

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจการบริการเสริมสวยเคลื่อนที่
"CHIC SALON TRUCK"



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจการบริการเสริมสวยเคลื่อนที่
"CHIC SALON TRUCK"

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2559

.....
นางสาวชญานุช ขวัญฤกษ์
ผู้วิจัย

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนพล วีราสา,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.
คณบดี
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
ธนศ สำเร็จเวทย์,
M.B.A.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจ CHIC SALON TRUCK มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างโมเดลของธุรกิจเสริมสวยรูปแบบใหม่ ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ในตลาดเสริมสวยของไทย ทั้งในเรื่องการออกแบบรถเสริมสวยที่สามารถเคลื่อนที่ได้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในรถที่จะต้องมียุทธศาสตร์ต่างๆอย่างครบครัน และสามารถใช้งานได้จริง ส่วนที่สำคัญที่สุดคือช่างเสริมสวยที่มีฝีมือมีใบประกาศนียบัตรที่สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งสารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงและสมบูรณ์ ตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ทางผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง จากความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วีราสา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่ได้ให้คำแนะนำและเสียสละเวลาชี้แนะแนวทางในการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาในสารนิพนธ์ฉบับนี้ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน รวมถึงขอขอบพระคุณอาจารย์กฤษกร สุขเวชวรกิจ และ อาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ผู้สอนวิชาการศึกษาศาสตร์ สำหรับคำชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ ทั้งในความรู้เชิงวิชาการ พัฒนาต่อยอดแนวธุรกิจ สถานการณ์จริง อีกทั้งเสียสละเวลาให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งสารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ รวมถึงขอกราบขอบพระคุณ ดร.วินัย วงศ์สุรวัฒน์ และอาจารย์ธเนศ สำเร็จเวทย์ ที่กรุณาให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทาง และสละเวลาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ฉบับนี้

ทางผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว และ โรงเรียนเสริมสวย สุชาติ ณ บางกอก (ชาติ ซาลอน) รวมถึงขอขอบคุณตลอดจนเพื่อนๆ สาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรมรุ่น 17C สำหรับการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ความช่วยเหลือ ข้อเสนอแนะต่างๆ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับท่านอื่นๆ ตลอดจนคณะครูอาจารย์และเจ้าหน้าที่ทุกท่านในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ให้คำแนะนำ ปรึกษา และความช่วยเหลือ รวมทั้งช่วยติดต่อประสานงานมาโดยตลอด ซึ่งอาจไม่ได้กล่าวมา ณ ที่นี้

ประโยชน์ของแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้จัดทำขอมอบเครดิตให้แก่บุคคลต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษา หากมีข้อผิดพลาดประการใด ทางผู้วิจัยขอรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ชญาณุช ขวัญฤกษ์

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท CHIC SALON TRUCK เป็นรถเสริมสวยเคลื่อนที่รูปแบบใหม่ ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ลดปัญหาในการหาทำเลที่ตั้งที่ไม่เหมาะสม พร้อมบริการที่ครบวงจรเช่น สระผม-ไคร์ผม สระผม-ตัดผม-ไคร์ผม ซอยผม-ตัดผม กลุ่มเป้าหมายทางบริษัทฯ แบ่งเป็น สองกลุ่ม กลุ่มแรก คือ กลุ่มนักศึกษาผู้หญิงที่ชอบเดินตลาดนัดกลางคืน เนื่องจากการที่ได้ไปสำรวจตลาดนัดกลางคืนพบว่ายังไม่มีร้านที่ให้บริการทำผมสำหรับลูกค้าผู้หญิง ส่วนใหญ่จะเป็นร้านที่ให้บริการแต่สำหรับลูกค้าผู้ชาย ทั้งนี้ในปีแรกบริษัทจะเปิดใน 5 สาขา เริ่มต้นด้วยรถเสริมสวยเคลื่อนที่ทั้งหมด 5 คัน ในการกระจายรถเสริมสวยเคลื่อนที่ไปยังสถานที่ต่าง ๆ นั้น ในส่วนของตลาดนัดกลางคืน จะมีทั้งหมด 5 สถานที่คือ 1 ตลาดนัดเลียบด่วนรามอินทรา 2 ตลาดนัดหัวมุมเกษตร-นวมินทร์ 3 ตลาดนัด JJ GREEN 4 ตลาดนัดรถไฟรัชดา 5 ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์

