผลตอบแทนคิดลด (Internal rate of return : IRR)
 - อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR)
 - อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่บริษัทใช้ทั้งหมด (Return On Investment : ROI)
 - อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท (Return On Equity : ROE)
 - การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

ดัชนีชี้วัดทางการเงิน (KPI; Key Performance Indicator)

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จที่ต้องการ	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก
• ความสามารถในการคืนทุนในระยะสั้น • ความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่องในธุรกิจ • ความสามารถในการเพิ่มทุนและขยายการบริการ	• ผลการวิเคราะห์ที่เป็นบวกในด้านการเงินของธุรกิจ เช่น งบกำไรขาดทุน งบดุล และการประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า รวมถึงการวิเคราะห์ความเป็นไปได้โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงินในด้านต่าง ๆ

นิยามศัพท์เฉพาะ

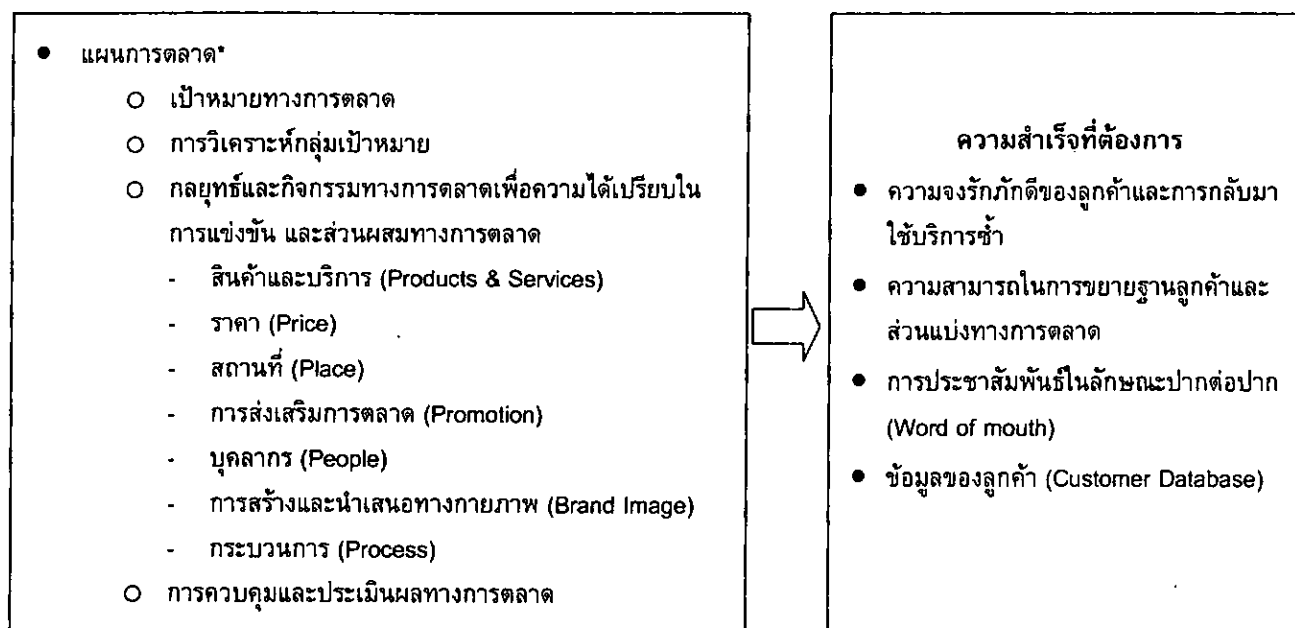
แผนธุรกิจ (Business Plan)

- 1. แผนธุรกิจ หมายถึง กระบวนการนำแนวความคิด ในอันที่จะจัดตั้งกิจการหรือขยายองค์กรธุรกิจที่มีอยู่เดิม มาสู่แผนปฏิบัติงานที่มีความเป็นรูปธรรม และสามารถปฏิบัติได้จริง ภายใต้สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาถึงความคุ้มค่าต่อการลงทุน และเป็นเครื่องมือในการขอรับการสนับสนุนและช่วยเหลือด้านต่างๆ จากบุคคลหรือหน่วยงานภายนอก ทั้งทางด้านเงินทุน วัตถุดิบ และช่องทางการตลาด แผนธุรกิจ ประกอบไปด้วย แผนการตลาด แผนการผลิต/แผนการปฏิบัติการ แผนการเงิน และแผนงานทางทรัพยากรบุคคล
- 2. บริการสปา หมายถึงสถานที่ให้บริการแก่กลุ่มบุคคลในรูปแบบของการพักผ่อน ด้วยการผ่อนคลายจากความเครียด รักษาและฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจ ด้วยวิธีการบำบัดด้วยน้ำ ช่วยสร้างสรรค์สุขภาพกายและสุขภาพจิตให้มีสุขภาพดีขึ้น โดยยึดหลักสมดุลธรรมชาติ การนวด การขัดสสารพิษออกจากร่างกาย โดยบำบัดร่วมกับน้ำและน้ำมัน

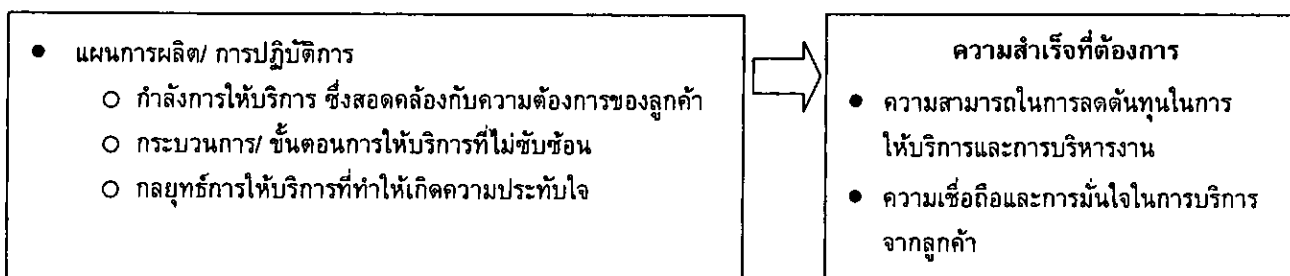
3. **สุขภาพและความงาม** คือ การดูแลเอาใจใส่สภาพร่างกายและจิตใจ ให้แข็งแรง สดชื่นแจ่มใส เพื่อเสริมบุคลิกภาพของตนเองให้ดูดี และป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ ด้วยการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและเสริมความงาม เช่น การออกกำลังกายตามฟิตเนส โยคะ การทำทรีตเมนต์ นวดหน้า ขัดผิว พอกโคลนสมุนไพร ลดน้ำหนัก
4. **ประมาณการกำไร - ขาดทุน** หมายถึง รายงานที่ทำให้ผู้ประกอบการทราบถึง ภาพรวมของสภาพทางการเงิน ซึ่งจะสะท้อนให้เห็น ยอดขาย, ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ทั้ง ค่าใช้จ่ายแปรผัน, ค่าใช้จ่ายคงที่ ประมาณการกำไร - ขาดทุน จะแสดงให้เห็น ผลกำไร หรือ ขาดทุน ที่ธุรกิจหนึ่งทำได้ในช่วงเวลาหนึ่งๆ แต่ยังไม่แสดงถึงสภาพเงินสดจริงๆ ที่ไหลเวียนอยู่ในธุรกิจหนึ่งๆ
5. **ประมาณการเงินสด** หมายถึง ประมาณการที่ถือได้ว่ามีความสำคัญที่สุดในการดำเนินธุรกิจหนึ่ง เนื่องจากว่า ประมาณการเงินสดจะแสดงให้เห็นถึงสภาพเงินสดที่ไหลเวียนอยู่ในธุรกิจหนึ่งๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารทางการเงินของธุรกิจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. **ประมาณการงบดุล** หมายถึง รายงานทางการเงิน ที่อาศัยข้อมูลทางการเงินจาก ประมาณการกำไร - ขาดทุน และ ประมาณการเงินสด มาสร้างภาพของธุรกิจในรูปของสมการสินทรัพย์ = หนี้สิน + ส่วนทุน ในการหาแหล่งเงินทุน ของ ธุรกิจใหม่ ประมาณการงบดุลถือได้ว่าเป็นรายงานทางการเงินในแต่ละปี ที่ต้องเสนอให้กับสถาบันทางการเงินพิจารณา
7. **ระยะเวลาดินทุน** หมายถึง ระยะเวลาที่เงินสดรับสะสมที่เป็นผลกำไรจะการดำเนินธุรกิจ หลังจากหักค่าใช้จ่ายทั้งหมดแล้ว มีค่าเท่ากับ เงินทุนทั้งโครงการ ยกตัวอย่างเช่น เงินลงทุนเริ่มแรก เท่ากับ 1,000,000 บาท เมื่อดำเนินธุรกิจไป 3 ปี มีเงินสดสะสม เท่ากับ 1,000,000 บาท นั่นคือ มีระยะเวลาดินทุนเท่ากับ 3 ปี
8. **เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินโครงการลงทุน (PV, NPV, IRR)** หมายถึง ค่าที่ใช้แสดงความคุ้มค่าในการลงทุน คือ ตัวเลขที่ใช้ในการตัดสินใจว่า ธุรกิจหรือโครงการหนึ่งมีความคุ้มค่าในการลงทุนแค่ไหน ค่าที่ใช้แสดงความคุ้มค่าในการลงทุน โดยทั่วๆ ไป มีดังนี้
 - ค่า PV หรือ **Present Value** หรือ มูลค่าปัจจุบัน เนื่องจาก ค่าของเงินจำนวนหนึ่ง เป็นนำไปพิจารณาพร้อมกับเวลาแล้ว เงินจำนวนนั้น จะมีค่าลดลง ไป เมื่อเวลาผ่านไป ตามอัตราส่วนลดที่เป็นไปได้ และ สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง
 - ค่า NPV หรือ **Net Present Value** หรือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ การนำ ค่า PV ในแต่ละปี ไป ลบ กับ เงินลงทุนทั้งโครงการ เมื่อเริ่มโครงการ โดยถ้า ค่า NPV มีค่ามากกว่า 0 โครงการนั้นก็มีความคุ้มค่าในการลงทุน แต่ถ้า ค่า NPV มีค่าน้อย กว่า 0 โครงการนั้นก็ไม่มีค่าที่จะลงทุน
 - ค่า IRR หรือ **Internal Rate of Return** หรือ ค่าอัตราผลตอบแทนการทุน
9. **จุดคุ้มทุน** หมายถึง จุดที่แสดงให้เห็นว่า ต้องทำยอดขายอย่างน้อยเท่าไร จึงจะให้ธุรกิจสามารถมีรายได้พอที่จะจ่ายในส่วนของต้นทุนทั้งต้นทุนแปรผันและต้นทุนคงที่ที่เกิดขึ้นได้ หรือ ยอดขายอย่างต่ำ เท่าไร ที่จะทำให้คุ้มทุน คือ ไม่ขาดทุน และ ไม่ได้กำไร

10. ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก (Key Performance Indicator - KPI) คือการวัดความก้าวหน้าของการบรรลุปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ หรือผลสัมฤทธิ์ขององค์กร โดยเทียบผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐานหรือเป้าหมายที่ตกลงกันไว้ องค์กรสามารถใช้ผลของการวัดและการประเมินความก้าวหน้าของการบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กร

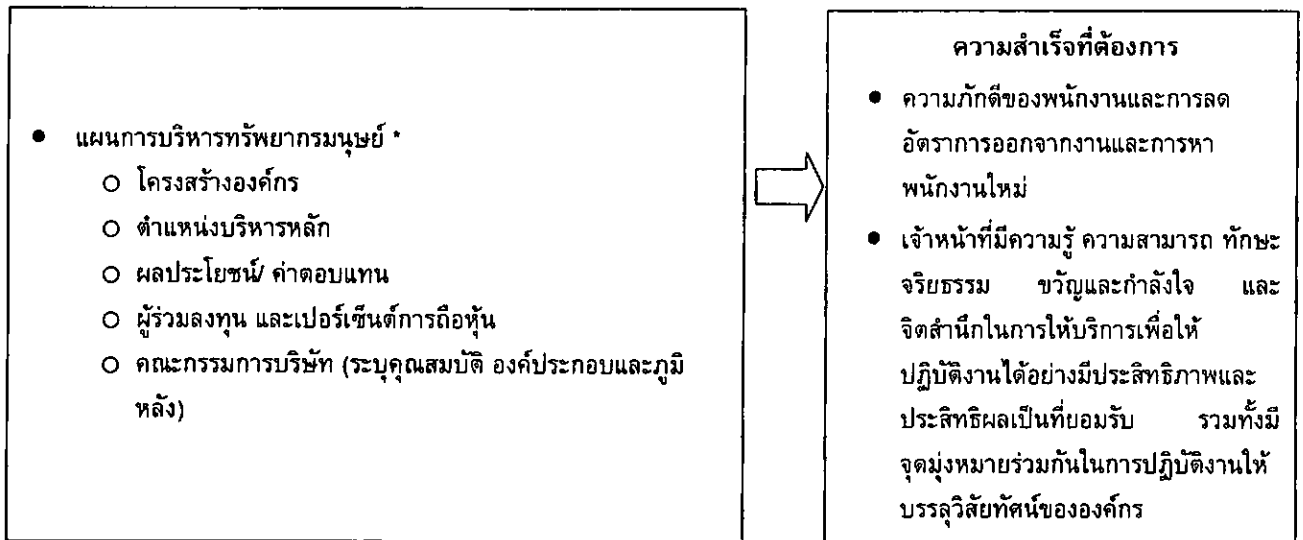
กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า



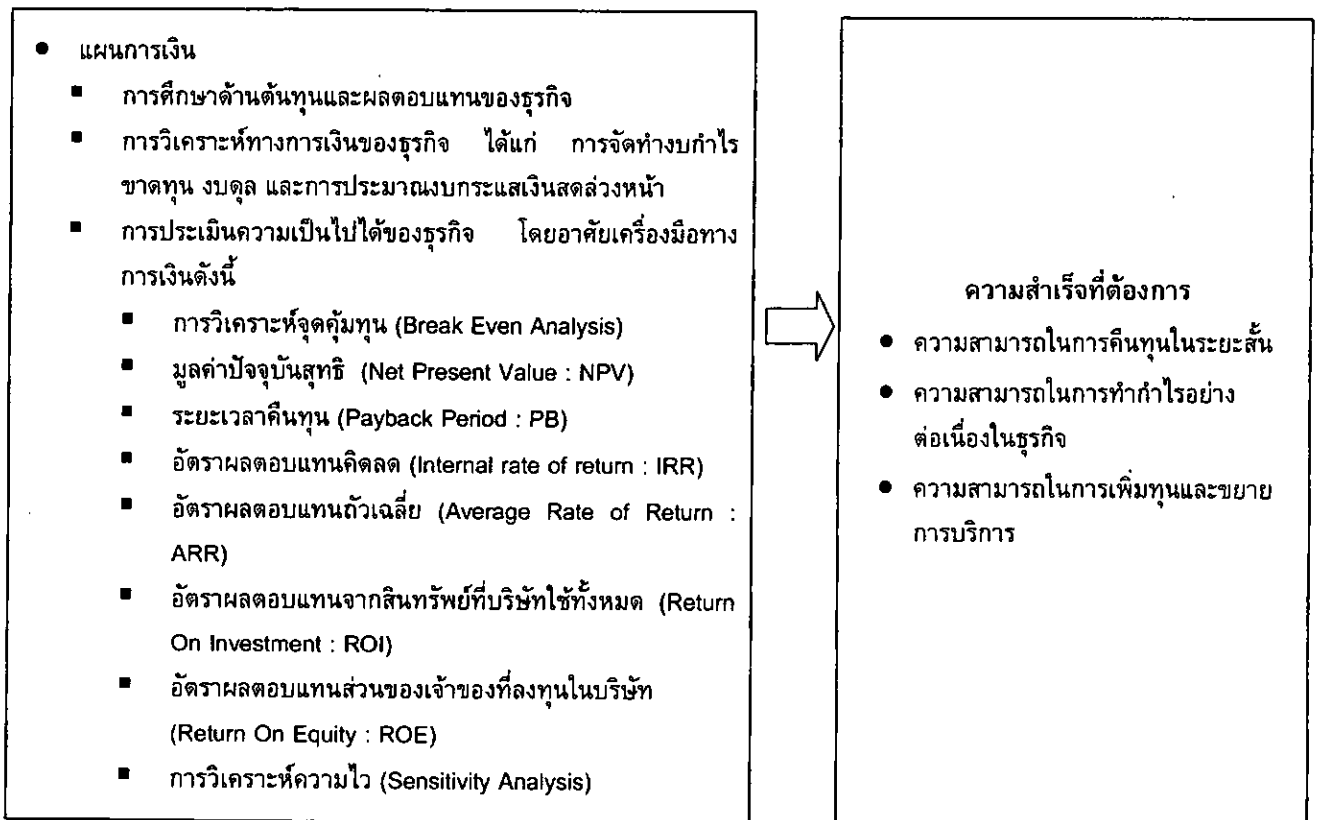
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิด : แผนการตลาด (Marketing)



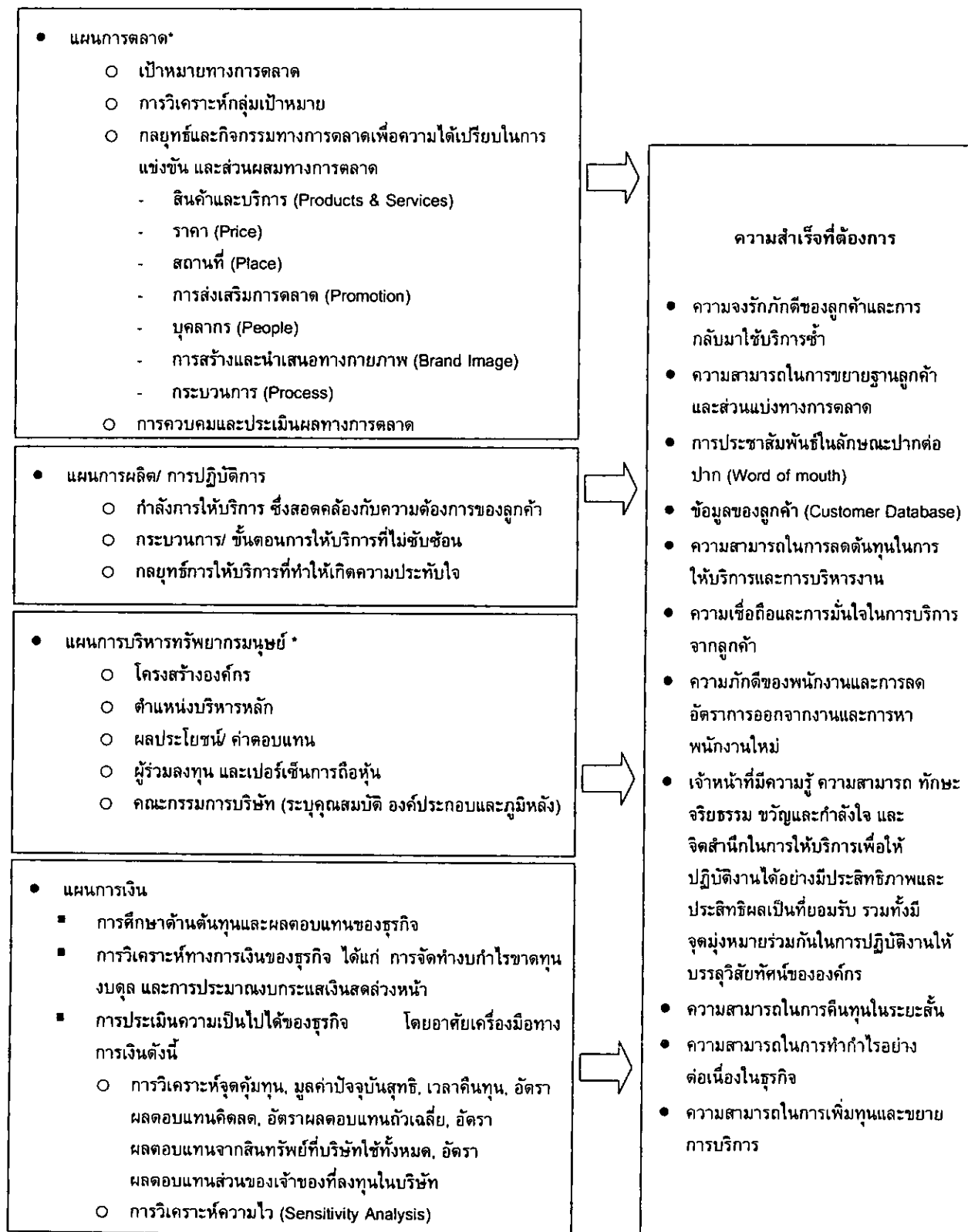
ภาพประกอบ 2 กรอบแนวความคิด : แผนการปฏิบัติการ (Operation)



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวความคิด : แผนการจัดการและแผนกำลังคน (Human Resource)



ภาพประกอบ 4 กรอบแนวความคิด : แผนการเงิน (Financial)



ภาพประกอบ 5 กรอบแนวความคิด : แผนธุรกิจ (แผนการตลาด; แผนการปฏิบัติการ, แผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์, แผนการเงิน)

บทที่ 2

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแผนธุรกิจและประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

ในการทำแผนธุรกิจครั้งนี้ ผู้จัดทำแผนธุรกิจได้รวบรวมและค้นคว้าข้อมูล ทฤษฎี เกี่ยวข้องกับแผนธุรกิจและประวัติความเป็นมาของธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

1. แนวคิดทางด้านแผนธุรกิจ (Business Plan)
2. ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก (Key Performance Indicators)
3. การศึกษาความเป็นไปได้
4. แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและความงาม
5. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ 71 Salud & Spa
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทางด้านแผนธุรกิจ (Business Plan)

การสร้างธุรกิจใหม่ การปรับปรุงหรือขยายธุรกิจเดิม ผู้ประกอบการควรเริ่มจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อการค้นหาโอกาสและอุปสรรควิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การธุรกิจส่วนของผู้ประกอบการเองเพื่อการค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อน ไปจนถึงการประเมินผลการดำเนินงานองค์การ การประเมินและค้นหาโอกาสเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อยู่ในความสนใจและเหมาะสมกับความสามารถของตนเอง ว่ามีโอกาสเข้าแข่งขันและแย่งชิงส่วนแบ่งทางตลาด ความพร้อมด้านการเงินการลงทุน และจะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จได้หรือไม่ ปัจจัยเหล่านี้จะมีความสำคัญอย่างมากต่ออนาคตของธุรกิจ ซึ่งกลยุทธ์ นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติงาน เพื่อการควบคุมการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย

ความสำคัญของแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ คือ ผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณาและการตัดสินใจของผู้ประกอบการออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรในรูปรายงาน ที่แสดงให้เห็นถึงแนวทางธุรกิจ ภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ ระเบียบวิธีปฏิบัติงานของกิจการ

แผนธุรกิจจะมีความสำคัญในการเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อธนาคารหรือสถาบันการเงินเพื่อขอเงินกู้ และที่มีประโยชน์มากคือทำให้ธุรกิจสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจ ทำให้ธุรกิจสามารถมองเห็นเป้าหมายของการดำเนินงานได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจกับแผนที่จัดทำไว้ได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการจะได้ศึกษาข้อมูลที่จะนำมาประกอบการตัดสินใจไม่ว่าจะเป็นแผนการตลาด แผนการเงินต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ จะช่วยลดความเสี่ยงในการตัดสินใจของผู้ประกอบการ

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจเป็นเอกสารรายงานที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการ จะต้องมีส่วนประกอบเหล่านี้ครบถ้วนและตามลำดับ คือ

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
2. ประวัติโดยย่อของกิจการ
3. การวิเคราะห์สถานการณ์
4. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

5. แผนการตลาด
6. แผนการจัดการและแผนกำลังคน
7. แผนการผลิต/ปฏิบัติการ
8. แผนการเงิน
9. แผนการดำเนินงาน
10. แผนฉุกเฉิน

แผนธุรกิจที่ดีควรให้รายละเอียดที่ชัดเจนในการประกอบการบริหารกิจการ และให้รายละเอียดอย่างเพียงพอที่จะทำให้ผู้ร่วมลงทุนหรือสถาบันการเงินต่าง ๆ ตัดสินใจได้ว่าธุรกิจนั้นร่วมลงทุนได้หรือไม่ นั่นคือแผนธุรกิจต้องทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้าใจเป้าหมายวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและปรัชญาของธุรกิจ แผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรคและหนทางที่เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้เวลาลงทุนของตัวเอง ไม่ต้องการผู้ร่วมลงทุนหรือเงินกู้จากสถาบันการเงิน แผนธุรกิจก็ยังจำเป็นต้องทำให้ผู้ประกอบการมีแนวทางในการดำเนินกิจการ

1.1 บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary) เป็นส่วนที่สรุปใจความสำคัญ ๆ ของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาว 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญเพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะตัดสินใจจากส่วนนี้ว่าจะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อไปหรือไม่ ดังนั้นจึงต้องเขียนให้สั้นกระชับและกะทัดรัด ต้องชี้ให้เห็นประเด็นที่สำคัญ คือชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริง ๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำและต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้นสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่ามันให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร ดังนั้นจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดอื่น ๆ

เนื้อหาในบทสรุปผู้บริหารควรกล่าวถึงสิ่งต่อไปนี้

- อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไรแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร คุณสมบัติพิเศษของสินค้า หรือบริการที่จะได้เปรียบเหนือคู่แข่งในแง่ของรูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย เทคโนโลยี สภาพของคู่แข่งและแนวโน้มของอุตสาหกรรม ขนาดของธุรกิจใหญ่ขนาดไหน จะก่อตั้งเมื่อไร และมีอัตราการเติบโตก้าวหน้าอย่างไร
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โอกาสและกลยุทธ์ทางการตลาด การคาดคะเนลูกค้าเป้าหมาย ใครเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก และจัดวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อย่างไร และวางแผนจะเข้าถึงลูกค้าอย่างไร ขนาดและอัตราการเติบโตของกลุ่มลูกค้า ยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดที่คาดหวัง
- ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร สรุปให้เห็นถึงความคุ้มค่าของการลงทุน เช่นกำไรจากการดำเนินงาน ระยะเวลาของการทำกำไร ระยะเวลาของการคุ้มทุน ระยะเวลาที่กระแสเงินสดจะเป็นบวก การคาดหมายอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน และการคาดคะเนผลตอบแทนทางการเงินอื่น ๆ ใส่ตัวเลขสำคัญๆ หากเป็นไปได้
- ทีมผู้บริหาร สรุปความรู้ความสามารถประสบการณ์และทักษะของผู้บริหารพร้อมสมาชิกในทีม บวกย่อยๆ ถึงความสำเร็จในอดีต โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการทำกำไร การบริหารงานและคน

1.2 ประวัติโดยย่อของกิจการ ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งทั้งในด้านการจัดตั้งหรือจดทะเบียนตลอดจนแนวความคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด

การคิดค้นและพัฒนาสินค้าหรือบริการที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะยาวที่ผู้ก่อการต้องการให้เป็นในอนาคต

1.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ หรือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จะประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อพิจารณาถึงโอกาสและอุปสรรคของกิจการ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อพิจารณาถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการทั้งในปัจจุบันและอนาคต เราเรียกการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเหล่านี้ว่าการวิเคราะห์สวอท (SWOT Analysis) ซึ่งประกอบด้วย

- **จุดแข็ง (Strengths)** หมายถึงการดำเนินงานภายในที่กิจการสามารถกระทำได้ดี จะต้องวิเคราะห์การดำเนินงานภายใน เช่นการบริหาร การตลาด การผลิต และการวิจัยพัฒนา องค์การที่ประสบความสำเร็จจะกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งเหล่านี้
- **จุดอ่อน (Weakness)** หมายถึงการดำเนินงานภายในที่กิจการไม่สามารถกระทำได้ดี การดำเนินงานภายในเหล่านี้ เช่นการบริหาร การเงิน การตลาด เป็นต้น ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จขององค์กร จะต้องกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถถ่วงหรือปรับปรุงจุดอ่อนของการดำเนินงานภายในเหล่านี้ให้ดีขึ้น
- **โอกาส (Opportunity)** หมายถึงสภาพภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกิจการ จะต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขันอยู่เป็นระยะ เพื่อแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ การพัฒนาทางคอมพิวเตอร์และไบโอเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของประชากร การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและทัศนคติ การแข่งขันจากต่างประเทศที่รุนแรงขึ้น เป็นต้นของการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมภายนอกที่สำคัญ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจทำให้ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปที่อาจทำให้สินค้าหรือบริการ และกลยุทธ์ของกิจการต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย
- **อุปสรรค (Threats)** หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามการดำเนินงานของกิจการ สภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขัน เป็นต้น ความเข้มแข็งของกลุ่ม อัตราราคาและราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ล้วนแต่เป็นการคุกคามจากสภาพแวดล้อมภายนอกทั้งสิ้น*

1.4 วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการรับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการและเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน เช่นเป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการจัดการ เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจจึงอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้นซึ่งระยะเวลาของแผนโดยทั่วไปคือภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะปานกลาง 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปี*

1.5 แผนการตลาด คือ การกำหนด ทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาดตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดได้ล่วงหน้าโดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ ดังนั้นการวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีการในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้กิจการ

* http://www.psu.ac.th/Other/psu_programmer/Source/PSU-BusinessPlan.pdf

สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไป และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งปัจจัยภายในและภายนอก

- กิจการเนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบ คำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการ ดังนี้
 - เป้าหมายทางการตลาดที่ต้องทำให้ได้ในระยะเวลาของแผน คือเรื่องอะไรบ้าง
 - ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
 - จะนำเสนอสินค้า/บริการอะไรให้กลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าไร และด้วยวิธีการใด
 - จะสร้างและรักษาความพึงพอใจกับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
 - ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไร
- ในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์และวิธีการทางการตลาดสำหรับกิจการตามองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก คือ
 - เป้าหมายทางการตลาด
 - การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
 - กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อความสำเร็จในการแข่งขัน เพื่อการเติบโตทางการตลาด และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด*

1.6 แผนการจัดการและแผนกำลังคน จะต้องระบุโครงสร้างขององค์กรให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังของโครงสร้างองค์กรว่าประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลัก ๆ ของโครงสร้างองค์กร โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การทำในส่วนนี้จะทำให้เห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเกิดเป็นทีมที่ดี ในการบริหารงานมีความสมดุลในด้านความรู้ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหารมีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่จะทำประกอบไปด้วย

- 1.6.1 โครงสร้างองค์กร ควรบอกให้ทราบถึง
 - ตำแหน่ง งานหลักๆ ขององค์กร คนที่จะมาดำรงตำแหน่งนั้น พร้อมทั้งแผนผังองค์กร
 - หากผู้บริหารคนใดคนหนึ่งไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มเวลาต้องระบุว่า ใครจะเป็นผู้ช่วยในงานนี้เพื่อทำให้งานสมบูรณ์
 - หากทีมงานผู้บริหารเคยทำงานร่วมกันมาก่อนให้ระบุว่าเคยทำงานอะไร มีความสำเร็จอะไรบ้าง
- 1.6.2 ตำแหน่งบริหารหลัก
 - ระบุว่าตำแหน่งบริหารหลักๆ มีความรู้ความชำนาญอะไรบ้างและมีความเหมาะสมในตำแหน่งงานนั้นอย่างไร
 - ระบบบทบาท ภาระความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งในทีมบริหาร
 - อาจใส่ประวัติสั้นๆ ของทีมงานงานเอาไว้ในส่วนนี้ด้วยก็ได้ หรือมิฉะนั้นอาจนำไปใส่ไว้รวมกัน ในภาคผนวก
- 1.6.3 ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหารระบุเงินเดือนที่จ่ายแก่ผู้บริหาร ตลอดจนผลประโยชน์ในรูปแบบอื่นๆ และสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารแต่ละคน
 - ผู้ร่วมทุน ระบุผู้ร่วมลงทุนอื่นๆ และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น

- คณะกรรมการบริษัท ระบุคุณสมบัติของกรรมการบริษัท องค์ประกอบและภูมิหลัง กรรมการแต่ละคนว่าจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการอย่างไร

1.7 แผนการผลิต/ การปฏิบัติการ ที่จะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการการผลิต และปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต โดยวัตถุดิบและทรัพยากรนั้นหมายถึงปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และผลผลิตนั้นหมายความถึงจำนวนมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้ ส่วนประกอบของแผนการผลิตมีดังนี้

1.7.1 กระบวนการผลิต หมายถึง กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบเป็นผลผลิตและผลผลิตนั้น หมายความว่า จำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้ ดังนั้นกระบวนการผลิตจะต้องแสดงขั้นตอนในการผลิตสินค้า ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ แรงงาน ป้อนเข้าสู่การผลิตจนกระทั่งสำเร็จเสร็จสิ้น เป็นสินค้าสำเร็จรูปและนำออกจำหน่าย โดยที่ผู้ประกอบการจะต้องออกแบบกระบวนการผลิต โดยคำนึงถึงเทคโนโลยี การผลิตที่เลือก กำลังการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการทางการตลาด เครื่องมือและเครื่องจักรที่ต้องการใช้ ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงคุณภาพกำลังคน และการบำรุงรักษา เครื่องมือเครื่องจักร

1.7.2 การคำนวณต้นทุนสินค้า เป็นการหาต้นทุนการผลิตที่เกิดขึ้นทั้งหมดจากการผลิตสินค้ามาจากการนำค่าใช้จ่ายในการผลิตมาคิดเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้นอกจากค่าวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรงแล้วยังประกอบไปด้วยค่าวัตถุดิบทางอ้อม ค่าแรงงานทางอ้อม ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าซ่อมแซม ค่าเสื่อมราคา สินทรัพย์ถาวรในโรงงาน และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ

1.7.3 สรุปต้นทุนการผลิตสินค้าต่อหน่วย ในกรณีที่กิจการผลิตสินค้าเพียงชนิดเดียว การคำนวณเพื่อหาต้นทุนการผลิตสินค้าต่อหน่วย โดยนำต้นทุนสินค้าทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการผลิตซึ่งคำนวณไว้ก่อนหน้านี้ นำมาหารด้วยจำนวนสินค้าที่ทำการผลิตได้ทั้งหมดก็จะได้ต้นทุนสินค้าต่อหน่วย แต่ในกรณีที่กิจการผลิตสินค้าหลายชนิด การคำนวณต้นทุนสินค้าต่อหน่วยของแต่ละผลิตภัณฑ์ ควรจะใช้หลักเกณฑ์ที่เหมาะสมในการแบ่งสรรค่าใช้จ่ายในการผลิตเป็นต้นทุนการผลิตสินค้าแต่ละผลิตภัณฑ์ให้ได้ก่อนที่จะนำจำนวนสินค้าแต่ละผลิตภัณฑ์มาหาร

1.8 แผนการเงิน ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้นกิจการจะต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวจะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าไร กิจกรรมจัดหาเงินทุน (Financing Activities) เงินทุนจะได้มาจากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ สัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างเจ้าหนี้และเจ้าของควรจะเป็นเท่าไร จากนั้นจะเป็นเรื่องของการตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่ากิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างไปตามประเภทของธุรกิจ ในกรณีเป็นธุรกิจผลิตสินค้าก็ต้องลงทุนในที่ดิน โรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์ แต่ถ้าเป็นกิจการซื้อขายไปการลงทุนในโรงงาน เครื่องจักรเพื่อนำมาผลิตสินค้าก็ไม่มี ความจำเป็นแต่จะเป็นการลงทุนในสินค้าสำเร็จรูปแทน เป็นต้น กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องมา คือ กิจกรรม

ดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วยการผลิต การซื้อ การขายและการจ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังนั้นการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมหลักทั้งสามจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ในการศึกษาวิจัยกันควาครั้งนี้ได้มุ่งเน้นความต่อเนื่องของแผนการเงินเพื่อขยายหรือ ปรับปรุงกิจการที่ดำเนินจริงในปัจจุบันให้เป็นไปอย่างมีระเบียบและขั้นตอนโดยสามารถวัดผลได้เป็นต้น*

1.8.1 งบต้นทุนโครงการ (Project Cost) หรือเงินทุนที่ต้องการ (Capital Requirement)

เป็นงบที่แสดงต้นทุนของโครงการทั้งหมดตั้งแต่เริ่มทำโครงการ โดยจะแสดงเป็นจำนวนเงินและแหล่งที่มาของเงินทุน ซึ่งแหล่งที่มาของเงินทุน มี 2 แหล่งใหญ่ด้วยกัน คือ จากการกู้ยืมหรือจากเจ้าของกิจการเอง จากการกู้ยืมก็มี 2 ประเภท คือ จากเจ้าหนี้การค้า และการกู้ยืมสถาบันการเงิน ซึ่งรายการต่างๆ ที่จะต้องแสดงมีดังนี้

- เงินทุนหมุนเวียน ประกอบด้วย
 - เงินสดสำรองไว้ใช้ในการดำเนินงาน
 - สินค้าสำเร็จรูป
 - งานระหว่างทำ
 - วัตถุดิบ
 - สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น
- สินทรัพย์ถาวร ประกอบด้วย
 - ที่ดิน
 - อาคาร
 - เครื่องจักร/อุปกรณ์
 - ยานพาหนะ
 - เครื่องใช้สำนักงาน
 - สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ
- รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน ประกอบด้วย
 - รายจ่ายในการเตรียมการ
 - สิทธิการใช้สินทรัพย์ ค่าลิขสิทธิ์ ค่าสิทธิบัตรต่างๆ

1.8.2 แผนการลงทุนและการกู้ยืมเงิน เมื่อได้ยอดต้นทุนของโครงการทั้งสิ้นแล้ว จะนำยอดดังกล่าวมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจในการหาแหล่งเงินทุน เพราะเนื่องจากแหล่งที่มาของเงินทุนนั้น มาจาก 2 แหล่งใหญ่ๆ ด้วยกันคือ มาจากการรวมทุนของเจ้าของกิจการ และจากการกู้ยืม ดังนั้นเมื่อได้ยอดต้นทุนโครงการทั้งสิ้นแล้ว ผู้ประกอบการก็ต้องตัดสินใจว่าจะใช้เงินทุนจากแหล่งใด เป็นจำนวนเงินเท่าใด เมื่อได้จำนวนเงินแล้ว ก็จะทำการกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนหรือสถาบันการเงิน เมื่อได้รับการอนุมัติเงินกู้แล้วผู้ประกอบการก็ต้องวางแผนในการชำระคืนเงินกู้เป็นงวดๆ โดยจะเฉลี่ยจ่ายชำระคืนเงินกู้ทุกสิ้นปี ปีละเท่าๆ กันในเดือนธันวาคม พร้อมทั้งจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ทุกสิ้นเดือนหลังจากเงินกู้สิ้นเดือนแรก ตามอัตราที่ตกลงกับสถาบันการเงินนั้นๆ

1.8.3 หลักทรัพย์ที่จะใช้ในการกู้เงิน (Security for loan) แสดงหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกันเงินกู้ มูลค่าของสินทรัพย์ และรายละเอียดเกี่ยวกับสินทรัพย์นั้นๆ

1.8.4 งบกำไรขาดทุน (Profit and Loss Statement) เป็นงบที่แสดงถึงผลการดำเนินงานของกิจการ โดยแสดงรายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไรสุทธิถ้ารายได้รวมที่มากกว่าค่าใช้จ่ายในรอบระยะเวลาหนึ่งหรือขาดทุนสุทธิ ถ้ารายได้รวมที่มากกว่าค่าใช้จ่ายในรอบระยะเวลาเดียวกัน เนื่องจากงบกำไรขาดทุนเป็นงบที่วัดผลการดำเนินงานของกิจการโดยดูที่กำไรสุทธิ ซึ่งได้มาจากรายได้หักค่าใช้จ่าย จึงจำเป็นที่จะต้องทราบว่า รายได้และค่าใช้จ่ายคืออะไร ประกอบด้วยอะไร เพื่อที่จะได้จัดทำงบกำไรขาดทุนได้ถูกต้องและครบถ้วน

รายได้ คือสินทรัพย์สุทธิ หรือส่วนของเจ้าของที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีการขายสินค้าหรือให้บริการ นอกจากรายได้หลักแล้วยังมีรายได้อื่น อีก เช่น รายได้จากค่าเช่า รายได้ดอกเบี้ยรับ เป็นต้น

ประเภทของรายได้

- ขาย เป็นรายได้หลักของกิจการที่เกิดจากการจากการขายสินค้าหรือบริการ เช่น การขายหนังสือ เป็นรายได้หลักของร้านหนังสือ ค่าที่พักรีสอร์ทเป็นรายได้หลักของกิจการที่ให้บริการที่พักรีสอร์ท การนวด และการทำสปาพริทเมนต์ เป็นรายได้หลักของสปา เป็นต้น
- รายได้อื่นๆ เป็นรายได้ที่ไม่ใช่รายได้หลักของกิจการ เช่น การขายสินทรัพย์ที่ไม่ใช่แล้ว ถือว่าเป็นรายได้ก้อนๆ รายได้ดอกเบี้ยเป็นรายได้หลักของธนาคาร แต่เป็นรายได้ก้อนๆ ของกิจการขายรถยนต์

ค่าใช้จ่าย คือ สินทรัพย์สุทธิ หรือส่วนของเจ้าของที่กิจการใช้ไปเพื่อให้ได้มา ซึ่งรายได้ เช่น ต้นทุนสินค้าที่ขาย ค่าเช่า เงินเดือน ค่าภาษีจ่าย

ประเภทของค่าใช้จ่าย

- ก. ต้นทุนขาย เป็นต้นทุนของสินค้าที่ขาย ส่วนประกอบของต้นทุนขายตาม ลักษณะกิจการ ดังนี้
 - กิจการซื้อมาขายไป เป็นราคาทุนของสินค้าที่ซื้อมา แต่การคำนวณยอดซื้อสุทธิจะต้องประกอบด้วยค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้า เช่น ค่าขนส่งเข้า ค่าภาษีขาเข้า ค่าเบี้ยประกันสินค้าระหว่างขนส่ง เป็นต้น สูตรการคำนวณเป็นดังนี้

ซื้อสุทธิ = ซื้อ + ค่าใช้จ่ายอื่นๆในการซื้อสินค้า - ส่วนลดจากการซื้อ - ส่งคืน

ในการเขียนแผนธุรกิจ จะเน้นในเรื่องแนวความคิดของผู้ประกอบการเป็นหลัก ส่วนการประเมินตัวเลขในอนาคตเป็นการประเมินให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริง ดังนั้นในการเขียนแผนควรให้ความสำคัญต่อประเด็นและค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจมากกว่าการสนใจ กับรายละเอียดเล็กๆน้อยๆ ให้ถี่ถ้วน

การคำนวณต้นทุนขายนั้น ถ้ากิจการไม่มีสินค้าคงเหลือเลย ต้นทุนขาย จะเท่ากับยอดซื้อสุทธิ สูตรการคำนวณต้นทุนขายจะเป็นดังนี้

ต้นทุนขาย = สินค้าสำเร็จรูปต้นงวด + ซื้อสุทธิ - สินค้าสำเร็จรูปปลายงวด

- **กิจการผลิต**
ถ้ากิจการไม่ได้ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากกิจการอื่นๆ แต่ผลิตสินค้าเอง จะต้องคำนวณหาต้นทุนผลิตสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งองค์ประกอบต้นทุนผลิตสินค้า คือ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายโรงงาน
วัตถุดิบทางตรง หมายถึง วัตถุดิบที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลิต สามารถประเมินได้อย่างชัดเจน การคำนวณวัตถุดิบทางตรงใช้ไปเป็นดังต่อไปนี้

วัตถุดิบทางตรงใช้ไป = วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด + ซื้อวัตถุดิบสุทธิ - วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด

- ข. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน แบ่งออกเป็น
 - ค่าใช้จ่ายในการขาย เป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขายโดยตรง ซึ่งมีผลต่อยอดขายบริษัท เช่นเงินเดือน ค่าโฆษณา เป็นต้น
 - ค่าใช้จ่ายในการบริหาร เป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท ซึ่งไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขาย เช่น ค่าเช่าสำนักงาน ค่าเสื่อมราคาอาคารสำนักงาน
- ค. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโดยตรง เช่นดอกเบี้ยจ่าย เป็นต้น

1.8.5 งบกระแสเงินสด (Cash Flow Statement) เป็นงบการเงินที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสด ในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับกระแสเงินสดของกิจการ จะช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินถึง

- ความสามารถของกิจการที่จะก่อให้เกิดกระแสเงินสดสุทธิในอนาคต และ
- ความสามารถของกิจการในการชำระหนี้ ดอกเบี้ย หรือเงินปันผล

การจัดทำงบกระแสเงินสด จะรายงานให้ทราบว่า เงินสดในปัจจุบันเพิ่มขึ้นหรือลดลง เป็นกระแสเงินสดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปมักจะเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับการขายขาดทุน

กำไรสุทธิ หรือขาดทุนสุทธิของกิจการ กำไรสุทธิ หรือ ขาดทุนสุทธิตามบัญชีกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานสามารถ คำนวณได้ดังนี้

กำไรสุทธิ (ขาดทุนสุทธิ)	XX
บวก ค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้จ่ายเป็นเงินสด	
- ค่าเสื่อมราคา	XX
- ค่าใช้จ่ายตัดบัญชีต่างๆ	XX
สินทรัพย์หมุนเวียนลดลง	XX
หนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้น	XX
หัก สินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้น	XX
หนี้สินหมุนเวียนลดลง	XX
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	XX

1.8.6 ระยะเวลาการชำระเงินกู้ (Loan Repayment Schedule)

ตัวอย่าง ตารางแสดงการชำระคืนเงินกู้

งวดที่ (เดือน)	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืน เงินต้นงวด	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมสะสม เงินต้นบวกดอกเบี้ย
1				
2				
:				
:				
12				
รวม				

1.8.7 งบดุล (Balance Sheet) เป็นงบที่แสดงถึงกิจกรรมลงทุนและกิจกรรมการจัดหาเงิน ณ วันใดวันหนึ่ง เมื่อมีกิจกรรมค้าเกิดขึ้น จะทำให้งบดุลเปลี่ยนแปลง ขอให้ดูตัวอย่างผลกระทบของรายการค้าที่มีต้องงบดุล จะเห็นได้ว่ารายการที่นำมาแสดงไว้ในงบดุลแบ่งออกเป็น ประเภทใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเภทคือ สินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น เขียนเป็นสมการบัญชีได้ดังนี้

สินทรัพย์ = หนี้สิน + ส่วนของเจ้าของ

การจัดทำงบดุล งบดุล เป็นรายงานที่แสดงถึงฐานะของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่ง ในงบดุลจะประกอบไปด้วย ข้อมูลทางการเงินที่แสดงถึงฐานะของกิจการ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้เป็นเจ้าของ

สินทรัพย์ เป็นสิ่งที่มีค่า กิจการเป็นเจ้าของและคาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการในอนาคต เช่น เงินสด เงินฝากธนาคาร ลูกหนี้ สินค้า ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า และรายได้ค้างรับ เป็นต้น สินทรัพย์แบ่งออกเป็น

- 1. สินทรัพย์หมุนเวียน หมายถึง เงินสด หรือ สินทรัพย์อื่น ที่กิจการคาดว่าจะสามารถเปลี่ยนมาเป็นเงินสดได้ภายในรอบระยะเวลาการดำเนินงานตามปกติของธุรกิจ โดยปกติแล้วจะเป็นระยะเวลา 1 ปี นับจากวันที่ ๆ แสดงในงบดุล
- 2. เงินลงทุน เป็นเงินลงทุนระยะยาว ไม่ได้มีวัตถุประสงค์จะเปลี่ยนเป็นเงินสดในระยะเวลาอันใกล้
- 3. ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สินทรัพย์ประเภทนี้บางทีเรียกว่า สินทรัพย์ถาวรเป็นสินทรัพย์ที่มีตัวตน มีลักษณะคงทน ถาวรจับต้องได้ มีอายุการใช้งาน เกินกว่า 1 ปี มีไว้เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจไม่ได้ซื้อมาเพื่อขายต่อ
- 4. สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ได้แก่สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า สัมปทาน และค่าความนิยม

หนี้สิน เป็นพันธะหรือภาระผูกพันที่เกิดขึ้นแล้วของกิจการ อันเนื่องมาจากการดำเนินงาน การกู้ยืม และกิจการมีหน้าที่ชำระคืนด้วยสินทรัพย์ หรือชำระด้วยการบริการในอนาคต เช่น เจ้าหนี้การค้า ตัวจ่ายเงิน ภาษีค้างจ่าย รายได้รับล่วงหน้า เป็นต้น หนี้สินแบ่งออกเป็น

1. **หนี้สินหมุนเวียน** เป็นหนี้สินที่กิจการจะต้องชำระภายในหนึ่งปี นับจากวันที่ในงบดุล หรือในรอบระยะเวลาการดำเนินงานตามปกติ หนี้สินหมุนเวียนประกอบไปด้วย หนี้สินอันเกิดจากการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร ภาษีเงินได้ค้างจ่าย
2. **หนี้สินระยะยาว** เป็นหนี้สินที่มีอายุครบกำหนดชำระเกินกว่า 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ในงบดุล หนี้สินระยะยาวประกอบไปด้วย หนี้กู้ยืม เจ้าหนี้ธนาคาร เป็นต้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น คือ ผู้มีกรรมสิทธิ์ในสินทรัพย์ทั้งหมดของกิจการ หลังจากที่เราไปชำระเจ้าหนี้ทั้งหมดของกิจการเรียบร้อยแล้ว ส่วนของผู้เป็นเจ้าของจะแยกแสดงในงบดุลออกเป็นสองส่วน ดังนี้

1. **ทุนที่เจ้าของกิจการนำมาลง** เจ้าของอาจจะลงทุนเป็นเงินสดซึ่งแสดงในบัญชีทุน หรือถ้ากิจการดำเนินงานในรูปของบริษัทจำกัด ก็จะแสดงในบัญชี ทุนหุ้นสามัญ บัญชีส่วนเกินมูลค่าหุ้นหุ้นสามัญ เป็นต้น
2. **กำไรสะสม** เป็นส่วนของผู้เป็นเจ้าของที่เพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากกิจการ ประกอบธุรกิจประสบความสำเร็จมีกำไร และกำไรนั้นยังคงสะสมคงเหลือ อยู่ภายหลังจากจ่ายเงินปันผล

1.8.8 จุดคุ้มทุน (Break-even Point) ถ้าไรเป็นเป้าหมายที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินงาน ซึ่งคำนวณได้จากผลต่างระหว่าง รายได้มากกว่าค่าใช้จ่ายในงวดระยะเวลาเดียวกัน ดังได้กล่าวแล้วในเรื่องของงบกำไรขาดทุน จุดคุ้มทุน ในทางบัญชีหมายถึง ปริมาณการขายที่ทำให้ยอดขายหรือรายได้เท่ากับค่าใช้จ่าย นั่นคือผู้บริหารต้องให้ความสนใจกับความสัมพันธ์ของรายได้ และค่าใช้จ่าย รายได้เกี่ยวข้องกับราคาขายและปริมาณที่ขาย ถ้าขายปริมาณมากรายได้มาก ส่วนค่าใช้จ่ายซึ่งมีอยู่ 2 ลักษณะคือ ค่าใช้จ่ายผันแปรและค่าใช้จ่ายคงที่ เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแน่นอนตามระยะเวลา โดยไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการขายมากหรือน้อย หากขายสินค้าได้น้อยสินค้าแต่ละหน่วยก็จะรับต้นทุนคงที่มาก ดังนั้นการให้ความสนใจต่อปริมาณการขาย รายได้ และค่าใช้จ่ายของกิจการนี้ เรียกว่าการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เพื่อแสวงหาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดีที่สุด

1.8.9 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Analysis) เป็นวิธีการส่วนหนึ่งที่ใช้วัดผลงานของกิจการ แผนที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะทำให้ทราบว่ากิจการนั้นจะลงทุนหรือไม่ โดยจะต้องนำผลลัพธ์อัตราส่วนทางการเงินที่คำนวณได้จากสูตรสำเร็จรูป มาแปลความและใช้ประโยชน์โดยการเปรียบเทียบกับอัตราส่วนมาตรฐาน เปรียบเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือเปรียบเทียบกับอัตราส่วนของกิจการเดียวกันในช่วงปีแรกๆ และปีต่อมา

การวิเคราะห์ทางการเงินของกิจการ ควรใช้งบการดำเนินงานห้าปีหรือสิบปี เพื่อการวิเคราะห์แนวโน้มของยอดขาย ถ้าไร อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน อัตราผลตอบแทนของการลงทุนและเพื่อการเปรียบเทียบระหว่างอัตราส่วนของกิจการและอัตราส่วนมาตรฐานของอุตสาหกรรม งบกำไรขาดทุนและงบดุลจะให้ข้อมูลที่ต้องการเพื่อการวิเคราะห์มากที่สุด จึงเปรียบเทียบงบการเงินระหว่างปีต่อปี และจะคำนวณการเปลี่ยนแปลงของรายการแต่ละอย่างที่เกิดขึ้น ระหว่างปีต่อปีเป็นร้อยละ การพิจารณาข้อมูลเหล่านี้จะชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มที่กำลังเกิดขึ้นได้ อัตราส่วนทางการเงินที่ควรวิเคราะห์ คือ

1. **อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratios)** การวัดความสามารถในการชำระภาระผูกพันทางการเงินของกิจการ

	สูตร	ความหมาย
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	$\frac{\text{ทรัพย์สินหมุนเวียน}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$	ใช้ในการวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ เพื่อวัดความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้น
อัตราส่วนทรัพย์สินคล่องตัว (Quick Ratio)	$\frac{\text{ทรัพย์สินหมุนเวียน}-\text{สินค้าคงเหลือ}-\text{ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$	วัดความสามารถชำระหนี้ระยะสั้นด้วยทรัพย์สินหมุนเวียนที่ไม่รวมสินค้าคงเหลือ

2. อัตราส่วนความสามารถก่อหนี้ (Leverage Ratios) การรักษาสัดส่วนระหว่างการจัดหาเงินทุน โดยใช้ส่วนของเจ้าของและการกู้ยืมจากเจ้าหนี้

	สูตร	ความหมาย
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของเจ้าของ (Debt to Equity Ratio)	$\frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{ส่วนของเจ้าของ}}$	ชี้ให้เห็นถึงสัดส่วนระหว่างเงินทุนจากเจ้าหนี้และเงินทุนจากเจ้าของ
อัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สิน (Debt to Asset Ratio)	$\frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{ทรัพย์สินรวม}}$	ชี้ให้เห็นถึงเงินทุนกู้ยืมที่ถูกใช้เพื่อการซื้อทรัพย์สิน
อัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อเงินทุนระยะยาวหรือโครงสร้างของเงินทุน (Long Term Debt to Capital)	$\frac{\text{หนี้สินระยะยาว}}{\text{ทุนดำเนินงานสุทธิ}}$	ชี้ให้เห็นถึงหนี้สินระยะยาวภายในโครงสร้างของทุน
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Time Interested Earned)	$\frac{\text{กำไรก่อนภาษี}+\text{ดอกเบี้ย}}{\text{ดอกเบี้ย}}$	วัดความสามารถชำระดอกเบี้ยของกิจการ

3. อัตราส่วนการใช้ทรัพย์สิน (Activity Ratios) การวัดความมีประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของกิจการ

	สูตร	ความหมาย
อัตราส่วนการหมุนเวียนของลูกหนี้	$\frac{\text{ยอดขายเชื่อประจำปี}}{\text{ลูกหนี้}}$	ชี้ให้เห็นถึงจำนวนครั้งของวงจรลูกหนี้ในระหว่างปี
ระยะเวลาการเก็บหนี้ (Average Collection Period)	$\frac{\text{ลูกหนี้}}{\text{ยอดขายของปี} \div 365}$	ชี้ให้เห็นถึงจำนวนวันที่กิจการต้องรอเพื่อการเก็บเงินจากลูกหนี้
อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง (Inventory Turnover)	$\frac{\text{ยอดขายสุทธิ}}{\text{สินค้าคงเหลือ}}$	วัดจำนวนครั้งที่สินค้าถูกจำหน่ายภายในหนึ่งปี
การหมุนเวียนของทุนดำเนินงานสุทธิ (Net Working Capital Turnover)	$\frac{\text{ยอดขายสุทธิ}}{\text{ทุนดำเนินงานสุทธิ}}$	วัดประสิทธิภาพของทุนดำเนินงานสุทธิเพื่อการสร้างยอดขาย

4. อัตราส่วนการทำกำไร (Profitability Ratios) การวัดระดับการทำกำไรของกิจการ

	สูตร	ความหมาย
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	$\frac{\text{กำไรสุทธิหลังภาษี}}{\text{ยอดขายสุทธิ}}$	แสดงให้เห็นถึงกำไรหลังภาษีจากยอดขาย
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	$\frac{\text{ยอดขาย-ต้นทุนขาย}}{\text{ยอดขายสุทธิ}}$	ชี้ให้เห็นถึงกำไรขั้นต้นเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายอย่างอื่นนอกเหนือจากต้นทุนขาย
ผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI)	$\frac{\text{กำไรสุทธิหลังภาษี}}{\text{ทรัพย์สินรวม}}$	วัดอัตราผลตอบแทนจากการใช้ทรัพย์สินรวมและประสิทธิภาพของการบริหารงาน
ผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE)	$\frac{\text{กำไรสุทธิหลังภาษี}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$	วัดอัตราผลตอบแทนจากมูลค่าตามบัญชีของเงินลงทุนภายในกิจการ

1.9 แผนการดำเนินงาน หลังจากผู้ประกอบการ กำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบ และครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนถัดมาก็คือการจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ในทางปฏิบัติผู้ประกอบการอาจทำแผนการดำเนินงาน ในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยสามารถจะจัดทำ รายละเอียดเป็นรายเดือน หรือรายสัปดาห์ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

ตัวอย่าง ตารางแผนการดำเนินงาน

กลยุทธ์/วิธีการ	เป้าหมาย	งบประมาณ	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	
ยุทธศาสตร์ตลาด ● กลยุทธ์การตลาดที่ 1 ขั้นตอน / วิธีการ ● กลยุทธ์การตลาดที่ 2 ขั้นตอน / วิธีการ						
ยุทธศาสตร์ผลิต ● กลยุทธ์การผลิตที่ 1 ขั้นตอน / วิธีการ :						
ฯลฯ						

1.10 แผนฉุกเฉิน เป็นการเตรียมแนวทางในการดำเนินงานไว้ล่วงหน้าในกรณีที่สถานการณ์ หรือ ผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบต่อกิจการ โดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้ดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้ ตัวอย่างของประเด็นความเสี่ยงทางธุรกิจ และการเตรียมพร้อมที่ควรระบุไว้ในแผนฉุกเฉิน ได้แก่

- ยอดขาย หรือการเก็บเงินจากลูกค้าไม่เป็นไปตามคาดหมายจนทำให้เงินสด หมุนเวียนหรือขาดสภาพคล่อง
- ธนาคารไม่ให้เงินกู้หรือลดวงเงินกู้
- คู่แข่งตัดราคาหรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่อเนื่องระยะยาว
- มีคู่แข่งรายใหม่ที่มีขนาดใหญ่กว่า หันสมัยกว่า มีสินค้าครบถ้วนกว่า ราคาถูกกว่า
- สินค้าถูกลอกเลียนแบบและขายในราคาที่ถูกลงกว่า
- มีปัญหากับหุ้นส่วนจนไม่สามารถร่วมงานกันได้

2. ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก (Key Performance Indicators)

แนวความคิดเรื่องของ KPIs: Key Performance Indicator – การกำหนดกรอบสำหรับวัดผลสำเร็จธุรกิจ

“ความหมายของการแปลวิสัยทัศน์และการกิจไปสู่กลยุทธ์ของหน่วยธุรกิจก็คือ การแปลให้อยู่ในรูปวัตถุประสงค์ที่จับต้องได้และวัดผลเป็นตัวแทนความสมดุล (Balance) ระหว่างการวัดผลภายนอกสำหรับผู้ถือหุ้นและลูกค้า และการวัดผลภายในคือกระบวนการธุรกิจที่สำคัญวัดกรรมและการเรียนรู้การเติบโตการวัดผลเป็นการสมดุลระหว่างการวัดผลได้ (ผลลัพธ์ของความพยายามในอดีต) และการวัดผลที่เป็นแรงขับเคลื่อนผลผลิตในอนาคต และบันทึกความสำเร็จหรือบัตรคะแนน (Scored) เป็นความสมดุลระหว่างความเป็นปรนัย ที่สามารถวัดผลได้เชิงปริมาณกับความเป็นอัตนัยด้วยการใช้ดุลยพินิจของตัวหลักต้นผลงานที่วัดผลได้

ระบบการจัดการกลยุทธ์ (Strategic Management System) เพื่อดำเนินกลยุทธ์ในระยะยาวโดยมุ่งวัดผลสำเร็จในกระบวนการจัดการต่อไปนี้:

- ทำความชัดเจนและแปลความภารกิจสู่กลยุทธ์
- สื่อสารและเชื่อมโยงวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และการวัดผล
- วางแผน กำหนดเป้า (Target) และริเริ่มการจัดทำกลยุทธ์
- เพิ่มระดับการให้ข้อมูลย้อนกลับและการเรียนรู้เชิงกลยุทธ์ (दनัย เทียนพุม : 2546, 34)

ความหมายของ KPIs

ในแนวความคิดของ Kaplan กับ Norton ที่พูดถึง The Balanced Scorecard จะขยายความใน 3 ประเด็นหลักๆ คือ:

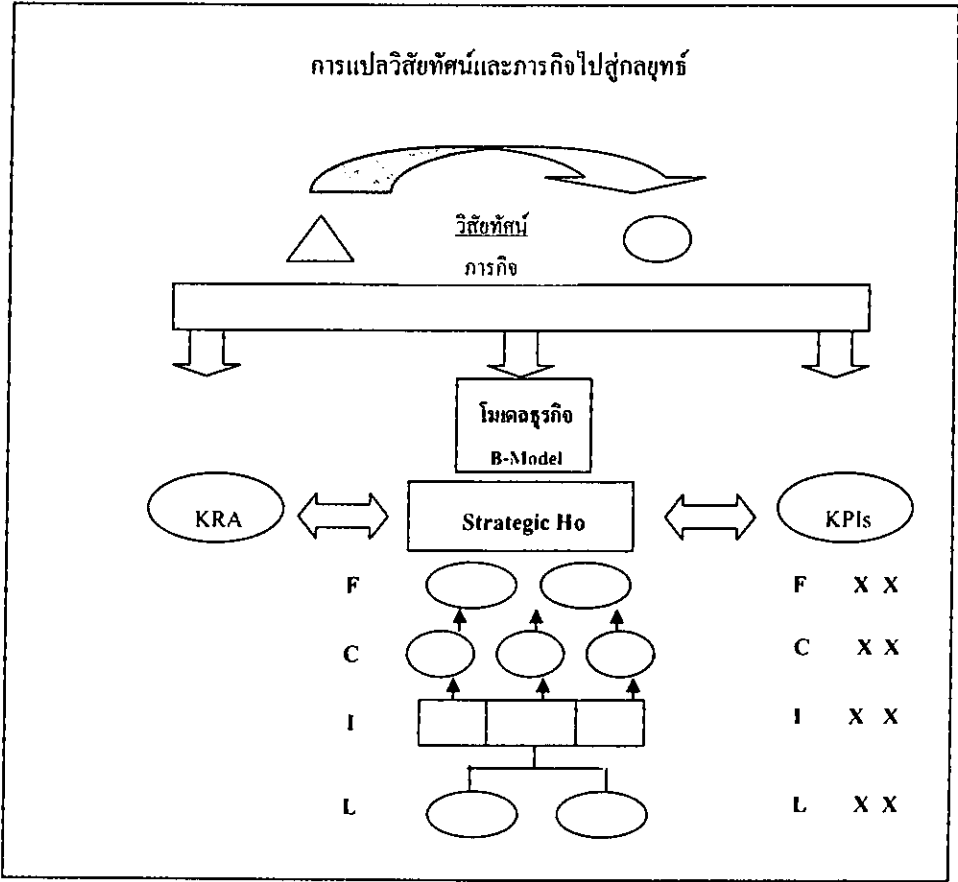
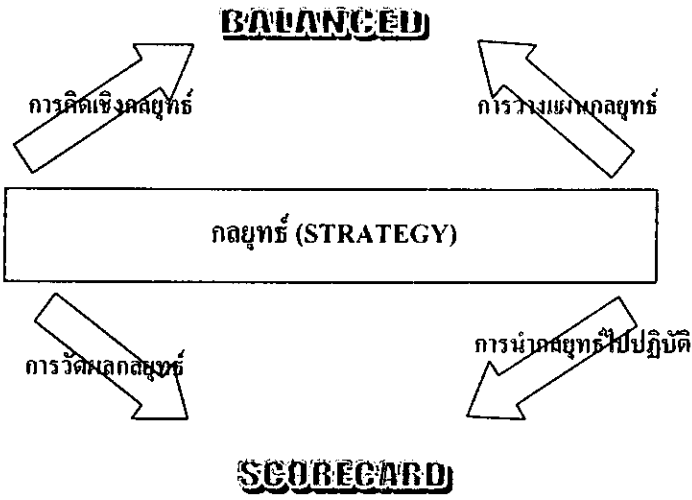
1. BSC เป็นเรื่องราวของระบบการจัดการกลยุทธ์ (Strategic Management System)
2. BSC เป็นเรื่องการวัดผลสำเร็จของกลยุทธ์ (Strategic Measurement System)
3. BSC ในภาพสุดท้ายก็คือ การทำกลยุทธ์เป็นทีม หรือองค์กรที่มุ่งสู่กลยุทธ์ (The Strategy-Focused Organization: 2001)

จากการพัฒนาวิธีการวัดกลยุทธ์ธุรกิจด้วย KPIs ตามแนวความคิดของ The Balanced Scorecard โดยมองว่า KPIs น่าจะใช้บ่งชี้ความสำเร็จทางธุรกิจ และทำให้เกิดความชัดเจนในการวัดกลยุทธ์ จากเพียงแค่การมองเป้าหมาย (Target) ของโครงการที่กำหนดภายในกลยุทธ์ของหน่วยงาน รวมทั้งการมองเพียงเป้าหมาย (Goal) ของธุรกิจ

दनัย เทียนพุม (1999) กล่าวว่า KPIs คือ ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจที่เป็นความแนบเนียนในการนำปัจจัยวัดผลสำเร็จธุรกิจที่นอกเหนือจากด้านการเงิน (Financial Perspective) คือ ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-Financial Perspective) เช่น ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective) ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Perspective) เข้ามาทำให้เกิดความร่วมมือและมีส่วนสนับสนุน "กลยุทธ์ให้ดำเนินไปสู่ภาคปฏิบัติ" จนประสบความสำเร็จเพราะทุกคนเกี่ยวข้องและมีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนต้องช่วยให้ปฏิบัติได้ อีกประการ หนึ่งเป็นการมองกลับจาก "ล่างขึ้นบน" (Bottom up) หมายถึง ดูที่ระบบดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจว่ากลยุทธ์จะสำเร็จได้อย่างไร

ดังนั้นจึงใช้การเชื่อมโยง"วิสัยทัศน์ธุรกิจ กลยุทธ์ภาคปฏิบัติและดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ" ในระบบที่ครบวงจรโดยสมบูรณ์ทั้งกระบวนการธุรกิจซึ่งผ่านสิ่งที่เรียกว่า "ระบบบันทึกผลสำเร็จ" (Scorecard) หรือบัตรคะแนน หรืออาจอธิบายให้เข้าใจง่ายๆ คือความพยายามหาตัวบ่งชี้ (Indicators) หรือดัชนีวัดผลสำเร็จ (KPIs) ที่อธิบายวัดผลได้ และ บันทึกความสำเร็จในทุกกระบวนการไม่ว่า จะเป็นหน่วยกลยุทธ์ธุรกิจ (SBU: Strategic Business Unit) และหน่วยงานสนับสนุน (Supporting Unit) หรือในรูปของทีมงานและรายบุคคล

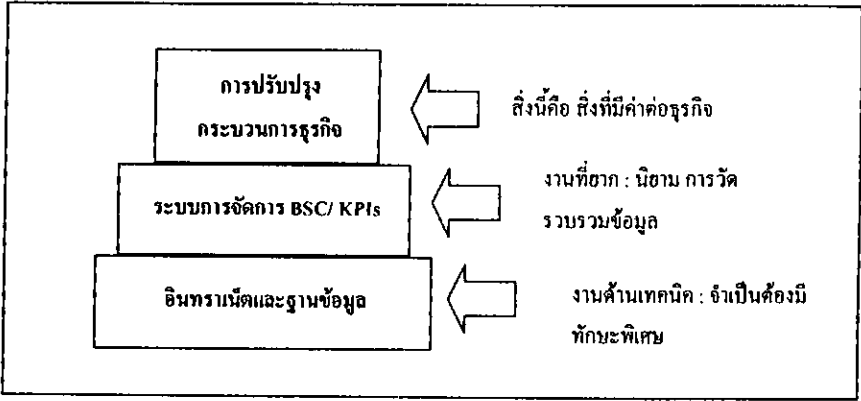
दनัย เทียนพุม: 2000 (2545) เป็นผู้พัฒนา KPIs/BSC ไปสู่ การจัดการผลลัพธ์ เชิงกลยุทธ์ (SRM: Strategic Result Management) ในรหัสว่า The Balanced Scorecard Version 3.0 Final จึงให้ความหมายของ KPIs/BSC ไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 6 แผนผัง Balance Score Card

วัตถุประสงค์ของ KPIs

- 1. ทำไมธุรกิจจึงต้องมีระบบวัดผลสำเร็จธุรกิจ?
 - ธุรกิจต้องมีตัวเทียบวัด (Benchmark) ว่า ขณะนี้กำลังแข่งขันอยู่ในระดับใด เช่นระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค หรือระดับโลก ซึ่งนั้นก็หมายความว่า มาตรฐานด้านผลงานหรือผลลัพธ์ ของธุรกิจได้เปลี่ยนไปสู่การเป็นบริษัทชั้นนำ ระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และบริษัทชั้นนำระดับโลก (World Class Company)
 - การที่ผู้บริหารต้องการให้ธุรกิจอยู่รอดเพื่อที่จะได้มีโอกาสได้เข้าไปแข่งขันในระยะยาว จึงต้องพยายามผลักดันให้ธุรกิจของตนอยู่ในอันดับต้นๆ
 - ธุรกิจที่มีปัญหาในการเปลี่ยนวิสัยทัศน์ การกิจ ไปสู่กลยุทธ์ในภาคปฏิบัติและกลยุทธ์ไม่ถูกนำไปดำเนินการต่อโดยผู้บริหารระดับกลาง
 - หน่วยงานสนับสนุนมักจะบอกว่า ไม่มีตัววัดผลสำเร็จที่ชัดเจนดังเช่น หน่วยงานขาย/การตลาด
 - ต้องการเปลี่ยนกรอบแนวความคิดที่จะวัดผลสำเร็จธุรกิจจากนามธรรมไปสู่รูปธรรม ในเชิงตัวเลข หรือ จำนวน ระยะเวลา ฯลฯ ที่วัดผลได้อย่างแท้จริง
- 2. วิธีการวัดผลสำเร็จสำหรับองค์กรในอนาคต จะต้องมีแนวคิดพื้นฐานใน 4 ประการเพื่อธุรกิจคือ
 - เพื่อประสบความสำเร็จด้านการเงิน เราควรจะต้องดูแลผู้ถือหุ้นของเราอย่างไร
 - เพื่อประสบความสำเร็จด้านวิสัยทัศน์ของเรา เราควรจะต้องดูแลลูกค้าของเราอย่างไร
 - เพื่อความพึงพอใจของผู้ถือหุ้นและลูกค้าของเรา กระบวนการภายในธุรกิจอะไรที่เราต้องทำให้ดีที่สุด
 - เพื่อประสบความสำเร็จด้านวิสัยทัศน์ของเรา เราควรจะต้องรักษาสมรรถภาพในการเรียนรู้และการเติบโตของเราอย่างไร
- 3. การปรับปรุงแผนกลยุทธ์



จากไดอะแกรมข้างต้น แสดงให้เห็นถึง โครงสร้าง 3 รูปแบบที่มี 3 ลำดับชั้นโดยมีเป้าหมายเดียวกันคือ หาสิ่งที่ดีที่สุดในการะบวนการธุรกิจเดิม

- พื้นฐานของการเข้าสู่การทำแผนกลยุทธ์ คือ อินทราเน็ตที่เชื่อมต่อกับฐานข้อมูลที่สัมพันธ์กัน ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จะใช้ในการสนับสนุนการเก็บรวบรวมข้อมูลและการส่งถ่ายข้อมูลไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องกับทุกคน
- ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจทำให้มีระบบการจัดการที่อยู่บนพื้นฐานการวัดด้านกระบวนการในแง่เวลาและต้นทุน การเติบโตของพนักงานความพึงพอใจของพนักงานความพึงพอใจของลูกค้า และข้อมูลด้านการเงิน
- ระบบการวัดผลที่ถูกกำหนดโดยดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ จะมีวิธีการที่เข้าไปวัดกระบวนการหลัก และกระบวนการย่อยๆ การวิเคราะห์ผู้ที่ต้องปรับปรุงงานและทำการปรับปรุง สิ่งนี้คือโครงการปรับปรุงกระบวนการธุรกิจซึ่งมีคุณค่าต่อธุรกิจที่สุด

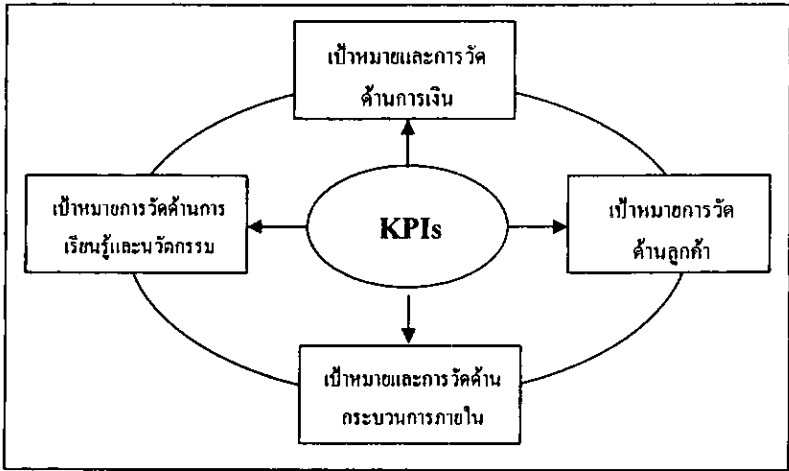
4. เหตุผลสำคัญที่จำเป็นต้องมีระบบวัดผลกลยุทธ์ซึ่งเป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ของ KPIs มีดังต่อไปนี้:
- 4.1) เป็นกฎของธุรกิจที่ต้องการวางแผนกลยุทธ์และมีวิธีการวัดผลสำเร็จของกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้น
 - 4.2) ระบบการวัดผลกลยุทธ์ เช่น BSC/ KPIs เป็นการจัดวางกิจกรรมกลยุทธ์ภายใต้แผนกลยุทธ์ โดยการกระจายกลยุทธ์และนำไปปฏิบัติอย่างแท้จริง
 - 4.2.1) เป็นการดำเนินการอยู่บนพื้นฐานของการทำอย่างต่อเนื่อง
 - 4.2.2) ได้รู้ข้อมูลย้อนกลับที่จำเป็นเพื่อเป็นแนวทางปรับการวางแผน
 - 4.3) ทำให้การสนับสนุนหรือตัดสินใจด้านงบประมาณได้ดีขึ้นและเร็วขึ้น
 - 4.4) ทำให้เกิดความรับผิดชอบและมีรางวัลใจที่สมเหตุสมผลบนข้อมูลที่แท้จริง KPIs ยังเสริมแรงและสนใจในสิ่งที่เกิดมาจากการแข่งขัน
 - 4.5) กระบวนการวัดผลจัดทำขึ้นจากการเลือกว่า อะไรคือ กระบวนการธุรกิจที่จะต้องปรับปรุงเป็นสิ่งแรก
 - 4.6) ช่วยให้ผู้บริหารได้วิเคราะห์บทเรียนที่ดีที่สุดขององค์กรและนำไปเผยแพร่ต่อ
 - 4.7) มีตัวเทียบวัดของกระบวนการกับองค์กรภายนอก
 - 4.8) การเก็บรวบรวมข้อมูล ค่าใช้จ่ายในกระบวนการจากโครงการต่างๆ ที่ผ่านมาทำให้สามารถประมาณค่าใช้จ่ายได้แม่นยำขึ้นในอนาคต
 - 4.9) ปรับปรุง “แนวทาง” โดยการลดต้นทุนและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และทำให้ภารกิจมีประสิทธิภาพ
 - 4.10) ทำให้องค์กรก้าวสู่การเป็น “บริษัทมาตรฐานโลก”

โดยสรุป วัดถูประสงคํ้าคัญของ KPIs จะกลายเป็นเครื่องมือที่เป็นพื้นฐานของกระบวนการจัดการเปลี่ยนแปลง

ระบบวัดผลแบบเดิม		ระบบวัดผลสำเร็จด้วย KPIs
วัตถุประสงค์	ควบคุม	เรียนรู้
เนื้อหา	งบประมาณ	กลยุทธ์
คุณลักษณะ	หน้าที่งาน,การวิเคราะห์	เน้นทีม, การสื่อสาร
สารสนเทศ	การวัดที่ถูกแยกออกเป็นอิสระ	วัตถุประสงค์/ การวัดเป็นเหตุเป็นผล

การวัดผลสำเร็จธุรกิจด้วย KPIs จะมีกรอบการวัดใน 4 ด้านที่เชื่อมโยงการวัดผลงานคือ

- 1) เป้าหมายและวัดด้านการเงิน 2) เป้าหมายและการวัดด้านลูกค้า 3) เป้าหมายและการวัดด้านกระบวนการภายใน และ 4) เป้าหมายและการวัดด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมตั้งรูป



ภาพประกอบ 7 แผนผังดัชนีการวัดผลความสำเร็จด้วย KPIs

ดัชนีวัดด้านการเงิน (The Financial KPIs)

การที่จะใช้ KPIs ด้านการเงินจำเป็นต้องทราบถึงวัตถุประสงค์ด้านการเงิน ซึ่งในทฤษฎีกลยุทธ์ธุรกิจ มักจะแนะนำว่า กลยุทธ์ของหน่วยธุรกิจจะมีอยู่ 3 ขั้นตอนด้วยกันดังรูปด้านล่าง

วัตถุประสงค์ด้านการเงินตามช่วงของกลยุทธ์ธุรกิจ

กลยุทธ์ธุรกิจ		
ธุรกิจ	วัตถุประสงค์ด้านการเงิน	ตัวอย่าง
ช่วงเติบโต	การเติบโตของยอดขาย	รายได้จากธุรกิจในตลาดใหม่และลูกค้าใหม่จากผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่
ช่วงต่อเนื่อง	ผลตอบแทนในเงินทุน-พนักงาน	- รายได้จากการดำเนินงาน กำไร การขาย - ผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น - มูลค่าเพิ่มทางบัญชี
ระยะเก็บเกี่ยวผล	กระแสเงินสดหมุนเวียน	- ผลตอบแทนในการลงทุน - มูลค่าเพิ่มทางบัญชี - รายได้จากการดำเนินงาน

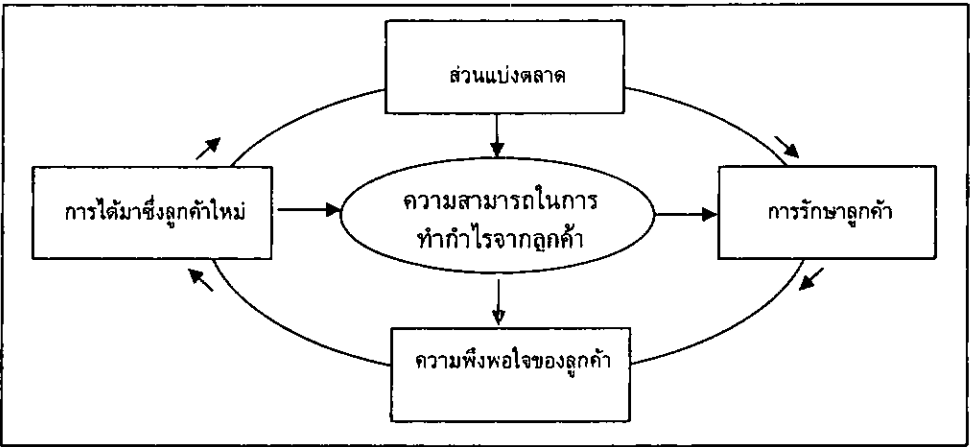
พัฒนามาจาก Kaplan และ Norton (1996) The Balanced Scorecard HBS Press

		รายการกลยุทธ์ทางการเงิน			ดัชนี วัดผล สำเร็จ ด้าน การเงิน KPIs-F
		การเติบโตและ ผสมผสานรายได้	การลดค่าใช้จ่าย/ การ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์	การใช้ประโยชน์ ทรัพย์สิน	
กลยุทธ์ ของ หน่วย ธุรกิจ (SBU)	ช่วง เติบโต	- อัตราการเติบโตของการขายตามลักษณะตลาด - เปอร์เซนต์รายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่และลูกค้าใหม่	รายได้/ พนักงาน	- การลงทุน (เปอร์เซนต์ของการขาย) - R&D (เปอร์เซนต์ของการขาย)	
	ช่วง ต่อเนื่อง	- เป้าหมายลูกค้าร่วมกัน - การขายร่วม - เปอร์เซนต์รายได้จากแอปพลิเคชัน (Application) ใหม่ - ความสามารถในการทำกำไรจากกลุ่มลูกค้าและสายการผลิต	- ต้นทุนเปรียบเทียบคู่แข่ง - อัตราการลดค่าใช้จ่าย - ค่าใช้จ่ายทางอ้อม (เปอร์เซนต์ของการขาย)	- อัตราต้นทุนการทำงาน - ผลตอบแทนด้านเงินทุน-พนักงานในประเภททรัพย์สินที่เป็นหัวใจสำคัญหรืออัตราการใช้ประโยชน์ทรัพย์สิน	
	ระยะ เก็บ เกี่ยวผล	- ความสามารถในการทำกำไรจากกลุ่มลูกค้าและสายการผลิต - เปอร์เซนต์ของลูกค้าที่ไม่สร้างกำไร	- ต้นทุนต่อหน่วย (ต่อผลผลิต, ต่อรายการ)	- ผลที่ได้รับคืน - ปริมาณการผลิต	

พัฒนามาจาก Kaplan และ Norton (1996) The Balanced Scorecard HBS Press 25

ดัชนีวัดด้านลูกค้า (Customer Perspective)

ในมุมมองการวัดผลสำเร็จด้านลูกค้าจะมีผลได้หลักก็คือความพึงพอใจของลูกค้าการรักษาลูกค้า การได้มาซึ่งลูกค้าใหม่ ความสามารถในการทำกำไรจากลูกค้า และตลาดกับลูกค้าหลักในกลุ่มเป้าหมาย หรือส่วนแบ่งการตลาด



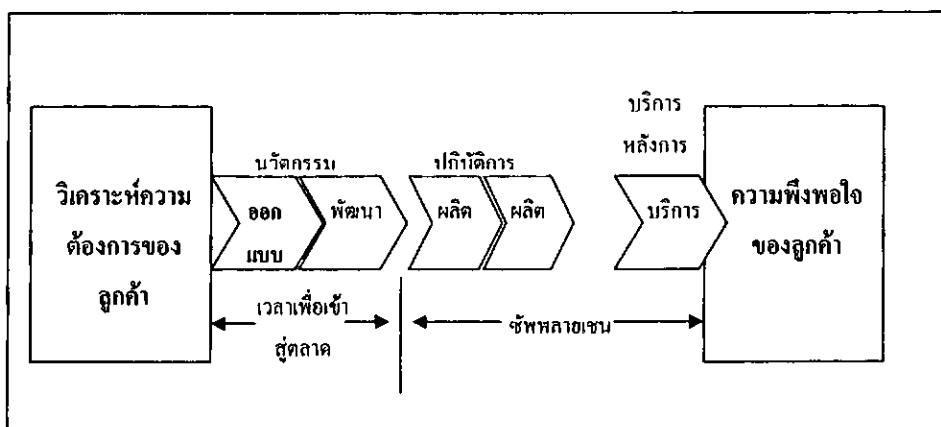
ภาพประกอบ 8 แผนผังดัชนีวัดด้านลูกค้า (Customer Perspective)

ด้านลูกค้า	KPIs-C
ส่วนแบ่งตลาด	วัดสัดส่วนของธุรกิจที่ได้รับจากตลาด (ในเทอมของจำนวนลูกค้า ช่องทางการตลาด หรือยอดขาย) โดยผ่านหน่วยการขาย
การได้มาซึ่งลูกค้าใหม่	วัดผลในเชิงของอัตราที่ธุรกิจสามารถดึงลูกค้าหรือได้ลูกค้าใหม่หรือธุรกิจใหม่ เช่น จำนวนลูกค้าใหม่ ยอดขายในกลุ่มลูกค้าใหม่
ความพึงพอใจลูกค้า	ประเมินระดับความพึงพอใจของลูกค้าตามเกณฑ์ผลงานที่เน้นเฉพาะเรื่อง การเสนอคุณค่าให้ลูกค้า เช่น การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า การตอบสนองความต้องการของลูกค้า
ความสามารถในการทำกำไรจากลูกค้า	วัดผลกำไรสุทธิของลูกค้าหรือส่วนแบ่งการตลาดหลังหักค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้เพื่อสนับสนุนต่อลูกค้า

พัฒนามาจาก Kaplan และ Norton (1996) The Balanced Scorecard HBS Press P. 68

ดัชนีวัดด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective)

KPIs จะมุ่งเน้นวัดกระบวนการ 2 กระบวนการคือ (1) กระบวนการนวัตกรรมซึ่งสนใจที่จะวัดในเรื่องของการวิจัย การออกแบบและกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (บริการ) ที่สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่และตลาดใหม่ (2) กระบวนการปฏิบัติการพิจารณาวัดในด้านคุณภาพ (Quality) ค่าใช้จ่าย (Cost) เวลา (Time) และคุณลักษณะของผลงานตามกระบวนการมาตรฐานหรือการส่งมอบสินค้าและบริการ
พิจารณาได้จาก ใช้คุณค่าด้านกระบวนการภายในของธุรกิจ

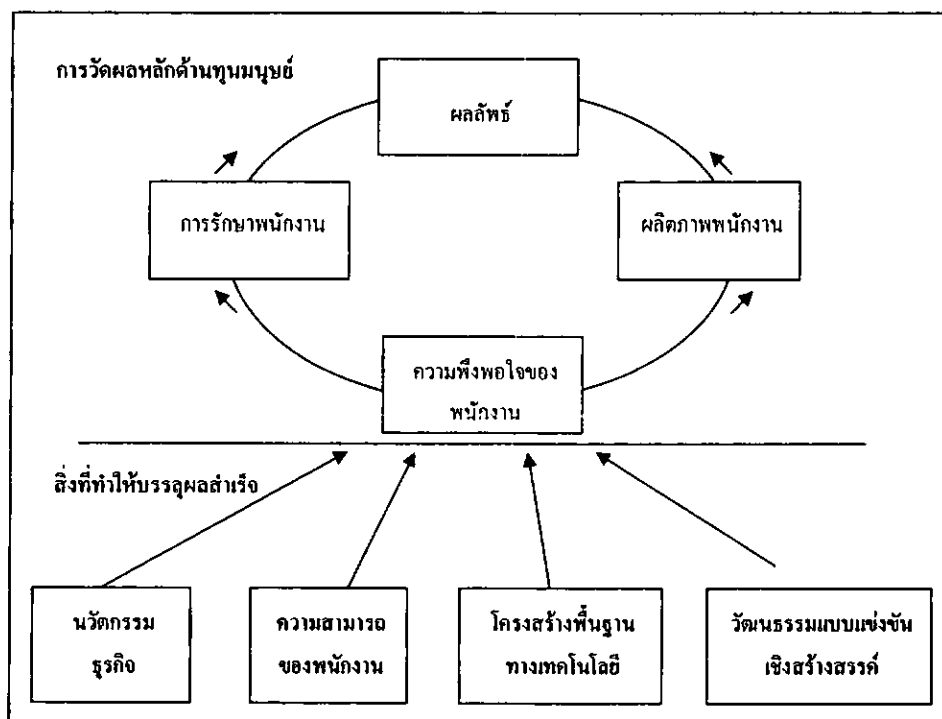


พัฒนามาจาก Kaplan และ Norton (1996) The Balanced Scorecard HBS Press P. 68

ดัชนีวัดด้านการเรียนรู้กับนวัตกรรม (Learning and Innovation Perspective)

ดัชนีด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม (KPIs-L) เป็นการวัดผลสำเร็จด้านที่ 4 การเรียนรู้และนวัตกรรม ซึ่งวิเคราะห์โครงสร้างพื้นฐานที่องค์กรต้องสร้างขึ้นเพื่อการเติบโตและปรับปรุงในระยะยาวหรือเป็นการลงทุนในอนาคต โดยที่ KPIs-C และ KPIs-I วิเคราะห์ปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับความสำเร็จในปัจจุบัน

การเรียนรู้และนวัตกรรมขององค์กรได้มาจากแหล่งหลัก 3 แหล่งคือ คน ระบบ และกระบวนการ องค์กร ดัชนีวัดผลสำเร็จด้านการเงิน ลูกค้า และกระบวนการภายใน



ภาพประกอบ 9 แผนผังการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าพัฒนาจาก Kaplan และ Norton (1996)

การสร้างดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ

ในการวัดผลสำเร็จธุรกิจตามระบบการวัดผลกลยุทธ์ (Strategic Measurement System) โดยการพัฒนาโมเดลธุรกิจ (Business Model) ขึ้นมาซึ่งประกอบด้วย 1) ขอบเขตผลลัพธ์สำคัญ (KRA) 2) สมมติฐานทางกลยุทธ์ (Strategic Hypothesis) และ 3) ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ (KPIs)

ในโมเดลธุรกิจดังกล่าวหากจัดทำได้อย่างเหมาะสมกับการกิจของหน่วยงานแล้ว การตัดสินใจ จำเป็นต้องใช้

- 1) “ดัชนีบ่งชี้” (Indicator) ที่ถูกต้ององค์ประกอบ 4 ประการของดัชนีบ่งชี้มีดังต่อไปนี้:
 - ดัชนีบ่งชี้ควรจะชัดเจนข้อความไม่คลุมเครือ
 - เป็นเกณฑ์ที่แม่นยำหรือทำนายพฤติกรรมเพื่อการวัดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
 - (พฤติกรรม) บุคคลหรือสิ่งที่เกิดขึ้นสามารถแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์หรือสมมติฐานทางกลยุทธ์ที่ตั้งใจไว้
 - ภายใต้งบเงื่อนไข ซึ่งผลลัพธ์หรือความสำเร็จจะถูกพบหรือสังเกตได้
- 2) หลักในการคิด KPIs ที่มีประสิทธิภาพ ก็คือจะต้องเป็นสิ่งบ่งชี้ความสำเร็จ ซึ่งอาจจะเป็นผลลัพธ์ (Results) หรือสมมติฐานทางกลยุทธ์/แผนที่กลยุทธ์ (Strategic Hypothesis) ดังนั้นหลักในการคิด KPIs สามารถพัฒนาเป็นวิธีการคิดสำหรับ KPIs ได้ดังต่อไปนี้:
 - 2.1) ดัชนีวัดได้จริง หมายความว่า การกำหนดดัชนีบ่งชี้ หรือดัชนีวัดผลสำเร็จจะต้องเป็นรายการเป็นพฤติกรรมที่สามารถวัดได้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

การเงิน	ลูกค้า
- เงินหมุนเวียน (Cash Flow)	- ดัชนีบ่งชี้ความพึงพอใจของลูกค้า CSI (Customer Satisfaction Index)
- ผลตอบแทนจากการลงทุน (Return of Investment)	- ส่วนแบ่งทางการตลาด การรักษาลูกค้า Market Share – Retention
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets)	- การติดต่อลูกค้า และการได้มาซึ่งลูกค้า Customer Encounter – Acquisition
- เงินทุนสำหรับการวิจัย (R & D Budgeting)	- เปอร์เซ็นต์ของหน่วยการขายที่ได้ต่อการติดต่อลูกค้า Percent of Cross Sales per Customer Contact
- การเงิน	- เปอร์เซ็นต์กลุ่มลูกค้าหลัก (Percent Market Niche)

กระบวนการภายใน	การเรียนรู้และนวัตกรรม
- รอบเวลา Cycle Time	- ชัดความสามารถของการเป็นผู้นำ Leadership Competencies
- การส่งสินค้าตามกำหนด On Time Delivery	- สัดส่วนของสถิติทางทรัพยากรบุคคล HR Statistical Ratio
- กระบวนการควบคุม Process Control	- จำนวนของผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด Number of New Products on Market
- ค่าใช้จ่ายต่อหน่วยดำเนินการ Transaction Cost	- ความพึงพอใจของพนักงาน Employee Satisfaction
- การใช้ส่วนประกอบมาตรฐาน Uses of Standardization Parts	- บัตรคะแนนบุคลากร /การลงทุน Human Capital Scorecard/HRD Investment (ROI)

- 2) ดัชนีวัดจะต้องเกี่ยวกับ ขอบเขตผลลัพธ์สำคัญ (KRA) และสมมติฐานทางกลยุทธ์ (Strategic Hypothesis) หมายความว่า สามารถบอกความสำเร็จของสมมติฐานทางกลยุทธ์ได้หรือนำไปสู่ผลลัพธ์ทางภารกิจได้
- 3) ดัชนีวัดจะมีส่วนที่สนใจอยู่ 2 ส่วน คือ "รายการ" (KPIs Lists) หมายถึงดัชนีวัดที่จำเป็นหรือมีอยู่เพื่อการวัดทั้งหมด และส่วนที่สองเป็น "KPIs ที่สะท้อนความสำเร็จโดยตรง" (The Impact KPIs) หมายถึง KPIs ที่ไม่มากนักแต่บ่งบอกความสำเร็จของกลยุทธ์หน่วยงานหรือธุรกิจได้
- 4) ดัชนีวัดจะวัดที่วิธีการ (Mean) กับ ผลลัพธ์ (End Results) หมายความว่า ในการคิดเพื่อกำหนดดัชนีบ่งชี้ (Indicators) ผู้ที่รับผิดชอบของหน่วยงานจะพัฒนา KPIs ขึ้นมาจาก
 - การประยุกต์ของวิธีการ ทรัพยากร และการนำไปใช้ในการปฏิบัติการ หรือการดำเนินงานของหน่วยงาน
 - การวัดผลลัพธ์และผลงานที่รวมทั้งจากบุคคล (แต่ละบุคคล) ที่สร้างขึ้น กับผลลัพธ์ขององค์กรหรือตามผลงาน

คุณลักษณะของตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักที่ดี คือ ต้อง "SMART" ได้แก่

- 1. ความเฉพาะเจาะจง (Specific)
ความเฉพาะเจาะจง ตัวชี้วัดควรมีความชัดเจนและมีความหมายมุ่งไปยังสิ่งที่วัด ควรกำหนดตัวชี้วัดให้ชัดเจน ไม่กำกวม เพื่อมิให้เกิดการตีความผิดพลาดและเพื่อสื่อสารความเข้าใจให้ตรงกันทั่วทั้งองค์กร
- 2. ความสามารถในการวัดผล (Measurable)
เป็นตัวชี้วัดที่สามารถนำไปวัดผลการปฏิบัติงานได้จริง ข้อมูลที่ได้จากการวัดสามารถ นำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากตัวชี้วัดอื่นและใช้วิเคราะห์ความหมายทางสถิติได้

3. ความสามารถในการบรรลุผลสำเร็จ (Attainable/ Achievable)

สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ องค์กรไม่ควรใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักที่องค์กรไม่สามารถควบคุมให้เกิดผลได้โดยตรง

4. ความสมจริง (Realistic)

มีความสมจริง ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักมีความเหมาะสมกับองค์กรและไม่ใช้ต้นทุน การวัดที่สูงเกินไป

5. เวลาที่กำหนด (Timely)

สามารถใช้วัดผลการปฏิบัติงานได้ภายในเวลาที่กำหนด ควรปรับปรุงตัวชี้วัด ให้ทันสมัยอยู่เสมอ (www.balancescorecard.com)

ค่าของตัวชี้วัด แสดงเป็นตัวเลขในลักษณะของ ร้อยละ (Percentage) สัดส่วน (Ratio) อัตรา (Rate) อัตราส่วน (Proportion) จำนวน (Number) ค่าเฉลี่ย (Average or Mean)

สรุป: “วิธีการคิด KPIs ที่มีประสิทธิภาพ” สามารถสรุปได้ว่า ต้องเป็นตัวชี้วัด หรือดัชนีวัดที่บอกความสำเร็จได้อย่างแท้จริง ซึ่งความสำเร็จนั้นอาจเป็นระดับของพัฒนาการหรือเป็นมาตรฐาน หรืออันดับของความสำเร็จ ทั้งหมดนี้ จะสามารถใช้แบบจำลอง (Model) ของ KPIs เพื่อทำการประเมินผลเปรียบเทียบ (Benchmarking) ได้ตรงตามที่ต้องการ

3. การศึกษาความเป็นไปได้

ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้

การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2540 : 2) ได้ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ว่า เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินแผนธุรกิจนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด วิศวกรรม และการเงินของแผนธุรกิจเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ลงทุนที่คิดจะลงทุนในแผนธุรกิจนั้น ๆ ในการศึกษาดังกล่าวจะต้องบอกรายละเอียดและวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการผลิตรวมทั้งทางเลือกอื่น ๆ ของการผลิตด้วย นอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งของแผนธุรกิจที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีในการผลิตแบบใด มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนินกิจการเพียงไร ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้มากที่สุด

ไพบุลย์ อ่อนมั่ง. (2541 : 27) ได้สรุปความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ว่า เป็นการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อแผนธุรกิจนั้น ๆ ก่อนเริ่มดำเนินแผนธุรกิจ เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าแผนหรือแผนธุรกิจจะนำไปปฏิบัติได้หรือไม่ โดยวิธีใดและหาทางเลือกที่เหมาะสมให้แผนดำเนินตามจุดมุ่งหมายได้ โดยมีอุปสรรคน้อยที่สุดภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

ประสิทธิ์ ดงยั้งศิริ. (2544 : 100) ได้สรุปความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ว่าเป็นการศึกษาและจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (Justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Soundness) ของแผนธุรกิจ เพื่อให้ได้มาซึ่งแผนธุรกิจที่ดี โดยแผนธุรกิจที่ดีจะต้องได้แก่แผนธุรกิจที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบหรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินแผนธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาด้านตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงินและด้านสังคม เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุนในแผนธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายลงทุนไป

■ **ความเป็นไปได้ด้านตลาดหรืออุปสงค์ (Market or demand feasibility)**

ความเป็นไปได้ด้านการตลาดหรืออุปสงค์ เป็นการพิจารณาความต้องการของตลาดหรือผู้ที่เป็กลุ่มเป้าหมายของแผนธุรกิจหรือผู้รับบริการที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของแผนธุรกิจ โดยพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์/ บริการที่แผนธุรกิจก่อให้เกิดขึ้นจะสนองความต้องการ ของผู้ที่เป็กลุ่มเป้าหมายของแผนธุรกิจหรือไม่
- การเปลี่ยนแปลงของความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของแผนธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลงในอัตราmann้อยเพียงใด
- ความสามารถของแผนธุรกิจที่จะสร้างผลิตภัณฑ์/ บริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับบริการ
- กลวิธีทางการตลาดในสภาวะการแข่งขัน รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ข้อจำกัดด้านกฎหมาย ทรัพยากรธรรมชาติที่อาจกระทบต่อความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของแผนธุรกิจ (มยุรี อนุมานราชชน. 2543 : 40-41)

การวิเคราะห์แผนธุรกิจจะต้องเริ่มด้วยการจัดเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในอดีตในด้านราคาและปริมาณของผลิตภัณฑ์/ บริการชนิดนั้น ก็พอจะทำให้ทราบได้ว่าขนาดอุปสงค์เป็นเช่นไรหลังจากนั้นก็ทำการคาดคะเนขนาดอุปสงค์ทั้งหมดของผลิตภัณฑ์/ บริการนั้น แล้วคาดคะเนปริมาณการขายที่คาดว่าจะขายได้ โดยอาจใช้วิธีคาดคะเนโดยอาศัยแนวโน้มในอดีต และการคาดคะเนโดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐกิจ อันเป็นการคาดคะเนจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์/ บริการชนิดนั้น

นอกจากนี้ต้องพิจารณาคู่แข่งขันที่มีอยู่เดิมทั้งในปริมาณการผลิต คุณภาพ สถานที่ตั้ง ราคา และต้นทุน เพื่อพิจารณาว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์/ บริการของแผนธุรกิจเป็นอย่างไร ดีกว่าคู่แข่งหรือไม่และต้นทุนการผลิตสูงหรือต่ำกว่า เพื่อจะได้พิจารณาหาทางปรับปรุงให้สามารถทำการแข่งขันได้ (ประสิทธิ์ ดงยงศิริ. 2544 : 102-103)

■ **ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค (Technical feasibility)**

เป็นการพิจารณาความเหมาะสมด้านเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ ขนาด สถานที่ตั้ง กรรมวิธีดำเนินการ เทคโนโลยี วิธีการก่อสร้าง รูปแบบทางเทคนิค วิธีการและมาตรการในการป้องกันสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการบำรุงรักษา

การพิจารณาความเป็นไปได้ทางเทคนิคนี้ ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องเป็นผู้วิเคราะห์ รูปแบบทางเทคนิคที่ถูกเลือกจะนำมาใช้เลือกเทคนิคการผลิตที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจและการคาดคะเนต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของแผนธุรกิจได้อย่างถูกต้อง ซึ่งควรเป็นเทคโนโลยีที่เหมาะสมที่สุด มีวิธีการก่อสร้างที่ใช้ต้นทุนต่ำที่สุดและมีความยืดหยุ่น โดยการเปรียบเทียบและการประเมินรูปแบบเทคนิค ต่าง ๆ (มยุรี อนุมานราชชน. 2543 : 41-42)

■ **ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial feasibility)**

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ถึงการลงทุนและผลตอบแทนของแผนธุรกิจในด้านของเอกชนเป็นสำคัญเพราะเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไรของแผนธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามแผนธุรกิจนี้แล้วจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินใด ๆ ในทุกขั้นตอนของแผนธุรกิจ นอกจากนั้น ถ้าเป็นแผนธุรกิจที่ต้องกู้ยืมเงินมาลงทุนก็จะต้องพิจารณาด้วยว่าจะมีความสามารถในการชำระเงินคืนทั้งต้นและดอกเบี้ยได้หรือไม่

โดยทั่วไปการวิเคราะห์ทางการเงินของแผนธุรกิจจะประกอบด้วยเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (ฐานาฉินไพศาลและอัจฉรา ชิวตระกูลกิจ.2545 : 39-45)

- การคาดคะเนค่าใช้จ่ายของแผนธุรกิจ
- การคาดคะเนการเงินของแผนธุรกิจ
- การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินของแผนธุรกิจ
- การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของแผนธุรกิจ
- การพิจารณาแหล่งที่มาของเงินทุนของแผนธุรกิจ
- การใช้คืนเงินกู้

■ **ความเป็นไปได้ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental feasibility)**

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจมากขึ้น ทั้งนี้เพราะแผนธุรกิจลงทุนที่เสนออาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือที่ในทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่า ผลกระทบภายนอกของแผนธุรกิจ (External economics) ซึ่งจะมีผลกระทบภายนอกด้านบวกหรือดี ซึ่งผลกระทบทางด้านนี้ส่วนใหญ่จะเกิดปัญหาด้านเทคนิคของแผนธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อทรัพยากรทางด้านกายภาพของระบบนิเวศและทรัพยากรด้านชีวภาพหรือด้านนิเวศวิทยา ซึ่งได้แก่สิ่งมีชีวิตของระบบนิเวศที่นอกเหนือจากมนุษย์อาจมีผลกระทบต่อสุขภาพอนามัย ทำให้อากาศมีมลพิษ น้ำเน่าเสีย และมีสิ่งปฏิกูลเกิดขึ้นเป็นต้น ผลกระทบภายนอกเช่นนี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วย่อมจะเป็นผลดีและผลเสียต่อแผนธุรกิจ ซึ่งต้องนำมาคิดคำนวณเป็นผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายของแผนธุรกิจด้วย เรียกว่า ผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายทางอ้อมของแผนธุรกิจ โดยเฉพาะทางค่าใช้จ่ายนั้นอาจประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันแก้ไขและค่าใช้จ่ายทางเศรษฐกิจที่ทำให้ทรัพยากรเกิดการสูญเสีย เช่น ทำให้รายได้ของชาติน้อยลงด้วย เป็นต้น

ขณะเดียวกันการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควรครอบคลุมสิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Aspects) ด้วย ทั้งนี้เนื่องจากแผนธุรกิจอาจมีผลกระทบต่อกลุ่มประชากรบางส่วน เช่น กลุ่มประชากรที่มีรายได้ต่ำ กลุ่มว่างงาน และกลุ่มผู้หญิงในพื้นที่แผนธุรกิจ ดังนั้น ก่อนที่จะมีการตัดสินใจลงทุนในแผนธุรกิจประเภทที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงต้องทำการศึกษาด้านนี้เสียก่อนเพื่อหาหนทางป้องกัน หลีกเลี่ยง ลด หรือขจัดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. 2544 : 105-106)

■ **ความเป็นไปได้ทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Feasibility)**

การวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่ผู้วิเคราะห์แผนธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ ของแผนธุรกิจทางด้านเศรษฐกิจว่าแผนธุรกิจที่กำลังพิจารณานั้นจะให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจโดยส่วนรวมของประเทศหรือไม่ เพื่อประกอบการพิจารณาดัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผลการวิเคราะห์จะแสดงออกมาในรูปของผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับสูงหรือต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่จ่ายไป ถ้าผลตอบแทนที่ได้รับสูงกว่าค่าใช้จ่ายในการ

ลงทุนก็เป็นแผนธุรกิจที่ดี และถ้าผลตอบแทนที่ได้รับต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนก็เป็นแผนธุรกิจที่ไม่ดีทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจจึงมีส่วนช่วยอย่างสำคัญในการตัดสินใจที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ แผนธุรกิจ (ฐาปนา อินไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ 2545: 8-9)

■ ความเป็นไปได้ทางสถาบัน (Institutional Feasibility)

ถึงแม้ว่าจะมีการวิเคราะห์ด้านต่างๆมาแล้ว และปรากฏว่าแผนธุรกิจที่เสนอเป็นแผนธุรกิจที่ดี แต่เมื่อแผนธุรกิจได้รับการอนุมัติก็อาจจะประสบความล้มเหลวและขาดทุนได้เช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการหรือการบริหารแผนธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพ ความสำเร็จของแผนธุรกิจขึ้นอยู่กับการบริหารเป็นสำคัญ ดังนั้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจ จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สถาบันซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติและดำเนินแผนธุรกิจ เช่น (ฐาปนา อินไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ 2545: 17-18)

- ระดับทักษะ ความรู้ ความชำนาญ หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร
- กระบวนการและระเบียบวิธีดำเนินงาน
- ระบบข้อมูลและอำนาจการตัดสินใจ
- นโยบายด้านราคาและการค้าที่จะมีผลกระทบต่อเสถียรภาพแผนธุรกิจ
- อื่น ๆ เช่น ระบบการบริหารและจัดการ กระบวนการด้านการเงิน เป็นต้น

โดยที่ในแต่ละด้านของแผนธุรกิจต่างมีความสัมพันธ์ต่อกัน ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการตัดสินใจเกี่ยวกับด้านใดด้านหนึ่งแล้ว จะมีผลกระทบต่อไปสู่การพิจารณาหรือการตัดสินใจในด้านอื่น ๆ ด้วย ซึ่งการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านสถาบันทำให้แผนธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ดังนั้น การศึกษาความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจ จึงควรเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ด้านการตลาดก่อน เพื่อคาดคะเนเกี่ยวกับอุปสงค์ผลิตภัณฑ์/ บริการ ต่อจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ด้านเทคนิคและสิ่งแวดล้อม หลังจากนั้นจึงเริ่มพิจารณาค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของแผนธุรกิจโดยอาศัยราคาตลาด ซึ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์ด้านการเงินแล้วทำการปรับราคาตลาด ปรับราคาค่าใช้จ่าย และผลตอบแทนบางประเภท เพื่อให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจตามหลักการวิเคราะห์แผนธุรกิจทางเศรษฐกิจ จากนั้นจึงจัดการวิเคราะห์รูปองค์การและการจัดการแผนธุรกิจ (ประสิทธิ์ ดงยั้งศิริ. 2544 : 111)

4. แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและความงาม

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปา

หลายคนคงเคยได้ยินคำว่า "อาบน้ำแร่แช่น้ำนม" มากันตั้งแต่สมัยโบราณ ซึ่งการอาบน้ำแร่แช่น้ำมนั้นเป็นกิจกรรมที่ใช้สำหรับนางงามก่อนขึ้นประกวดหรือแม้แต่ในแวดวงของคนดังทางสังคม เพื่อให้ผิวแลดูสุขภาพดี หรือกิจกรรมสำหรับผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพหรือรักษาความงามในยามที่ต้องเข้ากิจกรรมทางสังคม แต่ในปัจจุบันนี้ได้มีกิจกรรมใหม่ขึ้นแทนที่และกำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก นั่นคือ Spa

ในสมัยโบราณนานาประเทศที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางด้านวัฒนธรรมล้วนมีบันทึกประวัติการใช้บำบัดมาช้านานนับเป็นพัน ๆ ปี ไม่ว่าจะเป็นอียิปต์โบราณ กรีกและโรมัน จีน อินเดีย และญี่ปุ่น รวมไปถึงอเมริกาใต้ตลอดจนยุครุ่งเรืองของเมโสโปเตเมีย ซึ่งต่อมาในยุคหลัง ๆ นายแพทย์จอห์น ฟลอยเยอร์ จากเมืองลิชฟีลด์ ประเทศอังกฤษ ได้เขียนหนังสือเล่มหนึ่งชื่อว่า : ประวัติของการอาบน้ำอุ่นและน้ำเย็น นั่นก็คือการ

บำบัดด้วยน้ำแผนใหม่หนึ่งในผู้นำคนสำคัญทางด้านการบำบัดด้วยน้ำชื่อ วินแซนด์ พรินดีซ์* โดยการนำวิธีบำบัดด้วยน้ำที่เขาคิดค้นดัดแปลงเองไปใช้กับผู้คนทั่วไป ความสำเร็จจากผลที่ได้รับส่งผลให้เขากลายเป็นคนที่มีชื่อเสียงจนรัฐบาลต้องว่าจ้างให้มาร่วมทำงานด้วย โดยให้ฝึกสอนให้ความรู้ทางด้านนี้กับแพทย์จำนวนนับร้อยคน

นักบวชเซบาสเตียน นิฟ* ผู้ได้ชื่อว่าเป็นผู้นำเทคนิคสมัยใหม่ของการบำบัดด้วยน้ำมาใช้ในสถาบันนิฟเกอร์เฮาส์ สถาบันหรือคลินิกดังกล่าว คนไข้สามารถพำนักรักษาตัวด้วยเงินค่าใช้จ่ายของกรมสาธารณสุขแห่งชาติ นิฟ เป็นคนแรกที่นำวิธีบำบัดน้ำมาใช้ร่วมกับสมุนไพร การกำหนดอาหาร การออกกำลังกาย และการรักษานามัยทั่ว ๆ ไป (อากาศบริสุทธิ์ แสงแดด การพักผ่อน) ประเด็นนี้เองที่เป็นจุดกำเนิดที่นำไปสู่การดูแลรักษาแผนใหม่ด้วยการแช่น้ำแร่ ซึ่งวิธีการต่าง ๆ เหล่านี้กลายเป็นวิธีมาตรฐานของการบำบัดผู้ที่เหนื่อยล้าทางร่างกาย จนก่อให้เกิดจิตใจห่อเหี่ยวท้อแท้ ไม่กระปรี้กระเปร่า

ดร. จอร์น อาร์วีย์ เคลล็อก* ได้นำวิธีการบริโภคอาหารเข้าด้วยคอร์สแฟลกเข้ามาใช้กับผู้ประสงค์จะอาบบ่อน้ำแร่ ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ในอันที่จะพยายามให้ผู้เข้ารับบริการลดละ และเลิกอาหารเข้าที่มีไขมันสูง และยังเขียนหนังสือขึ้นชื่อว่า : การบำบัดด้วยน้ำอย่างถูกหลักเกณฑ์ ตีพิมพ์ครั้งแรกในปี 1901 จนถึงปัจจุบันยังถือว่าเป็นตำราเรียนเรื่องบำบัดด้วยน้ำที่ดีที่สุด "การบำบัดด้วยน้ำแร่แผนใหม่ มีหัวใจสำคัญอยู่ที่การใช้วิธีการบำบัดด้วยน้ำร่วมกับการอดอาหาร การควบคุมอาหาร ร่วมกับมาตรการอื่น ๆ อาทิ การนวด การออกกำลังกาย การพักผ่อน อากาศบริสุทธิ์ และการอาบแดด"

ดังนั้นวิธีหรือมาตรการต่าง ๆ ที่เป็นผลพวงมาจากความสำเร็จของชาวออสเตรียน ซีเชเลียน เบอรัมน์ ฝรั่งเศส อเมริกันและ อังกฤษ ซึ่งร่วมกันค้นคว้าศึกษาวิจัยตลอดจนพัฒนาให้การบำบัดด้วยน้ำมีประสิทธิภาพสูงสุดในการนำน้ำมาช่วยป้องกันและบำบัดรักษาโรคภัยไข้เจ็บ เช่น โรคหัวใจ พัฒนาระบบการเจริญพันธุ์ รักษาอาการเหนื่อย ยกระดับภูมิคุ้มกันในร่างกายให้ดีขึ้น ช่วยให้ระบบการทำงานของหัวใจ และการไหลเวียนของเลือดทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือเป็นปัจจัยหนุนให้ร่างกายมีการพัฒนาด้านการรักษาโรคที่มีอาการเจ็บปวดอย่างรุนแรงประสิทธิภาพต่าง ๆ เหล่านี้ได้ผ่านการพิสูจน์มาแล้วตลอดระยะเวลาสองสามปีที่ผ่านมา และเป็นวิธีที่มีขีดความสามารถสูงสุด โดยไม่มีผลข้างเคียงและเสียค่าใช้จ่ายน้อย รวมทั้งเอื้อประโยชน์ในด้านการกระตุ้นให้ร่างกายฟื้นฟูพลังงาน พัฒนาการทำงานของระบบผิวหนัง บุคลิกภาพให้มีสุขภาพดี

นายแพทย์ธานินทร์ สนธิรักษ์ นายแพทย์ 8 สำนักพัฒนาวิชาการแพทย์ กรมการแพทย์ ได้กล่าวถึง Spa ว่าเป็นชื่อเมืองเล็ก ๆ ในประเทศเบลเยียมเมือง Spa เป็นแหล่งพักผ่อนตามธรรมชาติ มีบ่อน้ำร้อน บ่อนกาสิโน มีผู้คนหลังไหลไปพักผ่อนกันมาตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 17 แล้ว เพื่อไปแช่น้ำร้อน และเล่นกาสิโน แต่คนที่ไปต้องเป็นคนระดับนายทหารชั้นสูงหรือผู้ดีชั้นสูงเท่านั้น จนถึงปัจจุบันเมือง Spa เป็นเมืองท่องเที่ยวของเบลเยียมที่มีผู้คนหลังไหลไปพักผ่อนเป็นจำนวนมาก

Spa นั้นมีรากศัพท์มาจากภาษาละติน "Sanus Per Acqua" หมายถึงการมีสุขภาพดีด้วยน้ำ (Health Through Water) ซึ่งก็คือการดูแลสุขภาพโดยใช้น้ำบำบัด ไม่ว่าจะเป็นการอาบน้ำแร่แช่น้ำร้อน การอบตัวและอบผิวด้วยไอน้ำ

ได้มีผู้กล่าวถึงสปาไว้ในบทความหนึ่งของนิตยสารหญิงไทยว่า สปา หมายถึงการดูแลสุขภาพและพักผ่อน การบำบัดสุขภาพจิตและสุขภาพกายในแนวทางอายุรเวช หรือเวชศาสตร์ เป็นการบำบัดเพื่อการผ่อนคลาย ทำให้เกิดความสุขทั้งกายและจิตใจ

หนังสือ “วาริบำบัด อานุภาพแห่งสายน้ำ” ของ นายแพทย์บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล ได้กล่าวถึง สปา ว่า ในยุโรปมีสำนักรักษาด้วยน้ำหลายแห่ง การบำบัดด้วยน้ำมีวิวัฒนาการเป็นร้อยปี และกลายมาเป็นสปาซึ่งเป็นแหล่งรักษาโรคตามแนวธรรมชาติบำบัดที่แพร่หลายไปทั่วโลก*

จะเห็นได้ว่ามีผู้ให้ความหมายของสปาแตกต่างกันออกไปแต่เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่า สปา น่าจะหมายถึง การใช้น้ำเพื่อการบำบัดทั้งทางร่างกายและผ่อนคลายทางจิตใจ และสปายังถือเป็นการพักผ่อนตามธรรมชาติ โดยมีน้ำเป็นปัจจัยสำคัญ

นอกจากนี้สปายังมีหลักการอื่น ๆ ประกอบด้วย ได้แก่หลักการของประสาทสัมผัสทั้ง 5 ดังนี้

รูป เช่นการสร้างบรรยากาศให้รู้สึกผ่อนคลาย อาจเพิ่มความสดชื่นสดใสด้วยสีเขียวของใบไม้ หรือสีส้มสวยๆ ของดอกไม้

รส เช่นการรับประทานอาหารแบบ สปาเมนู ซึ่งนับว่าเป็นการบำบัดร่างกายวิธีหนึ่ง เช่น การรับประทานผัก ผลไม้ หรือแม้แต่การดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรอุ่นๆ อย่างเช่น น้ำขิง หรือชาเขียว เป็นต้น เครื่องดื่มเหล่านี้มีคุณสมบัติขับสารพิษที่ตกค้างภายในร่างกายได้

กลิ่นหอม เมื่อมีสีสันสวยๆ ของดอกไม้และแสงตามมุมต่างๆ แล้ว ก็ต้องมีกลิ่นหอม ตามหลักการของ อโรมาเทอราพี (Aromatherapy) ด้วย

Aromatherapy หรือ สุคนธบำบัด เป็นศาสตร์และศิลป์ในการใช้น้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติ (Volatile or essential oil) ในการบำบัดหรือบรรเทาอาการของโรค โดยอาศัยคุณสมบัติที่มีกลิ่นหอมและระเหยได้ของ น้ำมันหอมระเหย ซึ่งโมเลกุลของน้ำมันหอมระเหยสามารถถูกดูดซึมเข้าทางช่องจมูก หรือแทรกซึมผ่านผิวหนังไปยังส่วนต่างๆ ของร่างกายและสมองรวมถึงจิตใจ มีผลทำให้การทำงานของระบบอวัยวะต่างๆ ของร่างกายและสมอง รวมถึงจิตใจและอารมณ์สมดุล จึงสามารถบำบัดอาการต่างๆ ได้

การใช้สุคนธบำบัดในการรักษาโรค ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญ ในการเลือกใช้น้ำมันหอมระเหยกับอาการหรือผลที่ต้องการรักษาให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล เพราะน้ำมันหอมระเหยอาจมีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกที่ต่างกันในแต่ละบุคคล ทั้งนี้บางคนอาจมีผิวที่แพ้ง่าย วิธีทดสอบว่าแพ้้ำมันหอมระเหยหรือไม่ อาจทดสอบง่ายๆ ได้โดย การหยดน้ำมันชนิดที่ต้องการใช้ลงบนข้อพับแขน แล้วปิดพลาสติกทิ้งไว้ประมาณหนึ่งวัน วันรุ่งขึ้นให้แกะพลาสติกออก หากไม่มีอาการระคายเคืองใดๆ เกิดขึ้น เราก็น่าจะใช้น้ำมันนั้นได้อย่างปลอดภัย น้ำมันหอมประเภทที่ทำให้ระคายเคืองผิวหนังได้ง่าย ได้แก่ น้ำมันโรสแมรี่ น้ำมันเวอร์บีนา น้ำมันตะไคร้ น้ำมันเทียน ส่วนน้ำมันที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำในการใช้การใช้ก็มีอยู่บ้าง ได้แก่ น้ำมันระกำ น้ำมันอบเชย น้ำมันกานพลู น้ำมันเสจ และน้ำมันออริกาโน้ม เป็นต้น

* http://www.claruna.net/Ex_travel/spa_detail.html

ตารางแสดงน้ำมันหอมระเหยที่นิยมใช้และสรรพคุณ

น้ำมันหอมระเหย	สรรพคุณที่สำคัญ
Lavender	ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย, ไวรัส ,เพิ่มภูมิต้านทาน, คลายเครียด ,ลดการอักเสบ และลดการเกร็งกล้ามเนื้อเรียบ
Chamomile	ลดการอักเสบ ,แก้แพ้, ช่วยย่อยอาหาร, ผ่อนคลาย, ลดการซึมเศร้า
Marjoram	ลดการเกร็งกล้ามเนื้อเรียบ , ลดการอักเสบ ,ฆ่าเชื้อโรค
Rosemary	กระตุ้นการไหลเวียน, ลดความเจ็บปวด ,ลดการบวม (decongestant)
Tea tree	ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ,รา, ยีสต์
Cypress	กระตุ้นการไหลเวียนโลหิต ,ฆ่าเชื้อโรค
Peppermint	ช่วยย่อยอาหาร, ฆ่าเชื้อโรค, ลดการบวมของเยื่อจมูก
Eucalyptus	ช่วยย่อยอาหาร,ฆ่าเชื้อโรค,ลดการบวมของเยื่อจมูก
Bergamot	คลายเครียด, ลดการอักเสบ
Geranium	ทำให้อารมณ์และร่างกายได้สมดุล ,ลดการอักเสบ, ฆ่าเชื้อรา

ข้อมูลโดย รศ. พิมพ์ ลิลาพรพิสิฐ ภาควิชาเทคโนโลยีเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เสียง จะใช้เสียงเพลงแบบที่ผู้ให้บริการรู้สึกผ่อนคลาย ไม่ว่าจะเป็นเสียงธรรมชาติจากคลื่นลมทะเล เสียงลมพัดกิ่งไม้ ใบไม้ เสียงสายน้ำไหล เป็นต้น

สัมผัส โดยทั่วไปแล้วจะเป็นการนวดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ โดยที่นิยมนั้น เป็นการนวดแบบไทย แบบสวีดิช หรือการนวดโดยใช้น้ำมันหอมระเหยที่มีกลิ่นพืชพรรณธรรมชาติที่สกัดออกมาในรูปแบบของน้ำมันหอม เช่น ลาเวนเดอร์ คาโมไมล์ น้ำมันโรสแมรี่ เป็นต้น และนำเอา วารีบำบัด หรือ **Hydrotherapy** เข้ามาประกอบ โดยมีหลักการที่ใช้น้ำมานวดตัว หรือการใช้สรรพคุณของน้ำ เช่น อุณหภูมิ ความค่อย แรงของน้ำให้พอเหมาะซึ่งให้ประโยชน์ต่างกันออกไป

Hydrotherapy คือการบำบัดด้วยน้ำ “Hydro” เป็นภาษากรีกโบราณ หมายถึง น้ำ ในปัจจุบันหมายถึงการบำบัดด้วยน้ำจากภายนอก แต่ความหมายดั้งเดิมนั้นหมายถึงการบำบัดภายในด้วย ซึ่งตรงกับภาษาไทยว่า วารี หรือ ธาราบำบัด คือการบำบัดโดยใช้น้ำแข็ง ของเหลว และไอน้ำ เพื่อบรรเทาอาการต่างๆ ของการติดเชื้อ อาการปวดเรื้อรัง และอาการปวดเฉียบพลัน ปัญหาการไหลเวียนของโลหิตและอื่นๆ หัวใจหลักของสปา หลังจากเข้ารับบริการแล้ว ก่อนให้เกิด “4 R” คือ

- R แรก คือ Relax ต้องสามารถลดความเครียดได้ทั้งร่างกายและจิตใจ รู้สึกปลดปล่อย
- R ที่สอง คือ Reflect สถานที่ต้องทำให้หลุดอยู่ในภวังค์ตัดออกจากโลกภายนอก ความเร่งร้อนในชีวิตหลุดลงไป ย้อนไปถึงสิ่งแวดล้อมที่มีความสุข
- R ที่สาม คือ Revitalize สามารถเติมพลังให้ชีวิตชีวากับความเป็นจริงตรงกับหลักพุทธศาสนาที่ว่า “จิตเป็นนาย กายเป็นบ่าว”
- R สุดท้าย คือ Rejoice ได้ความสดชื่นเบิกบาน และรับรู้ถึง รูป สถานที่ที่ไป กลิ่น กลิ่นดอกไม้หอม หรือ อโรมาเธอราปี เสียงดนตรีไพเราะ สำเนียงการพูดจาก การบริการจากบุคลากรการสัมผัส

Spa เป็นรูปแบบผสมผสานของอาบอบนวดกับร้านเสริมสวย มีทั้งหมด 7 รูปแบบ คือ

1. **Spink Spa หรือ Spring Spa** คือ บ่อน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ
2. **Hotel and Resort Spa** คือ Spa ที่อยู่ตามโรงแรม เป็นที่พักตากอากาศ เน้นเรื่องการออกกำลังกาย ความสุขสบาย มีบริการอาหาร
3. **Day Spa** คือ Spa ที่เน้นในเรื่องของความสวยความงาม ส่วนใหญ่เป็นสถานที่เดี่ยวๆแยกจากรีสอร์ท ให้บริการบำบัดเพื่อสุขภาพกระจายอยู่ทั่วไปตามอาคาร ในสำนักงานหรือห้างสรรพสินค้า
4. **Club Spa** คือ Spa ในรูปแบบของสโมสรให้บริการในเรื่องของการออกกำลังกาย
5. **Destination Spa** คือ Spa ที่เน้นเสริมสร้างทางด้านสุขภาพ
6. **Zecusce Spa หรือ Cruise Ship Spa** คือ บ่อน้ำแร่บนเรือสำราญ เน้นการออกกำลังกาย และ ความสุขสบาย
7. **Medical Spa** เป็นบริการของกลุ่มบุคคล หรือชมรมที่มีแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ ให้บริการสุขภาพ และการแพทย์แบบครบวงจรในบรรยากาศที่ผสมผสานด้วยการอาบน้ำแร่กับการบำบัดรักษาแผนโบราณ

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการในสถานบริการสปา

วิธีการบำบัดด้วยน้ำ

วิธีการบำบัดด้วยน้ำหรือสปา ให้ผลดีกับตัวเองมากมายหลายประการ อาทิ ช่วยให้พลังงานมากขึ้น ขจัดความเฉื่อยชา ช่วยให้ระบบไหลเวียนของเลือดดีขึ้น ผิวพรรณเปล่งปลั่งมีน้ำมีนวล กล้ามเนื้อและจิตใจ ได้รับการผ่อนคลาย ช่วยให้นอนหลับสนิท นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาระบบต่าง ๆ โดยรวมของร่างกายให้ดีขึ้น สามารถทำงานตามหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่สำคัญ ผลที่ได้รับจากการบำบัดด้วยน้ำหรือสปา ยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อสุขภาพรวมถึงประสิทธิภาพในด้านกระตุนการทำงานของระบบภูมิคุ้มกัน พัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของหัวใจ การบรรเทาอาการและความเจ็บปวด ขจัดความอึดอัด ขจัดภาวะความเมื่อยล้า รวมถึงการเสริมความงาม การนําน้ำไปใช้การบำบัดรักษามีหลายวิธี แต่ละวิธีให้ผลที่ต่างกันออกไป ดังนี้

1. การกอดด้วยความร้อน (ในยุโรปมักรู้จักในชื่อกอดด้วยความเย็น)
2. การประคบ ปกติมักได้แก่ การเอาผ้าชุบน้ำร้อนพอหมาด ๆ ทำเป็นลูกประคบ
3. การอาบน้ำธรรมดาในอ่าง จะช่วยบรรเทาอาการเครียด บรรเทาความเจ็บปวด
4. การใช้ผ้าชุบน้ำเติมผืน เพื่อการผ่อนคลายและลดสารพิษ
5. การใช้ถุงน้ำเย็นจะช่วยบรรเทาอาการอักเสบ บรรเทาความเจ็บปวด
6. การสูดดมไอน้ำร้อน เพื่อบรรเทาปัญหาหาระบบทางเดินหายใจ อาการคั่งในโพรงจมูกเนื่องมาจากอาการไซนัส
7. การแช่น้ำ นึ่งในอ่างสลับกันหรือแช่เฉพาะที่เพื่อกระตุ้นระบบไหลเวียนของเลือด เพื่อปรับปรุงพัฒนาระบบการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ การแช่น้ำในลักษณะแบบต่าง ๆ ในวงการแพทย์พิสูจน์แล้วรับรองดังต่อไปนี้ว่า “บรรเทาอาการวิตกกังวลและความรู้สึกเครียดทั่วไปที่ได้รับ เนื่องจากความกดดันและยากที่จะผ่อนคลายได้ ซึ่งอาการเหล่านี้ การอาบน้ำในอ่างที่มีฤทธิ์เป็นกลาง (น้ำธรรมดา) หรือใช้ผ้าชุบน้ำเย็นเติมผืนจะช่วยได้อย่างมาก การใช้ น้ำบางวิธีสามารถลดความว่องไวของปฏิกิริยาที่ร่างกายความเจ็บปวดลงได้ กฎสำคัญในการใช้น้ำบำบัดมีอยู่ด้วยกันสองข้อ หนึ่ง การบำบัดด้วยน้ำ

เย็นหรือแช่น้ำในเวลานั้น ๆ หลังการใช้ความร้อน และถ้าให้ตีควรวีร์ก่อนการบำบัดโดยใช้ความร้อน และน้ำนั้นต้องไม่ร้อนเกินไปจนลวกผิว ต้องเป็นน้ำร้อนที่ผิวสามารถทนได้โดยไม่ทรมาน

วิธีการบำบัดด้วยการนวด

การนวดมีหลายวิธี ตั้งแต่ขนาดหน้า นวดตัว นวดกดจุดที่มีมือและเท้า ซึ่งพื้นฐานทั่วไป คือการลูบวน การคลึง การสับและสั่นมือ การสัมผัสด้วยการนวดช่วยในการผ่อนคลาย ช่วยระบบหมุนเวียนของ ๆ เหลวในร่างกาย โดยสปาแต่ละแห่งจะมีบริการหรือโปรแกรมต่าง ๆ ให้เลือกหลายรูปแบบ คือ

1. นวดแบบแผนโบราณโดยใช้วิธีการกดด้วยนิ้วมือ นิ้วหัวแม่มือ ดันแขน ข้อศอกและเท้า การยืดกล้ามเนื้อทุกส่วนของร่างกายให้เหยียดออก และการดัดตัวในลักษณะที่เหมือนท่าโยคะ โดยใช้การเคลื่อนไหวในลักษณะที่โคลงไปมา เป็นส่วนหนึ่งของการนวดหรือรักษาอาการป่วยด้วยการนวด
2. นวดด้วยน้ำมันหอมระเหย ด้วยการใช้น้ำมันหอมระเหย ที่สกัดจากพืชสมุนไพร มีกลิ่นหอมและคุณสมบัติทางยา โดยสกัดสารที่ได้จากสมุนไพรต่าง ๆ ที่เป็นการสกัดด้วยไอน้ำหรือการบีบคั้นจากส่วนต่าง ๆ ของพืชทานตะวัน ซึ่งการนวดจะใช้น้ำมันหอมระเหยผสมให้ทั่วตัว น้ำมันหอมระเหยจะดูดซึมผ่านผิวหนัง ถ่ายเทพลังงาน บรรเทาอาการปวดเมื่อยอ่อนล้าของกล้ามเนื้อ ขจัดสารพิษในร่างกาย ลดไขมันส่วนเกิน ลดความตึงเครียดและความกลัว ช่วยให้จิตใจสงบ นอกจากวิธีการนวดแล้ว สรรพคุณในการรักษายังมีวิธีการสูดดม การอาบน้ำ การประคบ เติมน้ำมันหอม บำรุงผิวและบำรุงเส้นผม สเปย์ฉีดตัวและปรับอากาศ
3. นวดแบบสวีดิช หรือสวีเดน เป็นการนวดแบบคลาสสิกแนวยุโรปดั้งเดิม สไตส์การนวดที่หนักหน่วงใช้น้ำหนักในการนวดแรงและเน้นที่แผ่นหลังเป็นพิเศษ เพื่อการเพิ่มพลังงาน สร้างความแข็งแรง ทำให้ระบบในการหมุนเวียนโลหิตดีขึ้น ผ่อนคลายและสบายใจ
4. นวดแบบบาหลี่ หรือนวดอินโดนีเซีย คือการนวดแบบคลาสสิกในการนวดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองแบบจำเพาะในระบบประสาท ก่อให้เกิดความผ่อนคลาย เทคนิคของการนวดมี 4 ลักษณะ คือ การลูบ การเสียดสี การบีบรัด และการทำให้เกิดความสั่นสะเทือน สองอย่างแรกจะก่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ส่วนสองส่วนหลังเป็นการกระตุ้น ประโยชน์ของการนวดชนิดนี้จะช่วยบรรเทาอาการปวด เช่น ปวดศีรษะ ความดันโลหิตสูง ข้อต่อทำงานไม่เป็นปกติ และปวดเส้นประสาท ผู้ที่ทำการบำบัดจะรู้สึกไม่เจ็บปวด
5. นวดแบบกดจุด คือการนำเอาการนวดธรรมดา มาผสมผสานกับการฝังเข็มด้วยการใช้นิ้วกดลงไปตามจุดต่าง ๆ ที่เป็นจุดฝังเข็ม เป็นการกระตุ้นอวัยวะต่อมและระบบต่าง ๆ ของร่างกายบางส่วนให้คืนสู่สมดุลได้ บรรเทาอาการตึงของกล้ามเนื้อ บรรเทาอาการปวดหลัง ปวดศีรษะแบบไมเกรนและนอนไม่หลับ
6. นวดฝ่าเท้าและฝ่ามือ ซึ่งมีความเชื่อกันว่าฝ่ามือและฝ่าเท้าของมนุษย์นั้น มีจุดหรือบริเวณที่เราสามารถกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองต่ออวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายเกือบทุกส่วนและเพื่อสะท้อนการทำงานของร่างกายกลับสู่ความสมดุล ระบบต่าง ๆ ในร่างกายให้สดชื่น ช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอได้เร็ว และป้องกันโรคบางอย่าง เช่นอาการท้องผูก ปวดหัว ปวดหลัง ปวดคอ ระบบย่อยที่เป็นปัญหา ปัญหาฮอร์โมน ระบบหัวใจและไต
7. นวดแบบชิตตี้ เป็นการนวดด้วยการกดนิ้วตามแบบโบราณของญี่ปุ่น คล้ายกับการนวดกดจุด โดยเริ่มจากการสัมผัสอย่างละเอียดอ่อน ทำให้ค้นพบความผิดปกติในการหมุนเวียนโลหิตและน้ำเหลือง ผู้ถูกบำบัดจะเกิดความรู้สึกสบาย ไม่มีความเจ็บปวด

วิธีการบำบัดด้วยโคลน

การบำบัดด้วยโคลนเป็นการบำรุงสุขภาพความงามโดยใช้โคลน ซึ่งประกอบด้วยแร่ธาตุและสารอาหารที่ได้จากพืชทะเลสาบอยู่ บริเวณที่นิยมพอก คือร่างกาย ใบหน้า ศีรษะและเส้นผม โคลนที่แห้งติดผิวหนังช่วยเพิ่มการชำระล้างผิวหนังทำให้เกิดความกระชุ่มกระชวย เพิ่มอัตราการเต้นของหัวใจ เร่งความเร็วของการหมุนเวียนโลหิต ช่วยให้เหงื่อออกมาก ถือได้ว่าเป็นชำระล้างร่างกายให้สะอาด ซึ่งมีคุณสมบัติคล้ายกับการออกกำลังกาย

วิธีการบำบัดแบบตะวันออกโบราณ

1. ไทชิ เป็นการออกกำลังกายกลางแจ้ง ด้วยศิลปะการป้องกันตัวแบบจีนโบราณ ด้วยการเคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ทำท่าทางทั้งหมด 108 ท่า ทำให้ระบบหมุนเวียนโลหิตดีขึ้น ระบบน้ำเหลืองทำงานเป็นปกติ ขณะเดียวกันก็เหมือนการทำสมาธิด้วยการกำหนดลมหายใจไปพร้อมกับการออกกำลังกาย ผักจืดใจให้ทำสมาธิเพื่อความสงบ
2. ซิงก วิธีการบำบัดโรคตามหลักการแพทย์จีน เรียกว่า เหลียวพะ เป็นการควบคุมลมหายใจสมาธิและการบริหารร่างกายไปพร้อม ๆ กัน โดยใช้พลังลมปราณและพลังในตัวเองด้วยการบริหารร่างกายเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรคที่จะช่วยเสริมการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกาย และเป็นความเชื่อของชาวจีนว่าเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้คนมีอายุยืนยาวและสุขภาพแข็งแรง
3. การฝังเข็ม เป็นส่วนหนึ่งของการแพทย์แผนโบราณ ประกอบด้วยการใช้สมุนไพร การอังกด้วยความร้อน การประคบ การนวด การใช้อาหาร และการออกกำลังกายเบา ๆ ควบคู่กับการกดจุดเพื่อแก้ไขความไม่สมดุลของร่างกายด้วยการฝังเข็ม สามารถทำได้ทั้งตัว ซึ่งมีจุดสำหรับฝังเข็มมากกว่า 461 จุด โดยเอาเข็มปักลงที่ผิวหนังช่วยแก้ปัญหาสุขภาพต่าง ๆ เช่น ระวังการปวด แก้ไขปัญหาที่ระบบทางเดินอาหาร ขจัดความเครียด
4. โยคะ เป็นการออกกำลังกายแบบอินเดียโบราณ ช่วยสร้างความสมดุลระหว่างร่างกายและจิตใจ โยคะเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ทำใจให้สงบ ควบคุมลักษณะ 3 ประการคือ การหายใจอย่างถูกต้อง ท่วงท่าการออกกำลังกายผ่อนคลายกล้ามเนื้อ และมีสมาธิจากการออกกำลังกายและกำหนดลมหายใจอย่างถูกต้องสม่ำเสมอ ทำให้นอนหลับดี

วิธีการบำบัดอายุรเวท

อายุรเวท หมายถึงศาสตร์แห่งการดำรงชีวิตโดยวิธีที่เป็นระบบอนามยธรรมชาติ รวมองค์ความรู้ระหว่างวิทยาศาสตร์กับปรัชญาเข้าด้วยกัน ครอบคลุมทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์และปฏิกิริยาต่อสิ่งแวดล้อม ในคนแต่ละธาตุควรเลือกรูปแบบชีวิตประจำวันและการบริโภคให้สอดคล้องกับธาตุของตนเอง คือ ธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลมและธาตุไฟ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางร่างกาย จิตใจและอารมณ์ แต่ละธาตุทำหน้าที่ควบคุมการทำงานในร่างกายที่แตกต่างกันไป อายุรเวทยังบ่งบอกตำแหน่งพลังงานของร่างกาย 107 จุดที่ลมปราณหรือพลังชีวิตไหลผ่าน คล้ายกับเรื่องจุดชีพจรของการแพทย์จีนโบราณ หลักของการดูแลสุขภาพด้วยการบำบัดทางธรรมชาติหลายวิธีผสมผสานกัน เพื่อเปลี่ยนแปลงสุขภาพให้เป็นไปในทางบวกเพื่อรักษาสมดุลของร่างกายและจิตใจ

นอกจากนี้ยังมีการทำสมาธิ คือการหันเหความเอาใจใส่ไปสู่แง่มุมที่กระจัดจางของธรรมชาติภายในตัวเราเองด้วยความตั้งใจ ด้วยการควบคุมร่างกายความคิด การปล่อยวางร่างกายและความคิด รวมทั้งต้อง

ควบคุมอาหารอย่างถูกต้อง ด้วยการรับประทานอาหารที่มีเส้นใย (Fiber) เพื่อช่วยลดจำนวนแคลอรีในปริมาณที่พอเหมาะอย่างช้า ๆ และช่วยขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย

คำแนะนำในการเตรียมตัวเข้าสปา

1. หากมีโรคประจำตัว เช่น โรคความดันสูง โรคภูมิแพ้ กำลังตั้งครรภ์และอื่น ๆ ควรแจ้งผู้จัดการและผู้แนะนำก่อนเข้ารับบริการ
2. ไม่ควรดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้ารับบริการ หรือหลังได้รับบริการทันที สำหรับผู้ชายโกนหนวด โกนเคราก่อนนวดหน้าสัก 2-3 ชั่วโมง เพื่อป้องกันการระคายเคือง
3. หลังการทำความสะอาดและนวดหน้าแล้ว ควรพักหน้าไม่ควรแต่งหน้าอีก และสามารถเลือกเวลาได้ควรเลือกทำในช่วงบ่าย เพื่อผ่อนคลาย กลับบ้านจะได้หลับสบาย

5. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ 71 Salud & Spa

บริษัทมีพันธมิตร จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจสปาภายใต้ชื่อ “71 Salud & Spa” มาตั้งแต่กันยายน 2545 โดยเปิดบริการสปาในลักษณะ เดย์สปา (Day Spa) ควบคู่ไปกับการนวดเพื่อการบำบัด (Massage Therapy) ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการนวดบำบัดด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aromatherapy Massage) การนวดฝ่าเท้า การนวดแบบแผนโบราณ การนวดเพื่อส่งเสริมความงาม และการบำบัดด้วยน้ำ ในแบบสปา นอกจากนั้น เพื่อให้การดำเนินการของธุรกิจเป็นลักษณะที่ครบวงจร จึงได้เพิ่มแผนกฟิตเนสเข้าไปด้วย โดยเป็นการออกกำลังกายภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญทางด้านกายภาพ ลักษณะของการดำเนินการเป็นการทำธุรกิจร่วมกับเจ้าของ 71 Sport Club ภายในพื้นที่การบริการเดียวกัน จึงมีบริการของ สปอร์ตคลับที่มีทั้ง สนามเบดมินตัน สระว่ายน้ำระดับมาตรฐานและร้านอาหารในร้านเดียวกันการบริการทุกอย่างจึงเป็นการเอื้ออำนวยต่อธุรกิจซึ่งกันและกัน

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นศูนย์กลางในการให้บริการด้านสปาและการนวดเพื่อบำบัดความเครียด และรวมไปถึงเป็นสถานที่ในการออกกำลังกายประเภทฟิตเนส และเซาว์น่า ในแหล่งเดียวกันโดยเน้นศาสตร์แห่งการบำบัดทั้งทางร่างกายและจิตใจโดยมีการบริการในรูปแบบสปาครบวงจร

พันธกิจ (Mission)

ให้บริการทางด้านสปาโดยเน้นศาสตร์เพื่อการบำบัด โดยบุคคลากรที่มีคุณภาพ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ตลอดจนมีการนำเอาเครื่องมือและอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งนำเข้ามาจากต่างประเทศมาบริการ รวมทั้งยังได้มีการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสมุนไพร และวัตถุดิบภายในประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดทั้งสองทางคือทั้งผู้ผลิต และผู้รับบริการ ทั้งนี้ มุ่งเน้นในการบริการที่เป็นเลิศเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุดภายใต้ราคาที่คุ้มค่า

เป้าหมายขององค์กร (Goals)

เป้าหมายในระยะสั้น ปี 2546-2548 (ภายในระยะเวลา 3 ปี)

เนื่องจากบริษัทได้เปิดทำการจริงตั้งแต่ปลายเดือนกันยายน ปี 2545 ดังนั้นแผนเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาวจึงได้มีการปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความเหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายปัจจุบัน รวมถึงสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในภาคธุรกิจ และความก้าวหน้าในการดำเนินกิจการ โดยแผนดังกล่าวจึงเป็นเป้าหมายในการสืบต่อความก้าวหน้าและกิจกรรมที่ธุรกิจจะดำเนินในตลาดดังรายละเอียดต่อไปนี้

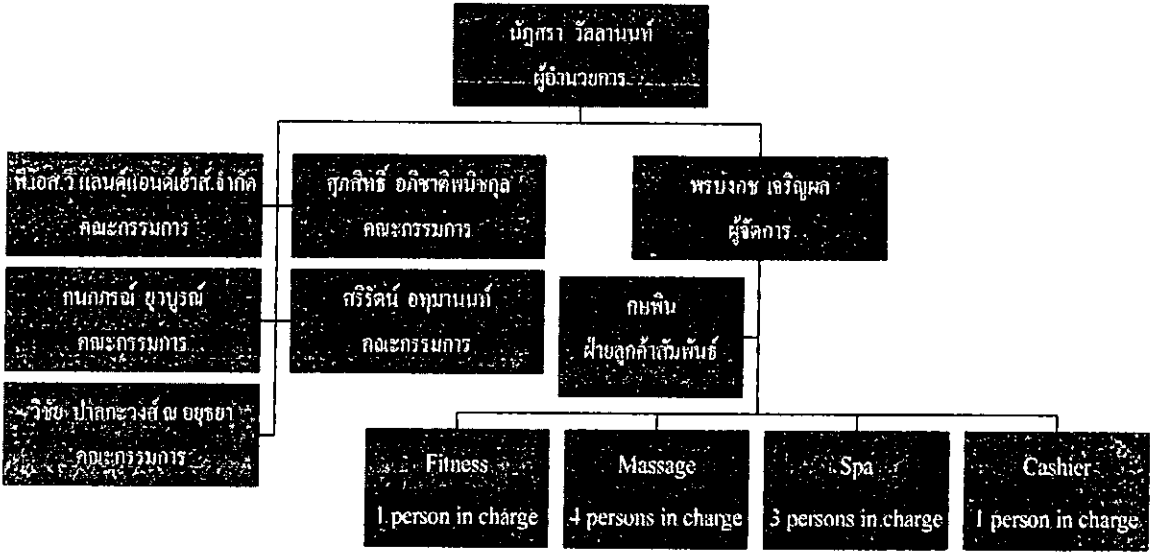
1. การรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness) : ขยายการสร้างการรับรู้ตราสินค้าให้ลูกค้ารู้จักบริการและสินค้าภายใต้ธุรกิจ 71 Salud & Spa ให้มากขึ้นโดยรายละเอียดของเป้าหมายการตลาดในแต่ละปีจะมีการระบุรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนของกลยุทธ์การตลาด
2. การขยายการให้บริการ (Service Line Expansion) : เพิ่มการให้บริการให้ครอบคลุมความต้องการของตลาดตามแนวความคิดของสปาครบวงจรให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
3. การขยายตลาด (Market Expansion) : ขยายตลาดและฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น
4. หุ้นส่วนทางธุรกิจ/ พันธมิตรทางการค้า (Business Corporate/ Partnership) พยายามสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อดึงให้ลูกค้ามาใช้บริการของ 71Salud & Spa เช่น การเป็นพันธมิตรกับบริษัทจัดนำเที่ยวกรุ๊ปทัวร์จากต่างประเทศ หรือ การเป็นพันธมิตรกับบัตรเครดิตต่าง ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มความต่อเนื่องของงานบริการภายในสปา
5. การเป็นสมาชิกของสมาคม (Member of Association) : เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ (Thai Spa Association) เพื่อประโยชน์ในเรื่องของการโปรโมชัน และการประชาสัมพันธ์ และให้เกิด Brand Recognition ในระดับประเทศ
6. ช่องทางในการสื่อสาร (Channel Communication) : สร้างช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ลูกค้าเข้าถึงตัวสินค้าได้รวดเร็วขึ้น อาทิ การสร้างเว็บไซต์ สองภาษาทั้งภาษาไทยและอังกฤษ เพื่อที่จะนำเว็บไซต์นี้ไปโยงกับเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และไปอยู่ตามหน้าของ Search Engines ที่มีชื่อเสียงเพื่ออำนวยความสะดวกการค้นพบ
7. ข้อเท็จจริงและองค์ความรู้ (Facts and Knowledge) : พยายามกระตุ้นให้ผู้บริโภคมาใส่ใจในเรื่องของการดูแลสุขภาพมากขึ้น เพื่อให้เกิดความอยากในการใช้บริการ
8. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) : สามารถทำรายได้โดยมีระยะเวลาคืนทุนภายในปีที่ 3 ของการดำเนินธุรกิจ

เป้าหมายระยะยาว ปี 2549-2550 (ภายในระยะเวลา 5 ปี)

1. การขยายสาขา (Branch Expansion) : ขยายสาขาในการให้บริการ
2. การขยายการให้บริการ (Service Line Expansion) : ขยายสายการให้บริการทางด้านสปาและการนวดแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่องจนกว่าจะสมบูรณ์
3. การขยายพื้นที่ให้บริการ (Area Expansion) : ขยายพื้นที่ในการให้บริการ เพื่อรองรับจำนวนของลูกค้าที่จะมีมากขึ้น
4. อุปกรณ์และเทคโนโลยี (Tools and Technology) : เพิ่มอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องมือนันทนสมัยในการให้บริการ

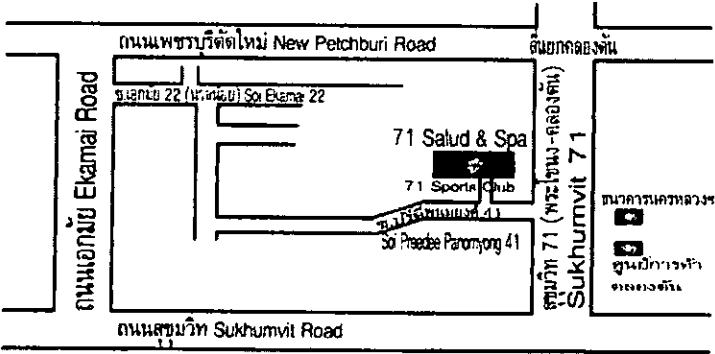
- 5. เจ้าของผลิตภัณฑ์ (Spa own product Line) : ขยายตลาดโดยการเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ทางด้านสปา อาทิ น้ำมันนวด น้ำมันหอมระเหยกลิ่นต่างๆ ที่สกัดจากวัตถุดิบที่สกัดจากสารในธรรมชาติ ภายใต้ชื่อ 71Salud & Spa เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า และเพิ่มรายได้ให้กับประชากรภายในประเทศ และ อาจจะทำเป็นสินค้าส่งออกได้ภายในอนาคต
- 6. สมาชิกสมาคม (Member of Association) : เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมสปานานาชาติ ISPA (International Spa Association) เพื่อประโยชน์ในเรื่องของการโปรโมชัน และการประชาสัมพันธ์ และให้เกิด Brand Recognition ในระดับต่างประเทศ และในประเทศ
- 7. กำไรสุทธิ (Net Profit Margin) : สร้างกำไรสุทธิ 15% ภายในปีที่ 4 ของการดำเนินธุรกิจ

ทีมผู้บริหาร (Management Team)



ภาพประกอบ 10 แผนผังทีมฝ่ายการจัดการ (Management Team) ของ 71 Salud & Spa

ทุนจดทะเบียน : 4,000,000 บาท
จำนวนผู้ถือหุ้น : 14 คน
วันที่ทำการจดทะเบียนบริษัท : 20 พฤษภาคม 2545
จำนวนหุ้นทั้งหมด : 40,000 หุ้น
สถานที่ตั้ง : 1035/12 ซอยปรีดิพนมยงค์ 41 สุขุมวิท 71 พระโขนง กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: (02) 381 87694; โทรสาร (02) 381 8693



อัตราค่าบริการ

ลักษณะบริการ/ Types of Services	ระยะเวลา/ Services hours	อัตราค่าบริการ/ Services Rates
	เวลา (Min.)	บาท (Thai Baht)
เซาว์น่า และฟิตเนส/ Sauna & Fitness		200.00
นวดแผนไทย/ Thai Tradition Massages	60	200.00
นวดแผนไทย/ Thai Tradition Massages **	120	300.00
นวดเท้าแผนไทย/ Normal Foot Massage	60	200.00
นวดเท้าแผนไทย/ Normal Foot Massage	90	200.00
นวดเท้าอโรมา/ Aroma Oil Foot Massage	90	400.00
นวดน้ำมัน/ Body Oil Massage	60	500.00
นวดอโรมา/ Body Aromatherapy Massage Sauna	90	950.00
นวดประคบสมุนไพร/ The Herbal Holistic Massage with Hot Compressed Ball	90	900.00
นวดหน้า/ Spa facial	60	1,300.00
สลายไขมัน/ Defat; Anti-Cellulite and slimming course	60	1,500.00
ขัดผิว/ Scrub/Nourished body and skin	90	1,900.00
บอดี้แรพ/ Body Wrap	45	1,500.00
เซาว์น่า และฟิตเนส/ Sauna & Fitness (Monthly) สมาชิก ใหม่		2,000.00
เซาว์น่า และฟิตเนส/ Sauna & Fitness (Monthly) ต่อ สมาชิก		1,000.00
สปา เอ็กซ์คลูซีฟ 1/ Spa Exclusive I	120	
- นวดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท) และ		2,800.00
- บอดี้แรพ (60 นาที/ 2,000 บาท)		
ราคาเดิม = 3,300 บาท		
สปา เอ็กซ์คลูซีฟ 2 / Spa Exclusive II		
- นวดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท)	180	
- สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) และ		4,300.00
- บอดี้แรพ (60 นาที/ 2,000 บาท)		
ราคาเดิม = 4,800 บาท		

ลักษณะบริการ/ Types of Services	ระยะเวลา/ Services hours	อัตราค่าบริการ/ Services Rates
	เวลา (Min.)	บาท (Thai Baht)
สปา เอ็กซ์คลูซีฟ 3/ Spa Exclusive III - สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) - ขัดฟรังเศสบำรุง (90 นาที/ 1,900 บาท) และ - บอดี้แนริฟ (60 นาที/ 2,000 บาท) ราคาเดิม = 5,400 บาท	210	4,900.00
สปา สเปเชียล 1/ Special Exclusive I - Face Mini Lifting Treatment & Milk and Honey Body Treatment (140 นาที)	140	4,300.00
สปา สเปเชียล 2/ Special Exclusive II - Face Whitening Repair Treatment & Aroma Algae Body Wrap (140 นาที)	140	4,200.00
สปา สเปเชียล 3/ Special Exclusive III - Spa Facial & Scrub (120 นาที)	120	3,200.00

บริการพิเศษชนิดแพคเกจ (Special Package)

ลักษณะบริการ/ Types of Services	ระยะเวลา/ Services hours	อัตราค่าบริการ/ Services Rates
	เวลา (Min.)	บาท (Thai Baht)
นวดประคบสมุนไพร/ The Herbal Holistic Massage with Hot Compressed Ball ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 90 นาทีต่อครั้ง)	90	7,500.00 เฉลี่ย 750 บาท/ ครั้ง
นวดอโรมา/ Body Aromatherapy Massage ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 60 นาทีต่อครั้ง)	60	5,500.00 เฉลี่ย 550 บาท/ ครั้ง
นวดหน้า/ Spa facial ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/60 นาทีต่อครั้ง)	60	8,000.00 เฉลี่ย 800 บาท/ ครั้ง
สลายไขมัน Defat; Anti-Cellulite and slimming course ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 60 นาทีต่อครั้ง)	60	8,800.00 เฉลี่ย 880 บาท/ ครั้ง

ลักษณะบริการ/ Types of Services	ระยะเวลา/ Services hours	อัตราค่าบริการ/ Services Rates
ขัดฟรุ้งเตสบำรุง/ Scrub/Nourished body and skin เวลา (Min.) 90 บาท (Thai Baht) 12,000.00 ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 90 นาทีต่อครั้ง) เฉลี่ย 1,200 บาท/ ครั้ง สปา เอ็กซ์คลูซีฟ I/ Spa Exclusive Package I 21,000.00 - นวดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท) และ - ขัดฟรุ้งเตสบำรุง (90 นาที/ 1,900 บาท) ราคาเดิมเมื่อซื้อแพคเกจ 1 = 3,200 บาท 150 เฉลี่ย 2,100 บาท/ ครั้ง ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 150 นาทีต่อครั้ง) สปา เอ็กซ์คลูซีฟ II/ Spa Exclusive Package II 180 23,800.00 - นวดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท) - สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) และ - นวดอโรม่า (60 นาที/ 950 บาท) ราคาเดิมเมื่อซื้อแพคเกจ 2 = 3,750 บาท/ ครั้ง ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 180 นาทีต่อครั้ง) เฉลี่ย 2,380 บาท/ ครั้ง สปา เอ็กซ์คลูซีฟ III / Spa Exclusive Package III 300 35,000.00 - นวดประคบสมุนไพร (90 นาที/ 900 บาท) - สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) - ขัดฟรุ้งเตสบำรุง (90 นาที/ 1,900 บาท) และ - นวดอโรม่า (60 นาที/ 950 บาท) ราคาเดิมเมื่อซื้อแพคเกจ 3 = 5,250 บาท/ ครั้ง เฉลี่ย 3,500 บาท/ ครั้ง ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 300 นาทีต่อครั้ง)		

6. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิภาพร มหาชัย (2544 : บทคัดย่อ) - ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบถึงพฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ และนำไปปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นต่อไปในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มเจาะจง คือการเจาะจงนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการสปามาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยใช้แบบสอบถาม 200 ชุด และทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแล้วทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากสถานบริการสปา และเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายบริการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 แห่ง คือโรงแรมสวนบัวรีสอร์ท แอนด์สปา โรงแรมริเจนท์เชียงใหม่รีสอร์ทแอนด์สปา และโรงแรมปางสวนแก้ว และนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป “SPSS 10.0 for Window”

ผลการศึกษาสรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพได้ว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวหญิงมากกว่าเพศชาย มีสถานภาพโสด อายุเฉลี่ยอยู่ในช่วงระหว่าง 20-39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 200,001 – 300,000 บาท (1,666.67 – 2,500 US)

ในด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้สปามาแล้วเฉลี่ย 6-10 ครั้งและสาเหตุในการเลือกใช้บริการสปานี้ด้วยเหตุผลคือเพื่อผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด บ้างก็ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จักประกอบกับลักษณะวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญในเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพและนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพนั่นเอง โดยนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการสปาผ่านทางอินเทอร์เน็ต จากเอกสารประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และติดต่อสถานบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ และติดต่อด้วยตนเองโดยการโทรศัพท์หรือใช้เครื่องโทรสารด้วยเช่นกัน บริการสปาที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ คือ การนวดไทยแผนโบราณมากที่สุด รองลงไปได้แก่ การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย การนวดฝ่าเท้า หรือจะเป็นการดูแลผิวพรรณและใบหน้า รวมไปถึงการเสริมสวย ทำผมและทำเล็บมือ-เล็บเท้า ตามลำดับ โดยเฉลี่ยแล้วจะใช้เวลาในการมาใช้บริการสปาเฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อครั้ง

สุชาวลี สุทธิคณี (2542) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ดังนี้

- ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี มีสถานะภาพสมรส มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรีและรายได้ต่อเดือน 5,100 – 10,000 บาท
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคตามความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านบุคคลและการบริการเครื่องมือ สถานที่ ภาพพจน์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด
- ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ เรียงตามลำดับที่พบ มีดังนี้ ปัญหาด้านบุคคลและบริการ ราคา เครื่องมือ สถานที่ การส่งเสริมการตลาดและภาพพจน์ นอกจากนี้ปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ และส่วนใหญ่สังคมไทยยังไม่นิยมไปใช้บริการนวดแผนโบราณเพราะทำให้เสียภาพพจน์

ในการทำแผนธุรกิจครั้งนี้ ผู้จัดทำแผนธุรกิจได้ทำการวิจัยเบื้องต้นภายใต้หัวข้อความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของ 71 Salud and Spa เพื่อให้ทราบถึงความคาดหวังของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงต่อคุณภาพการบริการ และความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า มาเป็นแนวทางในการทำแผนธุรกิจของ 71 Salud and Spa ตลอดจนกำหนดกรอบแนวความคิดในการทำแผนธุรกิจ และผู้จัดทำแผนธุรกิจได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวความคิดในการสร้างแผนธุรกิจจากแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการประกอบธุรกิจขนาดย่อมจากเว็บไซต์ <http://www.ismed.or.th/search> เพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางในการสร้างแผนธุรกิจของ 71 Salud and Spa

บทที่ 3

เครื่องมือในการวิเคราะห์แผนธุรกิจ

ผู้จัดทำแผนธุรกิจได้ทำการศึกษาค้นคว้า เครื่องมือในการวิเคราะห์แผนธุรกิจเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์จัดทำแผนธุรกิจที่สมบูรณ์ โดยได้ดำเนินการศึกษาเครื่องมือต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การตลาด
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การผลิต/ การปฏิบัติการ
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การบริหารทรัพยากรมนุษย์
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การเงิน

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การตลาด

ดัชนีชี้วัดทางการตลาด (KPI; Key Performance Indicator)

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จที่ต้องการ	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก
● ความจงรักภักดีของลูกค้าและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ● ความสามารถในการขยายฐานลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาด ● การประชาสัมพันธ์ในลักษณะปากต่อปาก	● จำนวนลูกค้าเก่าที่กลับมาใช้บริการซ้ำ ● จำนวนลูกค้าใหม่ที่มาเข้ารับบริการ ● การตอบรับที่ดีจากผลการสำรวจลูกค้า ● การมีข้อมูลลูกค้าใหม่และอัปเดตอยู่ตลอดเวลา

1.1 การพยากรณ์ยอดขาย

ปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูง การดำเนินธุรกิจและการตัดสินใจที่ถูกต้องและรวดเร็วย่อมขึ้นอยู่กับบริษัทนั้นมีข้อมูลพร้อมเพียงใด ดังนั้น ข้อมูล (Information) จึงถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญมาก หากบริษัทใดมีข้อมูลมาก ย่อมหมายถึงว่าบริษัทนั้นมีข้อได้เปรียบมากกว่าบริษัทที่มีข้อมูลน้อย ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงได้มีการนำเอากระบวนการพยากรณ์ยอดขายเพื่อให้การพยากรณ์มีความถูกต้องมากขึ้นโดยอาศัยข้อมูลทางสถิติ (Statistics) ที่ผ่านมา และในขณะเดียวกันการพยากรณ์ยอดขายที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงยังจะส่งผลให้การจัดเก็บสินค้าคงคลังนั้นมีความถูกต้องมากขึ้น เป็นลำดับ

เนื่องจากบริษัทฯ ได้เปิดให้บริการจริงตั้งแต่ปลายปี 2545 จนมาถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 1 ปีแล้ว ทำให้บริษัทฯ สามารถประมวลผลข้อมูลยอดขายจริงของสปาแต่ละรูปแบบตั้งแต่ทำการเปิดให้บริการจนถึงปัจจุบัน ดังนั้นในการพยากรณ์ยอดขายในอนาคตบริษัทฯ จึงได้เน้นการวิเคราะห์จากข้อมูลจริงในอดีตที่ผ่านมาเป็นสำคัญ โดยในการพยากรณ์จะมีพารามิเตอร์ที่สำคัญทั้งปัจจัยภายในและภายนอกดังนี้

- 1.1.1 เป้าหมายทางการตลาดที่บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายไว้
- 1.1.2 มูลค่าตลาดรวมของธุรกิจสปาในประเทศไทย (Day Spa) ในปีนั้น ๆ
- 1.1.3 อัตราเงินเฟ้อในปีนั้น ๆ (Inflation rate)

1.1.4 แนวโน้ม (Trend) ของตลาดโดยรวมหมายถึงอุปทานและอุปสงค์ในตลาดภาครวม

1.1.5 อัตราการเติบโต (Growth Rate) ของธุรกิจสปาหรือการบริการในภาคตลาดรวม

อย่างไรก็ตามการพยากรณ์ยอดขายต้องเป็นอะไรที่สามารถปฏิบัติได้จริงหรือไม่เกินความสามารถที่จะทำได้ถึงเป้าหมายที่บริษัท ได้ตั้งไว้ ไม่เช่นนั้นแล้วการพยากรณ์ยอดขายก็ไม่ได้ก่อให้เกิดผลที่ใช้ได้จริงในธุรกิจเช่นกัน ทั้งนี้หลังจากมีการพยากรณ์ยอดขายไว้แล้วบริษัท ก็จะมีการนำตัวเลขการพยากรณ์มาเปรียบเทียบกับยอดขายจริงภายหลังจากที่มีการดำเนินงานตามแต่ละช่วงเวลาที่ตั้งไว้ เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวของยอดขายจริงต่อการพยากรณ์และมากไปกว่านั้น ทำให้ทราบว่าต้องเพิ่มยอดขายอีกเป็นจำนวนเท่าไรเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์หลักที่ตั้งไว้ และท้ายสุดเพื่อการพยากรณ์ยอดขายในอนาคตที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

1.2 การวิจัยตลาด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ

1.2.1 แบบสอบถาม (เอกสารแนบในภาคผนวก)

แบบสอบถามได้มีการปรับปรุงและดัดแปลงให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยภายใต้หัวข้อ “ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 71 Salud and Spa” เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ทางการตลาดเพื่อจัดทำแผนธุรกิจ โดยโครงสร้างแบบสอบถามทั้งหมดถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง คำถามข้อที่ 1 ถึงข้อที่ 6 จำนวน 6 คำถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบ Multiple Choices Questionnaire ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

- เพศหญิง
- เพศชาย

ข้อที่ 2 อายุ โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

เกณฑ์ในการกำหนดช่วงอายุ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11) คำนวณดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

- ต่ำกว่า 20 ปี
- 20 - 29 ปี
- 30 - 39 ปี
- 40 - 49 ปี
- 50 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพการสมรส โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลนามกำหนด (Nominal Scale) ได้แก่

- โสด
- สมรส/อยู่ด้วยกัน
- หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษาสูงสุด โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่

- ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
- ระดับปริญญาตรี
- สูงกว่าระดับปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลนามกำหนด (Nominal Scale) ได้แก่

- ราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน
- ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- แม่บ้าน/พ่อบ้าน
- นักเรียน/นักศึกษา
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ข้อที่ 6 รายได้ต่อเดือน โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์รายได้ต่อเดือน โดยใช้รายได้ต่อเดือนระดับบี-บีบวก (ซึ่งจัดเป็นกลุ่มชนชั้นกลาง) ผู้วิจัยจึงใช้ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 40,000 บาท เป็นเกณฑ์ในการกำหนดช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง (71 Salud & Spa)

ใช้เกณฑ์การกำหนดช่วงรายได้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11) คำนวณดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 10,001-20,000 บาท
- 20,001-30,000 บาท
- 30,001-40,000 บาท
- 40,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2

2.1 เป็นคำถามที่วัดคุณภาพการบริการของ 71 Salud & Spa ประกอบด้วยแบบสอบถามวัดความคาดหวัง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) จำนวน 33 ข้อ ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินดังนี้

<u>ระดับความคาดหวัง</u>	<u>ค่าประเมิน</u>
คาดหวังมากที่สุด	5
คาดหวังค่อนข้างมาก	4
เฉยๆ	3
คาดหวังค่อนข้างน้อย	2
คาดหวังน้อยที่สุด	1

2.2 เป็นคำถามที่วัดคุณภาพการบริการของ 71 Salud & Spa ประกอบด้วยแบบสอบถามวัดการรับรู้คุณภาพการบริการตามความรับรู้ของผู้มาใช้บริการลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) จำนวน 33 ข้อ ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

<u>ระดับการรับรู้</u>	<u>ค่าประเมิน</u>
เป็นจริงมากที่สุด	5
เป็นจริง	4
เฉยๆ	3
ไม่เป็นจริง	2
ไม่เป็นจริงมากที่สุด	1

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด. 2542: 82)

ความกว้างของอันตรภาคชั้น

=

(คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด)

จำนวนชั้น

=

(5 – 1)

5

=

0.8

ดังนั้น เกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	คาดหวังมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	คาดหวังค่อนข้างมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	คาดหวังค่อนข้างน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	คาดหวังน้อยที่สุด

และเกณฑ์เฉลี่ยของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการสามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	เป็นจริงมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	เป็นจริง
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ไม่เป็นจริง
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่เป็นจริงมากที่สุด

เกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการประยุกต์จากการวัดคุณภาพการบริการของพาราสูรามัน, เซทแอล์ม และ เบอรรี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1989 :133) ดังนี้

คะแนนการรับรู้ ลบ คะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็นบวก หมายถึงมีคุณภาพการบริการสูงหรือประทับใจในคุณภาพการบริการ

คะแนนการรับรู้ ลบ คะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็นศูนย์ หมายถึงมีคุณภาพการบริการปานกลางหรือไม่พอใจในการบริการ

คะแนนการรับรู้ ลบ คะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็นลบ หมายถึงมีคุณภาพในการบริการต่ำหรือไม่พอใจในการบริการ

ส่วนที่ 3

- 3.1 พหุติกรรมโดยทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อ 40-46
- 3.2 พหุติกรรมการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa ข้อ 47-57
- สอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง คำถามข้อที่ 40 ถึงข้อที่ 55 จำนวน 16 คำถาม ได้แก่
- 3.1 พหุติกรรมโดยทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อ 40-46
- คำถามเกี่ยวกับพหุติกรรมโดยทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close – ended Question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
- 3.2 พหุติกรรมการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa ข้อ 47-55
- ข้อที่ 47 คำถามเกี่ยวกับพหุติกรรมการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa ทางด้านความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการ ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลอัตราส่วน (Ratio Scale)
- ข้อที่ 48 คำถามเกี่ยวกับพหุติกรรมการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa ทางด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลอัตราส่วน (Ratio Scale)

- ข้อที่ 49 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa ทางด้านเหตุผลในการมาใช้บริการสปา แบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียวจาก คำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
- ข้อที่ 50 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa ทางด้านประเภทของการเข้ารับบริการครั้งสุดท้าย แบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียวจาก คำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
- ข้อที่ 51 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa ทางด้านช่วงเวลาในการมาใช้บริการสปา แบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียวจาก คำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
- ข้อที่ 52 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa ทางด้านวันเวลาในการมาใช้บริการสปา แบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียวจาก คำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
- ข้อที่ 53 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการทางด้านสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามที่ท่านเคยใช้บริการนอกเหนือจาก 71 Salud & Spa ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire)
- ข้อที่ 54 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการแนวโน้มในการมาใช้บริการในอนาคตทางด้านความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการ ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลอัตราส่วน (Ratio Scale)
- ข้อที่ 55 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการแนวโน้มในการมาใช้บริการในอนาคตทางด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) โดยระดับการวัดข้อมูลสเกลอัตราส่วน (Ratio Scale)

ส่วนที่ 4

เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในคำถามส่วนอื่นๆ (คำถามข้อที่ 56 ถึงข้อที่ 57 จำนวน 2 คำถาม)

1.2.2 บทสัมภาษณ์ – ผู้ประกอบการ/ ผู้บริหาร 71 Salud & Spa

เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) เพื่อให้ผู้ตอบสามารถเสนอความคิดเห็นจากบทสัมภาษณ์โดยรายละเอียดของหัวข้อในการสัมภาษณ์มีดังต่อไปนี้

- 1.2.2.1 ที่มา กว่าจะมาเป็น 71 Salud & Spa
- 1.2.2.2 ทำไมถึงต้องเป็นสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 71 Salud and Spa
- 1.2.2.3 หัวใจหลักของการทำธุรกิจสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม
- 1.2.2.4 ปัจจัย/ กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ เช่น 7P (1 สินค้าและบริการ (Products & Services), 2 ราคา (Price), 3 สถานที่ (Place), 4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion), 5บุคลากร (People), 6 การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (Image/ Brand), 7 กระบวนการ (Process) เป็นต้น
- 1.2.2.5 มุมมองและหลักการในการบริหารการจัดการและการบริหารทรัพยากรมนุษย์
- 1.2.2.6 มุมมองและผลกระทบของปัจจัยภายนอก เช่นวิกฤตเศรษฐกิจ ต่อการบริหารธุรกิจ ในยุคปัจจุบัน
- 1.2.2.7 อุปสรรคปัญหาต่าง ๆ ที่ได้รับหรือเผชิญทั้งทางตรงและทางอ้อมจากธุรกิจ สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 71 Salud and Spa

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การปฏิบัติการ

ดัชนีชี้วัดทางด้านการปฏิบัติการ (KPI; Key Performance Indicator)

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จที่ต้องการ	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก
● ความสามารถในการลดต้นทุนในการให้บริการ และการบริหารงาน รวมถึงสินค้าคงคลัง ● ความเชื่อถือและการมั่นใจในการบริการจากลูกค้า	● จำนวนข้อร้องเรียนของผู้รับบริการที่มีต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ● ร้อยละของผู้รับบริการที่มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ● Corporate inventory คือ ดัชนีการวัดภาพรวมของสินค้าคงคลังของบริษัท ● Service Level หรือ Stock Availability คือ ดัชนีการวัดค่าความพอเพียง ของสินค้าคงคลังที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา

หลักในการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

ปัญหาในการควบคุมร้านค้าในการจัดการกับสินค้าก็คือ สินค้าไม่พอขาย และสินค้าขายไม่ได้ ซึ่งเป็นผลกระทบโดยตรงของการจัดการควบคุมสินค้าและการจัดการสั่งซื้อ รวมถึงผลกระทบในด้านธุรกิจ เช่น การควบคุมการเงินและกำไรจากธุรกิจ ความพึงพอใจต่อการบริการของลูกค้า เป็นต้น สินค้าบางชนิดอาจไม่ได้มีน้ำหนักในแง่ของการทำกำไร แต่จะเป็นต้องมีไว้เพื่อการบริการ เนื่องจากลูกค้ามีความต้องการที่จะเลือกซื้อสินค้าหลายอย่าง ดังนั้นการบริหารงานระบบควบคุมสินค้าคงคลังจะเป็นยุทธศาสตร์ของการทำธุรกิจที่สำคัญต่อผลกำไรเป็นอย่างมาก

สินค้าคงคลัง : STOCK คือ สินค้าที่จัดไว้รอสำหรับการจัดจำหน่าย นั่นก็คือ สินค้าทุกจุดจะเป็นสินค้าสำหรับจำหน่ายทั้งนั้น เราอาจมองสินค้าที่ยังคงอยู่ในร้านทั้งหมดเป็นสต็อก หรือสินค้าคงเหลือได้ดังนี้

- สินค้าหน้าร้าน หรือสินค้าที่วางตามชั้นวางสินค้าตามจุดต่างๆ พร้อมทั้งจะให้ลูกค้าหยิบหรือซื้อได้ทันที
- สินค้าหลังร้าน หรือสินค้าที่อยู่ในคลังเก็บสินค้า สามารถพร้อมจำหน่ายได้ทันที ซึ่งเรามักจะหมายถึงการควบคุมสินค้าคงคลัง

การควบคุมสินค้าคงคลัง ที่ได้นำมาใช้คือ

ระบบสต็อกเดียว คือ การควบคุมตัวเลขรวมของสินค้าทั้งหมดในร้าน ทั้งบริเวณหน้าร้านที่พร้อมขายรวมถึงเตรียมไว้สำหรับให้บริการและหลังร้านรวมกัน

การควบคุมทางด้านปริมาณสินค้า

การควบคุมปริมาณสินค้าที่ดีควรให้สินค้ามีปริมาณที่พอเหมาะไม่มากจนมีสินค้าค้างสต็อกเป็นเวลานาน จนก่อให้เกิดผลเสีย สูญเสียดอกเบี้ยที่ควรได้รับ เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน หรือต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้ามากกว่าที่ควร แต่ก็ไม่ควรมีสินค้าน้อยมากจนไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การใช้คอมพิวเตอร์ในการควบคุมสินค้าคงคลังจะใช้ซอฟต์แวร์มาช่วยในการรายงานข้อมูลและทำการประมวลผลข้อมูลเกี่ยวกับสต็อกสินค้า เพื่อช่วยในด้านการจัดซื้อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และมีสต็อกสินค้าที่พอเหมาะโดยคอมพิวเตอร์จะรายงานยอดสินค้าคงเหลือแต่ละชนิดว่ามีปริมาณคงเหลือเท่าใด พร้อมทั้งแสดงจำนวนต่ำสุดและสูงสุดของสินค้าชนิดนั้นว่าจำเป็นเท่าไร ทำให้ทราบว่สต็อกของสินค้าขณะนั้นเป็นอย่างไร ควรทำการสั่งซื้อเมื่อใด และสั่งในปริมาณเท่าไร นอกจากนี้คอมพิวเตอร์จะรายงานเกี่ยวกับสินค้าที่ต่ำกว่ายอดคงคลังหรือสูงกว่ายอดคงคลัง การใช้คอมพิวเตอร์จึงมีความสะดวกในการควบคุมสต็อกเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตามการควบคุมทางด้านปริมาณสินค้าในส่วนของสต็อกยังใช้การควบคุมทางด้านเอกสาร โดยใช้สต็อกการ์ดเป็นเอกสารในการควบคุมสินค้าในคลังเก็บสินค้าทำให้เกิดการควบคุมที่ตัวสินค้าจริง และมีผู้รับผิดชอบในการดูแลสินค้าภายในคลังเก็บสินค้า

ระบบการสั่งซื้อสินค้า

บริษัทฯ จะสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต ให้เพียงพอต่อการจำหน่ายสินค้าในรอบหนึ่งๆ เท่านั้น โดยใช้ระบบการคำนวณที่เหมาะสม โดยใช้ระบบการออกไปสั่งซื้อสินค้าไปยังผู้ผลิตแต่ละรายโดยใช้ระบบการสั่งซื้อโดยบุคคล (Manual Purchase Order) ทำการคำนวณปริมาณในการสั่งซื้อและออกไปสั่งซื้อโดยใช้พาวเวอร์ที่สำคัญ ดังนี้ คือ

- รอบการสั่งซื้อสินค้า (Order Cycle) เป็นจำนวนครั้งต่อเดือน เช่น Order Cycle ทุก ๆ สัปดาห์ หรือ ทุก ๆ เดือน โดย Order Cycle ยังถูกนำมาใช้ในการคำนวณ Model Stock
 - สถิติระยะเวลาที่ผู้ผลิตใช้ในการส่งสินค้า (Lead Time) หลังจากที่ได้รับใบสั่งซื้อ (ย้อนหลัง 90 วัน) จะมีผลต่อการคำนวณปริมาณการสั่งซื้อ
 - ปริมาณสินค้าสำรอง (Minimum Safety) หากยอดขายเพิ่มขึ้นมากกว่ายอดขายเฉลี่ย โดยคิดเป็นจำนวนวันของยอดขายเฉลี่ย โดยปกติจะสำรองไว้ 5 วันของยอดขายเฉลี่ย ซึ่งในส่วนนี้สามารถเพิ่มลดได้ แล้วแต่กรณีที่เพิ่มหรือลดสินค้าคงคลัง
 - วิธีการคำนวณสินค้าทดแทน (Model Stock) ปริมาณสินค้าที่จำเป็นต้องมีในรอบการสั่งซื้อต่อไปใช้ในการเปรียบเทียบเพื่อคำนวณปริมาณการสั่งซื้อ จำนวนได้จาก
$$\text{วิธีการคำนวณสินค้าทดแทน} = \text{ค่าเฉลี่ยของการขาย (Average Sales) ต่อเดือน (Month)} \times \text{รอบการสั่งซื้อสินค้า (Order Cycle)} + \text{ปริมาณสินค้าที่สำรอง } \geq \text{Minimum Safety}$$
- “ ประยุกต์ใช้วิธีการคำนวณสินค้าทดแทน (Model Stock) จากธุรกิจค้าปลีก ”

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การบริหารทรัพยากรมนุษย์
ดัชนีชี้วัดทางด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (KPI; Key Performance Indicator)

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จที่ต้องการ	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก
• ความภักดีของพนักงานและการลดอัตราการออกจากงานและการหาพนักงานใหม่ • เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ จริยธรรม ขวัญและกำลังใจ และจิตสำนึกในการให้บริการเพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นที่ยอมรับ รวมทั้งมีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการปฏิบัติงานให้บรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร	• ความพึงพอใจของผู้บริหาร ต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน • ความพึงพอใจของพนักงานต่อการปฏิบัติงาน (Employee Satisfaction) • อัตราการสูญเสียเจ้าหน้าที่ (Turn Over Rate)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของ 71 Salud & Spa

ลักษณะการบริหารงานด้านการจัดสรรทรัพยากรบริษัทฯ ได้มีระบบปฏิบัติการต่างๆ มาช่วยในการสรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพตรงต่อความต้องการของหน่วยงาน โดยในแต่ละหน่วยงานต่างก็มีความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกัน ซึ่งหัวหน้าในแต่ละส่วนงานจะต้องแจ้งรายละเอียดหรือคุณสมบัติของพนักงานที่เข้ามาดำเนินงาน โดยระบบปฏิบัติการดังกล่าวมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการคัดสรรบุคลากร (Recruit the best)

กระบวนการในการสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และมีความเหมาะสมมากที่สุดเข้ามาทำงาน ระบบงานนี้จะเริ่มต้นจากการเก็บรายละเอียดของบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจจะร่วมงานกับ 71 Salud & Spa โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะนำเอาข้อมูลต่างๆ มาเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูลกลางโดยระบบดังกล่าวแผนกบุคคลสามารถที่จะระบุความต้องการคัดเลือกคุณสมบัติพิเศษต่างๆ ของผู้สมัครนำมาเข้าสู่กระบวนการด้วย

ระบบนี้เองจึงทำให้การคัดเลือกสามารถได้พนักงานที่ตรงความต้องการ ในขณะเดียวกัน ข้อมูลดังกล่าวแผนกบุคคลสามารถเก็บไว้ได้เป็นระยะเวลายาวนาน เมื่อไรที่ต้องการก็สามารถค้นหาได้ทันที

สำหรับวิธีการในการสรรหาบุคลากรบริษัทได้นำโปรแกรมการวางแผนสืบทอดตำแหน่งต่อ (Succession Planning) ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับจากโปรแกรมนี้คือความจงรักภักดีต่อองค์กร และขวัญกำลังใจที่จะได้รับ เนื่องจากพนักงานเดิมสามารถที่จะปรับระดับงานสูงขึ้นและดึงพนักงานเก่าขึ้นมาแทนที่โดยประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้

- การวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ โดยผู้บริหารระดับบริษัท ผู้บริหารในหน้าที่ และผู้บริหารที่มีทักษะ
- การตรวจสอบผู้บริหารระดับสูงที่มีอยู่ว่ามีปริมาณเพียงพอหรือไม่ โดยมุ่งหาจากแหล่งภายในและภายนอก
- วางแผนอาชีพของพนักงานแต่ละคน โดยพิจารณาความต้องการในอนาคตของพนักงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน
- แนะนำอาชีพให้แก่พนักงาน โดยพิจารณาจากความต้องการของบริษัทและความต้องการของพนักงานเป็นรายบุคคลด้วย
- ทำการเลื่อนตำแหน่งพนักงาน โดยให้เป็นไปตามความต้องการของบริษัท
- ฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน เพื่อเตรียมตัวเลื่อนตำแหน่ง สำหรับอนาคต
- การสรรหาและการบรรจุบุคลากรเข้าดำรงตำแหน่งต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการในอนาคตของบริษัท

โดยการวางแผนทรัพยากรบุคคล เป็นการพยายามนำมาซึ่งแรงงานที่ตรงกับวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

- คนที่เหมาะสม
- จำนวนแรงงานที่พอดี
- มีความรู้ ความชำนาญ และมีประสบการณ์เหมาะสม
- ความรู้ ความสามารถตรงกับสายงาน
- อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม
- ด้วยค่าจ้างเหมาะสม

2. การรักษาทรัพยากรบุคคล (Retention)

บริษัทได้นำวิธีการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานซึ่งรูปแบบของการจูงใจจะออกมาในวิธีการจ่าย

ผลตอบแทน (Compensation) 2 รูปแบบ ได้แก่

- การจ่ายผลตอบแทนเป็นเงินสด ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าจ้าง เงินเดือน โบนัส โดยพิจารณาตามระยะเวลาการทำงานหรือดูจากผลของการปฏิบัติงาน เช่น ค่าจ้างรายชั่วโมง รายวัน โบนัส รายเดือน รายปีหรือต่อชิ้นงาน
- การจ่ายผลตอบแทนสิ่งที่มีใช้เงิน ซึ่งประกอบไปด้วย การจูงใจ ผลประโยชน์อื่นๆ การท่องเที่ยว และสวัสดิการรวมทั้งการปรับตำแหน่งให้แก่พนักงาน

3. การพัฒนาและฝึกอบรม (Development)

เป็นการเสริมสร้างทักษะทางแนวความคิด กฎเกณฑ์ ทักษะเพื่อเพิ่มผลการทำงานของพนักงาน หรือเป็นกระบวนการฝึกหัดงานให้แก่พนักงานใหม่เพื่อให้มีความรู้ความชำนาญในเทคนิคพิเศษต่างๆ ซึ่งจะประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานจริง การฝึกอบรมจะแนะนำเรื่องเกี่ยวกับการบริการเฉพาะทางในการให้บริการลูกค้าภายใต้ สภาพที่ครบวงจรโดยเน้นการบริหารและการบริการแบบมืออาชีพ เนื่องจากบริษัท ต้องการเน้น การตอบสนองอย่างรวดเร็วด้านคุณภาพ (Quality) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่หลากหลาย (Variety) และตอบสนองความเป็นกันเองกับลูกค้า (Customization) ให้ความสะดวกสบาย (Convenience) และสม่ำเสมอ ดังนั้นการฝึกอบรมเทคนิคด้านต่าง ๆ จึงต้องมีการจัดทำอย่างสม่ำเสมอ

ประโยชน์ของการฝึกอบรม บริษัทฯ ได้เล็งเห็นว่าการฝึกอบรมสามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จโดย

- สร้างความมั่นใจว่าพนักงานใหม่ที่จะเข้ามาทำงานใน 71 Salud & Spa มีทักษะและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจริงจากการฝึกอบรม
- ลดความเสี่ยงของอันตรายที่อาจเกิดขึ้นด้วยการขยายการฝึกอบรมเพิ่มเติมแก่พนักงานซึ่งทำงานเกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ วัสดุหรือขบวนการที่มีอันตรายเพื่อให้มีความรู้ก่อนปฏิบัติงาน
- เพื่อแน่ใจว่าความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมพนักงานจะทราบถึงวิธีการป้องกันสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง
- สามารถพิจารณาประสิทธิภาพของงานเพื่อลดความเสี่ยง ความรอบคอบ

4. การประเมินผลงาน (Personal Development Plan)

บริษัทฯ ได้มีการประเมินผลงานอย่างเป็นทางการโดยเกณฑ์การประเมินได้กำหนดเป็นมาตรฐานกลางโดยการประเมินจะกระทำโดย

- วิธีการประเมินตนเอง (Self Appraisal) ประเมินโดยการเขียนข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจและบรรยายจุดแข็ง จุดอ่อนของตนเองซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องการการเขียนบรรยาย (Essay) เป็นเทคนิคการประเมินที่สำคัญซึ่งมักต้องใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน และเพื่อให้สะดวกในการเปรียบเทียบพนักงานสำหรับการพิจารณาในการจ่ายค่าตอบแทน
- การประเมินจะกระทำโดยหัวหน้างานโดยตรง (ขั้นต้น) และหลังจากนั้นจะมีการทบทวนโดยหัวหน้าของผู้ประเมินอีกครั้ง

แบบฟอร์ม : การวิเคราะห์หน้าที่งาน (Functional Analysis)

ฝ่ายงาน : _____

หน้าที่ความรับผิดชอบ _____

ภารกิจ	ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ
ภารกิจ : _____	F : _____ C : _____ I : _____ L : _____

4. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน

ดัชนีชี้วัดทางการเงิน (KPI; Key Performance Indicator)

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จที่ต้องการ	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก
• ความสามารถในการลงทุนในระยะสั้น • ความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่องในธุรกิจ • ความสามารถในการเพิ่มทุนและขยายการบริการ	• ผลการวิเคราะห์ที่เป็นบวกในด้านการเงินของธุรกิจ เช่น งบกำไรขาดทุน งบดุล และการประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า รวมถึงการวิเคราะห์ความเป็นไปได้โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงินในด้านต่าง ๆ

การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงินนี้ จะประกอบด้วย การศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนของแผนธุรกิจ การวิเคราะห์งบการเงินและการประเมินความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจ การวิเคราะห์ ความไว (Sensitivity Analysis) และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ซึ่งให้เป็นเกณฑ์การตัดสินใจลงทุน เพื่อให้ทราบว่าแผนธุรกิจคุ้มค่าควรแก่การปรับ ขยายหรือ รักษาไว้หรือไม่

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของแผนธุรกิจ ประกอบด้วย

- เงินลงทุนและค่าใช้จ่ายในการจัดทำแผนธุรกิจ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment Costs) ได้แก่

หมวดที่ 1	ค่าก่อสร้าง
หมวดที่ 2	สินค้า
หมวดที่ 3	ฟอร์ม + ผ้าขนหนู
หมวดที่ 4	เครื่องใช้สำนักงาน
หมวดที่ 5	สุขภัณฑ์
หมวดที่ 6	เครื่องเสียง
หมวดที่ 7	เฟอร์นิเจอร์
หมวดที่ 8	อื่น ๆ
หมวดที่ 9	สวน
หมวดที่ 10	ไฟฟ้า + ป้าย
หมวดที่ 11	เครื่องออกกำลังกาย

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Costs) ได้แก่

หมวดที่ 1	เงินเดือนพนักงาน และผู้บริหาร
หมวดที่ 2	ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา
หมวดที่ 3	ค่าเสื่อมราคาวัสดุ อุปกรณ์สำนักงาน
หมวดที่ 4	ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการตลาด
หมวดที่ 5	ค่าซ่อมบำรุงอุปกรณ์และเครื่องใช้ต่าง ๆ
หมวดที่ 6	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

ผลตอบแทนจากแผนธุรกิจ

หมายถึง รายได้จากค่าธรรมเนียมบริการใน 71 Salud & Spa ซึ่งคำนวณจาก

$$\begin{aligned} \text{รายได้} &= \text{จำนวนลูกค้า} \times \text{อัตราค่าบริการของการบริการแต่ละประเภท และ} \\ \text{รายได้} &= \text{จำนวนสินค้า} \times \text{ราคาขายของสินค้าแต่ละชนิด} \end{aligned}$$

แหล่งที่มาของเงินทุน (Source of Fund)

- แหล่งเงินทุนภายใน ได้จากเงินทุนของเจ้าของกิจการ
- แหล่งเงินทุนภายนอก ได้จากการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน (Alternative for expansion if needed)

การวิเคราะห์งบการเงินของโครงการ

เป็นการประมาณงบการเงินต่าง ๆ ได้แก่ งบกำไรขาดทุนและงบดุลล่วงหน้า และการประมาณการกระแสเงินสด

- งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า เป็นงบแสดงรายได้และค่าใช้จ่ายของกิจการ จัดทำขึ้นเพื่อแสดงผลการดำเนินงานของโครงการล่วงหน้าตลอดอายุของการทำแผนธุรกิจ ว่าในแต่ละปีที่ทำคาดว่าจะได้กำไรหรือขาดทุนเท่าใด (ฐาปนา ฉินไพศาลและอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2545 : 39-45) และใช้วางแผนการขาย แผนค่าใช้จ่ายในการบริหารทั่วไป และแผนการลงทุนที่ได้ทำการวิเคราะห์ไว้ (ณดา จันทรสม. 2543 : 9)
- งบดุลล่วงหน้า จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้บริหารเห็นถึงฐานะทางการเงิน ตลอดอายุของโครงการ ซึ่งประกอบด้วย สินทรัพย์ หนี้สินและ ส่วนของเจ้าของ
- ประมาณการงบกระแสเงินสด เป็นการแสดงกระแสเงินสดรับและจ่ายของแผนธุรกิจ เพื่อให้ผู้บริหารสามารถวางแผนจัดหาเงินสดและควบคุมการใช้เงินตลอดอายุของแผนงาน (ฐาปนา ฉินไพศาลและอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2545 : 39-45)

เกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุน ปรับ ขยายกิจการตามแผนธุรกิจ

การศึกษาครั้งนี้ จะใช้เครื่องมือทางการเงินต่าง ๆ ได้แก่ Break Even Analysis, Pay back period, NPV, IRR, ARR และ ROI/ ROE ในการวิเคราะห์ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ซึ่งจะมีเกณฑ์การตัดสินใจลงทุนดังนี้ (กรวิทย์ วงศ์เนตรสว่าง. 2541 : 7-8)

1. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Analysis)

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นเทคนิคที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายคงที่ ค่าใช้จ่ายผันแปรและกำไร การวิเคราะห์นี้จะใช้การวางแผนกำไร โดยใช้เป็นเครื่องมือสำหรับกำหนดจุดรายได้ที่จะคุ้มกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดพอดี ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะพิจารณาว่าจำนวนลูกค้าและรายได้ที่จะทำให้ถึงจุดคุ้มทุนของกิจการอยู่ ณ ระดับใด (ฐาปนา ฉินไพศาลและอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2545: 39-45)

เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน

ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน

=

ต้นทุนคงที่

ขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

=

ต้นทุนคงที่

กำไรส่วนเกินต่อหน่วย

เกณฑ์การตัดสินใจ

- ถ้าระยะเวลาของจุดคุ้มทุนที่คำนวณได้น้อยกว่าระยะเวลาจุดคุ้มทุนที่ต้องการถือเป็นแผนธุรกิจที่น่าสนใจลงทุนหรือขยายกิจการ
- ถ้าระยะเวลาของจุดคุ้มทุนที่คำนวณได้มากกว่าระยะเวลาจุดคุ้มทุนที่ต้องการถือเป็นแผนธุรกิจที่ยังไม่น่าลงทุนหรือขยายกิจการ

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

โดยมีหลักเกณฑ์ว่าแผนธุรกิจที่มีความเหมาะสมด้านการเงินคือ NPV มากกว่าศูนย์หรือเป็นค่าบวก แสดงว่ามีความเหมาะสมที่จะลงทุน ปรับ ขยายกิจการ กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม

เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน

มูลค่าปัจจุบัน (Net present value : NPV)

คือผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุของแผนธุรกิจ กับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายออกไปภายใต้ธุรกิจที่กำลังพิจารณา ณ อัตราที่กำหนด (เพชร ชุมทรัพย์. 2538: 237) หรือเป็นผลต่างระหว่างผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิหลังหักภาษีในแต่ละปีกับ เงินลงทุนแรกเริ่มของโครงการ (Keown and others. 1996 : 318) โดยมีสูตรดังนี้

สูตร

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{ACF_i}{(1 + k)^i} IO$$

เมื่อ	ACF _i	แทน	กระแสเงินสดสุทธิหลังหักภาษีที่เกิดขึ้นในปีที่ 1
	K	แทน	อัตราส่วนลดที่เหมาะสม
	IO	แทน	เงินลงทุนเริ่มแรก (Initial cash outlay)
	n	แทน	อายุของโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจ

- ถ้า NPV มีค่าเป็น บวก สามารถยอมรับการตัดสินใจในการเพิ่มการลงทุน/ ขยายกิจการตามแผนธุรกิจ
- ถ้า NPV มีค่าเป็น ลบ ปฏิเสธการยอมรับการตัดสินใจในการเพิ่มการลงทุน/ ขยายกิจการตามแผนธุรกิจ

3. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

เป็นการพิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุน ถ้าโครงการมีระยะเวลาคืนทุนเร็ว ถือว่าเป็นโครงการที่ดี เพราะมีความปลอดภัยจากความเสี่ยงที่ไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น (http://www.geocities.com/teacher_jrp/s_finaleft.htm)

เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน

ระยะเวลาในการคืนทุน (PB) =
$$\frac{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}}$$

เกณฑ์การตัดสินใจ

- ถ้าระยะเวลาในการคืนทุนที่คำนวณได้น้อยกว่าระยะเวลาในการคืนทุนที่ต้องการถือเป็นแผนธุรกิจที่น่าสนใจลงทุนหรือขยายกิจการ
- ถ้าระยะเวลาในการคืนทุนที่คำนวณได้มากกว่าระยะเวลาในการคืนทุนที่ต้องการถือเป็นแผนธุรกิจที่ยังไม่น่าลงทุนหรือขยายกิจการ

4. อัตราผลตอบแทนคิดลด (Internal rate of return : IRR)
คืออัตราส่วนลดที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับ ศูนย์ (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. 2544 : 137) ดังนั้น IRR จึงเป็นอัตราผลตอบแทนที่ทำให้โครงการนั้นคุ้มทุนพอดีนั่นเอง โดยมีสูตรดังนี้

เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน

สูตร

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

เมื่อ	B _t	แทน	ผลตอบแทนในปีที่ t
	C _t	แทน	ต้นทุนในปีที่ t
	r	แทน	อัตราส่วนลดที่เหมาะสม
	n	แทน	จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจ

ถ้า IRR มีค่า มากกว่า หรือเท่ากับ อัตราดอกเบี้ยที่ใช้ในการคิดลด (Discount rate) สามารถยอมรับการตัดสินใจในการเพิ่มการลงทุน ขยายกิจการตามแผนธุรกิจ
ถ้า IRR มีค่า น้อยกว่า หรือเท่ากับ อัตราดอกเบี้ยที่ใช้ในการคิดลด (Discount rate) ไม่ยอมรับการตัดสินใจในการเพิ่มการลงทุน ขยายกิจการตามแผนธุรกิจ

5. อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return: ARR)

เป็นอัตราส่วนระหว่างกำไรสุทธิหลังหักภาษีถัวเฉลี่ยกับเงินลงทุนสุทธิของโครงการถัวเฉลี่ย หรือมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ถัวเฉลี่ยซึ่งจะสามารถคำนวณได้ดังนี้
(http://www.geocities.com/teacher_jrp/s_finaleft.htm)

เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน

อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) = $\frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษีถัวเฉลี่ย}}{\text{เงินลงทุนสุทธิถัวเฉลี่ย}} \times 100\%$

อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) = $\frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษีถัวเฉลี่ย}}{\text{มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ถัวเฉลี่ย}}$

มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ถัวเฉลี่ย = $\frac{\text{ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์} - \text{มูลค่าซาก}}{2}$

เกณฑ์การตัดสินใจ

- อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) ที่คำนวณได้ มากกว่า หรือ เท่ากับ อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ สามารถ ยอมรับในแผนธุรกิจนั้น

- อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR)ที่คำนวณได้ น้อยกว่า อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ ปฏิเสธแผนธุรกิจนั้น

ข้อดีและข้อเสียของวิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR)

ข้อดี คือ สามารถคำนวณได้ง่ายและรวดเร็ว

ข้อเสีย คือ ไม่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบันของเงินในอนาคต

6. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่บริษัทใช้ทั้งหมด (Return On Investment: ROI)
(http://www.geocities.com/teacher_jrp/s_finaleft.htm)

เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่บริษัทใช้ทั้งหมด (Return on investment - ROI) <u>กำไรสุทธิหลังจากหักภาษี</u> สินทรัพย์ทั้งหมด	เปอร์เซ็นต์	วัดอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่บริษัทใช้ทั้งหมด : แสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมดที่บริษัทใช้ไม่ว่าจะจัดหาเงินทุนจากแหล่งใดก็ตาม
---	-------------	--

เกณฑ์การตัดสินใจ

- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่บริษัทใช้ทั้งหมด (ROI) ที่คำนวณได้มากแสดงว่าบริษัท มีการบริหารสินทรัพย์ได้เป็นอย่างดี
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่บริษัทใช้ทั้งหมด (ROI) ที่คำนวณได้น้อยแสดงว่าบริษัท ยังไม่มีการบริหารสินทรัพย์ที่ดีซึ่งควรมีการปรับปรุง

7. อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity: ROE)
(http://www.geocities.com/teacher_jrp/s_finaleft.htm)

เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน

อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on equity - ROE) <u>กำไรสุทธิหลังจากหักภาษี</u> ส่วนของผู้ถือหุ้น	เปอร์เซ็นต์	วัดอัตราผลตอบแทนจากมูลค่าตามบัญชีของส่วนของผู้ถือหุ้นที่ได้ลงทุนในบริษัทนั้น
--	-------------	--

เกณฑ์การตัดสินใจ

- อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ที่คำนวณได้มากแสดงว่าบริษัท มีการบริหารงานที่ดี ส่งผลให้เงินลงทุนในบริษัท มีอัตราผลตอบแทนที่สูงด้วย
- อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ที่คำนวณได้น้อยแสดงว่าบริษัท ยังไม่มีการบริหารงานที่ดี ส่งผลให้เงินลงทุนในบริษัท มีอัตราผลตอบแทนที่ต่ำด้วย

การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความไว คือ การกำหนดตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความไวของ NPV หรือ IRR มากที่สุด (หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ NPV หรือ IRR ของโครงการจะมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างไร) (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. 2544: 241) โดยการวิเคราะห์นี้ จะช่วยให้ผู้บริหารในการควบคุมตัวแปรที่มีผลกระทบต่อต้นทุนและผลตอบแทนของแผนธุรกิจ ในการศึกษาครั้งนี้จะพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลง 2 ด้านที่สำคัญได้แก่

- กรณีรายได้ (เพิ่มขึ้น/ ลดลงร้อยละ 5 และร้อยละ 10)
- กรณีค่าใช้จ่าย (เพิ่มขึ้น/ ลดลงร้อยละ 5 และร้อยละ 10)

บทที่ 4
การวิเคราะห์แผนธุรกิจ

ผู้จัดทำแผนธุรกิจได้ทำการศึกษาค้นคว้า และวิเคราะห์แผนธุรกิจเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนธุรกิจของ 71 Salud & Spa ที่สมบูรณ์ โดยการวิเคราะห์แผนธุรกิจประกอบไปด้วยแผนการดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แผนการตลาด
2. แผนผลิต/ ปฏิบัติการ
3. แผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์
4. แผนการเงิน

แผนการตลาด

ตาราง 1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของ 71 Salud & Spa (SWOT Analysis)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ความครบครันของการบริการสปาในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมทั้งมีสถานที่ในการออกกำลังกายในรูปแบบของ ฟิตเนส และเซาว์น่าที่มีผู้เชี่ยวชาญควบคุมดูแลอยู่ด้วยในบริเวณเดียวกันสถานที่เดียวกัน	1. เงินลงทุนที่จำกัดและการหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเมื่อต้องการขยายการบริการ
2. ความพร้อมของสถานที่เนื่องจากอยู่ใจกลางกรุงเทพฯ ทำให้การเดินทางมีความสะดวก และรวดเร็วประกอบกับความสะดวกสบายของสถานที่จอดรถที่กว้างขวางและปลอดภัยในบริเวณพื้นที่เดียวกัน	2. เป็นแบรนด์ที่เพิ่งเกิดใหม่ยังไม่แพร่หลาย ซึ่งต้องอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากหลาย ๆ ด้าน เพื่อสร้างการจดจำตราสินค้า (Brand Recognition)
3. ความหลากหลายของการบริการและแพ็คเกจการบริการของสปาและฟิตเนสในราคาที่คุ้มค่า	3. ความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพของผู้ให้บริการเนื่องจากการบริการขึ้นอยู่กับบุคคล
4. ความพร้อมของพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาของการบริการตามแขนงในการให้การบริการ	4. ข้อจำกัดทางด้านเวลาและบุคลากรในช่วงเวลา (Peak or Low) ลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหาคือให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า
5. ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสามารถซื้อหาเพื่อนำไปใช้ทำ สปาหรือเม้นท์ด้วยตัวเองที่บ้าน	5. ค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากอุปกรณ์ต่าง ๆ ยังต้องสั่งเข้ามาจากต่างประเทศ
6. ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เตรียมไว้เพื่อบริการทั้งในส่วนของสปาและฟิตเนส รวมถึงสถานที่ที่ให้บริการ เป็นเครื่องมือที่ได้รับการคัดค้านเทคโนโลยีมาจากต่างประเทศ ผสานเข้ากับการบริการอย่างมืออาชีพ จึงได้รูปแบบการบริการที่สร้างความประทับใจให้ลูกค้า	6. ยังขาดความชำนาญในด้านการมองตลาดและแนวโน้มในการขยายธุรกิจ
	7. ยังขาดการให้ความรู้ในเรื่องของการให้บริการทางด้านสปาสำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

โอกาส	อุปสรรค
1. การมีพันธมิตรทางธุรกิจกับ 71 สปอร์ตคลับทำให้ธุรกิจสามารถเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยผู้มาใช้บริการสปาและฟิตเนสสามารถใช้บริการสนามแบดมินตันหรือสระว่ายน้ำในร่มขนาดใหญ่ได้ในเวลาเดียวกันโดยพื้นที่บริการนั้นอยู่ติดกัน จึงก่อให้เกิดความสะดวกและความหลากหลายในการบริการที่ลูกค้าสามารถเลือกได้ในสถานที่เดียว 2. ความต้องการความสะดวกสบายและความต้องการการบริการเฉพาะบุคคลมีมากขึ้น 3. สภาวะที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากความตึงเครียดที่ได้รับจากกิจกรรม และการในการทำงาน แต่ละวัน 4. ความอ่อนล้าของร่างกายอันเนื่องมาจากภารกิจในแต่ละวัน และความต้องการการเอาใจใส่ในสุขภาพมากขึ้น 5. แนวความคิดที่จะทำการบำบัดร่างกายโดยใช้แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งไม่ทำให้เกิดอันตรายจากสารเคมี 6. คนเรากำลังถึงสุขภาพทั้งทางกายและจิตมากขึ้น และยังส่งผลมาทางด้านความงาม และรูปลักษณ์ภายนอก 7. ความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการเข้าสังคม	1. ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำจากการลดของค่าเงินบาทและโรคระบาด SARS 2. การขยายตัวจำนวนมากของธุรกิจให้บริการประเภทเดียวกัน และสภาวะการแข่งขันสูงของธุรกิจประเภทเดียวกัน

แผนการตลาด (Marketing Plan)

การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

บริษัทฯ ทำการแบ่งส่วนตลาดโดยแบ่งลูกค้าออกเป็นส่วนย่อย ๆ ที่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนย่อยในตลาดนั้นจะถูกเลือกเป็นตลาดเป้าหมายแล้วใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายตามที่กำหนด โดยจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดดังนี้

1. การแบ่งส่วนตลาดตามภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) โดยมีการตั้งเป้าหมายในการเข้าถึงผู้บริโภคตามเขตรอบข้างของบริเวณที่ตั้งของ Spa ในแถบบริเวณคลองตันหรือสุขุมวิท 71 และขยายบริเวณแบบกระจายไปยังบริเวณพระโขนง สุขุมวิท เพชรบุรีและรามคำแหง ซึ่งการกระจายจะเป็นการสร้างการรับรู้ของตรายี่ห้อ (Brand) ไปในขณะเดียวกัน

2. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) โดยใช้หลักเกณฑ์ด้านรายได้เป็นหลัก โดยมุ่งส่วนแบ่งทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท *
3. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) เป็นการแบ่งโดยอาศัยหลักเกณฑ์ดังนี้
 - การแบ่งตามหลักเศรษฐกิจศาสตร์ (Economy) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า โดยพิจารณาจากสถานที่ให้บริการด้านบุคลากร และด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ เมื่อเทียบกับราคา
 - การแบ่งตามความตื่นตัวทางด้านสุขภาพ (Health Concern) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพของตนเอง โดยเหตุผลในการมาใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายความเครียดและเพื่อให้ผิวพรรณและกล้ามเนื้อกระชับมากที่สุด โดยนอกเหนือจากนี้ยังมีการใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมการออกกำลังกายและรับประทานอาหารโดยมีการคำนึงถึงสุขภาพเป็นหลัก

กลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)

- ลูกค้ายชาวไทย / Thai Group (Primary Group)
- ลูกค้าต่างชาติ / Foreigner and Tourist Group (Secondary Group)

ลูกค้ายชาวไทย : เป้าหมายหลักเน้นกลุ่มลูกค้าเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ซึ่งมีสถานะโสด โดยมีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้อยู่ที่ระดับ 20,001 – 30,000 บาทเป็นหลัก โดยมีความต้องการความผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและจิตใจ โดยคำนึงถึงสุขภาพและการบำบัดตามวิถีทางธรรมชาติผ่านประสาทสัมผัสที่สำคัญ คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ในรูปแบบของของสปาและฟิตเนส

ลูกค้าต่างชาติ : เป้าหมายหลักเน้นกลุ่มลูกค้าทั้งเพศชายและหญิงที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงวันหยุดหรือวันพักร้อนโดยการซื้อผ่านทัวร์กรุ๊ปซึ่งเป็นการเพิ่มการบริการเข้าไปกับราคาแพคเกจของการท่องเที่ยวหรือเป็นการแนะนำของหัวหน้าทัวร์ให้แก่ลูกค้าในการมาทดลองใช้บริการสปาในรูปแบบไทย ๆ โดยกลุ่มลูกค้าต่างชาติจะเน้นความสบายและต้องการความผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและจิตใจ และการสัมผัสผ่าน รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ในรูปแบบของของสปาเป็นหลัก

2. ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychology)

- กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่เล็งเห็นความสำคัญในเรื่องของสุขภาพโดยเน้นอาหารเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย หรือการพักผ่อนอย่างเพียงพอ หรือการบำบัดด้วยวิถีทางธรรมชาติเป็นสำคัญ

* รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เป็นผลมาจากการทำการสำรวจตลาดด้วยแบบสอบถาม

- กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่ต้องการความผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและทางจิตใจและเป็นกลุ่มคนที่ห่วงใยในเรื่องของรูปลักษณ์ของร่างกาย และการต้องการความยอมรับของสังคม

3. ลักษณะทางคุณค่า (Value)

- เป็นกลุ่มคนที่ยึดหลักแนวทฤษฎีนิยม คือ จะซื้อสินค้าหรือบริการด้วยเหตุผลโดยจะต้องมีการซักถามข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงมีการสอบถามหรือผ่านการทดลองใช้จากกลุ่มบุคคลที่เชื่อถือได้ เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าและบริการที่ซื้อไปมีความเหมาะสมและไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ
- เป็นกลุ่มคนที่ยึดหลักแนวเศรษฐกิจนิยม คือ จะซื้อสินค้าและบริการด้วยราคาที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าจากบริการและสินค้าที่ได้รับเป็นหลัก โดยมีการสอบถามข้อมูลในเรื่องคุณสมบัติและบริการที่จะได้รับเป็นสำคัญ

4. ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style)

- เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่เจอกับสภาวะการแข่งขันและความกดดันทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการทำงาน ซึ่งก่อให้เกิดความตึงเครียดและความอ่อนล้าทั้งทางร่างกายและจิตใจ โดยมีความต้องการหาทางออกโดยการผ่อนคลาย
- เป็นกลุ่มคนที่เน้นศาสตร์สัมผัสทางธรรมชาติ เนื่องจากเชื่อว่าความผ่อนคลายโดยหลักธรรมชาติจะสามารถก่อให้เกิดความผ่อนคลายที่ดีต่อสุขภาพและจิตใจและไม่เป็นอันตราย
- เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่ไม่ค่อยมีเวลาว่างสำหรับการพักผ่อน จึงมีความนิยมบริการที่เติมรูปแบบโดยเฉพาะบุคคล และเน้นความสะดวกสบายและปลอดภัยเป็นหลัก

5. ลักษณะของพฤติกรรมการซื้อ (Buying Behavior)

เนื่องจากต้องการหลุดพ้นจากชีวิตประจำวันที่รีบเร่งและกดดันซึ่งก่อให้เกิดความเครียด กลุ่มเป้าหมายจึงเน้นความต้องการในรูปแบบของการบริการเฉพาะบุคคลและความสะดวกสบายที่จะได้รับโดยเน้นความปลอดภัยและสุขภาพโดยธรรมชาติบำบัด ในช่วงเวลาที่รู้สึกอ่อนล้า หรือในช่วงวันเวลาที่ว่างจากงานและไม่ต้องการพักผ่อนในรูปแบบทางกีฬาที่ต้องใช้แรงในการทำกิจกรรมแต่เน้นไปที่ความสะดวกสบายที่จะได้รับผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า หรืออีกนัยหนึ่งก็ยังเป็นการแสดงสถานะทางสังคมโดยเป็นที่ชุมนุมทางสังคมในช่วงวันหยุดพักผ่อนและความต้องการความผ่อนคลาย

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบริการ (Positioning)

เป็นสถานบริการสปาที่ครบวงจรและบริหารการบริการด้วยมืออาชีพที่มีประสบการณ์โดยมีการคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติมาเป็นส่วนประกอบในการให้บริการ ทั้งนี้ยังเป็นศูนย์ออกกำลังกายฟิตเนสที่ได้มาตรฐานในแหล่งเดียวกัน และด้วยพันธมิตรทางการค้า ลูกค้ายังสามารถใช้บริการกีฬาทั้งในร่มและกลางแจ้งซึ่งประกอบด้วยสระว่ายน้ำที่ได้มาตรฐานและสนามเบดมินตันในสถานที่บริเวณเดียวกันซึ่งถือได้ว่ามีความสะดวกสบายที่คอยไว้ให้บริการครบถ้วนในราคาที่ยุติธรรม

กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product and Service)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อการขยายการสร้างการรับรู้ของตราสินค้า (Brand Awareness)
2. เพื่อขยายตลาดและฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น
3. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการบริการสปาและความตระหนักต่อการห่วงใยในสุขภาพมากขึ้น
4. เพื่อให้มียอดขายตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
5. เพื่อสร้างความประทับใจในงานบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป

เนื่องจากธุรกิจของบริษัทฯ อยู่ในรูปลักษณะของงานบริการของสปาครบวงจรโดยมีวัตถุประสงค์ให้ลูกค้าได้รู้สึกถึงความผ่อนคลายหลังจากการรับบริการดังนั้นกลยุทธ์ในการบริหารผลิตภัณฑ์และบริการรวมถึงการนำเสนอจึงมีรายละเอียดดังนี้

การตกแต่งภายในและภายนอก

บริษัทฯ ได้เน้นการนำเอาธรรมชาติเข้ามาผสมผสานเพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกถึงความสะดวกสบายและความผ่อนคลายตั้งแต่งจากก้าวแรกที่สัมผัสเข้ามาในสถานบริการสปาครบวงจรซึ่งรวมไปถึงสถานบริการฟิตเนส และเซาว์นาโดยการตกแต่งส่วนใหญ่เน้นการตกแต่งจากวัสดุเนื้อไม้ ซึ่งให้ความรู้สึกและสัมผัสของของธรรมชาติในโซนสีน้ำตาล ทั้งนี้ยังเน้นการตกแต่งด้วยต้นไม้ทั้งในและนอกอาคารบริการโดยให้ความรู้สึกร่มเย็นและเกิดความผ่อนคลาย ทั้งนี้เราเน้นความสะอาดและความสะดวกสบายทั้งในห้องรับรองและในห้องให้บริการสปาในรูปแบบต่าง ๆ

สินค้า ชื่อสินค้าและการบริการ

การนำเสนอเริ่มต้นด้วยที่ชื่อสถานบริการสปาครบวงจรภายใต้ชื่อ 71 Salud & Spa ซึ่งคำว่า SALUD เป็นภาษาสเปน แปลว่าสุขภาพ SPA แปลว่า การบำบัดด้วยน้ำ ซึ่งชื่อมีความหมายว่า การดูแลสุขภาพด้วยการบำบัดด้วยน้ำ โดยเราเน้นการบำบัดด้วยกลิ่นและน้ำเป็นหลัก ซึ่งได้นำศาสตร์แห่งธรรมชาติมาสู่ความสมดุลด้วยการนำธาตุต่าง ๆ เช่นดิน น้ำ ลม ไฟ มาผสมผสานกับตำราทางโหราศาสตร์ เพื่อส่งความสุขให้กับทุกคน ด้วยการใช้น้ำมันหอมระเหยให้ถูกกับธาตุเจ้าเรือนของตนเอง เนื่องจากสรีระร่างกายของแต่ละคนไม่เหมือนกัน คนเกิดปีนี้เดือนนี้ ธาตุอาจจะต่างกัน เมื่อเราใช้น้ำมันอโรมา (Aromatherapy) ให้ถูกกับธาตุของแต่ละคนก็จะสามารถเข้าไปช่วยผ่อนคลายได้ 100%

สินค้าหลักต่าง ๆ ที่มีไว้จำหน่ายและบริการนั้น ได้มีการนำเสนอภายใต้ชื่อ 71 Salud & Spa โดยสินค้าหลักเป็นสินค้าที่มีการผลิตภายในประเทศซึ่งได้มีการรับรองมาตรฐานโดยผู้เชี่ยวชาญและมีการพิสูจน์จนแน่ใจว่าไม่มีสารอันตรายซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค ภายใต้ ราคาที่ยุติธรรม ซึ่งมีหลากหลายคุณสมบัติและวิธีใช้ที่ชัดเจน

สำหรับการบริการเราเน้นการบริการเฉพาะบุคคลซึ่งเป็นการบริการจากผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ตรงเฉพาะทาง โดยทางบริษัทฯ ได้เน้นถึงการอบรมในการบริการที่ดีให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอและมีการตรวจสอบในคุณภาพงานบริการรวมถึงมนุษย์สัมพันธ์ในการต้อนรับและบริการลูกค้าเพื่อให้ได้คุณภาพตามที่ตั้งเป้าหมายไว้อย่างต่อเนื่อง

การนำเสนอ

ภายใต้การบริหารงานที่ได้มาตรฐาน บริษัทฯ จึงได้จัดเตรียมชุดยูนิฟอร์มไว้ให้กับพนักงานและเจ้าหน้าที่ ๆ เกี่ยวข้องเพื่อให้ดูสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยและพร้อมให้บริการและต้อนรับลูกค้า ทั้งนี้ลูกค้าที่เข้ามาในสถานบริการสปาครบวงจร รวมไปถึงฟิตเนสและเซาว์น่าจะได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดีและมีการรับรองด้วยน้ำผัก ผลไม้ ตามฤดูกาล หรือเครื่องดื่มสกัดจากธรรมชาติโดยมีการสลับสับเปลี่ยนไปโดยเน้นเรื่องของสุขภาพเป็นหลัก ทั้งนี้เรายังเน้นการสัมผัสด้วยกลิ่นของโรม่ากลิ่นต่าง ๆ ในบริเวณสปาเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสดชื่นและผ่อนคลายโดยกลิ่นต่าง ๆ ก็จะมีการสลับสับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสม มากไปกว่านั้นสัมผัสถัดมาที่เราใส่ใจบริการให้กับลูกค้าก็คือสัมผัสทางเสียงหรือการได้ยิน โดยเพลงเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการให้บริการโดยเพลงนั้นเน้นเพลงบรรเลงหรือดนตรีที่ผ่อนคลายหรือเสียงดนตรีจากธรรมชาติเป็นหลัก

กลยุทธ์ราคา (Price)

วัตถุประสงค์

- 1. เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้
- 2. เพื่อดึงความน่าเชื่อถือในงานบริการและผลิตภัณฑ์
- 3. เพื่อให้มียอดขายตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดการบริการและสร้างความน่าเชื่อถือในงานบริการและผลิตภัณฑ์ด้านสปา บริษัทฯ จึงได้เลือกใช้กลยุทธ์ความคุ้มค่า (High Value Strategy) คือเป็นการตั้งราคาสินค้าและบริการในระดับปานกลางเมื่อเทียบกับคุณภาพของการบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อให้สามารถเจาะตลาดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยบริษัทฯ ได้ตั้งปณิธานที่จะเสนอราคาบริการที่ยุติธรรมเพื่อเป็นการคืนผลกำไรให้กับลูกค้าและให้ลูกค้าได้รู้สึกถึงความต่างในแง่ของการบริการและราคาที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของคู่แข่งในตลาดและเวลาเดียวกัน โดยมีการเพิ่มคุณค่า (Value Added) ลงในโปรแกรมบริการ หรือแพคเกจ ต่าง ๆ โดยมีการชี้แจงขยายความการให้บริการของแต่ละงานบริการและผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดโดยรายละเอียดของราคาการบริการและผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 2 อัตราค่าบริการของ 71 Salud & Spa

ลักษณะบริการ/ Types of Services	ระยะเวลา/ Services hours	อัตราค่าบริการ/ Services Rates
	เวลา (Min.)	บาท (Thai Baht)
เซาว์น่า และฟิตเนส/ Sauna & Fitness		200.00
นวดแผนไทย/ Thai Tradition Massages	60	200.00
นวดแผนไทย/ Thai Tradition Massages	120	300.00
นวดเท้าแผนไทย/ Normal Foot Massage	60	200.00
นวดเท้าแผนไทย/ Normal Foot Massage	90	200.00
นวดเท้าโรมา/ Aroma Oil Foot Massage	90	400.00

ลักษณะบริการ/ Types of Services	ระยะเวลา/ Services hours	อัตราค่าบริการ/ Services Rates
	เวลา (Min.)	บาท (Thai Baht)
นวดน้ำมัน/ Body Oil Massage	60	500.00
นวดอโรมา/ Body Aromatherapy Massage Sauna	90	950.00
นวดประคบสมุนไพร/ The Herbal Holistic Massage with Hot Compressed Ball	90	900.00
นวดหน้า/ Spa facial	60	1,300.00
สลายไขมัน/ Defat; Anti-Cellulite and slimming course	60	1,500.00
ขัดฟรุ้งเสปาร์/ Scrub/Nourished body and skin	90	1,900.00
บอดี้แร็ป/ Body Wrap	45	1,500.00
เซาว์น่า และฟิตเนส/ Sauna & Fitness (Monthly) สมาชิกใหม่		2,000.00
เซาว์น่า และฟิตเนส/ Sauna & Fitness (Monthly) ต่อสมาชิก		1,000.00
สปา เอ็กซ์คลูซีฟ 1/ Spa Exclusive I	120	
- นวดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท) และ		2,800.00
- บอดี้แร็ป (60 นาที/ 2,000 บาท)		
ราคาเดิม = 3,300 บาท		
สปา เอ็กซ์คลูซีฟ 2 / Spa Exclusive II		
- นวดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท)	180	
- สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) และ		4,300.00
- บอดี้แร็ป (60 นาที/ 2,000 บาท)		
ราคาเดิม = 4,800 บาท		
สปา เอ็กซ์คลูซีฟ 3/ Spa Exclusive III	210	
- สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท)		4,900.00
- ขัดฟรุ้งเสปาร์ (90 นาที/ 1,900 บาท) และ		
- บอดี้แร็ป (60 นาที/ 2,000 บาท)		
ราคาเดิม = 5,400 บาท		
สปา สเปเชียล 1/ Special Exclusive I	140	
- Face Mini Lifting Treatment & Milk and Honey Body Treatment (140 นาที)		4,300.00

ลักษณะบริการ/ Types of Services	ระยะเวลา/ Services hours	อัตราค่าบริการ/ Services Rates
	เวลา (Min.)	บาท (Thai Baht)
สปา สเปเชียล 2/ Special Exclusive II - Face Whitening Repair Treatment & Aroma Algae Body Wrap (140 นาที)	140	4,200.00
สปา สเปเชียล 3/ Special Exclusive III - Spa Facial & Scrub (120 นาที)	120	3,200.00

ตาราง 3 อัตราค่าบริการพิเศษชนิดแพคเกจ (Special Package)

ลักษณะบริการ/ Types of Services	ระยะเวลา/ Services hours	อัตราค่าบริการ/ Services Rates
	เวลา (Min.)	บาท (Thai Baht)
นวดประคบสมุนไพร/ The Herbal Holistic Massage with Hot Compressed Ball ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 90 นาทีต่อครั้ง)	90	7,500.00 เฉลี่ย 750 บาท/ ครั้ง
นวดอโรมา/ Body Aromatherapy Massage ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 60 นาทีต่อครั้ง)	60	5,500.00 เฉลี่ย 550 บาท/ ครั้ง
นวดหน้า/ Spa facial ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/60 นาทีต่อครั้ง)	60	8,000.00 เฉลี่ย 800 บาท/ ครั้ง
สลายไขมัน/ Defat; Anti-Cellulite and slimming course ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 60 นาทีต่อครั้ง)	60	8,800.00 เฉลี่ย 880 บาท/ ครั้ง
ขัดฟร้งเสสบำรุง/ Scrub/Nourished body and skin ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 90 นาทีต่อครั้ง)	90	12,000.00 เฉลี่ย 1,200 บาท/ ครั้ง
สปา เอ็กซ์คลูซีฟ II/ Spa Exclusive Package I - นวดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท) และ - ขัดฟร้งเสสบำรุง (90 นาที/ 1,900 บาท) ราคาเต็มเมื่อซื้อแพคเกจ 1 = 3,200 บาท ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 150 นาทีต่อครั้ง)	150	21,000.00 เฉลี่ย 2,100 บาท/ ครั้ง

ลักษณะบริการ/ Types of Services	ระยะเวลา/ Services hours	อัตราค่าบริการ/ Services Rates
สปา เอ็กส์คลูซีฟ II/ Spa Exclusive Package II - นวดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท) - สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) และ - นวดอโรม่า (60 นาที/ 950 บาท) ราคาเดิมเมื่อซื้อแพคเกจ 2 = 3,750 บาท/ ครั้ง ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 180 นาทีต่อครั้ง)	เวลา (Min.) 180	บาท (Thai Baht) 23,800.00
สปา เอ็กส์คลูซีฟ III / Spa Exclusive Package III - นวดประคบสมุนไพร (90 นาที/ 900 บาท) - สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) - ขัดฟริ่งเตสบำรุง (90 นาที/ 1,900 บาท) และ - นวดอโรม่า (60 นาที/ 950 บาท) ราคาเดิมเมื่อซื้อแพคเกจ 3 = 5,250 บาท/ ครั้ง ราคาแพคเกจพิเศษ (10 ครั้ง/ 300 นาทีต่อครั้ง)	300	เฉลี่ย 2,380บาท/ ครั้ง 35,000.00 เฉลี่ย 3,500 บาท/ ครั้ง

ตาราง 4 รายการสินค้าของ 71 Salud & Spa

รายการสินค้า	ต้นทุน (บาท)	ราคา (บาท)	ประมาณสินค้า คงคลังต่อเดือน	หน่วย
Clove (ขนาด 15 ml.)	485	655	5	ขวด
Eucalyptus (ขนาด 15 ml.)	310	419	5	ขวด
Geranium (ขนาด 15 ml.)	750	1013	5	ขวด
Lamongrass (ขนาด 15 ml.)	450	608	5	ขวด
Lavender (ขนาด 15 ml.)	650	878	5	ขวด
Lime (ขนาด 15 ml.)	550	743	5	ขวด
Majoram (ขนาด 15 ml.)	495	668	5	ขวด
Orange (ขนาด 15 ml.)	450	608	5	ขวด
Pepermint (ขนาด 15 ml.)	395	533	5	ขวด
Pine (ขนาด 15 ml.)	250	338	5	ขวด
Rosemary (ขนาด 15 ml.)	495	668	5	ขวด
Vitiver (ขนาด 15 ml.)	850	1148	5	ขวด

รายการสินค้า	ต้นทุน (บาท)	ราคา (บาท)	ปริมาณสินค้า คงคลังต่อเดือน	หน่วย
ปรับฮอร์โมน (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด
แพ้อากาศ (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด
คลายเครียด (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด
สดชื่น ผ่อนคลาย (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด
ท้อแท้ หดหู่ (ขนาด 15 ml.)	400	540	5	ขวด
นอนไม่หลับ (ขนาด 15 ml.)	400	540	5	ขวด
ปวดศีรษะ (ขนาด 15 ml.)	400	540	5	ขวด
ธาตุดิน (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด
ธาตุน้ำ (ขนาด 15 ml.)	450	608	5	ขวด
ธาตุลม (ขนาด 15 ml.)	450	608	5	ขวด
ธาตุไฟ (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด
Deep gel cleanser (ขนาด 200 ml)	1015	1370	5	ขวด
Lotion mild (ขนาด 200 ml)	1015	1370	5	ขวด
Facial Peeling Mild (ขนาด 75 ml)	1127	1521	5	ขวด
Mud Mask (ขนาด 50 ml).	1550	2093	5	กระปุก
Oxygen Formula (ขนาด 50 ml).	1200	1620	5	ขวด
Repair Concentrate (ขนาด 3 ml)	310	419	5	ขวด
Firming Effect concentrate (ขนาด 3 ml)	400	540	5	ขวด
Algae Matrix (ขนาด 150 ml)	1019	1376	5	ขวด

กลยุทธ์ช่องทางการจำหน่าย (Place)

วัตถุประสงค์

- 1. เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและสนับสนุนพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง
- 2. เพื่อกระตุ้นยอดขายและเป้าหมายที่ตั้งไว้

เนื่องจากธุรกิจบริการสปาจำเป็นต้องให้ผู้เข้ารับบริการมีส่วนร่วมในการให้บริการนั้น ๆ เพื่อเกิดความผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและจิตใจจากการบริการที่เตรียมไว้ให้สำหรับลูกค้า ดังนั้นช่องทางจำหน่ายหรือกลยุทธ์ช่องทางการจำหน่ายจึงสามารถกระทำได้เพียงวงจำกัดแคบ ๆ เท่านั้น เนื่องจากการบริการเน้นทั้งการให้การบริการและการเข้ารับการบริการทั้งจากผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ แต่อย่างไรก็ตามด้วยวงจำกัดนี้ ทางบริษัทฯ ก็ได้ใช้ความเป็นจุดอ่อนนี้เปลี่ยนเป็นโอกาสที่สำคัญต่อธุรกิจได้ดังนี้

- การจัดจำหน่ายผ่าน แพลตฟอร์มของทัวร์นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยความเอื้อกันของธุรกิจนี้ยังสามารถส่งผลให้บริการที่ดีขายได้ด้วยตัวมันเอง ซึ่งได้รับการช่วยสนับสนุนหรือโปรโมชั่นทางจากบริษัท ทัวร์ นั้น ๆ โดยผลตอบแทนทางธุรกิจก็เป็นการตอบแทนในลักษณะของค่านายหน้า (Commission Allowance) ซึ่งจะมีการคำนวณจากเงื่อนไขและข้อตกลงระหว่างบริษัท แต่ละบริษัท โดยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับยอดการจำหน่ายในแต่ละครั้ง
- มากไปกว่านั้นบริษัท ยังใช้ความที่เป็นพันธมิตรทางการค้ากับ 71 Sport Club ในการขยายยอดการจำหน่าย เช่น การมาใช้บริการในบริษัท หรือบริษัทพันธมิตรจะได้รับส่วนลดเพื่อนำไปใช้ลดในการเข้ารับบริการใน สปาหรือทางกลับกันในการออกกำลังกายที่ 71 Sport Club เป็นต้น
- ในขณะเดียวกันสิ่งที่เป็นกลยุทธ์ที่ดีเยี่ยมและบริษัท ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนั้นก็คือเว็บไซต์ เพราะเว็บไซต์นั้นเปรียบเสมือนหน้าร้านที่ไม่เคยหลับไหลและเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมากกว่านั้นลูกค้ายังสามารถเช็คข้อมูล แนะนำ หรือติชมเพิ่มเติมได้ตลอดเวลาโดยไม่ลำบากใจเนื่องจากไม่จำเป็นต้องเห็นหน้าคร่ำตาและการมีหน้าตาของร้านค้าที่ดีในเว็บไซต์ก็ยังเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้าที่เข้าไปชมได้ระดับหนึ่งซึ่งอาจจะเป็นการกระตุ้นใจเข้าไปใช้บริการจริงในสถานที่ของสปาไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยส่วนบุคคลซึ่งในปัจจุบันคงจะไม่มีใครปฏิเสธความเป็นโลกไร้ขีดจำกัดได้อีกต่อไปเนื่องจากข้อมูลสามารถออนไลน์กันได้ตลอดจึงเรียกได้ว่าใครสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ก่อนและมีความพร้อมของข้อมูลผู้นั้นย่อมได้เปรียบในเชิงธุรกิจมากกว่าเช่นกัน

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการสปาให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและเข้าใจรวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือและความตระหนักถึงการดูแลสุขภาพอย่างถูกต้อง
2. เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการทดลองสินค้าและบริการ
3. เพื่อสร้างการรับรู้ของตราสินค้า (Brand Awareness) และความจดจำในสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง
4. เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดการจัดจำหน่ายตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

การโฆษณา (Advertising)

- การโฆษณาผ่านสมาคมสปาแห่งประเทศไทย (Thai Spa Association Advertising) : ใช้สื่อโฆษณาผ่านทางสมาคมสปาไทยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยกลุ่มเป้าหมายคือสมาชิกของสมาคมสปาไทยและกลุ่มผู้สนใจธุรกิจสปา โดยจดหมายข่าวของสมาคมสปาไทยนี้จะถูกแจกจ่ายโดยไม่คิดมูลค่าไปยังสมาชิกของสมาคม กระทรวงสาธารณสุข การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สื่อมวลชนทางด้านสิ่งพิมพ์ ทั้งจากภายในและต่างประเทศ อีกทั้งบริษัทนำเที่ยวชั้นนำซึ่งผ่านการคัดสรรแล้วโดยจำนวนการตีพิมพ์อยู่ประมาณฉบับละ 3,000 ชุด โดยรายละเอียดเบื้องต้นของการโฆษณามีรายละเอียดดังนี้ (www.thaispaassociation.com)
 - ขนาด ¼ หน้ากระดาษ (สี) ราคา 8,000 บาท
 - ขนาด ½ หน้ากระดาษ (สี) ราคา 14,000 บาท
 - ขนาด 1 หน้ากระดาษ (สี) ราคา 25,000 บาท

- การโฆษณาผ่านทางนิตยสาร (Magazine Advertising) : ใช้สื่อโฆษณาผ่านทางนิตยสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ในผลิตภัณฑ์และการบริการและเกิดความจดจำและการต้องการทดลองใช้ โดยรายละเอียดเบื้องต้นของการโฆษณาที่ได้ทำการสำรวจผ่านทางทำแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความนิยมอ่านหนังสือเกี่ยวกับสุขภาพ และการท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ โดยการโฆษณามีรายละเอียดดังนี้
 - โฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับสุขภาพ ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000
 - โฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000
- การโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Advertising) : สื่อที่ใช้คือป้ายโฆษณากลางแจ้งโดยจะเริ่มจากบริเวณหน้าปากซอยทางเข้าซอยปรีดิพนมยงค์ 41 สุขุมวิท 71 โดยสื่อกลางแจ้งที่ใช้โฆษณาเป็นสื่อเคลื่อนไหวเพื่อการรับรู้และความจดจำและการต้องการทดลองใช้ โดยสื่อโฆษณาดังกล่าวจะเป็นการของบประมาณสนับสนุนจากสถาบันบัตรเครดิตที่ทางบริษัทฯ ได้ใช้บริการอยู่ หรือบริษัทฯ จัดจำหน่ายเครื่องดื่มที่ทางสปาได้มีการนำสินค้าเข้ามาขายในบริเวณศูนย์อาหาร

กิจกรรมทางการตลาด (Booth and Exhibition Show)

การออกบูท หรือการจัดนิทรรศการเพื่อสร้างการรับรู้และความตระหนักในการดูแลสุขภาพและการแลกเปลี่ยนสอบถามข้อมูลทั้งจากผู้จำหน่ายในตลาดเดียวกันหรือผู้ที่สนใจในการบริการและผลิตภัณฑ์โดยการออกบูทหรือการจัดนิทรรศการจะเป็นกิจกรรมที่ทำโดยอยู่ภายใต้แผนธุรกิจสปาไทยและการตื่นตัวทางด้านสุขภาพ (Thai Spa and Health Concern) ซึ่งมีการดูแลรับผิดชอบแผนธุรกิจผ่านสมาคมสปาไทยหรือสาธารณะสุขเป็นต้น

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

กิจกรรมภายใต้การส่งเสริมการขายของ 71 Salud & Spa เราเน้นการเข้าถึงโดยตรงของกลุ่มผู้บริโภคโดยเป็นเน้นหรือกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ นอกเหนือจากการบอกกันปากต่อปาก (Words of Mouth) โดยเบื้องต้น บริษัทฯ ได้ตั้งแผนการส่งเสริมการขายไว้ดังนี้

- การใช้ประโยชน์ของคูปองลดราคา โดยการลดราคาจะเป็นการให้ส่วนลดในรูปแบบของเปอร์เซ็นต์จากรายการบริการที่ลูกค้าได้นำคูปองกลับเข้ามาที่บริษัทฯ เพื่อรับบริการ โดยคูปองจะเป็นการแจกจ่ายผ่านการโฆษณาทางนิตยสาร โดยกลุ่มเป้าหมายที่สนใจสามารถตัดชิ้นส่วนเพื่อนำมาเป็นส่วนลดได้ โดยมูลค่าการลดราคาจะอยู่ระหว่าง (10-30%) โดยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและโอกาสในการประชาสัมพันธ์
- การขยายฐานสมาชิกภายใต้แนวความคิด "จากเพื่อนสู่เพื่อน (Friend get friends)" หรือ "สองคนจ่ายหนึ่งคน (Come two pay one)" ซึ่งเป็นการส่งเสริมการขายแบบเท่าตัวซึ่งบริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญในการมีฐานข้อมูลของลูกค้าเป็นสำคัญและมากไปกว่านั้นเมื่อเกิดการทดลองใช้ย่อมเกิดความไปได้ในการมาทดลองใช้ซ้ำได้อีกในอนาคตอันใกล้ ดังนั้นการส่งเสริมการขายภายใต้การขยายฐานสมาชิกจึงเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่สำคัญของบริษัทฯ โดยเงื่อนไขการใช้บริการหรือราคาของบริการจะขึ้นอยู่กับข้อตกลงและเงื่อนไขการให้บริการตามช่วงเวลาและโอกาสเป็นสำคัญ

- การเพิ่มการกลับมาใช้สำหรับสมาชิกหรือบุคคลที่เคยมาใช้บริการที่ 71 Salud & Spa โดยบริษัทฯ ได้จัดทำแผนการส่งเสริมการตลาดแบบการดึงดูดใจลูกค้า โดยลูกค้าที่มาใช้บริการในครั้งแรกที่จ่ายค่าบริการที่เต็มราคาสามารถรับส่วนลดสำหรับการเข้ารับบริการในครั้งต่อไปได้เพียงครึ่งราคาโดยไม่ระบุประเภทของการเข้ารับบริการอย่างไรก็ตามเงื่อนไขของระยะเวลาและข้อจำกัดจะขึ้นอยู่กับข้อตกลง ช่วงเวลาและโอกาสเป็นสำคัญ
- การสมัครเป็นสมาชิก และการได้รับสิทธิพิเศษ ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การส่งเสริมการขายโดยลูกค้าสามารถนำบัตรสมาชิกมาเป็นส่วนลดเพิ่มเติมอีก 5% สำหรับการเข้ารับบริการที่ 71 Salud & Spa เพิ่มเติมจากส่วนลดต่าง ๆ ที่อยู่ในช่วงการส่งเสริมการขาย หรือกรณีไม่มีการส่งเสริมการขาย บัตรสมาชิกก็ยังยังสามารถให้ส่วนลดที่ 5% ทุกครั้งที่ลูกค้ามาเข้ารับบริการ โดยวัตถุประสงค์ของการจัดทำสมาชิกและการให้ส่วนลดพิเศษแก่ลูกค้าก็เพื่อที่จะเพิ่มฐานข้อมูลของลูกค้า และการกระตุ้นยอดขายจำหน่ายหรือรวมถึงการสามารถให้ข้อมูลของการส่งเสริมการขายครั้งต่อไปของบริษัทฯ ไปยังลูกค้าไม่ว่าด้วยวิธีทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Mail Electronic) หรือทางจดหมายข่าว (Newsletter) เป็นต้น

ตาราง 5 งบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ปี ที่ 1

ปีที่ 1				
งบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ประเภท	จำนวน	ราคา/ หน่วย	ราคารวม/ ปี
จดหมายประจำเดือน (Newsletters monthly circulation)	เดือน	120	6.00	8,640.00
โฆษณากับไทยสปา (Advertising on Thai Spa Association)	ครั้งปี	2	8,000.00	16,000.00
ขนาด ¼ หน้ากระดาษ (สี) ราคา 8,000 บาท				
การตั้งบู๊ท (Booth and exhibition, annually)	ปี	1	40,000.00	40,000.00
โฆษณากับหนังสือประเภทสุขภาพ (Health Magazine advertising)	ครั้งปี	2	15,000.00	30,000.00
ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000 บาท				
โฆษณากับหนังสือประเภทท่องเที่ยว (Travel Magazine)	ครั้งปี	2	15,000.00	30,000.00
ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000 บาท				
กิจกรรมการโปรโมท (Promotion Activities)	ทุกสามเดือน	4	29,763.00	119,052.00
				243,692.00

ปีที่ 1												
รายละเอียด/ เดือน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
- จดหมายประจำเดือน/ Newsletter												
- โฆษณากับไทยสปาแอสโซซิเอชั่น												
- การจัดตั้งบูท												
- การโฆษณากับหนังสือเพื่อสุขภาพ												
- การโฆษณากับหนังสือท่องเที่ยว												
- การจัดกิจกรรมโปรโมท												

ตาราง 6 งบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ปีที่ 2

ปีที่ 2				
งบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ประเภท	จำนวน	ราคา/ หน่วย	ราคารวม/ ปี
- จดหมายประจำเดือน (Newsletters monthly circulation)	เดือน	150	6.60	11,880.00
- โฆษณากับไทยสปา (Advertising on Thai Spa Association) ขนาด ¼ หน้ากระดาษ (สี) ราคา 8,000 บาท	ครั้งปี	2	8,800.00	17,600.00
- การตั้งบูท (Booth and exhibition, annually)	ปี	1	44,000.00	44,000.00
- โฆษณากับหนังสือประเภทสุขภาพ (Health Magazine advertising) ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000 บาท	ครั้งปี	2	16,500.00	33,000.00
- โฆษณากับหนังสือประเภทท่องเที่ยว (Travel Magazine) ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000 บาท	ครั้งปี	2	16,500.00	33,000.00
- กิจกรรมการโปรโมท (Promotion Activities)	ทุกสามเดือน	4	33,390.75	133,563.00
				273,043.00

ปีที่ 2												
รายละเอียด/ เดือน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
- จดหมายประจำเดือน/ Newsletter												
- โฆษณากับไทยสปาแอสโซซิเอชั่น												
- การจัดตั้งบูท												
- การโฆษณาบนหนังสือเพื่อสุขภาพ												
- การโฆษณาบนหนังสือท่องเที่ยว												
- การจัดกิจกรรมโปรโมท												

ตาราง 7 งบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ปีที่ 3

ปีที่ 3				
งบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ประเภท	จำนวน	ราคา/ หน่วย	ราคารวม/ ปี
- จดหมายประจำเดือน (Newsletters monthly circulation)	เดือน	170	7.26	14,810.40
- โฆษณากับไทยสปา (Advertising on Thai Spa Association)	ครั้งปี	2	9,680.00	19,360.00
ขนาด ¼ หน้ากระดาษ (สี) ราคา 8,000 บาท			-	-
- การตั้งบูท (Booth and exhibition, annually)	ปี	1	48,400.00	48,400.00
- โฆษณากับหนังสือประเภทสุขภาพ (Health Magazine advertising)	ครั้งปี	2	18,150.00	36,300.00
ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000 บาท				
- โฆษณากับหนังสือประเภทท่องเที่ยว (Travel Magazine)	ครั้งปี	2	18,150.00	36,300.00
ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000 บาท				
- กิจกรรมการโปรโมท (Promotion Activities)	ทุกสามเดือน	4	37,647.01	150,588.04
				305,758.44

ปีที่ 3												
รายละเอียด/ เดือน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
- จดหมายประจำเดือน/ Newsletter												
- โฆษณากับไทยสปาแอสโซซิเอชั่น												
- การจัดตั้งบูท												
- การโฆษณาหนังสือเพื่อสุขภาพ												
- การโฆษณาหนังสือท่องเที่ยว												
- การจัดกิจกรรมโปรโมท												

ตาราง 8 งบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ปีที่ 4

ปีที่ 4				
งบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ประเภท	จำนวน	ราคา/ หน่วย	ราคารวม/ ปี
- จดหมายประจำเดือน (Newsletters monthly circulation)	เดือน	200	7.99	19,176.00
- โฆษณากับไทยสปา (Advertising on Thai Spa Association)	ครั้งปี	2	10,648.00	21,296.00
ขนาด ¼ หน้ากระดาษ (สี) ราคา 8,000 บาท			-	-
- การตั้งบูท (Booth and exhibition, annually)	ปี	1	53,240.00	53,240.00
- โฆษณากับหนังสือประเภทสุขภาพ (Health Magazine advertising)	ครั้งปี	2	19,965.00	39,930.00
ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000 บาท				
- โฆษณากับหนังสือประเภทท่องเที่ยว (Travel Magazine)	ครั้งปี	2	19,965.00	39,930.00
ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000 บาท				
- กิจกรรมการโปรโมท (Promotion Activities)	ทุกสามเดือน	4	42,094.39	168,377.56
				341,949.56

ปีที่ 4												
รายละเอียด/ เดือน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
- จดหมายประจำเดือน Newsletter												
- โฆษณากับไทยสปาแอสโซซิเอชั่น												
- การจัดตั้งบูท												
- การโฆษณากับหนังสือเพื่อสุขภาพ												
- การโฆษณากับหนังสือท่องเที่ยว												
- การจัดกิจกรรมโปรโมท												

ตาราง 9 งบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ปี 5

ปีที่ 5				
งบประมาณสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ประเภท	จำนวน	ราคา/ หน่วย	ราคารวม/ ปี
- จดหมายประจำเดือน (Newsletters monthly circulation)	เดือน	250	8.79	26,370.00
- โฆษณากับไทยสปา (Advertising on Thai Spa Association)	ครั้งปี	2	11,712.80	23,425.60
ขนาด ¼ หน้ากระดาษ (สี) ราคา 8,000 บาท			-	-
- การตั้งบูท (Booth and exhibition, annually)	ปี	1	58,564.00	58,564.00
- โฆษณากับหนังสือประเภทสุขภาพ (Health Magazine advertising)	ครั้งปี	2	21,961.50	43,923.00
ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000 บาท				
- โฆษณากับหนังสือประเภทท่องเที่ยว (Travel Magazine)	ครั้งปี	2	21,961.50	43,923.00
ขนาด 1/2 หน้ากระดาษ (ขาวดำ) ราคา 15,000 บาท				
- กิจกรรมการโปรโมท (Promotion Activities)	ทุกสามเดือน	4	46,278.88	185,115.52
				381,321.12

ปีที่ 5												
รายละเอียด/ เดือน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
- จดหมายประจำเดือน/ Newsletter												
- โฆษณากับไทยสปาแอสโซซิเอชั่น												
- การจัดตั้งบูท												
- การโฆษณากับหนังสือเพื่อสุขภาพ												
- การโฆษณากับหนังสือท่องเที่ยว												
- การจัดกิจกรรมโปรโมชั่น												

แผนผลิต/ ปฏิบัติการ

ขั้นตอนในการให้บริการทางด้านการนวดประเภทต่าง ๆ ที่ 71 Salud&Spa

1. การนวดแผนไทย
- 1.1 พนักงานให้การต้อนรับกับแขกผู้มาใช้บริการ นำอ่างมาให้ลูกค้าแช่เท้า และทำความสะอาดเท้าให้ หลังจากนั้น เช็ดเท้าให้แห้งก่อนที่จะเชิญแขกขึ้นไปยังห้องนวด

1.2 นำเครื่องต้มสมุนไพรมาบริการ ซึ่งมีให้เลือกอยู่สามชนิด คือ ชาเขียว น้ำขิง และน้ำมะตูม เสริฟในภาชนะดินเผาที่ดูเป็นไทยๆ

1.3 ลูกค้าจะต้องทำการเปลี่ยนชุดที่ทางร้านจัดเตรียมไว้ให้

1.4 พนักงานจะทำการนวดเพื่อทำการผ่อนคลายกล้ามเนื้อตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า มีการดัดตัวและ ดัดแขนขา เพื่อคลายเส้นที่ยึด
2. นวดเท้าแผนไทย
- 2.1 พนักงานให้การต้อนรับกับแขกผู้มาใช้บริการ นำอ่างมาให้ลูกค้าแช่เท้า และทำความสะอาดเท้าให้ หลังจากนั้น เช็ดเท้าให้แห้งก่อนที่จะเชิญแขกขึ้นไปยังห้องนวด

2.2 นำเครื่องต้มสมุนไพรมาบริการ ซึ่งมีให้เลือกอยู่สามชนิด คือ ชาเขียว น้ำขิง และน้ำมะตูม เสริฟในภาชนะดินเผาที่ดูเป็นไทยๆ

2.3 หลังจากนั้นทำการนวดตามขั้นตอน นวดจากปลายเท้าเข้าไปจนถึงหัวเข่า เป็นลักษณะของการนวดเท้าแบบไทย โดยใช้ครีมไพรสตะประกอบในการนวด ใช้ไม้นวดไปตามนิ้วเท้า

2.4 จบการให้บริการด้วยการนวดที่หัวไหล่ เพื่อขจัดความเมื่อยจากการนั่งนาน
3. นวดเท้าโรมาน
- 3.1 พนักงานให้การต้อนรับกับแขกผู้มาใช้บริการ นำอ่างมาให้ลูกค้าแช่เท้า และทำความสะอาดเท้าให้ หลังจากนั้น เช็ดเท้าให้แห้งก่อนที่จะเชิญแขกขึ้นไปยังห้องนวด

3.2 นำเครื่องต้มสมุนไพรมาบริการ ซึ่งมีให้เลือกอยู่สามชนิด คือ ชาเขียว น้ำขิง และน้ำมะตูม เสริฟในภาชนะดินเผาที่ดูเป็นไทยๆ

3.3 ใช้ครีมนวดผสมกับน้ำมันโรมา ในการนวดให้ลูกค้า

3.4 นวดแบบถูไปตามเนื้อ ไม่ใช่ไม้ในการนวดเหมือนการนวดเท้าแบบไทย และจบด้วยการแถมการนวดไหล่ นวดคอ เช่นกับการนวดเท้าแบบไทย

4. นวดน้ำมัน

4.1 พนักงานให้การต้อนรับกับแขกผู้มาใช้บริการ นำอ่างมาให้ลูกค้าแช่เท้า และทำความสะอาดเท้าให้ หลังจากนั้น เช็ดเท้าให้แห้งก่อนที่จะเชิญแขกขึ้นไปยังห้องนวด

4.2 นำเครื่องดื่มสมุนไพรมาบริการ ซึ่งมีให้เลือกอยู่สามชนิด คือ ชาเขียว น้ำขิง และน้ำมะตูม เสริฟในภาชนะดินเผาที่ดูเป็นไทยๆ

4.3 ลูกค้าจะต้องทำการเปลี่ยนชุดที่ทางร้านจัดเตรียมไว้ให้

4.4 น้ำมันที่นำมาใช้นวดจะมีคุณสมบัติในการช่วยคลายเส้นแต่ไม่ได้ผ่อนคลายความตึงเครียดทางจิตใจ เหมือนการนวดแบบอโรมา

5. การนวดตัวด้วยน้ำมันโรมา

5.1 พนักงานให้การต้อนรับกับแขกผู้มาใช้บริการ นำอ่างมาให้ลูกค้าแช่เท้า และทำความสะอาดเท้าให้ หลังจากนั้น เช็ดเท้าให้แห้งก่อนที่จะเชิญแขกขึ้นไปยังห้องนวด

5.2 นำเครื่องดื่มสมุนไพรมาบริการ ซึ่งมีให้เลือกอยู่สามชนิด คือ ชาเขียว น้ำขิง และน้ำมะตูม เสริฟในภาชนะดินเผาที่ดูเป็นไทยๆ

5.3 ลูกค้าจะต้องทำการเปลี่ยนชุดที่ทางร้านจัดเตรียมไว้ให้

5.4 ใช้โลชั่นผสมกับน้ำมันหอมระเหย (Aroma) รื่องจะเลือกให้ตรงตามธาตุของลูกค้า ตามเดือนเกิด ซึ่งจะเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า การนวดแบบนี้จะช่วยในการรักษาโรคในเรือนธาตุของลูกค้า ช่วยให้เกิดการผ่อนคลายสูงสุดทั้งกายและใจ ให้โลหิตหมุนเวียนดีขึ้น หน้าตาผ่องใส

6. การนวดประคบสมุนไพร

การนวดประคบสมุนไพรทั่วทั้งที่ปลอดภัยสารพิษและไม่มีสารเคมีเจือปน
วิธีการประคบ

1. ลูกค้าต้องเปลี่ยนเป็นชุดที่ทางร้านจัดเตรียมไว้ให้
2. ทางร้านเสริฟน้ำสมุนไพร
3. เอาลูกประคบไปนึ่ง
4. เอาลูกประคบไปนวดตามจุดต่างๆที่มีการเมื่อยล้าเพื่อผ่อนคลายอาการเมื่อยล้า

7. การนวดหน้า

1. พาลูกค้าไปที่ห้องที่รับบริการ
2. นำน้ำสมุนไพรมาเสริฟ

3. นำครีมที่พอกทั่วผิวหนัง เพื่อพอกผิวก่อนที่จะทำการนวดหน้า เช็ดหน้าให้สะอาดเอาเครื่องสำอางออกเอาครีมขัดผิวหนังให้เรียบร้อย เพื่อขัดเอาเซลล์ผิวที่ตายออก ให้หลุดร่วงไปแล้วจึงใช้ครีมบำรุงผิว
4. ครีมนวดหน้าที่ใช้เป็นครีมที่ส่งเข้ามาจากบริษัท Biodroga จากประเทศเยอรมันนี

8. การนวดสลายไขมัน และบอดี้แร็ป

1. ให้ลูกค้าเปลี่ยนเครื่องแต่งกายด้วยการใส่กางเกงในกระดาด
2. ให้ลูกค้าชำระร่างกายให้สะอาด
3. ใช้ครีมสำหรับสลาย เซลลูไลท์แล้วใช้การนวดแบบการตบสลายไขมันและเซลลูไลท์
4. ขั้นตอนนี้ใช้เวลาทั้งสิ้น 60 นาที
5. ทำบอดี้แร็ป (Bodywrap) อีกประมาณ 45 นาที
6. หลังจากที่ทำบอดี้แร็ป (Body wrap) แล้วจึงนวดด้วยน้ำมันเพื่อบำรุงผิวให้ชุ่มชื้น

9. การขัดผิวฝรั่งเศส

1. ให้ลูกค้าชำระร่างกายด้วยการอาบน้ำ
2. ให้ลูกค้าเปลี่ยนเครื่องแต่งกายด้วยการใส่กางเกงในกระดาด
3. ขัดผิวด้วยครีมขัดผิว Biodroga โดยจะขัดทุกซอกทุกมุมของร่างกาย
4. แช่เกลือฝรั่งเศสลงในอ่างอาบน้ำแล้วให้ลูกค้าลงแช่เพื่อให้เกิดความชุ่มชื้นของผิว
5. หลังจากขัดผิวเสร็จให้ลูกค้าทำความสะอาดร่างกายอีกครั้งในห้องอาบน้ำ
6. ขั้นตอนสุดท้ายนวดด้วยน้ำมันอโรมาเพื่อให้เกิดความชุ่มชื้นที่ผิว ผ่อนคลายและทำให้โลหิตในร่างกายหมุนเวียนดีขึ้น

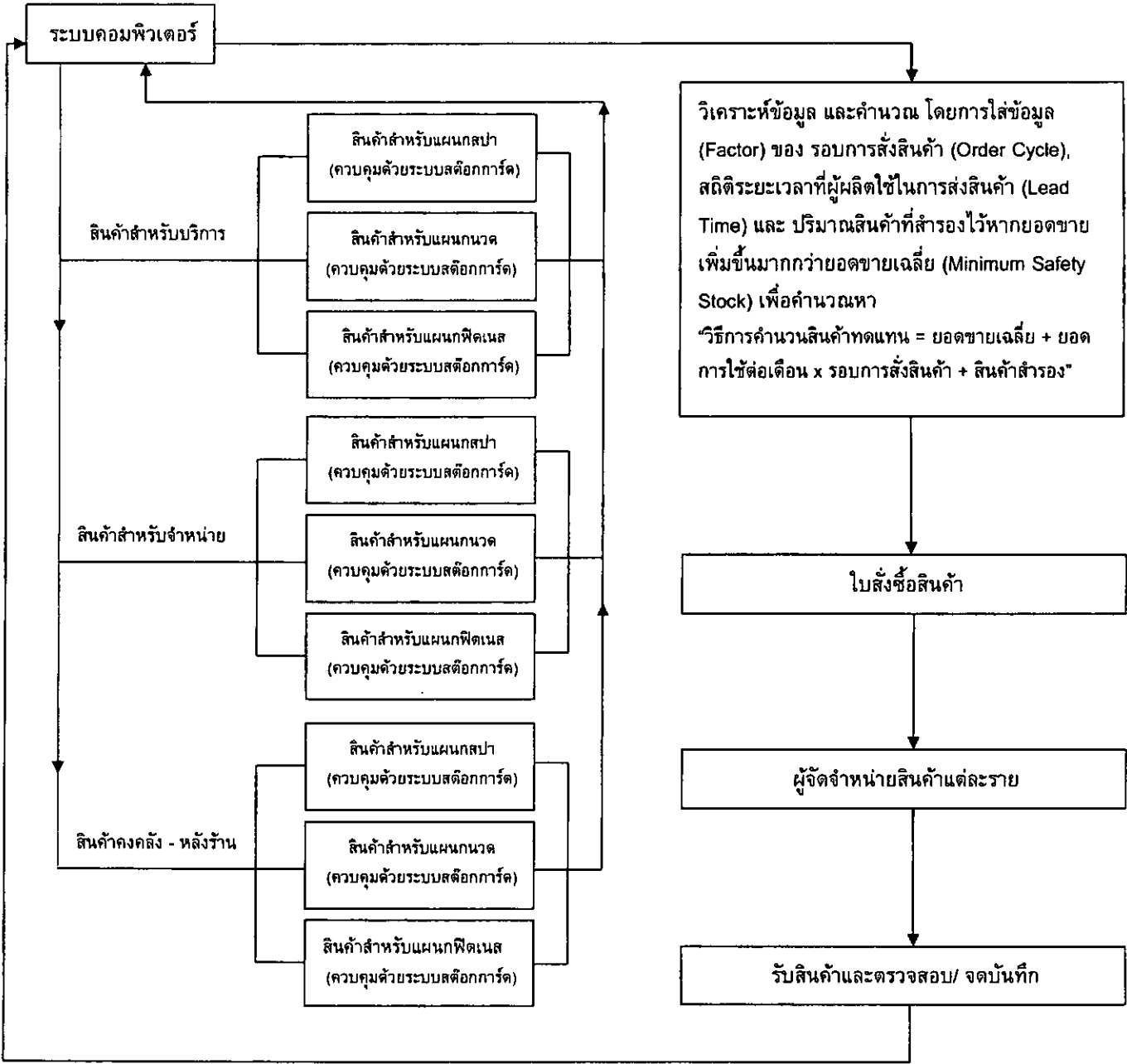
10. สำหรับการนวดแบบการบำบัดโดยใช้กลิ่น (Aroma Treatment) สามารถแบ่งออกเป็นตามชนิดต่าง ๆ ได้ดังนี้คือ

- 10.1 การทำให้ผิวขาวขึ้น (Whitening Repair)
- 10.2 การทำทรีตเมนต์เพื่อกระชับผิว (Lifting Treatment)
- 10.3 การทำทรีตเมนต์ ด้วยนมและน้ำผึ้ง
 - 10.3.1 ส่วนผสม นำนมและน้ำผึ้ง (1:1)
 - 10.3.2 เอาส่วนผสมดังกล่าวข้างต้นผสมเข้ากับน้ำ ตามอัตราส่วนที่กำหนด (Ratio 1:1) ทาลงบนร่างกายตามส่วนที่ต้องการดูแล (ยกเว้นบริเวณใบหน้า) รวมถึงบริเวณเนินหน้าอกและลำคอ (ในกรณีที่ลูกค้าไม่เป็นโรค Hypothyroidism หรือ an enlarged thyroid gland) จากนั้นห่อหุ้มร่างด้วยเทอร์โมพอยล์ทิ้งไว้ 15 – 20 นาที แล้วเช็ดออกด้วยผ้าชุบน้ำอุ่น
- 10.4 การทำทรีตเมนต์ด้วยสาหร่ายอโรมา
 - ขั้นตอนในการทำทรีตเมนต์ให้ลูกค้า
 - 10.4.1 อัตราส่วน 1/3 Forming Aroma Algae Body Pack
 - 10.4.2 อัตราส่วน 1/3 Forming Contouring Oil
 - 10.4.3 อัตราส่วน 1/3 พร้อมด้วยน้ำอุ่น
 - 10.4.4 เริ่มด้วยการผสมอโรมาแอลเจเข้ากับคอนทัวริงออยล์ ตามอัตราส่วนที่กำหนด

- 10.4.5 หลังจากนั้นตามด้วยน้ำตามอัตราส่วนที่กำหนดและกวนจนเข้าเป็นเนื้อเดียวกัน
พอกลงบนร่างกายตามส่วนที่ต้องการดูแลด้วยมือ ท่อหุ้มด้วยเทอร์โมฟอยล์ ทั้งไว้
15-20 นาที

การบริหารสินค้าคงคลัง

เนื่องจากวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการบริการและการขายสำหรับหน้าร้านทั้งหมดเป็นสินค้าที่ผ่านการสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้าภายนอกทั้งสิ้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องมีการควบคุมปริมาณสินค้าคงคลังเพื่อรักษาจำนวนสินค้าให้เหมาะสมกับการใช้งานและสำหรับการจำหน่ายในช่วงเวลาที่เหมาะสมด้วย ทั้งนี้บริษัทฯ จึงได้มีการนำเอาระบบสต็อกเดียว คือ การควบคุมตัวเลขรวมของสินค้าทั้งหมดในร้าน ทั้งบริเวณหน้าร้านที่พร้อมขายรวมถึงเตรียมไว้สำหรับให้บริการและหลังร้านรวมกัน โดยลักษณะแผนภาพ (Flowchart) ของระบบสินค้าคงคลังมีดังนี้



ภาพประกอบ 11 แผนผังของระบบสินค้าคงคลัง (Inventory Stocks)