ในส่วนกลุ่มที่สองกลุ่มเป้าหมาย จะเป็นในส่วนของ การแต่งหน้าทำผม รับปริญญา รวมถึงแต่งหน้าทำผม นอกสถานที่ ซึ่งรถ CHIC SALON TRUCK สามารถเคลื่อนที่ไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ทั่วประเทศและต่างจังหวัด ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น ลดปัญหาในการหาทำเลที่ตั้ง ซึ่งทางบริษัทได้ทำการสำรวจแล้วว่า ในส่วนของ การแต่งหน้าทำผม รับปริญญานั้น ในปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 196 วัน แบ่งเป็น วันจริง 36 วัน วันซ้อมใหญ่ และวันถ่ายรูปรวม 17 วัน วันซ้อมย่อย 143 วัน

จากการศึกษาโอกาสทางธุรกิจทางทีมผู้บริหารเล็งเห็นแล้วว่าธุรกิจเสริมสวยเป็นธุรกิจที่น่าลงทุนอีกทั้งยังมีความจำเป็นต่อผู้บริโภค ทุกคนต้องตัดผมไม่ว่าคุณ จะอยู่ในวัยใดก็ตาม โอกาสการลงทุนย่อมมีเสมอ ผลสำรวจในปี 2559 ธุรกิจเสริมสวยมีมูลค่าตลาดภายในประเทศ 1,770 ล้านบาท และในปี 2017 ตลาดความงามไทยเติบโตร้อยละสามต่อปี

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 ประวัติความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 โอกาสทางธุรกิจ	2
1.3 รายละเอียดของบริษัท	5
บทที่ 2 สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ	6
2.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ	6
2.1.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎหมายของภาครัฐ Political Factor	6
2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)	7
2.1.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)	7
2.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)	7
บทที่ 3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน	8
3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)	8
3.1.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants)	8
3.1.2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)	8
3.1.3 สินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)	9
3.1.4 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)	9
3.1.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)	9
3.2 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Market Opportunities Analysis)	10
3.2.1 จุดแข็ง (Strengths)	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.2 จุดอ่อน (Weaknesses)	10
3.2.3 โอกาส (Opportunities)	10
3.2.4 อุปสรรค (Threats)	11
3.2.5 ข้อเสนอจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและโอกาสทางการตลาด	11
3.3 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)	12
3.4 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	15
3.4.1 ความหลากหลาย	15
3.4.2 คุณภาพ	15
3.4.3 ราคาและการบริการ	15
บทที่ 4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์และรูปแบบธุรกิจ	16
4.1 ตราสินค้า	16
4.2 รูปแบบธุรกิจ (Business Model)	16
4.3 ลักษณะการบริการและรายละเอียดธุรกิจ	17
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการเริ่มต้นธุรกิจ	23
บรรณานุกรม	24
ภาคผนวก	25
ภาคผนวก ก ประวัติความเป็นมาของสถาบันเสริมสวย	26
ภาคผนวก ข ประวัติความเป็นมาของที่ปรึกษาแผนธุรกิจ	30
ภาคผนวก ค ภาพการเรียนการสอน	31
ภาคผนวก ง ผลสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลัก(นักศึกษาหญิง)	34
ภาคผนวก จ สำรจร้านทำผมในตลาดนัดกลางคืน	37
ภาคผนวก ฉ สำรจและสัมภาษณ์รูปแบบการบริการ	40
ภาคผนวก ช ที่ปรึกษารูปแบบและระบบภายในรถ	42
ภาคผนวก ซ การให้ผลประโยชน์แก่ช่างเสริมสวย	43
ภาคผนวก ฌ รายละเอียดรถกระบะจัมป์ KIA2500	46
ประวัติผู้วิจัย	47

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	ตารางวิเคราะห์คู่แข่งในส่วนของรถเสริมสวยเคลื่อนที่	12
3.2	วิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม	13
3.3	ตารางวิเคราะห์คู่แข่งในส่วนของงานรับปริญญา	14



สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	ภาพร้านเสริมสวยตลาดนัดกลางคืน	3
1.2	ผลการสำรวจการเข้ารับบริการร้านเสริมสวยเคลื่อนที่	3
1.3	ผลการสำรวจการบริการแต่งหน้าทำผมเคลื่อนที่	4
3.1	ผลสำรวจอัตราค่าบริการแต่งหน้าทำผมรับปริญญาแบบเคลื่อนที่	13
4.1	ตราสินค้า	16
4.2	รูปแบบธุรกิจ	16
4.3	รูปแบบรถภายนอก	18
4.4	รูปแบบรถภายใน	18
4.5	รูปแบบรถภายในและองค์ประกอบต่างๆ ภายในรถพร้อมทั้งขนาด	19
4.6	ภาพการสอบถามรูปแบบรถ	19
4.7	ภาพแสดงระบบน้ำของรถเสริมสวย	20
4.8	ภาพแสดงระบบน้ำดี	21
4.9	ภาพแสดงระบบน้ำเสีย	21
4.10	ภาพแสดงระบบไฟฟ้าของรถเสริมสวย	22

บทที่ 1

ประวัติความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

ในปัจจุบันธุรกิจเสริมสวยเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายเพื่อบริการกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มผู้บริหารระดับสูง และกลุ่มแม่บ้าน นอกจากนี้ วัยรุ่นทั้งหญิงชายหันมาให้ความสนใจ ในเรื่องเสริมสวยกันเป็นจำนวนมาก และเข้ารับการเสริมสวยกันเป็นประจำ เพื่อให้ก้าวทันตามแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงตามกระแสนิยมอยู่ตลอดเวลา มีแนวโน้มอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกๆปี เพราะกลุ่มเป้าหมายที่กระจายตัวออกไป ประกอบกับธุรกิจเสริมสวยของไทยเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มลูกค้าต่างๆ ทำให้มีการเข้ามาใช้บริการมากขึ้น มีร้านเสริมสวยเกิดขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลา และแต่ละร้านก็จะมีกลยุทธ์การดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไป

ซึ่งในขณะนี้พื้นที่ใน กรุงเทพมหานครมีร้านเสริมสวยทั้งหมด 2,208 แห่ง (แหล่งที่มา จาก ผลสำรวจในปี 2557 โดยกระทรวงสาธารณสุข) ถ้ารวมทั้งประเทศจะมีร้านเสริมสวยไม่น้อยกว่า 40,000 แห่งทั่วประเทศ ส่วนใหญ่เน้นให้บริการ ด้านการทำผม สระ ไดร้ ทำเล็บ แต่งเล็บ เนื่องจากตลาดธุรกิจร้านเสริมสวยมีการเติบโตอยู่ตลอดเวลา

จากข้อมูลผลการสำรวจมูลค่าตลาดภายในประเทศของธุรกิจเสริมสวยพบว่าในปี 2545 มีมูลค่า 5,051 ล้านบาท และปี 2546 มีมูลค่า 5,070 ล้านบาท (ที่มา : จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2545, 2546) เมื่อประเมินอัตราการเติบโตของธุรกิจความงามว่ามีแนวโน้มสูงขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี (ที่มา : บริษัท อีซีเอ็ม ไอ ไอทีอี (ประเทศมาเลเซีย)

จึงทำให้ในปี 2559 ธุรกิจความงามมีมูลค่าตลาดสูงถึง 7,000 ล้านบาท ถึงแม้ว่าจะมีร้านเสริมสวยเป็นจำนวนมากแต่ผู้ประกอบการบางรายอาจมีปัญหาในเรื่องการหาทำเลที่ตั้งหรือแม้กระทั่งความเสี่ยงจากการเช่าพื้นที่มีไม่เพียงพอกับความต้องการ อาจเจอกับราคาเช่าที่แพงเกินไป ในบางครั้งพื้นที่ตรงนั้นยังไม่ใช่ทำเลที่ดีพอ รวมถึงช่างเสริมสวยที่จบใหม่และยังไม่มีเงินทุนมากพอในการเปิดร้าน เนื่องจากประสบปัญหาเช่นเดียวกัน ประกอบกับการที่ลูกค้าสามารถเลือกที่จะเข้ารับบริการทำให้เกิดทางเลือกจึงเป็นเหตุให้รายได้จากการบริการไม่เติบโตหรือลดน้อยลงที่สุดในที่สุด

1.2 โอกาสทางธุรกิจ

จากปัญหาความเสี่ยงและอุปสรรคต่างๆ ในการลงทุนกิจการร้านเสริมสวยเช่น ค่าเช่าที่มีราคาแพงในทำเลที่ตั้งที่ดี, ช่างเสริมสวยที่มีฝีมือ, การแข่งขันกับร้านเสริมสวยที่มีอยู่เดิม และข้อจำกัดในเงินลงทุนที่มีไม่เพียงพอ เป็นสาเหตุทำให้กิจการมีรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นและต้องเลิกกิจการไปในที่สุด ทางบริษัท CHIC SALON TRUCK ได้มองเห็นช่องว่างการบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการ เป็นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น