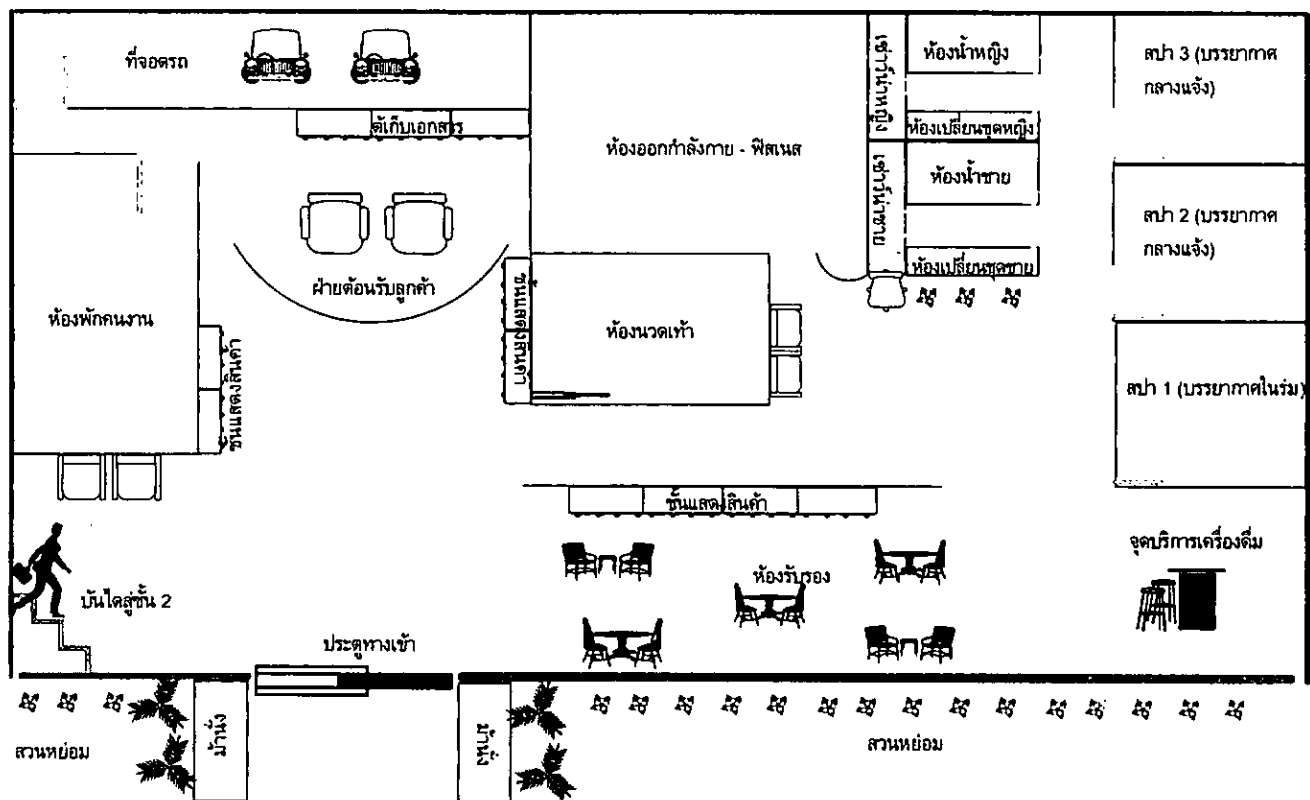
ตาราง 10 รายการสินค้าคงคลังของ 71 Salud & Spa

รายการสินค้าคงคลัง

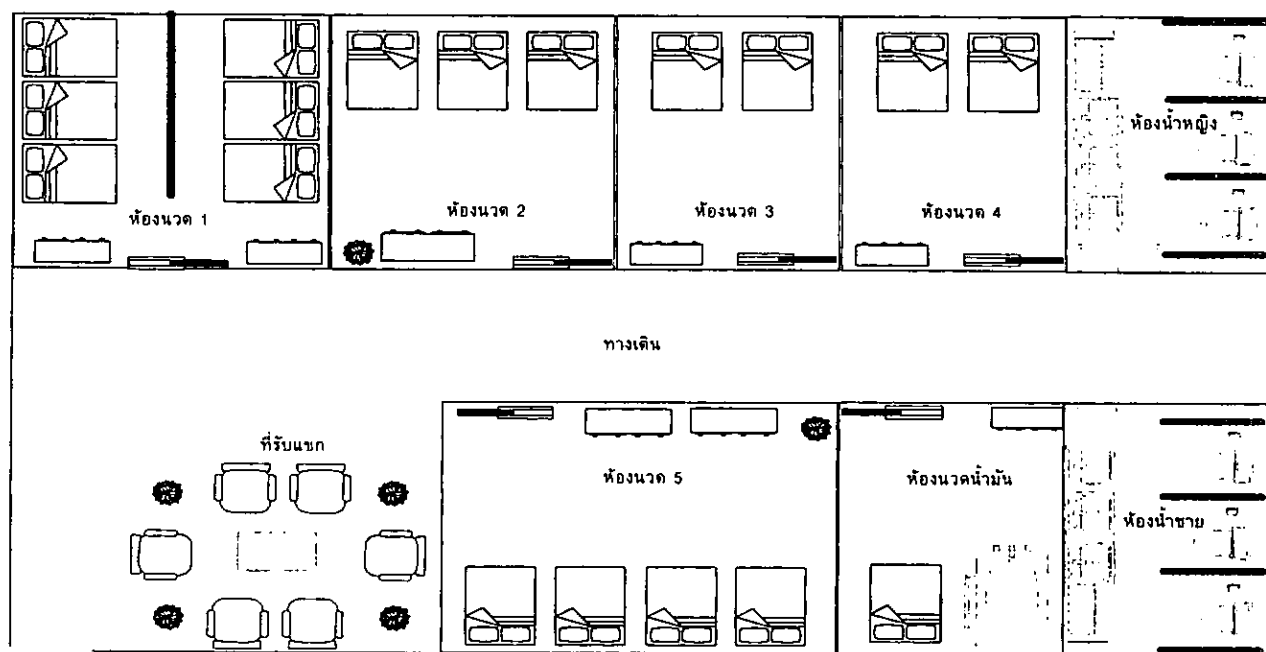
รายการสินค้า	ต้นทุน (บาท)	ราคา (บาท)	ปริมาณ สินค้าคงคลัง ต่อเดือน	หน่วย	หมายเหตุ
เจลสโนวเดนหน้า ไร้กลิ่น สำหรับผิวแพ้ง่าย	520		5	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
ครีมสโนวเดนหน้า	520		5	กระปุก	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
ครีมล้างหน้า	325		5	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
โทนิกเช็ดหน้า อโรมาลาเวนเดอร์	1040		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
ครีมสโนวเดนเท้า สาทราย์	325		5	กระปุก	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
น้ำมันนวดตัว A	1040		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
น้ำมันนวดตัว B	780		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
น้ำมันนวดตัว C	156		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
น้ำมันนวดตัว อโรมาเธอราปี A	1950		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
น้ำมันนวดตัว อโรมาเธอราปี B	1040		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
น้ำมันนวดตัว อโรมาเธอราปี C	325		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
เกลือผสมขัดตัว อโรมาเธอราปี	390		5	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
น้ำมันนวดลดไขมัน (มะนาว, พริกไทย, ขิง)	1690		5	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
ครีมนวดลดเซลลูไลท์	1560		5	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
โลชั่นทาผิวกลิ่นอโรมา A	390		6	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
โลชั่นทาผิวกลิ่นอโรมา B	260		6	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
น้ำแร่ กลิ่นอโรมา	325		6	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
นํ้านม	455		6	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
สครับขัดผิวแอปเปิ้ลคอก	780		4	กระปุก	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
สครับขัดผิวกาแฟ	520		4	กระปุก	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
โคลนพอกผิว	845		4	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
เจลอาบหน้าอโรมา	156		5	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
แชมพูอโรมา	156		5	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
วิธเจิมสครับ	520		5	กระปุก	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
สครับขัดผิวงาดำ	520		5	กระปุก	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
อโรมา 500 ml ธาตุน้ำ	2366		2	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
อโรมา 500 ml ธาตุไฟ	2366		2	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น

รายการสินค้า	ต้นทุน (บาท)	ราคา (บาท)	ประมาณ สินค้าคงคลัง ต่อเดือน	หน่วย	หมายเหตุ
อโรมา 500 ml ชาติุลม	2366		2	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
อโรมา 500 ml ชาติุดิน	2366		2	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
ครีมสลายไขมัน	1430		4	กระปุก	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
ครีมขัดผิวฝรั่งเศส	3939		2	กระปุก	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
บอดี แรพ	2470		2	ม้วน	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
ครีมขัดผิวเซโด	1040		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
Eye Lifting	1404		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
Collagen	1404		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
Face lifting gel	3224		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
Perfect trend	624		3	ขวด	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
เทียนจุด	3.25		300	อัน	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
ครีมไพร	819		4	กระปุก	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
ทิชชูพิเศษสำหรับเช็ดหน้า	39		8	กล่อง	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
แผ่นสลายไขมันเซลล์ลูไลท์	130		24	แผ่น	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
กางเกงโยคะ	23.4		40	ชิ้น	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
สำลีชนิดพิเศษ	52		6	กระปุก	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
กระดาษทิชชูทั่วไป	13		36	ม้วน	สำหรับบริการในสปาเท่านั้น
Clove (ขนาด 15 ml.)	485	655	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Eucalyptus (ขนาด 15 ml.)	310	419	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Geranium (ขนาด 15 ml.)	750	1013	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Lamongrass (ขนาด 15 ml.)	450	608	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Lavender (ขนาด 15 ml.)	650	878	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Lime (ขนาด 15 ml.)	550	743	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Majoram (ขนาด 15 ml.)	495	668	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Orange (ขนาด 15 ml.)	450	608	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Pepermint (ขนาด 15 ml.)	395	533	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Pine (ขนาด 15 ml.)	250	338	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Rosemary (ขนาด 15 ml.)	495	668	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Vitiver (ขนาด 15 ml.)	850	1148	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
ปรับฮอร์โมน (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย

รายการสินค้า	ต้นทุน (บาท)	ราคา (บาท)	ประมาณ สินค้าคงคลัง ต่อเดือน	หน่วย	หมายเหตุ
แพ้อากาศ (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
คลายเครียด (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
สดชื่น ผ่อนคลาย (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
ท้อแท้ หดหู่ (ขนาด 15 ml.)	400	540	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
นอนไม่หลับ (ขนาด 15 ml.)	400	540	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
ปวดศีรษะ (ขนาด 15 ml.)	400	540	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
ธาตุดิน (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
ธาตุน้ำ (ขนาด 15 ml.)	450	608	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
ธาตุลม (ขนาด 15 ml.)	450	608	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
ธาตุไฟ (ขนาด 15 ml.)	350	473	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Deep gel cleanser (ขนาด 200 ml)	1015	1370	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Lotion mild (ขนาด 200 ml)	1015	1370	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Facial Peeling Mild (ขนาด 75 ml)	1127	1521	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Mud Mask (ขนาด 50 ml).	1550	2093	5	กระปุก	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Oxygen Formula (ขนาด 50 ml).	1200	1620	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Repair Concentrate (ขนาด 3 ml)	310	419	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Firming Effect concentrate (ขนาด 3 ml)	400	540	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย
Algae Matrix (ขนาด 150 ml)	1019	1376	5	ขวด	สินค้าสำหรับจำหน่าย



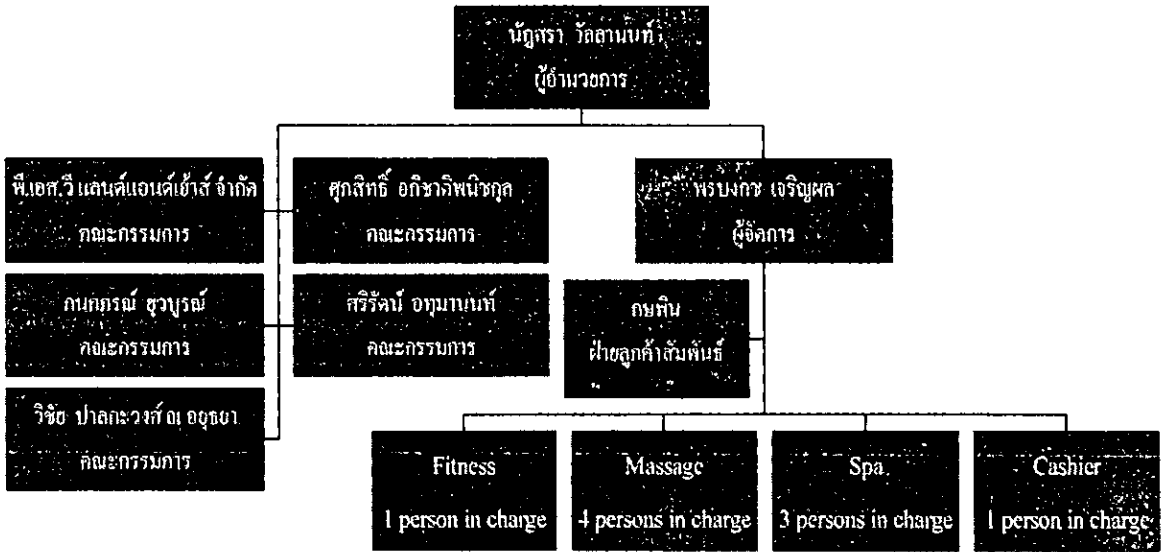
71 Salud & Spa
แผนผังชั้น 1



ภาพประกอบ 12 ผังของส่วนประกอบภายในส่วนต่างๆของ 71 Salud & Spa

71 Salud & Spa
แผนผังชั้น 2

แผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์



ภาพประกอบ 13 แผนผังองค์กรของ 71 Salud & Spa

คุณสมบัติและหน้าที่งานของบุคลากร

พนักงานฟิตเนส

- คุณสมบัติ : เพศชาย/ หญิง การศึกษาและประสบการณ์: วิชาพลศึกษาและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง

หน้าที่/ ความรับผิดชอบ	จำนวน (ตำแหน่ง)
1. ดูแลและให้คำแนะนำที่ถูกต้องในการใช้เครื่องออกกำลังกายในสถานบริการฟิตเนส	1
2. เข้าใจหลักการการออกกำลังกายที่ถูกต้องและทราบถึงผลดี และผลเสียในการออกกำลังกายที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมเพื่อสามารถให้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้มาใช้บริการ	
3. ความสามารถในการบำรุงและดูแลเครื่องมือและอุปกรณ์ในการออกกำลังกายให้อยู่ในสภาพดีและปลอดภัยต่อการใช้งาน	

พนักงานนวดแผนไทยและน้ำมันอโรมา

- คุณสมบัติ : เพศชาย/ หญิง การศึกษาและประสบการณ์: การนวดแผนไทยหรือสปา และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง

หน้าที่/ ความรับผิดชอบ	จำนวน (ตำแหน่ง)
1. การนวดตัว นวดฝ่าเท้า ทั้งแผนไทยหรือแบบน้ำมันอโรมาตามหลักการที่ถูกต้องและปลอดภัย	4
2. สามารถให้ข้อมูลการให้บริการและสินค้าที่บริการได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน	

พนักงานสปา

- คุณสมบัติ : เพศชาย/ หญิง การศึกษาและประสบการณ์: การนวดแผนไทยหรือสปา และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง

หน้าที่/ ความรับผิดชอบ	จำนวน (ตำแหน่ง)
1. การให้บริการสปาประเภทต่าง ๆ ตามหลักการบริการที่ถูกต้องและปลอดภัย	3
2. สามารถให้ข้อมูลการให้บริการและสินค้าที่บริการได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน	

เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน

- คุณสมบัติ : เพศหญิง การศึกษาและประสบการณ์: การบัญชีและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง

หน้าที่/ ความรับผิดชอบ	จำนวน (ตำแหน่ง)
1. จัดทำบัญชีและสรุปยอดบัญชีได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ	1
2. สามารถคำนวณยอดการใช้จ่ายประจำวันและค่าใช้จ่ายล่วงหน้าเพื่อดูความสามารถในการทำรายได้ของบริษัทฯ	
3. จัดทำเงินเดือนพนักงานและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง	

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

- คุณสมบัติ : เพศหญิง การศึกษาและประสบการณ์ : การบริการและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง

หน้าที่/ ความรับผิดชอบ	จำนวน (ตำแหน่ง)
1. ดือนรับลูกค้าและให้บริการข้อมูลการบริการและสินค้าได้อย่างถูกต้องทั้งทางหน้าร้านและการติดต่อทางโทรศัพท์	1
2. ให้ความช่วยเหลือและจัดลำดับการให้บริการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ	
3. แจ้งโปรโมชันและการบริการพิเศษในแต่ละโอกาส	

ผู้จัดการทั่วไป

- คุณสมบัติ : เพศชาย/ หญิง การศึกษาและประสบการณ์: ปริญญาตรีทางด้านการบริหารและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง

หน้าที่/ ความรับผิดชอบ	จำนวน (ตำแหน่ง)
1. ควบคุมดูแลกิจการต่างๆในสปาให้ดำเนิน ได้อย่างราบรื่น	1
2. มีหน้าที่ในการตัดสินใจในปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดการชะงักงันทางการบริการภายในสปา	
3. ควบคุมและบริหารการใช้เงินทุน เพื่อกิจการของสปาและฟิตเนสให้เพียงพอและสมดุลกับรายรับ-จ่ายในแต่ละเดือน	
4. วางแผนด้านการบริการและดูแลในเรื่องของจัดฝึกอบรมให้กับพนักงาน	
5. ควบคุมการจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์ และ สินค้าเพื่อป้อนให้กับสปา	
6. จ่ายเงินเดือนให้กับพนักงาน	
7. ควบคุมบัญชีรายรับรายจ่ายของสปา หลังจากได้รับรายงานจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชี	
8. พิจารณาการรับเข้างาน และ การปลดพนักงาน	

ผู้อำนวยการ

- คุณสมบัติ : เพศชาย/ หญิง การศึกษาและประสบการณ์: ปริญญาตรีทางด้านการบริหารและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง

หน้าที่/ ความรับผิดชอบ	จำนวน (ตำแหน่ง)
1. วางแผน และแก้ปัญหาตลอดจนควบคุมดูแลการจัดการทุกด้านภายในสปา	1
2. เป็นผู้อนุมัติในเรื่องของการจัดสรรงบประมาณ เพื่อกิจการต่างๆ ของสปา	
3. พิจารณาแผนการโปรโมชั่นและตัดสินใจแผนการโปรโมชั่นในแต่ละเดือน	
4. จัดการประชุมและชี้แจงความเคลื่อนไหวของกิจการสปาและฟิตเนส ต่อคณะกรรมการบริหารและผู้ถือหุ้น ในการการประชุมในแต่ละเดือน	
5. ตรวจสอบเอกสาร ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สปาตลอดจนเป็นผู้รวบรวมเอกสารสำคัญต่าง ๆ ของสปา	

ตาราง 11 รายได้และผลตอบแทนของพนักงานของ 71 Salud & Spa

พนักงาน	จำนวน (คน) ปีที่ 1-2	จำนวน (คน) ปีที่ 3-5	เงินเดือน-รายเดือน	ประกันสังคมรายเดือน
พนักงานฟิตเนส	1	1	6,000	300
พนักงานนวด	4	5	5,000	250
พนักงานสปา	3	4	5,000	250
เจ้าหน้าที่แคชเชียร์	1	1	8,000	400
ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	1	1	8,000	400
ผู้จัดการ	1	1	17,000	750
ผู้อำนวยการ	1	1	20,000	750
รวม	12	14	69,000	3,100

หมายเหตุ : ค่าประกันสังคมจะถูกคำนวณที่ 5% ของเงินเดือนโดยสูงสุดของค่าประกันสังคมจะไม่เกิน 750 บาทต่อคนต่อเดือน หรือ 5% ของเงินเดือนสูงสุดที่ 15,000 บาท

ผลประโยชน์อื่น ๆ

- พักผ่อน 7 วัน
- วันหยุด ลากิจ 7 วัน
- ลาป่วย 30 วัน
- การพัฒนาอบรมตามความเหมาะสมตามตำแหน่งและหน้าที่งาน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาปรับฐานเงินเดือนและผลประโยชน์

- อัตรา GDP ในแต่ละปี
- ผลการประเมินการปฏิบัติงานในปีที่ผ่านมา
- ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ
- ฐานเงินเดือนเดิม
- ความสามารถพิเศษหรือความสามารถเฉพาะตัว

การฝึกอบรม

เทคนิคในการบริการลูกค้า และ ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Services & Customer Relationship Management Training)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานทุกคนได้เรียนรู้เทคนิคในการบริการลูกค้าและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า
2. เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าใจและปรับการบริการให้เหมาะสมกับลูกค้าในรูปแบบต่างๆ
3. เพื่อให้พนักงานสามารถที่จะแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจในการบริการใดบริการหนึ่ง

4. เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้หลักของการบริการที่ถูกต้อง และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
5. เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุดและกลับมาใช้บริการซ้ำ

การอบรมทางด้านการวัดในรูปแบบต่าง ๆ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกิดความชำนาญเฉพาะทาง และเกิดข้อผิดพลาดน้อยสุดในการบริการลูกค้า
2. เรียนรู้เทคนิคใหม่ๆ พร้อมทั้งเปิดรับข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับศาสตร์เฉพาะทาง
3. เพื่อให้เกิดความหลากหลายในการบริการให้เหมาะสมกับความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละคน และสามารถสนองตอบตามความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง
4. เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อพนักงานในการบริการลูกค้า
5. เพื่อให้เข้าใจในสรีระ และ หลักของกล้ามเนื้อต่างๆ ในร่างกายของมนุษย์เพื่อให้การวัดก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและปลอดภัย

การฝึกอบรมด้านความปลอดภัยในการใช้อุปกรณ์ และ เครื่องมือในสปาอย่างถูกวิธี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานทุกคนที่ต้องเกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทางด้านสปามีความรู้อย่างถูกต้องในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อลูกค้าในขณะที่เข้ารับบริการ
2. เพื่อให้ทราบหลักการทำงานของอุปกรณ์แต่ละชนิดและการใช้งานที่ถูกต้องพร้อมทั้งสามารถแนะนำการให้บริการแก่ผู้เข้ารับบริการได้อย่างถูกต้อง
3. เพื่อให้พนักงานทุกคนตระหนักว่าความปลอดภัยเป็นหัวใจที่สำคัญของการบริการ และนำมาซึ่งชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของงานบริการ ตลอดจนสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการบริการแก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความเชื่อถือและกลับมาใช้บริการซ้ำในบริการต่าง ๆ
4. เพื่อให้พนักงานทุกคนตระหนักในเรื่องของการรักษาทรัพย์สินของสปา ด้วยการใช้เครื่องและอุปกรณ์ต่างๆ อย่างระมัดระวัง และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ทรัพย์สินของบริษัท อันเนื่องมาจากการปฏิบัติงานอย่างไม่ระวัง

การฝึกอบรมเกี่ยวกับการแนะนำสินค้า และผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ใช้ในสปา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานทุกคนที่ให้บริการแก่ลูกค้า มีความรู้เท่าเทียมกัน ในเรื่องคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และ สินค้าต่างๆ ที่มีจำหน่ายและให้บริการอยู่ในสปา ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่สปา
2. การมีความรู้และเชี่ยวชาญในเรื่องของผลิตภัณฑ์ต่างๆ จะสร้างความเชื่อถือในการใช้ และ ช่วยในเรื่องของการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า
3. ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานในการโฆษณาสินค้า และผลิตภัณฑ์ต่อผู้ที่สนใจ และอาจจะเป็นการเพิ่มพูนรายได้ให้กับพนักงานนั้นๆ ถ้าสามารถจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตามเป้าหมาย

การฝึกอบรมในศาสตร์เกี่ยวกับโรมาเทราปี (Aromatherapy) ที่เน้นในเรื่องของการใช้กลิ่นบำบัดความเครียดอย่างถูกวิธี และเหมาะสมกับผู้คนนั้น ๆ

- 1. เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องของศาสตร์แห่งการใช้น้ำมันหอมระเหยในการบำบัด ที่เหมาะสมกับเรือนธาตุของผู้เข้ารับบริการ
- 2. เพื่อให้สามารถเลือกใช้กลิ่นต่างๆ ของกลิ่นหอมที่สกัดจากธรรมชาติให้ตรงกับความต้องการในการใช้ และเกิดความเหมาะสมกับผู้เข้ารับบริการ
- 3. เพื่อผสมผสานความรู้ทางด้านการนวด และ การใช้น้ำมันหอมระเหยในการนวดอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และก่อประโยชน์สูงสุดให้กับลูกค้าผู้ที่เข้ารับบริการ
- 4. เพื่อให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของศาสตร์ชนิดนี้ ต่อการสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ตลอดจนบำบัดความตึงเครียดอันเกิดจากการทำงาน ให้ลูกค้า มีความรู้สึกที่ดีกลับไปเมื่อได้รับการบริการจากทางสปา

การอบรม

การอบรมจะถูกจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมในระยะเวลาและหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล โดยจะเป็นการจัดการอบรมทั้งจากผู้เชี่ยวชาญหรือหัวหน้างานภายในรวมถึงการอบรมในสถานที่ภายนอกเพื่อให้บุคลากรเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงานและเกิดการเข้าใจที่ถูกต้องต่อหน้าที่งานในตำแหน่งต่าง ๆ รวมถึงสามารถฝึกฝนให้เกิดความชำนาญและนำไปพัฒนาหน้าที่งานได้ดียิ่งขึ้นต่อไป

แผนการเงิน

สัดส่วนการลงทุน

การลงทุนเริ่มแรกของบริษัทฯ ได้ใช้เงินลงทุนที่ 4 ล้านบาท โดยแหล่งเงินทุนมีสัดส่วนดังรายละเอียดต่อไปนี้

แหล่งเงินทุน	จำนวน	รายละเอียด
บริษัท พี.เอส.วี แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด	700,000 บาท	7,000 หุ้น (หุ้นละ 100 บาท)
คุณกนกภรณ์ ยวบูรณ์	700,000 บาท	7,000 หุ้น (หุ้นละ 100 บาท)
คุณวิชัย ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา	600,000 บาท	6,000 หุ้น (หุ้นละ 100 บาท)
คุณศุภสิทธิ์ อภิชาติพิณกุล	600,000 บาท	6,000 หุ้น (หุ้นละ 100 บาท)
คุณศรีรัตน์ อทุมมานนท์	600,000 บาท	6,000 หุ้น (หุ้นละ 100 บาท)
คุณนันทรา วัลลภานนท์	500,000 บาท	5,000 หุ้น (หุ้นละ 100 บาท)
คุณพรบงกช เจริญผล	300,000 บาท	3,000 หุ้น (หุ้นละ 100 บาท)
รวม	4,000,000 บาท	40,000 หุ้น (หุ้นละ 100 บาท)

สมมติฐานในการจัดทำงบประมาณการเงิน
การเติบโตของยอดขายสินค้าและสัดส่วนของต้นทุนสินค้า

รายละเอียด	2547	2548	2549	2550	2551
อัตราการเติบโตของยอดขายสินค้า	1,213,100.00	1,324,705.20	1,444,438.24	1,572,832.70	1,710,455.54
อัตราเติบโตของต้นทุนขายสินค้า	898,300.00	962,258.96	1,029,247.00	1,099,388.23	1,172,811.67
สัดส่วนของต้นทุนต่อยอดขาย (%)	0.74	0.73	0.71	0.70	0.69
สัดส่วนการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (%)		0.092	0.090	0.089	0.087
สัดส่วนการเพิ่มขึ้นของต้นทุน (%)		0.071	0.070	0.068	0.067

การเติบโตของยอดขายบริการและสัดส่วนของต้นทุนบริการ

รายละเอียด	2547	2548	2549	2550	2551
อัตราการเติบโตของยอดขายบริการ	4,879,200.00	5,501,370.00	6,199,522.88	6,975,906.16	7,822,572.80
อัตราเติบโตของต้นทุนขายบริการ	2,277,840.00	2,508,574.75	2,759,960.40	3,031,307.08	3,318,425.80
สัดส่วนของต้นทุนต่อยอดขาย (%)	0.47	0.46	0.45	0.43	0.42
สัดส่วนการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (%)		0.128	0.127	0.125	0.121
สัดส่วนการเพิ่มขึ้นของต้นทุน (%)		0.101	0.100	0.098	0.095

การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

ปัจจัยสำคัญอันอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ รายได้ที่มาจก
ยอดขาย และค่าใช้จ่าย ดังนั้น บริษัทฯ จึงทำการประเมินผลกระทบหากรายได้ที่มาจกยอดขาย เพิ่มขึ้น/
ลดลงร้อยละ 5 และร้อยละ 10 เปอร์เซนต์ รวมถึง กรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น/ ลดลงร้อยละ 5 และร้อยละ 10
เปอร์เซนต์ ว่าจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ มากน้อยเพียงใดดังตารางแสดงสมมติฐาน
ด้านล่างนี้

ผลการวิเคราะห์ความไว

	NPV	IRR	Payback Period			
โครงการเป็นไปตามการวิเคราะห์ (Base Year)	1,478,927.00	23%	3	ปี	2.91	เดือน
กรณียอดขายเพิ่มขึ้น 5 เปอร์เซนต์	2,136,576.00	28%	2	ปี	11.46	เดือน
กรณียอดขายเพิ่มขึ้น 10 เปอร์เซนต์	2,794,223.00	34%	2	ปี	8.04	เดือน
กรณียอดขายลดลง 5 เปอร์เซนต์	821,279.00	17%	3	ปี	7.17	เดือน
กรณียอดขายลดลง 10 เปอร์เซนต์	163,632.00	12%	4	ปี	0.6	เดือน
กรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 5 เปอร์เซนต์	1,062,315.00	19%	3	ปี	5.62	เดือน
กรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 10 เปอร์เซนต์	645,698.00	16%	3	ปี	8.79	เดือน
กรณีค่าใช้จ่ายลดลง 5 เปอร์เซนต์	1,895,541.00	27%	3	ปี	0.57	เดือน
กรณีค่าใช้จ่ายลดลง 10 เปอร์เซนต์	2,312,153.00	30%	2	ปี	10.11	เดือน

๒. การบริการ (ประเมินผลตามรายเดือนของปีที่ ๑)

[illegible]

รายการพิเศษในแพคเกจ (Special Package)

รายการพิเศษในแพคเกจ (Special Package)																																										
ลักษณะบริการ / Types of Services	เวลา	ต้นทุนสินค้า	ต้นทุนค่าบริการ	รวม ต้นทุนทั้งหมด	ราคาขาย	มอศบาย ประเมิน	ต้นทุน เดือนที่ 1	%	มอศบาย เดือนที่ 1	มอศบาย ประเมิน	ต้นทุน เดือนที่ 2	%	มอศบาย เดือนที่ 2	มอศบาย ประเมิน	ต้นทุน เดือนที่ 3	%	มอศบาย เดือนที่ 3	มอศบาย ประเมิน	ต้นทุน เดือนที่ 4	%	มอศบาย เดือนที่ 4	มอศบาย ประเมิน	ต้นทุน เดือนที่ 5	%	มอศบาย เดือนที่ 5	มอศบาย ประเมิน	ต้นทุน เดือนที่ 6	%	มอศบาย เดือนที่ 6	มอศบาย ประเมิน	ต้นทุน เดือนที่ 7	%	มอศบาย เดือนที่ 7	มอศบาย ประเมิน	ต้นทุน เดือนที่ 8	%	มอศบาย เดือนที่ 8	มอศบาย ประเมิน	ต้นทุน เดือนที่ 9	%		
วดประคบสมุนไพร The Herbal Holistic Massage	60	1,000.00	2,000.00	3,000.00	7,500.00	1	3,000.00	0.60	7,500.00	1	3,000.00	0.60	7,500.00	1	3,000.00	0.60	7,500.00	1	3,000.00	0.60	7,500.00	1	3,000.00	0.60	7,500.00	1	3,000.00	0.60	7,500.00	1	3,000.00	0.60	7,500.00	1	3,000.00	0.60	7,500.00	1	3,000.00	0.60	7,500.00	0.60
Special Package (10 times/ 90 minutes per time)					เฉลี่ย 7500/time																																					
วดสปา/ Body Aromatherapy Massage	60	1,000.00	1,500.00	2,500.00	5,500.00	1	2,500.00	0.55	5,500.00	1	2,500.00	0.55	5,500.00	1	2,500.00	0.55	5,500.00	1	2,500.00	0.55	5,500.00	1	2,500.00	0.55	5,500.00	1	2,500.00	0.55	5,500.00	1	2,500.00	0.55	5,500.00	1	2,500.00	0.55	5,500.00	1	2,500.00	0.55	5,500.00	0.55
Special Package (10 times/ 60 minutes per time)					เฉลี่ย 5500/time																																					
วดหน้า/ Spa facial	60	3,000.00	600.00	3,500.00	8,000.00	1	3,500.00	0.56	8,000.00	1	3,500.00	0.56	8,000.00	1	3,500.00	0.56	8,000.00	1	3,500.00	0.56	8,000.00	1	3,500.00	0.56	8,000.00	1	3,500.00	0.56	8,000.00	1	3,500.00	0.56	8,000.00	1	3,500.00	0.56	8,000.00	1	3,500.00	0.56	8,000.00	0.56
Special Package (10 times/ 60 minutes per time)					เฉลี่ย 8000/time																																					
ลายไขมัน/ Defist: Anti-Cellulite and slimming course	60	3,800.00	1,600.00	5,300.00	8,800.00	1	5,300.00	0.40	8,800.00	1	5,300.00	0.40	8,800.00	1	5,300.00	0.40	8,800.00	1	5,300.00	0.40	8,800.00	1	5,300.00	0.40	8,800.00	1	5,300.00	0.40	8,800.00	1	5,300.00	0.40	8,800.00	1	5,300.00	0.40	8,800.00	1	5,300.00	0.40	8,800.00	0.40
Special Package (10 times/ 60 minutes per time)					เฉลี่ย 8800/time																																					
ดัมพ์รังเคสบำรุง/ Scrub/Nourished body and skin	90	6,500.00	2,000.00	8,500.00	12,000.00	1	8,500.00	0.29	12,000.00	1	8,500.00	0.29	12,000.00	1	8,500.00	0.29	12,000.00	1	8,500.00	0.29	12,000.00	1	8,500.00	0.29	12,000.00	1	8,500.00	0.29	12,000.00	1	8,500.00	0.29	12,000.00	1	8,500.00	0.29	12,000.00	1	8,500.00	0.29	12,000.00	0.29
Special Package (10 times/ 90 minutes per time)					เฉลี่ย 1,200/time																																					
ปา เอ็กส์คลูซีฟ / Spa Exclusive Package I วดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท) และ ขัดผิวรังเคสบำรุง (90 นาที/ 1,900 บาท) ค่าเดิมเมื่อซื้อ Package 1 = 3,200 บาท/ ครั้ง	150	9,500.00	2,500.00	12,000.00	21,000.00	1	12,000.00	0.43	21,000.00	1	12,000.00	0.43	21,000.00	1	12,000.00	0.43	21,000.00	1	12,000.00	0.43	21,000.00	1	12,000.00	0.43	21,000.00	1	12,000.00	0.43	21,000.00	1	12,000.00	0.43	21,000.00	1	12,000.00	0.43	21,000.00	1	12,000.00	0.43	21,000.00	0.43
Special Package (10 times/ 150 minutes per time)					เฉลี่ย 2,100/time																																					
ปา เอ็กส์คลูซีฟ / Spa Exclusive Package II วดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท) สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) และ วดสปา (60 นาที/ 950 บาท) ค่าเดิมเมื่อซื้อ Package 2 = 3,750 บาท/ ครั้ง	180	7,800.00	3,500.00	11,300.00	23,800.00	1	11,300.00	0.53	23,800.00	1	11,300.00	0.53	23,800.00	1	11,300.00	0.53	23,800.00	1	11,300.00	0.53	23,800.00	1	11,300.00	0.53	23,800.00	1	11,300.00	0.53	23,800.00	1	11,300.00	0.53	23,800.00	1	11,300.00	0.53	23,800.00	1	11,300.00	0.53	23,800.00	0.53
Special Package (10 times/ 180 minutes per time)					เฉลี่ย 2,380/time																																					
ปา เอ็กส์คลูซีฟ / Spa Exclusive Package III วดประคบสมุนไพร (90 นาที/ 900 บาท) สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) ขัดผิวรังเคสบำรุง (90 นาที/ 1,900 บาท) และ วดสปา (60 นาที/ 950 บาท) ค่าเดิมเมื่อซื้อ Package 3 = 5,250 บาท/ ครั้ง	300	12,300.00	7,000.00	19,300.00	35,000.00	1	19,300.00	0.45	35,000.00	1	19,300.00	0.45	35,000.00	1	19,300.00	0.45	35,000.00	1	19,300.00	0.45	35,000.00	1	19,300.00	0.45	35,000.00	1	19,300.00	0.45	35,000.00	1	19,300.00	0.45	35,000.00	1	19,300.00	0.45	35,000.00	1	19,300.00	0.45	35,000.00	0.45
Special Package (10 times/ 300 minutes per time)					เฉลี่ย 3,500/time																																					
						65,400.00		0.46	121,600.00		65,400.00		0.46	121,600.00		65,400.00		0.46	121,600.00		65,400.00		0.46	121,600.00		65,400.00		0.46	121,600.00		65,400.00		0.46	121,600.00		65,400.00		0.46	121,600.00		0.46	
						189,820.00		0.53	406,600.00		189,820.00		0.53	406,600.00		189,820.00		0.53	406,600.00		189,820.00		0.53	406,600.00		189,820.00		0.53	406,600.00		189,820.00		0.53	406,600.00		189,820.00		0.53	406,600.00		0.53	

รายการบริการ (ประเมินยอดขายรายปี - ปีที่ 1-5)

ลักษณะบริการ/ Types of Services	เวลา	ต้นทุนสินค้า	ต้นทุนค่าบริการ	รวมต้นทุนทั้งสิ้น	ราคายขาย	ยอดขายประเมิน	ต้นทุนปีที่ 1	%	ยอดขายเดือนที่ 1	ยอดขายประเมิน	ต้นทุนปีที่ 2	%	ยอดขายเดือนที่ 2	ยอดขายประเมิน	ต้นทุนปีที่ 3	%	ยอดขายเดือนที่ 3	ยอดขายประเมิน	ต้นทุนปีที่ 4	%	ยอดขายเดือนที่ 4	ยอดขายประเมิน	ต้นทุนปีที่ 5	%	ยอดขายเดือนที่ 5
ซาวน่า และฟิตเนส/ Sauna & Fitness			30.00	30.00	200.00	380	10,800.00	0.85	72,000.00	385	11,838.75	0.85	80,850.00	412	12,885.00	0.88	80,846.00	441	14,247.28	0.86	102,102.53	472	15,629.89	0.86	114,743.79
นวดแผนโบราณ/ Thai Tradition Massage	80	20.00	50.00	70.00	200.00	1440	100,800.00	0.85	288,000.00	1,541	110,568.75	0.86	323,610.00	1,849	121,273.64	0.87	363,604.50	1,784	132,974.45	0.87	408,410.10	1,887	145,802.64	0.88	458,732.06
นวดแผนโบราณ/ Thai Tradition Massage	120	40.00	100.00	140.00	300.00	840	117,600.00	0.53	252,000.00	899	129,008.50	0.54	283,185.00	982	141,498.18	0.56	318,181.50	1,029	155,136.86	0.57	357,358.84	1,101	170,141.72	0.58	401,481.71
นวดเท้าแบบไทย/ Normal Foot Massage	80	20.00	50.00	70.00	200.00	240	18,800.00	0.65	48,000.00	257	18,438.75	0.66	53,970.00	275	20,224.53	0.67	60,637.50	294	22,162.41	0.67	68,068.35	315	24,339.07	0.68	78,576.89
นวดเท้าแบบไทย/ Normal Foot Massage	90	20.00	80.00	100.00	200.00	144	14,400.00	0.50	28,800.00	154	15,785.00	0.51	32,340.00	165	17,335.31	0.52	36,382.50	177	19,060.98	0.53	40,878.93	189	20,862.08	0.55	45,946.14
นวดเท้าด้วยน้ำมัน/ Aroma Oil Foot Massage	90	50.00	100.00	150.00	400.00	240	36,000.00	0.63	98,000.00	257	39,513.75	0.63	107,940.00	275	43,338.28	0.64	121,275.00	294	47,490.88	0.65	138,136.70	315	52,155.18	0.66	153,153.79
นวดน้ำมัน/ Body Oil Massage	80	80.00	100.00	160.00	500.00	144	23,040.00	0.68	72,000.00	154	25,258.00	0.69	80,850.00	165	27,736.50	0.70	80,956.25	177	30,497.54	0.70	102,449.81	189	33,378.30	0.71	114,885.34
นวดอโรมา/ Body Aromatherapy Massage Sauna	90	100.00	150.00	250.00	950.00	144	36,000.00	0.74	136,800.00	154	39,462.50	0.74	153,615.00	165	43,338.28	0.75	172,816.88	177	47,652.41	0.78	184,654.64	189	52,155.18	0.78	218,244.15
นวดสมุนไพรสมุนไพร/ The Herbal Holistic Massage	90	100.00	200.00	300.00	900.00	144	43,200.00	0.67	128,600.00	154	47,355.00	0.67	145,530.00	165	52,005.94	0.68	163,721.25	177	57,182.89	0.69	184,409.66	189	62,586.19	0.70	206,757.61
นวดหน้า/ Spa facial	80	300.00	50.00	350.00	1,300.00	144	50,400.00	0.73	187,200.00	154	55,247.50	0.74	210,210.00	165	60,673.59	0.74	236,486.25	177	66,713.37	0.75	266,389.51	189	73,017.22	0.76	288,649.89
ฉายาโซนิค/ Defat, Anti-Cellulite and slimming course	80	380.00	150.00	530.00	1,500.00	144	76,320.00	0.85	216,000.00	154	83,880.50	0.86	242,550.00	165	91,877.18	0.86	272,868.75	177	101,023.11	0.87	307,349.44	189	110,568.94	0.88	344,598.02
ขัดผิวร่างกาย/ Scrub/Nourshed body and skin	80	650.00	200.00	850.00	1,900.00	144	122,400.00	0.55	273,600.00	154	134,172.50	0.56	307,230.00	165	147,350.18	0.57	345,833.75	177	162,018.18	0.58	369,306.29	189	177,327.54	0.59	436,488.29
พันตัว/ Body Wrap	45	550.00	150.00	700.00	1,500.00	144	100,800.00	0.53	216,000.00	154	110,485.00	0.54	242,550.00	165	121,347.18	0.56	272,868.75	177	133,426.75	0.57	307,349.44	189	146,034.45	0.58	34

ตาราง 15 แสดงรายการบริการ-บริการพิเศษแพคเกจ (Special Package) ประเมินยอดขายรายปี – ปีที่ 1-5

บริการพิเศษแพคเกจ (Special Package)

ลักษณะบริการ/ Types of Services	เวลา	ต้นทุนสินค้า	ต้นทุนค่าบริการ	รวมต้นทุนทั้งสิ้น	รายการขาย	ยอดขายประเมิน	ต้นทุนปีที่ 1	%	ยอดขายเดือนที่ 1	No. of Service	ต้นทุนปีที่ 2	%	ยอดขายเดือนที่ 2	No. of Service	ต้นทุนปีที่ 3	%	ยอดขายเดือนที่ 3	No. of Service	ต้นทุนปีที่ 4	%	ยอดขายเดือนที่ 4	No. of Service	ต้นทุนปีที่ 5	%	ยอดขายเดือนที่ 5
นวดประคบสมุนไพร/ The Herbal Holistic Massage Special Package (10 times/ 90 minutes per time)	90	1,000.00	2,000.00	3,000.00	7,500.00 เฉลี่ย 750/time	12	38,000.00	0.60	90,000.00	13	39,975.00	0.61	102,375.00	14	44,128.25	0.62	115,762.50	15	48,480.08	0.63	130,232.81	16	52,893.02	0.64	145,860.75
นวดโรมา/ Body Aromatherapy Massage Special Package (10 times/ 60 minutes per time)	60	1,000.00	1,500.00	2,500.00	5,500.00 เฉลี่ย 550/time	12	30,000.00	0.55	68,000.00	13	33,312.50	0.56	75,075.00	14	38,771.88	0.57	84,892.50	15	40,383.40	0.58	95,504.08	16	44,152.52	0.59	108,984.55
เกาหน้า/ Spa facial Special Package (10 times/ 60 minutes per time)	60	3,000.00	500.00	3,500.00	8,000.00 เฉลี่ย 800/time	12	42,000.00	0.58	96,000.00	13	46,637.50	0.57	109,200.00	14	51,480.83	0.58	123,480.00	15	56,536.76	0.58	138,915.00	16	61,613.62	0.60	155,584.80
ลายไขมัน/ Defat: Anti-Cellulite and slimming course Special Package (10 times/ 60 minutes per time)	60	3,800.00	1,500.00	5,300.00	8,800.00 เฉลี่ย 880/time	12	83,600.00	0.40	105,800.00	13	70,822.50	0.41	120,120.00	14	77,856.38	0.43	135,828.00	15	85,612.80	0.44	152,808.50	16	93,603.33	0.45	171,143.28
ผิวงูเร่งเตปร่าง/ Scrub/Nourished body and skin Special Package (10 times/ 90 minutes per time)	90	6,500.00	2,000.00	8,500.00	12,000.00 Ave. 1,200/time	12	102,000.00	0.29	144,000.00	13	113,282.50	0.31	163,800.00	14	125,024.38	0.32	185,220.00	15	137,303.55	0.34	208,372.50	16	150,118.55	0.38	233,377.20
สปา เอ็กซ์คลูซีฟ / Spa Exclusive Package I นวดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท) และ ขัดผิวงูเร่งเตปร่าง (90 นาที/ 1,900 บาท) ค่าเติมเนื้อซื้อ Package 1 = 3,200 บาท/ ครั้ง Special Package (10 times/ 150 minutes per time)	150	9,500.00	2,500.00	12,000.00	21,000.00 เฉลี่ย 2,100/time	12	144,000.00	0.43	252,000.00	13	159,900.00	0.44	286,650.00	14	176,505.00	0.46	324,135.00	15	193,840.31	0.47	364,651.86	16	211,932.08	0.48	408,410.10
สปา เอ็กซ์คลูซีฟ / Spa Exclusive Package II นวดหน้า (60 นาที/ 1,300 บาท) สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) และ นวดอโรมา (60 นาที/ 950 บาท) ค่าเติมเนื้อซื้อ Package 2 = 3,750 บาท/ ครั้ง Special Package (10 times/ 180 minutes per time)	180	7,800.00	3,500.00	11,300.00	23,800.00 เฉลี่ย 2,380/time	12	135,800.00	0.53	285,600.00	13	150,572.50	0.54	324,870.00	14	168,209.88	0.55	367,353.00	15	182,532.96	0.56	413,272.13	16	199,569.37	0.57	462,884.78
สปา เอ็กซ์คลูซีฟ / Spa Exclusive Package III นวดประคบสมุนไพร (60 นาที/ 900 บาท) สลายไขมัน (60 นาที/ 1,500 บาท) ขัดผิวงูเร่งเตปร่าง (90 นาที/ 1,900 บาท) และ นวดโรมา (60 นาที/ 950 บาท) ค่าเติมเนื้อซื้อ Package 3 = 5,250 บาท/ ครั้ง Special Package (10 times/ 300 minutes per time)	300	12,300.00	7,000.00	19,300.00	35,000.00 เฉลี่ย 3,500/time	12	231,600.00	0.45	420,000.00	13	257,172.50	0.46	477,750.00	14	283,878.88	0.47	540,225.00	15	311,759.84	0.49	607,753.13	16	340,857.42	0.50	680,683.50
							784,800.00	0.48	1,459,200.00		871,455.00	0.47	1,669,840.00		961,952.28	0.49	1,676,898.00		1,056,428.70	0.50	2,111,608.01		1,155,029.81	0.51	2,384,888.98
							2,277,840.00	0.53	4,878,200.00		2,508,574.75	0.54	5,501,370.00		2,759,960.40	0.55	6,198,522.88		3,031,307.08	0.57	6,975,906.18		3,318,425.80	0.58	7,822,672.80

ตาราง 16 แสดงราคาสถิตภัณฑ์

ราคาสถิตภัณฑ์

รายการ	ต้นทุน (บาท)	ราคา (บาท)	ยอดขาย ประเมิน	ต้นทุน ปีที่ 1	%	ยอดขาย ปีที่ 1	ยอดขาย ประเมิน	ต้นทุน ปีที่ 2	%	ยอดขาย ปีที่ 2	ยอดขาย ประเมิน	ต้นทุน ปีที่ 3	%	ยอดขาย ปีที่ 3	ยอดขาย ประเมิน	ต้นทุน ปีที่ 4	%	ยอดขาย ปีที่ 4	ยอดขาย ประเมิน	ต้นทุน ปีที่ 5	%	ยอดขาย ปีที่ 5
Clove (ขนาด 15 ml.)	485	655	50	24,250.00	0.26	32,750.00	52	25,978.80	0.27	35,763.00	54	27,784.97	0.29	38,995.43	58	29,678.47	0.30	42,481.69	58	31,660.56	0.31	46,177.08
Eucalyptus (ขนาด 15 ml.)	310	419	50	15,500.00	0.26	20,850.00	52	16,803.60	0.27	22,877.40	54	17,759.47	0.29	24,945.17	58	18,989.74	0.30	27,182.51	58	20,236.65	0.31	29,539.23
Geranium (ขนาด 15 ml.)	750	1013	50	37,500.00	0.28	50,850.00	52	40,170.00	0.27	55,309.80	54	42,966.45	0.29	60,308.96	56	45,894.53	0.30	65,689.75	58	48,959.83	0.31	71,415.85
Lamongrass (ขนาด 15 ml.)	450	608	50	22,500.00	0.26	30,400.00	52	24,102.00	0.27	33,196.80	54	25,779.87	0.29	36,197.28	58	27,536.72	0.30	39,414.82	58	29,375.78	0.31	42,863.61
Lavender (ขนาด 15 ml.)	650	878	50	32,500.00	0.28	43,900.00	52	34,814.00	0.27	47,938.80	54	37,237.59	0.29	52,271.73	58	39,775.26	0.30	56,918.11	58	42,431.68	0.31	61,898.44
Lime (ขนาด 15 ml.)	550	743	50	27,500.00	0.26	37,150.00	52	29,458.00	0.27	40,567.80	54	31,508.73	0.29	44,234.51	56	33,655.99	0.30	48,168.48	58	35,903.73	0.31	52,381.03
Majoram (ขนาด 15 ml.)	495	668	50	24,750.00	0.26	33,400.00	52	26,512.20	0.27	36,472.80	54	28,357.86	0.29	39,769.38	56	30,290.39	0.30	43,304.44	58	32,313.36	0.31	47,093.57
Orange (ขนาด 15 ml.)	450	608	50	22,500.00	0.26	30,400.00	52	24,102.00	0.27	33,196.80	54	25,779.87	0.29	36,197.28	58	27,536.72	0.30	39,414.82	58	29,375.78	0.31	42,863.61
Papermint (ขนาด 15 ml.)	395	533	50	19,750.00	0.26	26,850.00	52	21,158.20	0.27	29,101.80	54	22,829.00	0.29	31,732.16	58	24,171.12	0.30	34,552.79	58	25,785.41	0.31	37,578.16
Pine (ขนาด 15 ml.)	250	338	50	12,500.00	0.26	16,900.00	52	13,390.00	0.27	18,454.80	54	14,322.15	0.29	20,122.83	56	15,288.18	0.30	21,911.53	58	16,319.88	0.32	23,828.78
Rosemary (ขนาด 15 ml.)	495	668	50	24,750.00	0.26	33,400.00	52	26,512.20	0.27	36,472.80	54	28,357.86	0.29	39,769.38	58	30,290.39	0.30	43,304.44	58	32,313.36	0.31	47,093.57
Villver (ขนาด 15 ml.)	850	1148	50	42,500.00	0.26	57,400.00	52	45,528.00	0.27	62,680.80	54	48,695.31	0.29	68,346.18	58	52,013.81	0.30	74,421.40	58	55,487.58	0.31	80,933.27
บับบอร์โวน (ขนาด 15 ml.)	350	473	50	17,500.00	0.26	23,650.00	52	18,746.00	0.27	25,825.80	54	20,051.01	0.29	28,160.06	56	21,417.45	0.30	30,663.17	58	22,847.83	0.31	33,346.20
นพ้อากา (ขนาด 15 ml.)	350	473	50	17,500.00	0.26	23,650.00	52	18,746.00	0.27	25,825.80	54	20,051.01	0.29	28,160.06	56	21,417.45	0.30	30,663.17	58	22,847.83	0.31	33,346.20
คล้ายเคียว (ขนาด 15 ml.)	350	473	50	17,500.00	0.26	23,650.00	52	18,746.00	0.27	25,825.80	54	20,051.01	0.29	28,160.06	56	21,417.45	0.30	30,663.17	58	22,847.83	0.31	33,346.20
สดชื่น ผ่อนคลาย (ขนาด 15 ml.)	350	473	50	17,500.00	0.26	23,650.00	52	18,746.00	0.27	25,825.80	54	20,051.01	0.29	28,160.06	56	21,417.45	0.30	30,663.17	58	22,847.83	0.31	33,346.20
ท้อแท้ หดหู่ (ขนาด 15 ml.)	400	540	50	20,000.00	0.26	27,000.00	52	21,424.00	0.27	29,484.00	54	22,915.44	0.29	32,148.90	58	24,477.08	0.30	35,006.58	58	26,111.80	0.31	38,089.66
นอนไม่หลับ (ขนาด 15 ml.)	400	540	50	20,000.00	0.26	27,000.00	52	21,424.00	0.27	29,484.00	54	22,915.44	0.29	32,148.90	58	24,477.08	0.30	35,006.58	58	26,111.80	0.31	38,089.66
ปวดศีรษะ (ขนาด 15 ml.)	400	540	50	20,000.00	0.26	27,000.00	52	21,424.00	0.27	29,484.00	54	22,915.44	0.29	32,148.90	58	24,477.08	0.30	35,006.58	58	26,111.80	0.31	38,089.66
ธาตุเงิน (ขนาด 15 ml.)	350	473	50	17,500.00	0.26	23,650.00	52	18,746.00	0.27	25,825.80	54	20,051.01	0.29	28,160.06	56	21,417.45	0.30	30,663.17	58	22,847.83	0.31	33,346.20
ธาตุน้ำ (ขนาด 15 ml.)	450	608	50	22,500.00	0.26	30,400.00	52	24,102.00	0.27	33,196.80	54	25,779.87	0.29	36,197.28	58	27,536.72	0.30	39,414.82	58	29,375.78	0.31	42,863.61
ธาตุลม (ขนาด 15 ml.)	450	608	50	22,500.00	0.26	30,400.00	52	24,102.00	0.27	33,196.80	54	25,779.87	0.29	36,197.28	58	27,536.72	0.30	39,414.82	58	29,375.78	0.31	42,863.61
ธาตุไฟ (ขนาด 15 ml.)	350	473	50	17,500.00	0.26	23,650.00	52	18,746.00	0.27	25,825.80	54	20,051.01	0.29	28,160.06	56	21,417.45	0.30	30,663.17	58	22,847.83	0.31	33,346.20
Deep gel cleanser (ขนาด 200 ml)	1015	1370	50	50,750.00	0.26	68,500.00	52	54,363.40	0.27	74,802.00	54	58,147.93	0.29	81,562.95	58	62,110.60	0.30	88,812.99	58	66,258.70	0.31	96,584.13
Lotion mild (ขนาด 200 ml)	1015	1370	50	50,750.00	0.26	68,500.00	52	54,363.40	0.27	74,802.00	54	58,147.93	0.29	81,562.95	58	62,110.60	0.30	88,812.99	58	66,258.70	0.31	96,584.13
Facial Peeling Mild (ขนาด 75 ml)	1127	1521	50	56,350.00	0.28	76,050.00	52	60,382.12	0.27	83,046.80	54	64,584.25	0.29	90,552.74	58	68,964.19	0.30	98,601.87	58	73,570.01	0.31	107,229.53
Mud Mask (ขนาด 50 ml.)	1550	2093	50	77,500.00	0.28	104,650.00	52	83,018.00	0.27	114,277.80	54	88,797.33	0.29	124,606.76	58	94,848.70	0.30	135,682.91	58	101,183.24	0.31	147,555.17
Oxygen Formula (ขนาด 50 ml.)	1200	1620	50	60,000.00	0.26	81,000.00	52	64,272.00	0.27	88,452.00	54	68,746.32	0.29	96,446.70	58	73,431.25	0.30	105,019.74	58	78,335.41	0.31	114,208.97
Repair Concentrate (ขนาด 3 ml)	310	419	50	15,500.00	0.26	20,950.00	52	16,803.60	0.27	22,877.40	54	17,759.47	0.29	24,945.17	58	18,989.74	0.30	27,182.51	58	20,236.65	0.31	29,539.23
Firming Effect concentrate (ขนาด 3 ml)	400	540	50	20,000.00	0.26	27,000.00	52	21,424.00	0.27	29,484.00	54	22,915.44	0.29	32,148.90	58	24,477.08	0.30	35,006.58	58	26,111.80	0.31	38,089.66
Algae Matrix (ขนาด 150 ml)	1019	1376	50	50,950.00	0.26	68,800.00	52	54,577.84	0.27	75,129.60	54	58,377.08	0.29	81,920.18	58	62,355.37	0.30	89,201.95	58	66,519.82	0.31	97,007.12
				898,300.00	0.26	1,213,100.00		982,258.96	0.27	1,324,705.20		1,029,247.00	0.29	1,444,438.24		1,099,388.23	0.30	1,572,832.70		1,172,811.67	0.31	1,710,455.54

ตาราง 17 แสดงงบกระแสเงินสดของ 71 Salud & Spa

71 Salud & Spa													
งบกระแสเงินสด													
ตั้งแต่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2546													
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	รวม
รายการดำเนินงาน													
เงินสดรับจากการขาย	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	6,092,300.04
เงินสดรับจากการลงทุน	4,000,000.00												4,000,000.00
รวมเงินสดรับ	4,507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	507,691.67	10,092,300.04
เงินสดจ่าย :													
ซื้อ	264,678.33	264,678.33	264,678.33	264,678.33	264,678.33	264,678.33	264,678.33	264,678.33	264,678.33	264,678.33	264,678.33	264,678.33	3,176,139.96
เงินลงทุน													
ค่าตกแต่ง Spa & Fitness	2,656,725.30												2,656,725.30
ค่าอุปกรณ์ Spa & Fitness	639,196.20												639,196.20
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	514,861.50												514,861.50
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน													
เงินเดือน	98,350.00	98,350.00	98,350.00	98,350.00	98,350.00	98,350.00	98,350.00	98,350.00	98,350.00	98,350.00	98,350.00	98,350.00	1,180,200.00
ค่าสาธารณูปโภค	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	180,000.00
ค่าเช่าสถานที่	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	360,000.00
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	20,307.67	20,307.67	20,307.67	20,307.67	20,307.67	20,307.67	20,307.67	20,307.67	20,307.67	20,307.67	20,307.67	20,307.67	243,692.04
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	15,230.75	15,230.75	15,230.75	15,230.75	15,230.75	15,230.75	15,230.75	15,230.75	15,230.75	15,230.75	15,230.75	15,230.75	182,769.00
เงินทุนหมุนเวียน													
สต็อกสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น	3,742.92	3,742.92	3,742.92	3,742.92	3,742.92	3,742.92	3,742.92	3,742.92	3,742.92	3,742.92	3,742.92	3,742.92	44,915.04
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	(15,230.75)	(15,230.75)	(15,230.75)	(15,230.75)	(15,230.75)	(15,230.75)	(15,230.75)	(15,230.75)	(15,230.75)	(15,230.75)	(15,230.75)	(15,230.75)	(102,769.00)
รวมเงินสดจ่าย	4,242,861.92	432,078.92	432,078.92	432,078.92	432,078.92	432,078.92	432,078.92	432,078.92	432,078.92	432,078.92	432,078.92	432,078.92	8,995,730.04
เงินสดรับ (จ่าย) สุทธิ	264,829.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	1,096,570.00
รายการทางการเงิน													
เงินสดต้นงวด		264,829.75	340,442.50	416,055.25	491,668.00	567,280.75	642,893.50	718,506.25	794,119.00	869,731.75	945,344.50	1,020,957.25	1,096,570.00
เงินสดรับ (จ่าย) สุทธิ	264,829.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	75,612.75	
เงินสดคงเหลือปลายงวด	264,829.75	340,442.50	416,055.25	491,668.00	567,280.75	642,893.50	718,506.25	794,119.00	869,731.75	945,344.50	1,020,957.25	1,096,570.00	

ตาราง 18 แสดงงบกระแสเงินสดตั้งแต่ปี 2546 -2550 ของ 71 Salud & Spa

71 Salud & Spa
งบกระแสเงินสด
ตั้งแต่ ปี 2546-2550

	2547	2548	2549	2550	2551	รวม
รายการดำเนินงาน						
เงินสดรับจากการขาย	6,092,300.00	6,826,075.20	7,643,961.12	8,548,738.86	9,533,028.34	38,644,103.52
เงินสดรับจากการลงทุน	4,000,000.00					
รวมเงินสดรับ	10,092,300.00	6,826,075.20	7,643,961.12	8,548,738.86	9,533,028.34	42,644,103.52
เงินสดจ่าย :						
ซื้อ	3,176,140.00	3,470,833.71	3,789,207.40	4,130,695.31	4,491,237.47	19,058,113.89
เงินลงทุน						
ค่าตกแต่ง Spa & Fitness	2,656,725.30					2,656,725.30
ค่าอุปกรณ์ Spa & Fitness	639,196.20					639,196.20
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	514,861.50					514,861.50
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน						
เงินเดือน	1,180,200.00	1,214,040.00	1,382,203.20	1,421,923.29	1,421,923.29	6,620,289.78
ค่าสาธารณูปโภค	180,000.00	181,800.00	183,618.00	185,454.18	187,308.72	918,180.90
ค่าเช่าสถานที่	360,000.00	378,000.00	396,900.00	416,745.00	437,582.25	1,989,227.25
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	243,692.00	273,043.01	305,758.44	341,949.55	381,321.13	1,545,764.13
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	182,769.00	204,782.26	229,318.83	256,462.17	285,990.85	1,159,323.11
เงินทุนหมุนเวียน						
สต็อกสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น	44,915.00	2,245.75	2,358.04	2,475.94	2,599.74	
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	(182,769.00)	(5,483.07)	(5,647.56)	(5,816.99)	(5,991.50)	
รวมเงินสดจ่าย	8,995,730.00	5,719,261.66	6,283,716.35	6,749,888.45	7,201,971.95	35,101,682.06
เงินสดรับ (จ่าย) สุทธิ	1,096,570.00	1,106,813.54	1,360,244.77	1,798,850.41	2,331,056.39	7,693,535.11
รายการทางการเงิน						
เงินสดต้นงวด	-	1,096,570.00	2,203,383.54	3,563,628.31	5,362,478.72	12,226,060.57
เงินสดรับ (จ่าย) สุทธิ	1,096,570.00	1,106,813.54	1,360,244.77	1,798,850.41	2,331,056.39	7,693,535.11
เงินสดคงเหลือปลายงวด	1,096,570.00	2,203,383.54	3,563,628.31	5,362,478.72	7,693,535.11	19,919,595.68

ตาราง 19 แสดงงบกำไร – ขาดทุนล่วงหน้าของ 71 Salud & Spa

71 Salud & Spa					
งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า					
สำหรับงวด 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2546		สิ้นสุดงวดวันที่ 31 ธ.ค. 2547	สำหรับงวดวันที่ 31ธ.ค. 2548	สำหรับงวดวันที่ 31 ธ.ค. 2549	สำหรับงวดวันที่ 31 ธ.ค. 2550
รายได้จากการดำเนินงาน					
ขายสุทธิ	6,092,300.00	6,826,075.20	7,843,961.12	8,548,738.86	9,533,028.34
ต้นทุนขาย	3,176,140.00	3,470,833.71	3,789,207.40	4,130,695.31	4,491,237.47
กำไรขั้นต้น	2,916,160.00	3,355,241.49	3,854,753.72	4,418,043.55	5,041,790.87
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
เงินเดือน	1,180,200.00	1,214,040.00	1,382,203.20	1,421,923.29	1,421,923.29
ค่าสาธารณูปโภค	180,000.00	181,800.00	183,618.00	185,454.18	187,308.72
ค่าเช่าสถานที่	360,000.00	378,000.00	398,900.00	418,745.00	437,582.25
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	243,692.00	273,043.01	305,758.44	341,949.55	381,321.13
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	182,769.00	204,782.26	229,318.83	256,482.17	285,990.85
ค่าเสื่อมราคาการตกแต่ง Spa & Fitness	531,345.06	531,345.06	531,345.06	531,345.06	531,345.06
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ Spa & Fitness	213,065.40	213,065.40	213,065.40		
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	171,820.50	171,820.50	171,820.50		
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	3,062,691.96	3,187,696.23	3,413,829.43	3,153,879.25	3,245,471.30
กำไร (ขาดทุน) ก่อนหักภาษี	-146,531.96	187,545.26	440,924.29	1,284,164.30	1,786,319.57
หัก ภาษีเงินได้	0	37,509.05	88,184.86	318,041.08	449,079.89
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	-146,531.96	150,036.21	352,739.43	948,123.22	1,347,239.68

หมายเหตุ : การเสียภาษีธุรกิจ SME'S เฉพาะรายที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่เกิน 5 ล้านบาท มีเงื่อนไขดังนี้

1. กำไรสุทธิตั้งแต่ 1 บาทแรก ถึง 1 ล้านบาท	เสียภาษีอัตรา	20%
2. กำไรสุทธิตั้งแต่ 1,000,001 บาท ถึง 3 ล้านบาท	เสียภาษีอัตรา	25%
3. กำไรสุทธิตั้งแต่ 3 ล้านบาทขึ้นไป	เสียภาษีอัตรา	30%

คิดค่าเสื่อมราคาการตกแต่ง Spa & Fitness แบบเส้นตรง ระยะเวลา 5 ปี

คิดค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ Spa & Fitness และราคาอุปกรณ์สำนักงาน แบบเส้นตรง ระยะเวลา 3 ปี

ตาราง 20 แสดงงบดุลล่วงหน้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546-2550

71 Salud & Spa											
งบดุลล่วงหน้า											
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546				2547		2548		2549		2550	
สินทรัพย์											
สินทรัพย์หมุนเวียน											
เงินสด		1,096,570.00		2,203,383.54		3,563,628.31		5,362,478.72		7,693,535.11	
ลูกหนี้การค้า		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	
สินค้าคงเหลือ		44,915.00		47,160.75		49,518.79		51,994.73		54,594.47	
วัสดุสิ้นเปลือง		-		-		-		-		-	
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		1,141,485.00		2,250,544.29		3,613,147.10		5,414,473.45		7,748,129.58	
สินทรัพย์ถาวร											
ค่าตกแต่ง Spa & Fitness		2,656,725.30		2,656,725.30		2,656,725.30		2,656,725.30		2,656,725.30	
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		531,345.06	2,125,380.24	1,062,690.12	1,594,035.18	1,594,035.18	1,062,690.12	2,125,380.24	531,345.06	2,656,725.30	-
ค่าอุปกรณ์ Spa & Fitness		639,196.20		639,196.20		639,196.20		639,196.20		639,196.20	
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		213,065.40	426,130.80	426,130.80	213,065.40	639,196.20	-	639,196.20	-	639,196.20	-
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน		514,861.50		514,861.50		514,861.50		514,861.50		514,861.50	
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		171,620.50	343,241.00	343,241.00	171,620.50	514,861.50	-	514,861.50	-	514,861.50	-
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ		2,894,752.04		1,978,721.08		1,062,690.12		531,345.06		-	
รวมสินทรัพย์		4,036,237.04		4,229,265.37		4,675,837.22		5,945,818.51		7,748,129.58	
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น											
หนี้สินหมุนเวียน											
เจ้าหนี้การค้า		182,769.00		188,252.07		193,899.63		199,716.62		205,708.12	
ส่วนของผู้ถือหุ้น											
ผู้ถือหุ้น		4,000,000.00		4,000,000.00		4,000,000.00		4,000,000.00		4,000,000.00	
กำไร (ขาดทุน) สะสม		-	146,531.96	3,504.25	4,003,504.25	356,243.68	4,356,243.68	1,304,366.90	5,304,366.90	2,651,606.58	6,651,606.58
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		4,036,237.04		4,191,756.32		4,550,143.31		5,504,083.52		6,857,314.70	

ตาราง 21 แสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Analysis) ตั้งแต่ปี 2546 -2550 ของ 71 Salud & Spa

71 Salud & Spa
Breakeven Analysis
ตั้งแต่ ปี 2546-2550

	2547	2548	2549	2550	2551
Variable Cost					
ต้นทุนขาย	3,176,140	3,470,834	3,789,207	4,130,695	4,491,237
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	182,769	204,782	229,319	256,462	285,991
Total Variable Cost	3,358,909	3,675,616	4,018,526	4,387,157	4,777,228
Variable Cost per unit	511	526	540	555	569
Fixed Cost					
เงินเดือน	1,180,200	1,214,040	1,382,203	1,421,923	1,421,923
ค่าสาธารณูปโภค	180,000	181,800	183,618	185,454	187,309
ค่าเช่าสถานที่	360,000	378,000	396,900	416,745	437,582
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	243,692	273,043	305,758	341,950	381,321
ค่าเสื่อมราคาการตกแต่ง Spa & Fitness	531,345	531,345	531,345	531,345	531,345
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ Spa & Fitness	213,065	213,065	213,065	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	171,621	171,621	171,621	-	-
Total Fixed Cost	2,879,923	2,962,914	3,184,510	2,897,417	2,959,480
Number of Unit Sales / No. of Time- Service Estimated					
Time of Service	5,028	5,381	5,761	6,168	6,596
Product sold	1,550	1,612	1,674	1,736	1,798
Total Number of Sales	6,578	6,993	7,435	7,904	8,394
Total Sales	6,092,300	6,826,075	7,643,961	8,548,739	9,533,028
Average PRICE PER UNIT	926	976	1,028	1,082	1,136
BEP IN UNIT PER YEAR	6,940	6,584	6,526	5,498	5,220
BEP IN UNIT PER MONTH	578	549	544	458	435
BEP IN AMOUNT PER YEAR (Sales)	6,426,440	6,425,984	6,708,728	5,948,836	5,929,920
BEP IN AMOUNT PER MONTH (Sales)	535,228	535,824	559,232	495,556	494,160

ตาราง 22 การวิเคราะห์อัตราส่วน (Ratio Analysis) ของ 71 Salud & Spa ตั้งแต่ปี 2546 -2550

71 Salud & Spa
Ratio Analysis
ตั้งแต่ ปี 2546-2550

	2547	2548	2549	2550	2551
Profitability Ratio					
Gross Profit Margin	47.9%	49.2%	50.4%	51.7%	52.9%
Opearating Profit Margin	-2.4%	2.7%	5.8%	14.8%	18.8%
Net Profit Margin	-2.4%	2.2%	4.6%	11.1%	14.1%
Return on Investment (ROI)	-3.6%	3.5%	7.5%	15.9%	17.4%
Return on Equity (ROE)	-3.8%	3.7%	8.1%	17.9%	20.3%
Liquidity Ratios					
Current Ratio (Times)	6.25	11.95	18.63	27.11	37.67
Quick Ratio (Times)	6.00	11.70	18.38	26.85	37.40
Activity Ratios					
Fixed Assets Turnover (Times)	2.10	3.45	7.19	16.09	
Total Assets Turnover (Times)	1.51	1.61	1.63	1.44	1.23
Leverage Ratio					
Debt to Equity Ratio (Times)	0.05	0.05	0.04	0.04	0.03

ตาราง 23 การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนตั้งแต่ปี ของ 71 Salud & Spa ตั้งแต่ปี 2546 -2550

71 Salud & Spa
การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน
ตั้งแต่ ปี 2546-2550

	Initial Investment	2547	2548	2549	2550	2551
รายการดำเนินงาน						
เงินสตรับจากการขาย		6,092,300	6,826,075	7,643,961	8,548,739	9,533,028
เงินสดจ่าย :						
ซื้อ		3,176,140	3,470,834	3,789,207	4,130,695	4,491,237
เงินลงทุน						
ค่าตกแต่ง Spa & Fitness	2,656,725					
ค่าอุปกรณ์ Spa & Fitness	639,196					
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	514,862					
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน						
เงินเดือน		1,180,200	1,214,040	1,382,203	1,421,923	1,421,923
ค่าสาธารณูปโภค		180,000	181,800	183,618	185,454	187,309
ค่าเช่าสถานที่		360,000	378,000	396,900	416,745	437,582
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด		243,692	273,043	305,758	341,950	381,321
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด		182,769	204,782	229,319	256,462	285,991
เงินทุนหมุนเวียน						
สต็อกสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น		44,915	2,246	2,358	2,476	2,600
เจ้าหน้าที่การค้าที่เพิ่มขึ้น		(182,769)	(5,483)	(5,648)	(5,817)	(5,992)
รวมเงินสดจ่าย	3,810,783	5,184,947	5,719,262	6,283,715	6,749,888	7,201,971
เงินสตรับ (จ่าย) สุทธิ	(3,810,783)	907,353	1,106,813	1,360,246	1,798,851	2,331,057

Payback Period	3.00 Year	2.91 month
IRR	23%	
ARR	31%	
NPV	1,478,927	Baht

บทที่ 5

ผลสรุป แผนสำรองและข้อเสนอแนะ

สรุปผล

ประโยชน์ของแผนธุรกิจในการคิดของคนทั่วไปสำหรับผู้ที่จะเริ่มทำธุรกิจส่วนตัว คือใช้เป็นเครื่องมือในการประกอบคำร้องขอเงินทุนจากธนาคาร แต่ตามหลักความเป็นจริงแล้วแผนธุรกิจมีความสำคัญยิ่งไปกว่านั้น นั่นคือแผนธุรกิจที่สร้างขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ และรัดกุมตลอดจนสามารถทำการศึกษาข้อมูลอย่างครบถ้วนในทุกๆด้านจะช่วยให้ ผู้ที่ดำเนินธุรกิจ สามารถที่จะทำการคาดการณ์การดำเนินงานทางธุรกิจว่าจะสามารถดำเนินไปได้ตลอดรอดฝั่งหรือไม่ และยังสามารถที่จะใช้ในการคาดการณ์หรือเก็งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นเมื่อดำเนินตามแผนที่วางไว้ได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น พร้อมทั้งยังช่วยในเรื่องของการจัดเตรียมแผนสำรองในการนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหา เมื่อการดำเนินธุรกิจมิได้เป็นไปตามที่คาดหวังอีกด้วย

1. เช่นเดียวกันแผนธุรกิจของ 71Salud & Spa ถูกจัดทำขึ้นโดยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการดำเนินงานอย่างมีแบบแผน และเพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการคืนทุนของธุรกิจ และทิศทางในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแผนธุรกิจฉบับนี้ประกอบด้วยแผนทางด้านการตลาด แผนผลิต/ปฏิบัติการ แผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และแผนทางการเงิน รวมทั้งแผนสำรอง (Contingency plans) ทั้งนี้ในส่วนของแผนธุรกิจนี้ เนื่องจากการได้มีการนำผลการวิเคราะห์ผลของงานวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสถานบริการสปา เพื่อสุขภาพและความงาม 71Salud & Spa มาพิจารณาประกอบการทำแผนธุรกิจนี้ด้วย เพื่อให้อยู่บนพื้นฐานของความต้องการของลูกค้าผู้มาใช้บริการสถานบริการ 71Salud & Spa มากที่สุด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาจากแผนธุรกิจฉบับนี้สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้:-

2. แผนการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้ ประกอบไปด้วย:
 - 2.1 กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งจะเน้นในเรื่อง การตกแต่งภายในและภายนอกของสถานที่ สินค้า ชื่อสินค้าและการบริการ การนำเสนอ
 - 2.2 กลยุทธ์ทางด้านราคา ประกอบไปด้วย อัตราค่าบริการ และ ราคาของสินค้าที่จัดจำหน่ายอยู่ในสถานบริการ
 - 2.3 กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 2.4 กลยุทธ์ทางการส่งเสริมทางการตลาด ประกอบไปด้วย การโฆษณา กิจกรรมทางการตลาด และรายการส่งเสริมการขาย
3. แผนผลิต/ปฏิบัติการ ว่าด้วยรายละเอียดของขั้นตอนการให้บริการแต่ละประเภทในสถานบริการแห่งนี้ ตลอดจนถึงการบริหารสินค้าคงคลัง การวางแผนของสถานบริการ
4. แผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วยโครงสร้างขององค์กร คุณสมบัติและหน้าที่ของบุคลากร รายได้และผลตอบแทน แผนการฝึกอบรมของบุคลากร
5. แผนการเงิน ประกอบไปด้วยสัดส่วนของการลงทุน และผลตอบแทนของธุรกิจ โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงิน ซึ่งประกอบไปด้วย การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) อัตราผลตอบแทนคิดลด (IRR) อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย

(ARR) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROI) อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

จากการศึกษาและวิเคราะห์แผนธุรกิจฉบับนี้ โดยพิจารณาจากสัดส่วนในการลงทุนและผลตอบแทนทางธุรกิจที่มีผลลัพธ์ในเชิงบวก ประกอบกับความสามารถในการคืนทุนที่ 3.2 ปี ดังนั้นจึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า แผนธุรกิจของ 71Salud & Spa เป็นแผนธุรกิจที่น่าสนใจและเหมาะสมแก่การลงทุน

แผนสำรอง (Contingency Plans)

แผนสำรองทางด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ

- ทำงานร่วมกับผู้ขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ อย่างต่อเนื่องเพื่อนำเอาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับว่าปลอดภัยและมีคุณภาพมาคอยไว้ให้บริการในสปาอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการเพิ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับธุรกิจสปาเพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อหาไปทำสปาได้ด้วยตนเองที่บ้านได้อย่างครบครัน
- สำรวจตลาดถึงความเป็นไปได้ในการขยายการให้บริการให้เกิดรูปแบบสปาที่ครบวงจรมากขึ้นโดยอาจทำการเพิ่มการให้บริการสอนโยคะ การฝึกสมาธิหรือ Body Combat ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมากจากการสอบถามจากผู้ใช้บริการและสถานะการณ์ ณ ตอนนั้น ๆ ถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมในการให้บริการที่เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง
- สำรวจตลาดถึงความเป็นไปได้ในการให้บริการทางด้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพื่อทำการเพิ่มเติมการให้บริการที่หลากหลายและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการที่มากขึ้น
- เปิดจองรับการให้บริการผ่านทางโทรศัพท์เพื่อสามารถจองตารางเวลาการเข้ามารับบริการล่วงหน้าเพื่อไม่เป็นการเสียเวลาในการรอรับบริการในช่วงที่มีคนมารับบริการเป็นจำนวนมาก
- เปิดการบริการสปานอกสถานที่เช่นที่บ้านเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการรับบริการมากที่สุด

แผนสำรองทางด้านบุคคล

- ในแง่ของบุคลากร เนื่องจากพิจารณาถึงสถานการณ์ในปัจจุบัน จะเห็นว่าช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการค่อนข้างมากจะเป็นช่วงเวลาระหว่าง 16:01 – 19:00 น. ของช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ดังนั้นจำเป็นต้องหาพนักงานสำรองไว้เพื่อรองรับในช่วงเวลาที่เป็น Prime Time สำหรับวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยบริษัทฯ จะทำการพิจารณาเพิ่มพนักงานในช่วงวันหยุดอีก 2 ตำแหน่งหรือแต่เหมาะสมซึ่งพนักงานเหล่านี้จะได้รับการจ่ายเงินเป็นรายวันซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานที่ทำงานในสาขาอาชีพเดียวกันแต่มีวันหยุดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และต้องการหารายได้พิเศษเพิ่มเติม โดยค่าแรงเหมาจ่ายรายวันจะอยู่ที่วันละ 300 บาทต่อวัน ซึ่งค่าแรงดังกล่าวยังไม่รวมทิปพิเศษซึ่งพนักงานจะได้รับจากแขกในแต่ละครั้งที่ให้บริการ ทั้งนี้การให้บริการจะเป็นการให้สิทธิพนักงานประจำภายในบริษัทฯ ก่อนโดยการให้บริการจะเป็นการเรียงลำดับตามคิว (queuing)
- พัฒนาพนักงานให้มีความสามารถในการให้บริการในแง่ต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการที่ทดแทนกันได้ เช่น พัฒนาผู้ให้บริการนวดแผนโบราณขึ้นมาเป็นผู้ที่ทำการนวดแบบโรมาเพื่อสามารถทำหน้าที่ทดแทนกันได้และในขณะเดียวกันก็ยังสามารถเป็นการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย

แผนการสำรองทางด้านราคา และการเงิน

- ปรับโครงสร้างของราคาค่าบริการเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการในช่วงเวลาที่ไม่ใช่เวลาที่คนนิยมเข้ามาใช้บริการ (คือช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และหลังเลิกงาน) และเพื่อให้เกิดการกระจายการเข้ามาใช้บริการในแต่ละช่วงเวลาอย่างต่อเนื่อง
- ทำงานร่วมกับผู้จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Supplier) เพื่อควบคุมราคาสินค้าที่จะนำมาใช้หรือเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับจัดจำหน่ายให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดกำไรสูงสุดด้วยต้นทุนที่ต่ำสุด โดยที่จะเน้นถึงคุณภาพมาตรฐานเป็นหลัก
- ทำการสำรวจราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์ในตลาดเป็นประจำเพื่อที่จะทำการเปลี่ยนแปลงหรือปรับราคาที่เหมาะสมโดยจะต้องไม่กระทบต่อการดำเนินกิจการในปัจจุบัน
- กรณีมีการขยายกำลังการให้บริการและมีความจำเป็นในการขยายการลงทุน จะเป็นการระดมเงินทุนจากหุ้นส่วนปัจจุบันก่อนที่จะมีการพิจารณากู้ยืมจากแหล่งเงินทุนภายนอก

แผนการสำรองทางด้านสถานที่

- ทำการขยายพื้นที่หลักของสปาสู่บริเวณข้างเคียงเพื่อเพิ่มพื้นที่การให้บริการ
- เปิดให้เช่าพื้นที่ภายในอีกต่อสำหรับสินค้าเพื่อสุขภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากพื้นที่ใช้สอย รวมถึงสินค้าฝากขายเพื่อเพิ่มรายได้สู่ธุรกิจ
- ปรับปรุงพื้นที่ให้บริการให้มีเอกลักษณ์ของแต่ละห้องบริการให้มากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างบรรยากาศความผ่อนคลายและการกลับสู่ธรรมชาติแก่ผู้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เช่น ห้อง “บ้านเล็กในป่าใหญ่” โดยใช้คอนเซ็ปต์ การนำเอาต้นไม้จริงมาปลูกในที่ร่มและนำเอาน้ำตกขนาดเล็กจำลองไว้ภายในโดยลงพื้นทางเดินด้วยหินแดงทั้งหมด ซึ่งการให้บริการสปาจะมีการแทรกไว้ภายในอย่างกลมกลืน และนำกลิ่นอโรมามาช่วยให้อากาศรู้สึกผ่อนคลายมากยิ่งขึ้น
- มองหาสถานที่ใหม่โดยใช้คอนเซ็ปต์ในใจกลางเมือง ไปมาสะดวกโดยเน้นความสบายในเรื่องที่จอดรถหรือเป็นการเช่าสถานที่ร่วมกับสถานที่ให้บริการทางด้านสุขภาพเช่น สถานที่ออกกำลังกายฟิตเนสเป็นต้น โดยพื้นที่ต้องมีความเหมาะสมและสามารถขยายพื้นที่ได้ในอนาคต

แผนการสำรองทางการด้านการโปรโมชัน

- สร้างกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ทำการเข้าร่วม และเป็นการคืนกำไรสู่ลูกค้าเช่น การมาใช้บริการสปาครบทุก ๆ 1,000 บาทลูกค้าสามารถจับฉลากเพื่อใช้เป็นคูปองส่วนลดเงินสดหรือค่าบริการภายในสปาฟรีในครั้งต่อไป
- สร้างพันธมิตรทางการค้าเพื่อสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นโดยการเพิ่มพันธมิตรทางการค้าจะเป็นทั้งทางตรงและทางอ้อมเช่นการเป็นพันธมิตรกับสถานออกกำลังกาย ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ หรือการเป็นพันธมิตรทางการค้าโดยการให้ส่วนลดกับธนาคารบัตรเครดิตโดยเป็นการโฆษณาไปในตัวและเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอีกด้วย

การมีแผนสำรองฉุกเฉินสำหรับธุรกิจถือว่าเป็นอีกหนึ่งทางออกสำรองไว้สำหรับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแข่งขันที่รุนแรง อย่างไรก็ตามสิ่งเหล่านี้เป็นการประเมินจากสถานการณ์ความเป็นไปได้ ณ ปัจจุบัน ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ไปตามระยะเวลาที่เปลี่ยนไปซึ่งผู้ประกอบการมีความจำเป็นที่จะต้องทำการสำรวจและสำรองแผนฉุกเฉินไว้สำหรับธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้แผนฉุกเฉินที่เตรียมไว้นั้นสำหรับการคาดการณ์ของธุรกิจในทิศทางที่เป็นไปในทางบวกหรือความประสบความสำเร็จและเหมาะสมแก่การขยายขยายต่อไป ซึ่งหากทางตรงกันข้ามของความประสบความสำเร็จ อาจมีการประสบปัญหาในธุรกิจ ซึ่งหากเหตุการณ์มีการพลิกผันเป็นในทิศทางดังกล่าวแผนสำรองฉุกเฉินก็จะมีพิจารณาภายใต้แนวคิดที่ว่า “ปรับเปลี่ยน ไป” ซึ่งหมายถึงการปรับเพื่อให้เกิดความเหมาะสมทั้งกับความต้องการของลูกค้าและความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ หรือการเปลี่ยนเพื่อความอยู่รอดหรือการทำให้ไม่ให้เกิดการขาดทุน หรือการขยายขยายสู่ธุรกิจใหม่เป็นต้น อย่างไรก็ตามคงไม่มีธุรกิจหรือบุคคลใดที่ต้องการประสบปัญหาถึงกับการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ดังกล่าวดังนั้นการเตรียมพร้อมต่อทุกสถานการณ์ย่อมส่งผลดีต่อทุกสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างไม่คาดฝันได้เป็นอย่างดีที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. พิจารณาเพิ่มการบริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องทางด้านสุขภาพและการออกกำลังกาย โดยการเพิ่มคอร์สการเรียนการสอน โยคะ คอรัสการเต้นรำเข้าจังหวะ และ Body Balance หลักเกณฑ์ในการพิจารณาจะมาจากผลของการวิจัยทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง
2. เพื่อให้การบริการสามารถรักษามาตรฐานในการบริการให้คงที่หรือดียิ่งขึ้น จึงควรที่จะมีการส่งเสริมในด้านการอบรมความรู้เพิ่มเติมในตำแหน่งงานบริการทุกสาขาแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง
3. พิจารณาการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ทางด้านอุปกรณ์เครื่องมือ รวมถึงสถานที่ เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมแก่การใช้งาน และคำนึงถึงความปลอดภัยสูงสุดของลูกค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้กับลูกค้า จนเกิดการใช้บริการซ้ำ
4. พิจารณาในการสร้างกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วมและเกิดความผูกพันกับสถานบริการ 71 Salud & Spa ทั้งในรูปแบบของกิจกรรมส่วนบุคคล และกิจกรรมแบบครอบครัว
5. พิจารณาในเรื่องของการให้บริการนอกสถานที่

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

จันทนา จันทโร และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ (2540) การศึกษาความเป็นไปได้ โครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฐานา ฉันทไพศาล และ อัจฉราชีวะตระกูลกิจ. (2545). การบริหารโครงการ และการศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์

दनัย เทียนพุม. (2542). *Key Performance Indicators (KPIs)*. กรุงเทพฯ : ไทยเจริญการพิมพ์

दनัย เทียนพุม. (2546). KPIs ดัชนีวัดผลสำเร็จทางธุรกิจ – การจัดการผลลัพธ์เชิงกลยุทธ์ (SRM : Strategic Result Management). กรุงเทพฯ : ไทยเจริญการพิมพ์

ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. (2544). การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น. "ชุด "โรงเรียน กวดวิชา" บทสะท้อนปัญหาการศึกษา," (2543, ธันวาคม). *วิทยจารย์*. 99 (9) : 36. "เผยสถิติคะแนนสอบวัด ความรู้เอ็นทรานซ์," (2544, 19 พฤศจิกายน). *ไทยรัฐ*. หน้า 15

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2541). การบริหารค่าจ้างสำหรับมืออาชีพ : โรงพิมพ์ โอ. เอส. พรินติ้ง แฮส

ไพบุลย์ อ่อนมั่ง (2541). การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาสุศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรญญานิพนธ์ กศ.ด. (การวิจัยและพัฒนา หลักสูตร).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา

มยุรี อนุมานราชธน. (2543). การบริหารโครงการ. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ดาว

วิภาพร มหาชัย. (2544). การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ. หลักสูตรปรญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, อัดสำเนา

สมชาย หิรัญกิตติ (2542). การบริหารทรัพยากรมนุษย์: บริษัทธีระฟิล์มและโซเท็กซ์

สุพาดา สิริกุดตา. (2545). การบัญชีบริหาร, บริหารธนะชการพิมพ์, จำกัด

สุชาวลี สุทธิชนะ. (2542). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่, หลักสูตรปรญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

_____. (2542). การจัดทำแผนธุรกิจ, การทำกำไร การบริหารงานและคน. แหล่งที่มา

http://www.psu.ac.th./Others/psu_programmer/Source/PSU-Business Plan.pdf

_____. (2543). ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period). แหล่งที่มา.

http://www.geocities.com/teacher_jrps_finaleft.htm

_____. (2543). อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return: ARR). แหล่งที่มา.

http://www.geocities.com/teacher_jrps_finaleft.htm

_____. (2543). อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นในบริษัท (Return on Equity: ROE). แหล่งที่มา: http://www.geocities.com/teacher_jrps_finaleft.htm

_____. (2544). แผนธุรกิจ (คู่มือการจัดทำแผนธุรกิจ). แหล่งที่มา. http://www.ismed.or.th/knowledge/index_cate.php?ide18

Robert S. Kaplan, David P. Norton (1996), *The Balanced Scorecard*, Library of Congress Cataloging – in – Publication Data, United States of America

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

ผลงานวิจัยที่สนับสนุนแผนธุรกิจ

ผลงานวิจัยที่สนับสนุนแผนธุรกิจ

วลัยรัตน์ วรพงศ์พิสุทธิ์ (2546 : บทคัดย่อ) - ได้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของ 71 Salud and Spa เพื่อให้ทราบถึงความคาดหวังของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงต่อคุณภาพการบริการ และความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและการวางแผนงานประกอบการดำเนินธุรกิจสปาเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และส่งผลประโยชน์ให้แก่เจ้าของกิจการหรือผู้ร่วมลงทุนในการเข้าใจถึงความคาดหวังความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงยังเป็นมุมมองที่ดีสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างมีขั้นตอนและมีเป้าหมายสามารถวัดผลได้และเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นทั้งในอนาคตอันใกล้และไกลของธุรกิจที่ลงทุน

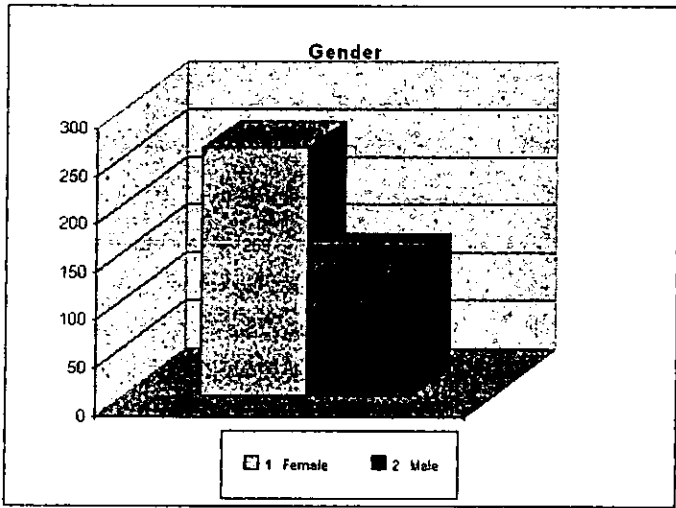
กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ 71 Salud and Spa ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่างแบบวิธีความสะดวกโดยใช้แบบสอบถาม 400 ชุดและนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป "SPSS 10.0 for Window" โดยมีผลสรุปดังนี้

- จากข้อมูลส่วนบุคคล กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการใน 71 Salud & Spa ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท
- ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของ 71 Salud & Spa ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมเมื่อพิจารณาจากระดับความคาดหวังเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังในด้านสถานที่มากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากร และด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ
- การรับรู้จริงในคุณภาพการบริการของลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของ 71 Salud & Spa ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมเมื่อพิจารณาจากระดับการรับรู้จริงเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ามีการรับรู้จริงในด้านสถานที่มากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านราคา
- พฤติกรรมโดยทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการใน 71 Salud & Spa ในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมดังนี้
 - งานอดิเรก - การออกกำลังกาย
 - กีฬาที่เล่นเป็นประจำ - การออกกำลังกาย
 - เวลาว่างปฏิบัติกิจกรรมใด - พักผ่อนอยู่บ้าน
 - รับประทานอาหารประเภทใด - อาหารเพื่อสุขภาพ
 - ชอบอ่านหนังสือประเภทใด - ชอบการอ่านนิตยสารท่องเที่ยว/ เดินทาง
 - ติดตามข่าวสารจากสื่อใด - สื่อทางโทรทัศน์
 - การใช้จ่ายเงิน - พฤติกรรมในการใช้จ่ายกับการท่องเที่ยว/ เดินทาง
- กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการใน 71 Salud & Spa ในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือการมาทำสปาและเสริมความงาม
- เหตุผลในการมาใช้บริการสปา กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการใน 71 Salud & Spa มีพฤติกรรมในการมาใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายและคลายเครียดและเพื่อให้ผิวพรรณและกล้ามเนื้อกระชับมากที่สุด

- ช่วงเวลาที่นิยมมาใช้บริการ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการใน 71 Salud & Spa คือช่วงเวลา 16.01-19.00 น. มากที่สุด
- ช่วงเวลาที่นิยมมาใช้บริการ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการใน 71 Salud & Spa มีพฤติกรรมในการมาใช้บริการสปาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์มากที่สุด

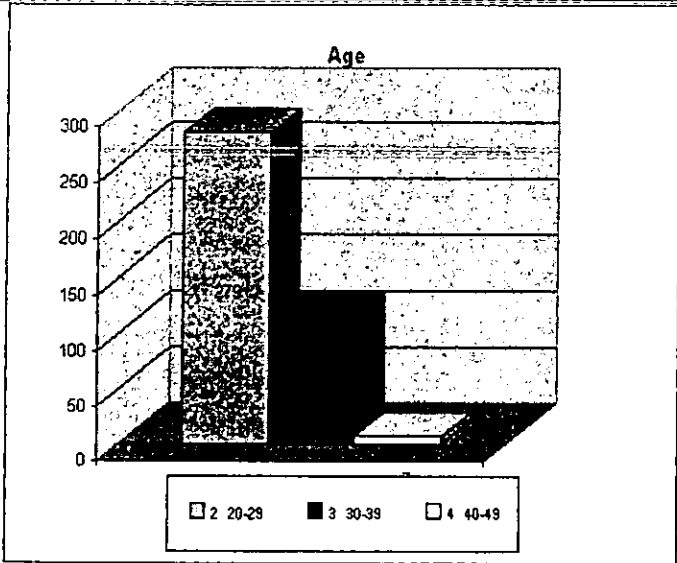
P.1 Gender แผนภูมิ 1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ – เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Female	259	64.75	64.75	64.75
	2 Male	141	35.25	35.25	100.00
	Total	400	100.00	100.00	



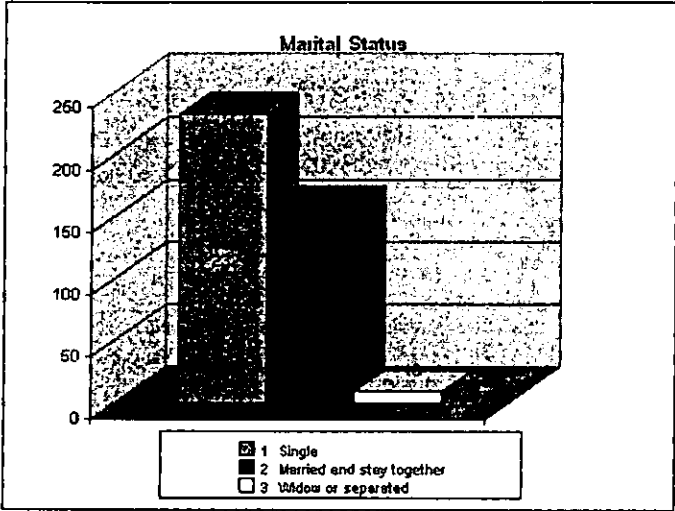
P.2 Age แผนภูมิ 2 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ – อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 20-29	279	69.75	69.75	69.75
	3 30-39	114	28.50	28.50	98.25
	4 40-49	7	1.75	1.75	100.00
	Total	400	100.00	100.00	



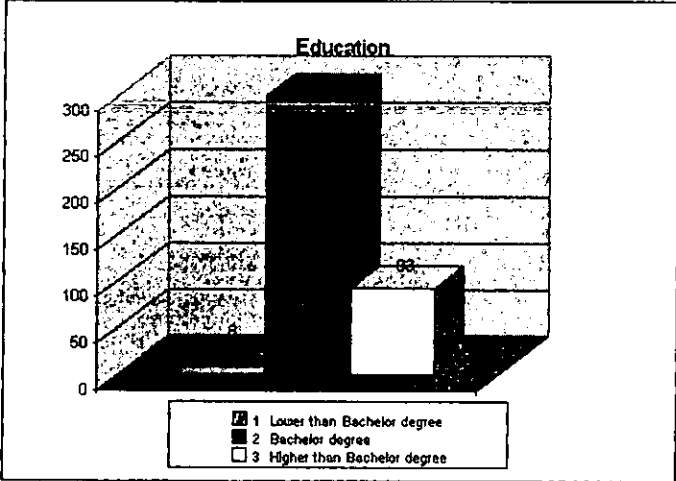
P.3 Marital status แผนภูมิ 3 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ – สถานะภาพการสมรส

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Single	232	58.00	58.00	58.00
	2 Married and stay together	158	39.50	39.50	97.50
	3 Widow or separated	10	2.50	2.50	100.00
	Total	400	100	100	



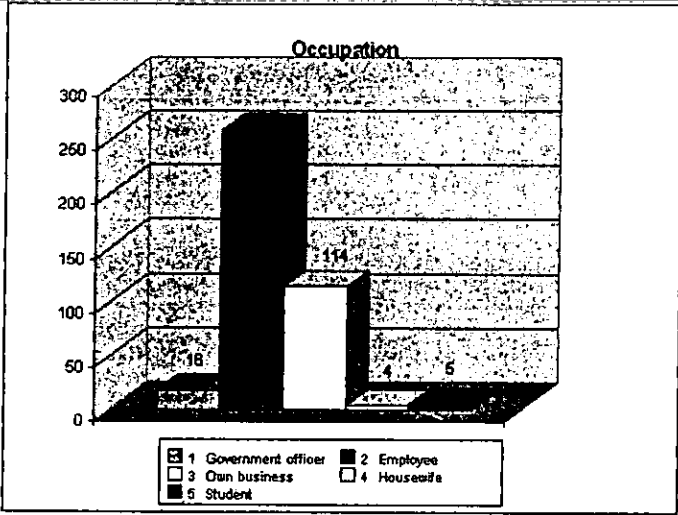
P.4 Education แผนภูมิ 4 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ – ระดับการศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Lower than Bachelor degree	8	2.00	2.00	2.00
	2 Bachelor degree	299	74.75	74.75	76.75
	3 Higher than Bachelor degree	93	23.25	23.25	100.00
	Total	400	100.00	100.00	



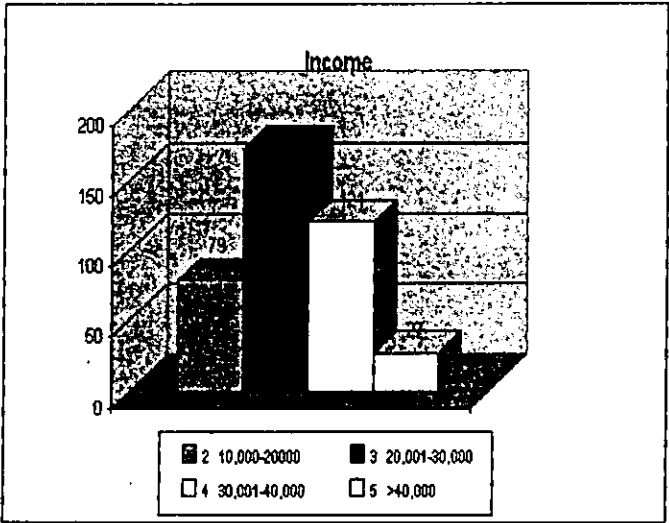
P.5 Occupation แผนภูมิ 5 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ – อาชีพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Government officer	18	4.50	4.50	4.50
	2 Employee	259	64.75	64.75	69.25
	3 Own business	114	28.50	28.50	97.75
	4 Housewife	4	1.00	1.00	98.75
	5 Student	5	1.25	1.25	100.00
	Total	400	100.00	100.00	18.00



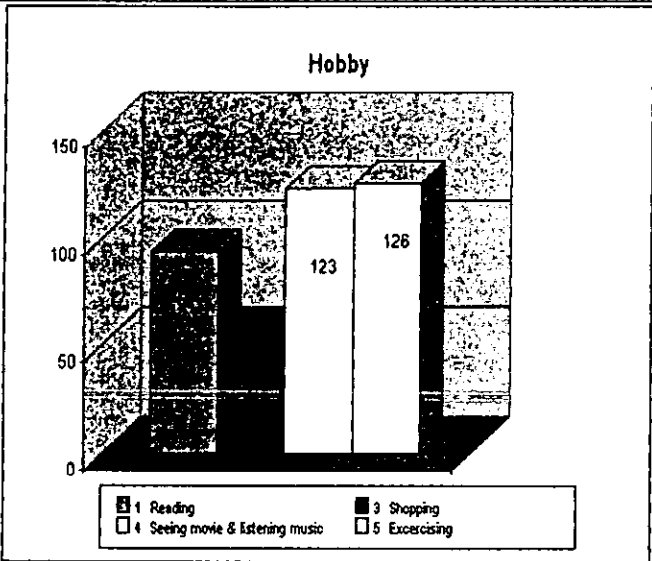
P.6 Monthly income แผนภูมิ 6 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ – รายได้ต่อเดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 10,000-20000	79	19.75	19.75	19.75
	3 20,001-30,000	173	43.25	43.25	63.00
	4 30,001-40,000	121	30.25	30.25	93.25
	5 >40,000	27	6.75	6.75	100.00
	Total	400	100	100	



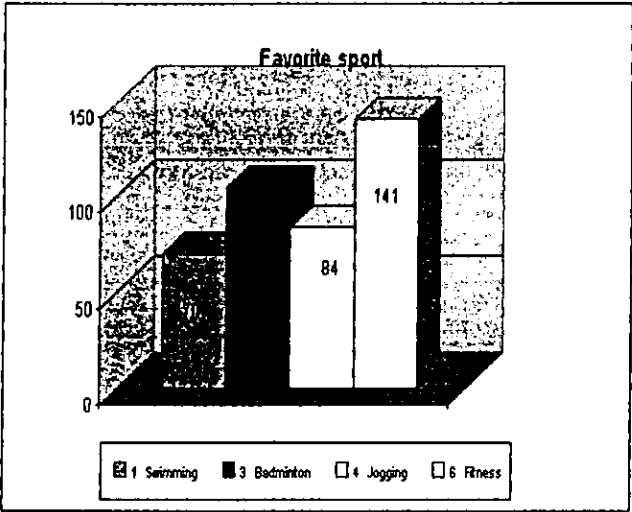
B.40 What is your favorite hobby? แผนภูมิ 7 : รูปแบบการดำเนินชีวิต – งานอดิเรก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Reading	94	23.50	23.50	23.50
	3 Shopping	57	14.25	14.25	37.75
	4 Seeing movie & listening music	123	30.75	30.75	68.50
	5 Excercising	126	31.50	31.50	100.00
	Total	400	100	100	



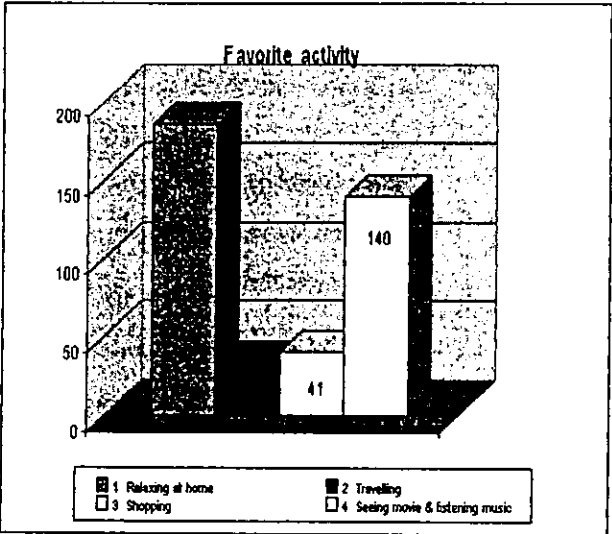
B.41 What is your favorite sport? แผนภูมิ 8 : รูปแบบการดำเนินชีวิต - กีฬาที่ชอบ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Swimming	70	17.50	17.50	17.50
	3 Badminton	105	26.25	26.25	43.75
	4 Jogging	84	21.00	21.00	64.75
	6 Fitness	141	35.25	35.25	100.00
	Total	400	100	100	



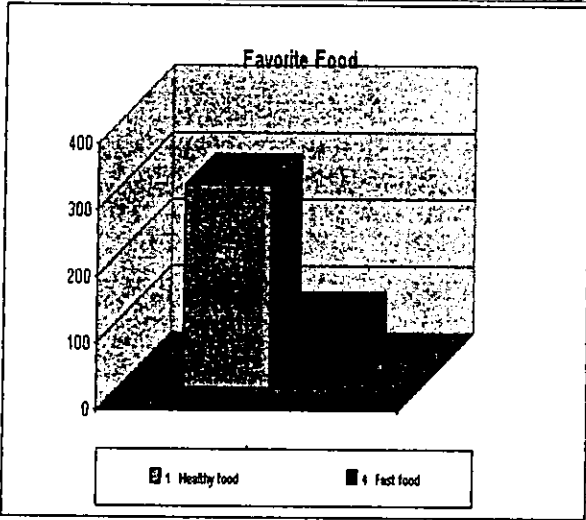
B.42 What is your favorite activity? แผนภูมิ 9 : รูปแบบการดำเนินชีวิต - กิจกรรมที่ชอบทำ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Relaxing at home	185	46.25	46.25	46.25
	2 Travelling	34	8.50	8.50	54.75
	3 Shopping	41	10.25	10.25	65.00
	4 Seeing movie & listening music	140	35.00	35.00	100.00
	Total	400	100	100	



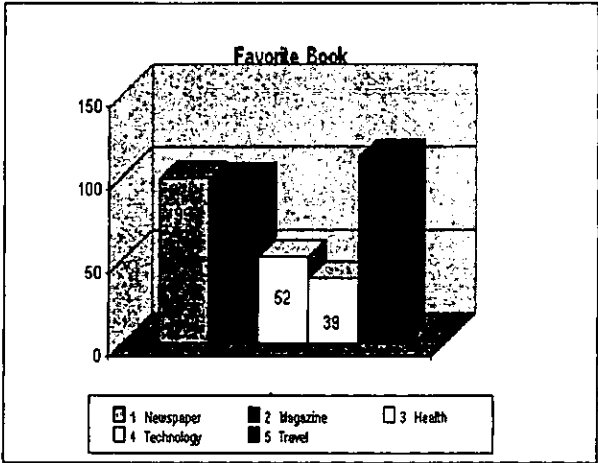
B.43 What is your favorite food? แผนภูมิ 10 : รูปแบบการดำเนินชีวิต – อาหารที่ชอบ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Healthy food	303	75.75	75.75	75.75
	4 Fast food	97	24.25	24.25	100.00
	Total	400	100	100	



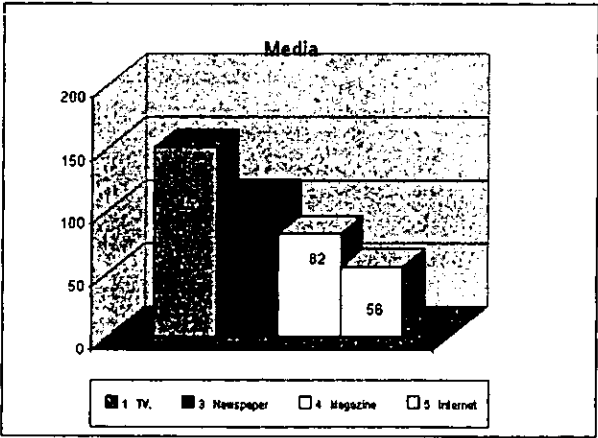
B.44 What is your favorite book? แผนภูมิ 11 : รูปแบบการดำเนินชีวิต – หนังสือที่ชอบ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Newspaper	99	24.75	24.75	24.75
	2 Magazine	98	24.50	24.50	49.25
	3 Health	52	13.00	13.00	62.25
	4 Technology	39	9.75	9.75	72.00
	5 Travel	112	28.00	28.00	100.00
	Total	400	100	100	



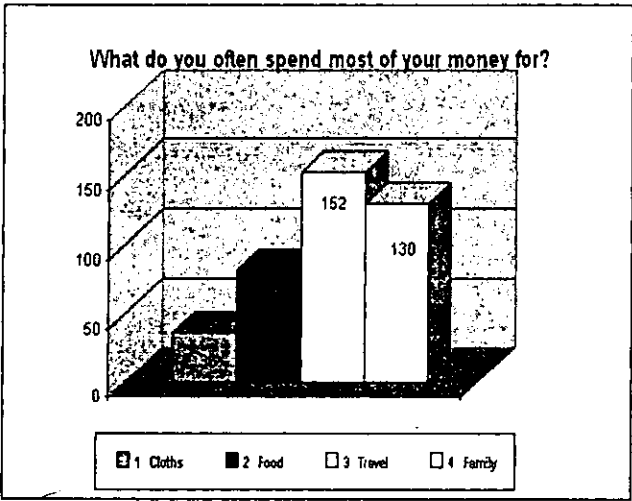
B.45 Media? แผนภูมิ 12 : รูปแบบการดำเนินชีวิต – สื่อที่ใช้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 TV.	151	37.75	37.75	37.75
	3 Newspaper	111	27.75	27.75	65.50
	4 Magazine	82	20.50	20.50	86.00
	5 Internet	56	14.00	14.00	100.00
	Total	400	100	100	



B.46 What do you spend most of your money for? แผนภูมิ 13 : รูปแบบการดำเนินชีวิต – การใช้เงิน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Cloths	36	9.00	9.00	9.00
	2 Food	82	20.50	20.50	29.50
	3 Travel	152	38.00	38.00	67.50
	4 Family	130	32.50	32.50	100.00
	Total	400	100	100	



C.47 How often you come to 71 Salud & Spa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	53	13.25	13.25	13.25
	2	128	32.00	32.00	45.25
	3	66	16.50	16.50	61.75
	4	71	17.75	17.75	79.50
	10	36	9.00	9.00	88.50
	12	5	1.25	1.25	89.75
	15	38	9.50	9.50	99.25
	20	3	0.75	0.75	100.00
	Total	400	100.00	100.00	

C.48 How much do you pay for each time at 71 Salud & Spa?