โดยจุดแข็งที่บริษัท CHIC SALON TRUCK มีคือ ทักษะการประกอบวิชาชีพเสริมสวย มีใบประกอบวิชาชีพที่เชื่อถือได้ โดยได้รับการรับรองจากสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ และประสบการณ์ในการทำงาน เนื่องจากหุ้นส่วนในบริษัท CHIC SALON TRUCK เปิดกิจการเป็นร้านเสริมสวย ชื่อ โรงเรียนเสริมสวย สุชาติ ณ บางกอก (ชาติ ซาลอน) ซึ่งเป็นของนางสาว ชญานุช ขวัญฤกษ์ มีแผนกเปิดสอนหลักสูตรให้กับผู้ที่สนใจในวิชาชีพนี้เปิดทำการมาเป็นระยะเวลากว่า 30 ปี

ทางบริษัทฯ จึงมองเห็นโอกาสที่จะต่อยอดธุรกิจของครอบครัวและสามารถตอบโจทย์ระหว่างช่างเสริมสวยกับลูกค้า โดยทำการสัมภาษณ์หากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สามารถยอมรับการบริการเสริมสวยที่แตกต่างไป จากรูปแบบเดิม พบว่ากลุ่มนักศึกษา เป็นกลุ่มที่มีกำลังการซื้อปานกลาง ชอบสิ่งแปลกใหม่ สามารถเปลี่ยนไปได้เรื่อยๆตามกระแสนิยม เวลาว่างชอบเดินตลาดนัดใกล้มหาวิทยาลัยและตลาดนัดกลางคืน

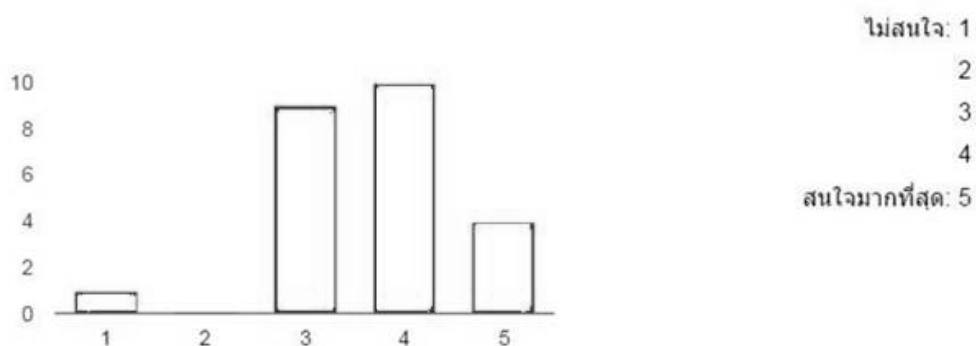
นอกจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาแล้วยังได้ทำการสอบถามถึงพฤติกรรมเวลาว่างของนักศึกษาพบว่าสถานที่ที่นักศึกษาส่วนใหญ่ชอบไปคือตลาดนัดกลางคืนทางบริษัทฯ ได้ทำการสำรวจตลาดนัดกลางคืนพบว่าที่ตลาดนัดกลางคืนมีร้านเสริมสวยเคลื่อนที่ที่สามารถให้บริการลูกค้าได้แต่ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าผู้ชายที่ตัดผม เซทผมธรรมดา แต่ไม่มีบริการสระผมหรือเน้นรองรับลูกค้าผู้หญิง



ภาพที่ 1.1 ภาพร้านเสริมสวยตลาดนัดกลางคืน

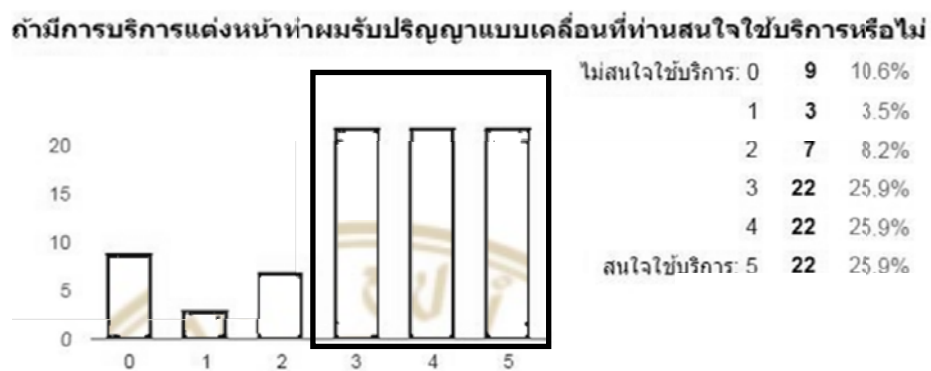
จากช่องว่างของการบริการนี้และได้ทำการสำรวจสอบถามกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงว่าถ้ามีการบริการเสริมสวยเคลื่อนที่นอกสถานที่ ลูกค้าจะยินดีสนใจที่จะรับบริการหรือไม่ผลสำรวจพบว่า 95% สนใจที่จะใช้บริการ