No	Frequency of usages	Baht spent per time	No. of questionnaire	Type	Future (Frequency & Baht)		No. of questionnaire
	3	200	21	Massage	2	300	4
2	2	300	28	Massage	3	300	6
3	4	300	31	Massage	4	300	36
4	2	400	30	Massage	5	300	1
5	2	500	4	Massage	2	400	2
6	3	500	8	Massage	3	400	12
7				Massage	4	400	48
8				Massage	5	400	2
9				Massage	3	500	3
10				Massage	4	500	7
11				Massage	5	500	1
	2.67	366.67	122		3.64	390.91	122

No. of usage increased = 36%, Total Baht increased = 7%

No	Frequency of usages	Baht spent per time	No. of questionnaire	Type	Future (Frequency & Baht)		No. of questionnaire
1	1	800	4	Spa & Bea.	2	800	1
2	2	800	8	Spa & Bea.	3	800	4
3	3	800	5	Spa & Bea.	4	800	11
4	4	800	21	Spa & Bea.	1	900	4
5	1	900	2	Spa & Bea.	2	900	10
6	2	900	18	Spa & Bea.	3	900	14
7	4	900	7	Spa & Bea.	4	900	19
8	1	1000	24	Spa & Bea.	2	1000	62
9	2	1000	42	Spa & Bea.	3	1000	5
10	2	1200	23	Spa & Bea.	4	1000	1
11	3	1200	7	Spa & Bea.	2	1200	6
12	1	1500	23	Spa & Bea.	3	1200	14
13				Spa & Bea.	2	1500	33
	2.17	983.33	184.00		2.69	992.31	184.00

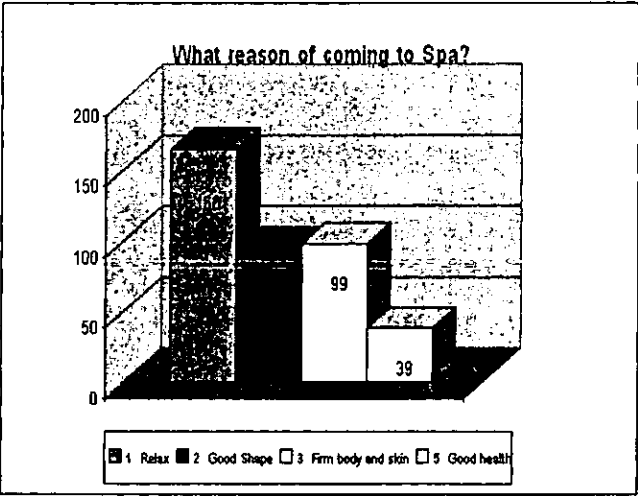
No. of usage increased = 24%, Total Baht increased = 1%

No	Frequency of usages	Baht spent per time	No. of questionnaire	Type	Future (Frequency & Baht)		No. of questionnaire
1	20	50	3	Sau. & Fit.	20	50	5
2	15	70	4	Sau. & Fit.	30	50	2
3	10	100	36	Sau. & Fit.	8	100	9
4	12	100	5	Sau. & Fit.	10	100	15
5	15	100	34	Sau. & Fit.	12	100	13
6	4	200	12	Sau. & Fit.	15	100	42
7				Sau. & Fit.	20	100	7
8				Sau. & Fit.	8	200	1
12.67		103.33	94.00		15.38	100.00	94.00

No. of usage increased = 21%, Total Baht decreased = 3%

C.49 What is the reason of coming at Spa? แผนภูมิ 14 : เหตุผลในการเข้ามาใช้บริการของ 71 Salud & Spa

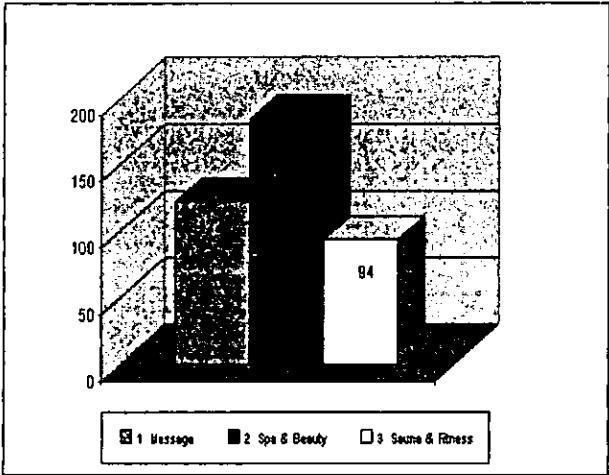
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Relax	166	41.5	41.5	41.5
	2 Good Shape	96	24.00	24.00	65.50
	3 Firm body and skin	99	24.75	24.75	90.25
	5 Good health	39	9.75	9.75	100.00
	Total	400	100	100	



C.50 What type of service previous used in 71 Salud & Spa?

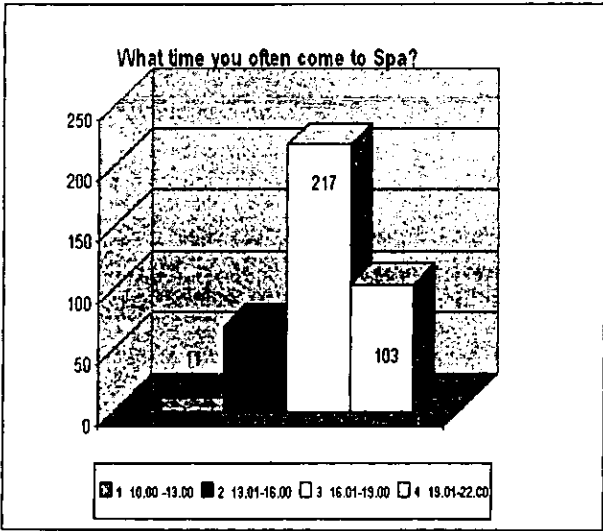
แผนภูมิ 15 : การจำแนกการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Massage	122	30.50	30.50	30.50
	2 Spa & Beauty	184	46.00	46.00	76.50
	3 Sauna & Fitness	94	23.50	23.50	100.00
	Total	400	100	100	



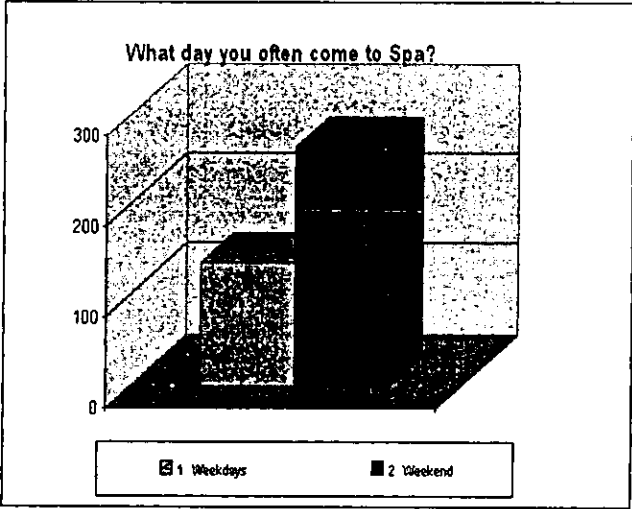
C.51 What time you often come to spa? แผนภูมิ 16 : ช่วงเวลาในการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าของ71 Salud & Spa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 10.00 -13.00	11	2.75	2.75	2.75
	2 13.01-16.00	69	17.25	17.25	20.00
	3 16.01-19.00	217	54.25	54.25	74.25
	4 19.01-22.00	103	25.75	25.75	100
	Total	400	100	100	



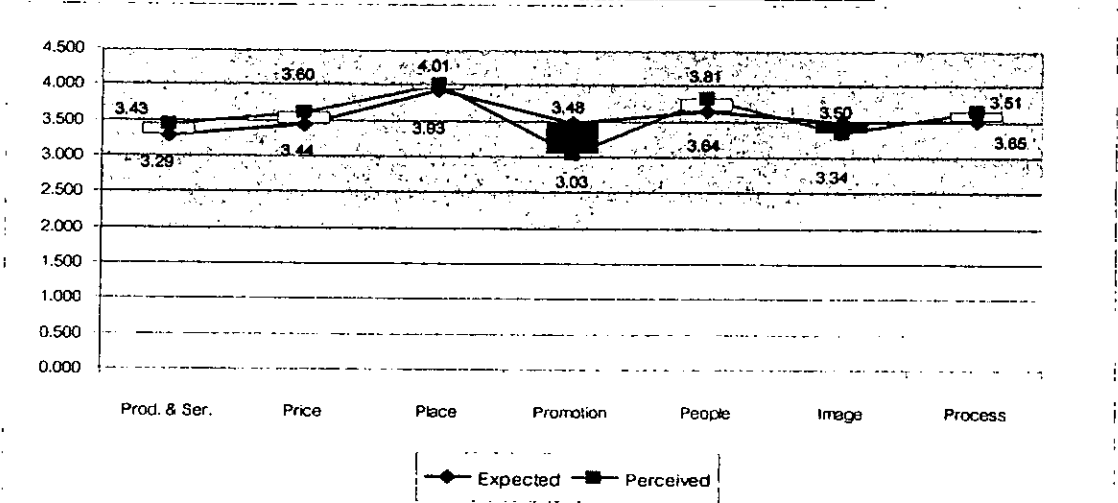
C.52 What day you often come to spa? แผนภูมิ 17 : วันที่ลูกค้าสะดวกมาใช้บริการสปาของ71 Salud & Spa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Weekdays	135	33.75	33.75	33.75
	2 Weekend	265	66.25	66.25	100.00
	Total	400	100	100	



Paired Samples Statistics แผนภูมิ 18 : การแสดงคู่เปรียบเทียบทางสถิติ

	Expected	Perceived	Difference
Prod. & Ser.	3.289	3.434	0.144
Price	3.436	3.601	0.165
Place	3.934	4.014	0.080
Promotion	3.481	3.034	-0.447
People	3.642	3.809	0.167
Image	3.498	3.342	-0.157
Process	3.510	3.646	0.136



ภาคผนวก ข.

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดที่.....

ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ
สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 71 Salud and Spa

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
เพื่อรวบรวมคำตอบจากแบบสอบถามมาประมวลผลเพื่อรายงานผลวิจัย

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ○ หน้าข้อความที่เป็นจริงตรงกับสถานภาพของท่าน

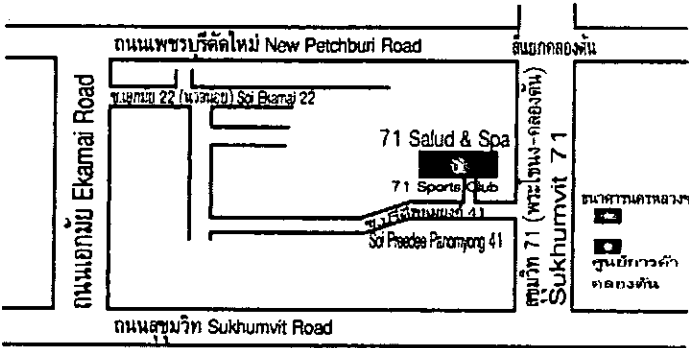
- 1. เพศ
 - ☐ 1) หญิง
 - ☐ 2) ชาย
- 2. อายุ
 - ☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี
 - ☐ 2) 20 – 29 ปี
 - ☐ 3) 30 - 39 ปี
 - ☐ 4) 40 – 49 ปี
 - ☐ 5) 50 ปี ขึ้นไป
- 3. สถานภาพการสมรส
 - ☐ 1) โสด
 - ☐ 2) สมรส และอยู่ด้วยกัน
 - ☐ 3) หม้าย หรือ หย่า หรือ แยกกันอยู่
- 4. ระดับการศึกษาสูงสุด
 - ☐ 1) ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
 - ☐ 2) ระดับปริญญาตรี
 - ☐ 3) สูงกว่าระดับปริญญาตรี
- 5. อาชีพ
 - ☐ 1) ราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 - ☐ 2) พนักงานลูกจ้างบริษัทเอกชน
 - ☐ 3) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
 - ☐ 4) พ่อบ้าน แม่บ้าน
 - ☐ 5) นักเรียน/นักศึกษา
 - ☐ 6) อื่นๆ (โปรดระบุ
- 6. รายได้ต่อเดือน
 - ☐ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
 - ☐ 2) 10,001 – 20,000 บาท
 - ☐ 3) 20,001 – 30,000 บาท
 - ☐ 4) 30,001 – 40,000 บาท
 - ☐ 5) 40,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 : ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการของ 71 Salud & Spa
คำชี้แจง

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นของลูกค้าก่อนการให้บริการของ 71 Salud and Spa

ให้ท่านประเมินว่าท่านมีความคาดหวังต่อการบริการจาก 71 Salud and Spa อยู่ในระดับใดโดยวงกลมรอบตัวเลข 1 ใน 5 ตัว ในช่องระดับความคาดหวังในเลข 1 หมายถึง ความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยและเพิ่มมากขึ้นจนถึงเลข 5

การรับรู้ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นของลูกค้าหลังจากที่ใช้บริการของ 71 Salud and Spa ให้ท่านประเมินว่าท่านมีการรับรู้จริงต่อการบริการจาก 71 Salud and Spa ที่ได้รับจริงอยู่ในระดับใด โดยวงกลมรอบตัวเลข 1 ใน 5 ตัว ในช่วงบริการที่ท่านได้รับจริง โดยเลข 1 หมายถึง บริการที่ได้รับจริงอยู่ในระดับน้อยและเพิ่มมากขึ้นตามลำดับไปจนถึงเลข 5



ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการบริการ	สินค้าและบริการ (Products & Services)	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง
1 2 3 4 5	7. มีโปรแกรมของสปา หลายแบบให้เลือกใช้บริการ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	8. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้มีความสดใหม่ได้คุณภาพ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	9. มีบริการสั่งอาหารและเครื่องดื่มเตรียมพร้อมไว้บริการ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	10. มีผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องกับสปาจำหน่าย เช่น สบู่สมุนไพร โลชั่น น้ำมันหอม	1 2 3 4 5

ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการบริการ	ราคา (Price)	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง
1 2 3 4 5	11. คุณภาพการบริการเหมาะสมกับราคาขาย	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	12. ราคาบริการโดยมีส่วนลด	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	13. ราคาบริการแบบเหมาจ่าย (Packages)	1 2 3 4 5

ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการบริการ	ราคา (Price)	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง
1 2 3 4 5	14. ความหลากหลายของรูปแบบการชำระเงิน (เงินสด/ บัตรเครดิต)	1 2 3 4 5

ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการบริการ	สถานที่ (Place)	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง
1 2 3 4 5	15. สถานที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก และหาง่าย	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	16. มีพื้นที่จอดรถไว้ให้บริการเพียงพอ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	17. อาณาบริเวณของสถานที่สปา มีต้นไม้ ดอกไม้ ร่มรื่น เป็นธรรมชาติ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	18. ภายในสถานที่มีการแบ่งพื้นที่ให้บริการอย่างเป็น สัดส่วน	1 2 3 4 5

ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการบริการ	การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง
1 2 3 4 5	19. มีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสปา ทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโปสเตอร์	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	20. มีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสปาทางอินเทอร์เน็ต	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	21. มีการให้ส่วนลดบางส่วนลดในการรับบริการ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	22. มีการให้ส่วนแถมพิเศษในการรับบริการ	1 2 3 4 5

ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการบริการ	บุคลากร (People)	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง
1 2 3 4 5	23. ผู้ให้บริการแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	24. พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการและตอบ ข้อซักถามได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	25. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	26. ผู้ให้บริการหน้าตายิ้มแย้ม แจ่มใส และสุภาพ	1 2 3 4 5

ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการบริการ	บุคลากร (People)	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง										
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	27. พนักงานมีการให้ความรู้อธิบายเกี่ยวกับคุณสมบัติของการให้บริการแต่ละประเภท	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	28. ความเชี่ยวชาญในการให้บริการเฉพาะทาง เช่น การวางแผนโบราณคดี, การนวดฝ่าเท้า, การนวดอโรมา เป็นต้น	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								

ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการบริการ	การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (Image/ Brand)	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง										
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	29. โลโก้ของสถานที่เห็นชัดเจน และสะอาดตา	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	30. ตกแต่งสถานที่ ด้วยการใช้นโทนสีธรรมชาติ และสีโทนอ่อน มีองค์ประกอบด้านศิลป์	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	31. มีการจัดมุมหนังสือเกี่ยวกับสปา หรือหนังสือทั่วไปไว้คอยให้บริการ	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	32. มีอุปกรณ์เครื่องมือใช้ประกอบที่สะอาดและครบครัน	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	33. มีภาพพจน์ที่ดีและมีชื่อเสียง	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								

ระดับความคาดหวัง ที่จะได้รับการบริการ	กระบวนการ (Process)	ระดับบริการที่ท่าน ได้รับจริง										
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	34. มีการเปิดเพลงคลอเบา ๆ ในขณะนวดเพื่อผ่อนคลาย	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	35. ขั้นตอนในการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็วและไม่ ยุ่งยาก	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	36. มีบริการเสิร์ฟน้ำอุ่นหรือน้ำสมุนไพรระหว่างให้บริการ	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	37. รู้สึกถึงความสบายและผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและ จิตใจหลังการเข้ารับบริการ	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	38. ความปลอดภัยในการดูแลชีวิตและทรัพย์สิน	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								
<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5	39. ระยะเวลาเปิดบริการ 10.00 - 22.00 น. มีความ เหมาะสม	<table><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								
1	2	3	4	5								

ตอนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรมโดยทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

40. งานอดิเรกที่ท่านชอบทำที่สุด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|--|--|
| ☐ 1) อ่านหนังสือ | ☐ 2) ปลูกต้นไม้ |
| ☐ 3) ช้อปปิ้ง (shopping) | ☐ 4) ดูหนัง/ ฟังเพลง |
| ☐ 5) ออกกำลังกาย | ☐ 6) อื่น ๆ โปรดระบุ |
41. กีฬาที่ท่านเล่นเป็นประจำมากที่สุด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|------------------------------------|--|
| ☐ 1) วายน้ำ | ☐ 2) เทนนิส |
| ☐ 3) แบดมินตัน | ☐ 4) วิ่ง |
| ☐ 5) คีบอร์ด | ☐ 6) อื่น ๆ โปรดระบุ |
42. ท่านใช้เวลาว่างปฏิบัติกิจกรรมใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|--|---|
| ☐ 1) พักผ่อนอยู่บ้าน | ☐ 2) เดินทางท่องเที่ยว |
| ☐ 3) ช้อปปิ้ง (shopping) | ☐ 4) ดูหนัง/ ฟังเพลง |
| ☐ 5) พบปะเพื่อนฝูง | ☐ 6) งานฝีมือ งานศิลปะ หัตถกรรม |
| ☐ 7) อื่น ๆ โปรดระบุ | |
43. ท่านชอบรับประทานอาหารประเภทใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|--|---|
| ☐ 1) อาหารเพื่อสุขภาพ | ☐ 2) อาหารสำเร็จรูป |
| ☐ 3) อาหารมังสวิรัติ | ☐ 4) อาหารฟาสต์ฟู้ดส์ |
| ☐ 5) อื่น ๆ โปรดระบุ | |
44. ท่านชอบอ่านหนังสือประเภทใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|---|--|
| ☐ 1) หนังสือพิมพ์ | ☐ 2) นิตยสารแฟชั่น |
| ☐ 3) หนังสือเกี่ยวกับสุขภาพ | ☐ 4) หนังสือเกี่ยวกับเทคโนโลยี |
| ☐ 5) หนังสือท่องเที่ยว | ☐ 6) อื่น ๆ โปรดระบุ |
45. ท่านมักจะติดตามข่าวสารจากสื่อใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|---------------------------------------|---|
| ☐ 1) โทรทัศน์ | ☐ 2) วิทยุ |
| ☐ 3) หนังสือพิมพ์ | ☐ 4) นิตยสาร |
| ☐ 5) อินเทอร์เน็ต | ☐ 6) แคตตาล็อก โบรชัวร์ ป้ายโฆษณา |
46. ส่วนใหญ่ท่านใช้จ่ายในข้อใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|---|---|
| ☐ 1) เครื่องประดับและเครื่องแต่งกาย | ☐ 2) อาหารการกิน |
| ☐ 3) เดินทางและพักผ่อน | ☐ 4) ใช้จ่ายกับครอบครัว |
| ☐ 5) ของตกแต่งบ้าน | |

พฤติกรรมการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa

47. ความถี่ในการมาใช้บริการที่ 71 Salud & Spa (เฉลี่ย) ครั้ง/ เดือน
48. ค่าใช้จ่ายที่ท่านมาใช้บริการที่ 71 Salud & Spa (เฉลี่ย) บาท/ ครั้ง
49. เหตุผลในการมาใช้บริการสปา (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|---|---|
| ☐ 1) เพื่อผ่อนคลายและคลายเครียด | ☐ 2) เพื่อให้ทรวดทรงสวยงาม |
| ☐ 3) เพื่อให้ผิวพรรณและกล้ามเนื้อกระชับ | ☐ 4) เพื่อบำบัดรักษาโรคประจำตัว |
| ☐ 5) เพื่อให้ร่างกายแข็งแรง | ☐ 6) เพื่อช่วยลดน้ำหนัก |
50. ประเภทของการเข้ารับบริการที่ 71 Salud & Spa (ครั้งล่าสุด)
- | | |
|---|--|
| ☐ 1) นวดเพื่อผ่อนคลาย | ☐ 2) สปาและเสริมความงาม |
| ☐ 3) เซาว์น่า และฟิตเนส | ☐ 4) อื่น ๆ โปรดระบุ |
51. ช่วงเวลาที่นิยมมาใช้บริการ
- | | |
|---|---|
| ☐ 1) 10.00-13.00 น. | ☐ 2) 13.01-16.00 น. |
| ☐ 3) 16.01-19.00 น. | ☐ 4) 19.01-22.00 |
52. วันเวลาที่นิยมมาใช้บริการ
- | | |
|--|--|
| ☐ 1) วันธรรมดา | ☐ 2) วันหยุดสุดสัปดาห์ |
| ☐ 3) วันนักขัตฤกษ์ | ☐ 4) อื่น ๆ โปรดระบุ |
53. สถานที่บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามที่ท่านเคยใช้บริการนอกเหนือจาก 71 Salud & Spa
- _____
 - _____
 - _____
54. แนวโน้มในการมาใช้บริการในอนาคตที่ 71 Salud & Spa (เฉลี่ย) ครั้ง/ เดือน
55. แนวโน้มในการมาใช้บริการในอนาคตที่ 71 Salud & Spa (เฉลี่ย) บาท/ ครั้ง

ตอนที่ 4 : ปัญหาและข้อเสนอแนะ

56. ปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่ 71 Salud & Spa

56.1ปัญหาด้านสินค้าและบริการ (Products & Services)_____

ข้อเสนอแนะ_____

56.2 ปัญหาด้านราคา (Price)_____

ข้อเสนอแนะ_____

56.3 ปัญหาด้านสถานที่ (Place)_____

ข้อเสนอแนะ_____

56.4 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)_____

ข้อเสนอแนะ_____

56.5 ปัญหาด้านบุคลากร (People)_____

ข้อเสนอแนะ_____

56.6 ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (Image/ Brand)_____

ข้อเสนอแนะ_____

56.7 ปัญหาด้านกระบวนการและขั้นตอนการบริการ (Process)_____

ข้อเสนอแนะ_____

57. ข้อเสนอแนะ อื่น ๆ เพิ่มเติม_____

ภาคผนวก ค.

บทสัมภาษณ์ – ผู้ประกอบการ/ ผู้บริหาร 71 Salud & Spa

บทสัมภาษณ์ – ผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร 71 Salud & Spa

ที่มา กว่าจะมาเป็น 71 Salud & Spa

เนื่องจากดิฉันเป็นคนชอบเล่นกอล์ฟ และกอล์ฟเป็นกีฬาที่เล่นกลางแจ้ง ดังนั้นแสงแดดอาจทำให้เกิดสภาพผิวที่เสื่อมได้ง่าย และทำให้เกิดริ้วรอยได้ง่าย ในช่วงแรกๆ ก็จะใช้บริการตามสถานที่เสริมความงามต่างๆ ที่มีการนัดหน้านัดตัว และชวนเพื่อนทั้งกันไปทำด้วยกัน จนกระทั่งมีความคิดว่าทำไมเราไม่ทำสถานที่แบบนี้เสียเอง ในช่วงที่กระแสของธุรกิจแบบนี้เป็นธุรกิจขาขึ้น และยังเป็นแหล่งที่ใช้ในการนัดชุมนุมเพื่อนฝูงได้อีกด้วย ในความคิดคือต้องการจะทำ 71 Salud & Spa ให้เป็นสถานที่ๆ iva สำหรับทั้งดูแลตัวเอง และดูแลเพื่อน ๆ รวมถึงลูกค้าคนอื่นๆ ถ้าเราทำของเราเอง เราจะรู้ว่า เราต้องอะไรแค่ไหน

ทำไมถึงต้องเป็นสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 71 Salud and Spa

ในปัจจุบันกระแสของความห่วงใยในเรื่องของสุขภาพ หรือแม้กระทั่งแนวความคิดเรื่อง การกลับคืนสู่ธรรมชาติ รวมทั้งการกินอาหารชีวจิต เป็นกระแสความนิยมที่มาแรง ถ้ามองว่าทำไมถึงต้องเป็นสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 71 Salud & Spa ก็เพราะเป็นแนวความคิดที่จะรวมเอาหลักของการเสริมสร้างความงามอย่างมีสุขภาพ มาไว้ในที่เดียวกัน การทำสปาเป็นหลักของการบำบัดด้วยน้ำ เพื่อการผ่อนคลายทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เมื่อบวกด้วยศาสตร์ของการนวดกระตุ้นจุดการไหลเวียนของเลือดในร่างกาย หรือแม้กระทั่งการนวดเพื่อคลายความอ่อนล้า และความตึงเครียดจากหน้าที่การงานที่ทำในแต่ละวัน จะช่วยให้ผู้ที่เข้ารับบริการได้รับความสุขในทุกๆ ด้าน เมื่ออย่างเท้าก้าวออกจากที่นี่ไป คำว่า "71" มาจากชื่อย่อสุขุมวิท 71 ส่วนคำว่า Salud เป็นภาษาสเปน แปลว่า "น้ำ" เพราะฉะนั้นในที่นี้จะหมายถึงการบำบัดความเหนื่อยล้าด้วยน้ำ

หัวใจหลักของการทำธุรกิจสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม

หัวใจหลักของการทำธุรกิจสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม ก็ไม่มีอะไร ซับซ้อน เราวางกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอน จัดหาสถานที่ ศึกษาความรู้ทางด้านสปา และการเสริมความงามเพิ่มเติม รวมทั้งรวบรวมบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านนี้มาระดมสมองเพื่อพัฒนาแผนธุรกิจ ตลอดจนความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน ระดมเงินทุน และการรับสมัครบุคลากรทางแผนกนวดในรูปแบบต่างๆ การจัดหาอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยแก่ลูกค้า การให้ความรู้ผู้ให้บริการทุกคนให้เข้าใจถึงหัวใจของงานบริการ เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้าทุกคน เน้นวัสดุที่นำมาใช้ในบ้านที่มาจากธรรมชาติ หลีกเลี่ยงสารสังเคราะห์หรือสารเคมีใดๆ ที่นำมาใช้แล้วทำให้เกิดผลข้างเคียง จะว่าไปปัจจัยทุกอย่างที่มีความสำคัญพอๆ กัน และเอื้อให้เกิดประโยชน์ซึ่งกันและกัน

ปัจจัย/กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ เช่น 7P (1 สินค้าและบริการ (Products & Services), 2 ราคา (Price), 3 สถานที่ (Place), 4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion), 5บุคลากร (People), 6 การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (Image/ Brand), 7 กระบวนการ (Process) เป็นต้น

กลยุทธ์สู่ความสำเร็จที่วางเอาไว้ 7 หลัก ก็เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดโดยทั่วไป ที่อยู่บนพื้นฐานของสถานที่ ราคา สินค้าและบริการ บุคลากร การส่งเสริมการตลาด การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ และกระบวนการ ดีใจทยแต่ละข้อเพื่อนำมาสร้างเป็นรูปธรรม การที่ตัดสินใจเลือกสถานที่ บริเวณนี้ เนื่องจากเป็น สปอร์ตคลับเก่าที่คนรู้จักบ้างแล้ว และมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง รู้จักกับเจ้าของสถานที่ ดังนั้นค่าเช่าที่

จึงเป็นอะไรที่ตกลงกันได้ และสมเหตุสมผล ธุรกิจสองอย่างเกี่ยวพันกัน เพราะนอกจากที่เราทำเป็นสปาเพื่อสุขภาพและความงามแล้ว เรายังเพิ่มส่วนที่เป็นฟิตเนสและซาวน่าเข้าไปอีก เพื่อให้ ผู้มาใช้บริการมี ตัวเลือก ในการบริการหลายอย่าง เรามีร้านอาหารภายในสปาของเราเอง มีเครื่องดื่มสมุนไพรไว้คอยต้อนรับเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ มีพนักงานต้อนรับที่คอยให้ข้อมูลต่างๆที่ลูกค้าต้องการ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่สั่งมาใช้ในสปา ก็เป็นสินค้าที่ผลิตโดยชาวบ้านในประเทศ เพื่อช่วยส่งเสริมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น สินค้าหรือผลิตภัณฑ์บางตัวเท่านั้นที่ต้องสั่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ อุปกรณ์การนวดตัวและนวดหน้าเป็นอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องสั่งนำเข้าเพื่อให้ได้มาตรฐานและมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัย ราคาในการใช้บริการแต่ละอย่างจะมีการขึ้นลงเป็นสายลักษณะอักษรชัดเจน เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า ราคาของการใช้บริการที่นี้จะจำแนกตามการบริการแต่ละชนิด ตลอดจนสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และเวลาในการบริการ บุคลากรที่เลือกเฟ้น เราเลือกจากผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะทางเพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานในแต่ละชนิด ถือหลัก Put a right man in a right job เป็นหลัก เพื่อให้คนทำงานไม่รู้สึกอึดอัดกับงานที่ตัวเองต้องทำ แต่ถ้าใครต้องการทำในสิ่งที่นอกเหนือจากหน้าที่ของเขา และ เชื่อมั่นว่าเขาสามารถทำได้ เราก็จะให้โอกาสเขาทำ รวมทั้งบางครั้งมีการอบรมเพิ่มเติมเพื่อให้มีความรู้ด้านงานบริการในมาตรฐานเดียวกัน ในแต่ละเดือนจะมีโปรโมชั่นต่างๆเพื่อส่งเสริมการขาย ที่ออกมาในรูปแบบของคูปองส่วนลด หรือ ช้อปแฟกเกจคู่ ได้แถมสมาชิกฟิตเนสตลอดชีพฟรี ฯลฯ ในช่วงแรกๆของการแนะนำตัว ก็มีการลงหนังสือ อนุญาตให้ใช้สถานที่ในการถ่ายแพชั่น ตลอดจนมีการติดต่อรายการโทรทัศน์มาสัมภาษณ์และถ่ายสถานที่ออกรายการ เรียกว่าพยายามใช้สื่อต่างๆในการสร้าง Brand Recognition และ Brand awareness

มุมมองและหลักการในการบริหารจัดการและการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ในเรื่องของการบริหารจัดการและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จริงๆดิฉันยึดหลักในเรื่องของการมอบหมายหน้าที่ๆแต่ละคนที่ถนัด ให้การสนับสนุนในสิ่งที่เขาขอแต่ก็ต้องพิจารณาเป็นกรณีๆไป ดิฉันเชื่อในเรื่องของการให้กำลังใจ และชื่นชมเมื่อเขาทำงานดี แต่ถ้าทำอะไรผิดพลาดก็จะมีบทลงโทษ และแนะนำให้ทำในสิ่งที่ถูกต้องกว่าโดยให้พวกเขาได้มีสิทธิในการออกความคิดเห็นด้วย สำหรับคณะกรรมการบริหารด้วยกัน ที่สำคัญที่สุดก็คือการจัดประชุมในแต่ละอาทิตย์ในด้านการวางแผนงานในการดำเนินการ ดูข้อบกพร่องร่วมกันเพื่อหาทางแก้ไข รวมทั้งชี้แจงถึงความก้าวหน้าและอุปสรรคของการดำเนินงาน ทุกคนมีสิทธิในการตั้งคำถามเพื่อให้เกิดความเข้าใจเดียวกัน และผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบก็ต้องตอบคำถามในส่วนที่ตัวเองเกี่ยวข้องให้ได้ แผนการพัฒนาบุคลากรโดยใช้การฝึกอบรมยังคงอยู่ในแผนธุรกิจของบริษัท เพราะดิฉันมั่นใจว่าคนทุกคนถ้าได้รับการอบรมในสิ่งเดียวกันมีความรู้เช่นเดียวกัน การพัฒนาเอาความรู้ที่ได้จากการอบรมไปใช้นั้นขึ้นอยู่กับความสามารถเฉพาะบุคคล แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจของเราเน้นในเรื่องของการบริการเป็นหัวใจหลัก ดังนั้น การบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพจะต้องทำให้ได้ในมาตรฐานเดียวกัน

มุมมองและผลกระทบของปัจจัยภายนอก เช่นวิกฤตเศรษฐกิจ ต่อการบริหารธุรกิจในยุคปัจจุบัน

ถ้าพูดถึงมุมมองและผลกระทบของปัจจัยภายนอก เช่นวิกฤตเศรษฐกิจ ต่อการบริหารธุรกิจในปัจจุบัน คงจะพูดได้ว่า ทำให้ผู้ประกอบการใหม่มีการระมัดระวังตัวในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ในแง่ของการลงทุนและการทำการศึกษาวิจัยตลาดก่อนที่จะลงทุนทำธุรกิจใดๆ การทำธุรกิจในปัจจุบันจะมองถึงแผนการดำเนินธุรกิจในขั้นต้นโดยใช้ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจช่วงแรก 3 ปี เป็นอย่างต่ำว่าธุรกิจนี้จะไปได้รอดหรือไม่ เพื่อป้องกันการผลิตผลที่เคยเกิดขึ้นแล้วในปี 2540 ธุรกิจของเราพยายามที่จะระดมทุนจากหุ้นส่วนด้วยกันเองก่อนที่จะทำการกู้จากธนาคารเพื่อทำการลงทุน นอกจากในอนาคตเรามีแผนในการขยายธุรกิจให้

กว้างขึ้น หรือเพิ่มสาขาขึ้น ตอนนั้นถึงจะคิดว่าจะทำการกู้สินเชื่อเพื่อการลงทุนจากธนาคาร สิ่งที่เราคำนึงถึงคือขวัญและกำลังใจของพนักงาน เราค่อยๆเติบโต และไม่รีบร้อนในการขยายพร้อมดูความเสี่ยงทางธุรกิจ เพื่อที่ในอนาคตเราไม่ต้องลดพนักงาน หรือให้พนักงานออก แต่พยายามประคับประคองให้ธุรกิจก้าวไปอย่างมั่นคงด้วยกันดีกว่า

อุปสรรคปัญหาต่าง ๆ ที่ได้รับหรือเผชิญทั้งทางตรงและทางอ้อมจากธุรกิจ สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 71 Salud and Spa

อุปสรรคปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นณ.ตอนนี้ คงจะยังไม่ใช่ปัญหาใหญ่ ถึงแม้ว่าตลาดการแข่งขันของธุรกิจ สปาเพื่อสุขภาพและความงาม เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง สปาแต่ละที่จะมีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง และจุดเด่นในแต่ละที่จะเป็นจุดที่ลูกค้า ให้ความสนใจและเลือกใช้ แต่เท่าที่เห็นความสะดวกสบายในการเดินทางไป และราคารวมทั้งบริการที่ดีจะเป็นจุดหนึ่งที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจในการพิจารณาการใช้สปาในแต่ละที่อีกด้วย จุดเด่นของ 71 Salud & Spa ก็คือ เราตั้งอยู่ในบริเวณที่หาง่ายไปมาสะดวก สถานที่จอดรถกว้างขวาง มีการบริการหลากหลายทั้งในด้านฟิตเนส สปอร์ตคลับ สระว่ายน้ำ และ สปาพร้อมทั้งการบริการการนวดในรูปแบบต่างๆ เราเปิดบริการตั้งแต่ 10:00 – 22:00 น.ทุกวัน เพราะฉะนั้นคนทำงานจะเลือกมาเวลาใดก็ได้ที่เขาสะดวก ความเพียงพอของผู้ให้บริการด้านการนวดที่นี้อาจจะยังไม่เพียงพอต่อผู้เข้ารับบริการเราก็มีแผนรองรับด้วยการรับสมัครผู้คนวดเพิ่มขึ้นทั้งแบบเต็มเวลา และ ล่วงเวลา ค่าตอบแทนที่ได้เรากำหนดถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้เขามีกำลังใจในการทำงาน และให้เขาเห็นว่าการทำงานกับทางเราเขามีอนาคตที่มั่นคงถ้ายังขยันก็ยิ่งได้รายได้เพิ่มขึ้น ดังนั้น เราพยายามที่จะพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส และถึงแม้ว่าบางครั้งในการทำงานจะมีปัญหาเกิดขึ้น ก็จะพยายามแก้ไขอย่างรวดเร็วไม่ทิ้งให้เป็นปัญหาเรื้อรังและเป็นอุปสรรคต่อการทำงาน

ภาคผนวก ง.

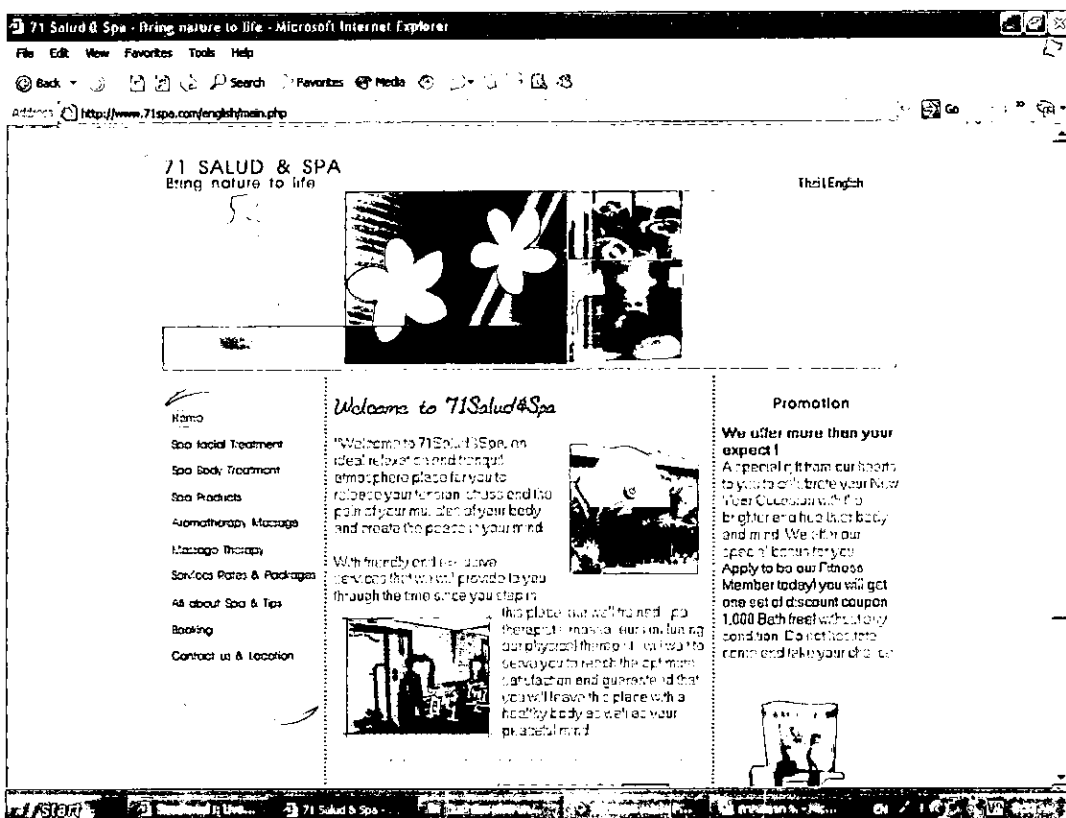
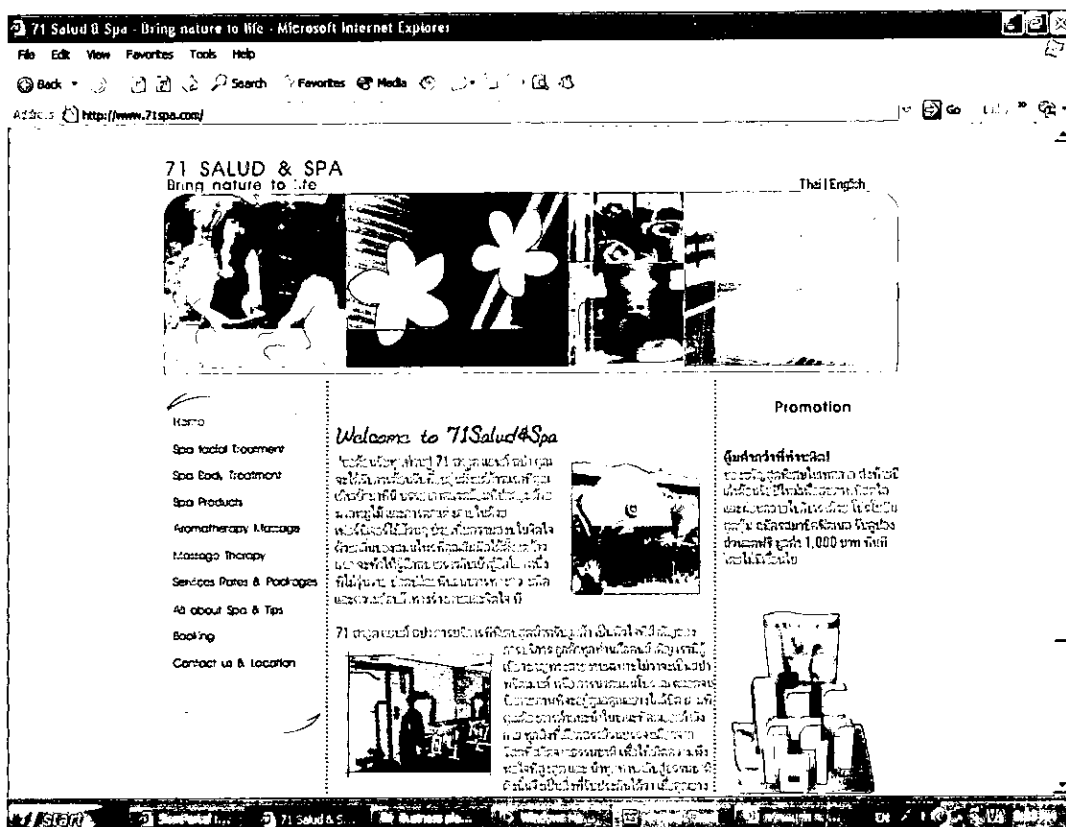
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ | ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา | อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |

ภาคผนวก จ.

ตัวอย่างจากหน้าเว็บไซต์ของ 71 Salud & Spa



71 Salud & Spa - Bring nature to life - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Search Favorites Media Print

Address http://www.71spa.com/thai/about.php

71 SALUD & SPA

Bring nature to life



Thai | English

Home

Spa Facial Treatment

Spa Body Treatment

Spa Products

Aromatherapy Massage

Massage Therapy

Services Rates & Packages

About Spa & Tips

Booking

Contact us & Location

All About Spa & Tips

การดูแลสุขภาพเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะการดูแลสุขภาพของสตรี

การดูแลสุขภาพของสตรีเป็นเรื่องสำคัญ เพราะสตรีมีหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบมากมาย ทั้งในหน้าที่การงานและในหน้าที่การบ้าน การดูแลสุขภาพของสตรีจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

การดูแลสุขภาพของสตรีสามารถทำได้หลายวิธี ทั้งการออกกำลังกาย การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ การพักผ่อนให้เพียงพอ และการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณที่เหมาะสม

การดูแลสุขภาพของสตรีเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะสตรีมีหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบมากมาย ทั้งในหน้าที่การงานและในหน้าที่การบ้าน การดูแลสุขภาพของสตรีจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง



การดูแลสุขภาพของสตรีเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะการดูแลสุขภาพของสตรี

การดูแลสุขภาพของสตรีเป็นเรื่องสำคัญ เพราะสตรีมีหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบมากมาย ทั้งในหน้าที่การงานและในหน้าที่การบ้าน การดูแลสุขภาพของสตรีจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

การดูแลสุขภาพของสตรีสามารถทำได้หลายวิธี ทั้งการออกกำลังกาย การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ การพักผ่อนให้เพียงพอ และการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณที่เหมาะสม

การดูแลสุขภาพของสตรีเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะสตรีมีหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบมากมาย ทั้งในหน้าที่การงานและในหน้าที่การบ้าน การดูแลสุขภาพของสตรีจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง



71 Salud & Spa - Bring nature to life - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Search Favorites Media Print

Address http://www.71spa.com/english/booking.php

71 SALUD & SPA

Bring nature to life



Thai | English

Home

Spa Facial Treatment

Spa Body Treatment

Spa Products

Aromatherapy Massage

Massage Therapy

Services Rates & Packages

About Spa & Tips

Booking

Contact us & Location

Booking

Booking for Services :

Name:

Email:

Address:

City:

Country:

Phone no:

Type of Services:

Enquiries:

Submit

Reset

© 2003 Meeperlan Co., Ltd. All Rights Reserved. Web Designed by Net Concept and ComNet Co., Ltd.

ประวัติย่อผู้ทำแผนธุรกิจ

,

ประวัติย่อผู้ทำแผนธุรกิจ

ชื่อ - ชื่อสกุล	นางสาววัลย์รัตน์ วรพงศ์พิสุทธิ์
วัน เดือน ปีเกิด	29 พฤษภาคม 2521
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	806/2-3 สุขุมวิท 38 พระโขนง กรุงเทพมหานคร 10110
สถานที่ทำงาน	
พ.ศ.2539-2542	บริษัท เบ็นเมเยอร์ จำกัด Behn Meyer Engineering Co., Ltd.
พ.ศ.2542-2543	บริษัท ฟอร์ด เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด Ford Sales (Thailand) Co., Ltd.
พ.ศ.2543-2546	บริษัท เอฟเอ็มซี (ประเทศไทย) จำกัด FMC Technologies (Thailand) Ltd.
พ.ศ.2547-ปัจจุบัน	บริษัท เออเชล (ประเทศไทย) จำกัด Urschel (Thailand) Ltd.

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2535-2539	เลขานุการ โรงเรียนพระกุมารเยซูวิทยา (Convent of the Holy Jesus – Secretarial School) จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ.2539-2543	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (สาขาการตลาด) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (Assumption University - ABA) จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ.2545-2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (Srinakarinviroj) จังหวัดกรุงเทพมหานคร