หากมีร้านเสริมสวยรูปแบบใหม่ที่บริการแบบเคลื่อนที่ตามสถานที่ต่างๆสนใจใช้บริการ



ภาพที่ 1.2 ผลการสำรวจการเข้ารับบริการร้านเสริมสวยเคลื่อนที่

ได้สอบถามถึงการบริการอื่นๆนอกเหนือจากการตัดแต่งทรงผมแล้วกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอยากให้มีการบริการแต่งหน้ารับปริญญาอกสถานที่ โดยได้ทำการสำรวจว่าหากมีการบริการแต่งหน้าทำผมนอกสถานที่เคลื่อนที่สนใจรับบริการหรือไม่ ผลสำรวจพบว่า



ภาพที่ 1.3 ผลการสำรวจการบริการแต่งหน้าทำผมเคลื่อนที่

จากผลสำรวจทำให้ทางบริษัทฯ ได้มองเห็นสองโอกาสจากการที่จะเป็นผู้ให้บริการทางด้านการบริการรถเสริมสวยเคลื่อนที่ โดยโอกาสแรกเน้นในกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักคือตลาดนัดกลางคืนและให้บริการสำหรับผู้หญิงโดยมีบริการหลากหลายรูปแบบที่แตกต่างจากร้านเสริมสวยเดิมที่มีอยู่ตามตลาดนัด เช่น เพิ่มในส่วนการบริการสระผม เพื่อเติมช่องทางการบริการให้แก่ลูกค้า

โอกาสที่สองเน้นในกลุ่มตลาดแต่งหน้ารับปริญญาเคลื่อนที่โดยตลาดนัดเป็นการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถเข้าถึงลูกค้าด้วยความสะดวกและรวดเร็วทางบริษัทฯ จึงมองเห็นโอกาสเหล่านี้ในการที่จะสร้างธุรกิจการบริการเสริมสวยเคลื่อนที่ครบวงจรแบบมีอาชีพโดยภายใต้ชื่อ CHIC SALON TRUCK ให้บริการตลาดนัดรอบกรุงเทพฯ และปริมณฑล

นอกจากนั้นยังสามารถให้บริการแต่งหน้าทำผมรับปริญญาเคลื่อนที่ตามมหาวิทยาลัยต่างๆทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากกว่าร้านเสริมสวยในรูปแบบเดิมๆ

ซึ่งทำให้เกิดรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อรับกับการเติบโตของตลาดความงามของประเทศไทยในปี 2017 ที่เติบโตขึ้นร้อยละ 3.0 ต่อปี (ที่มา : บริษัท อีซีเอ็มไอ ไอทีอี (ประเทศมาเลเซีย)

1.3 รายละเอียดของบริษัท

ชื่อตราสินค้า	CHIC SALON TRUCK
รูปแบบธุรกิจ	ธุรกิจการให้บริการเสริมสวยเคลื่อนที่ครบวงจรด้วยช่างเสริมสวยมืออาชีพ
สินค้าและบริการ	CHIC SALON TRUCK เป็นธุรกิจให้บริการเสริมสวยเคลื่อนที่ โดยมีบริการ-สระ-ไคร้-ตัดซอย-เซทผมแต่งหน้า-เกล้าผมที่เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายกว่าร้านแบบเดิม
วิสัยทัศน์	CHIC SALON TRUCK ต้องการเป็นแบรนด์ร้านเสริมสวยเคลื่อนที่ในใจลูกค้าเมื่อต้องการนึกถึงการบริการนึกถึง CHIC SALON TRUCK
พันธกิจ	สร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการและเป็นมาตรฐานเดียวกัน
เป้าหมายด้านการดำเนินธุรกิจ	CHIC SALON TRUCK เป็นรถต้นแบบของธุรกิจเสริมสวยเคลื่อนที่อย่างแท้จริงที่มีมาตรฐานต้องการส่วนแบ่งการตลาด .30% ของมูลค่าตลาด และมียอดขายเติบโต 5% ทุกๆปี เป็นผู้ให้บริการเสริมความงามเคลื่อนที่รายแรกที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวและสามารถขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น
เป้าหมายทางการตลาด	ต้องการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักเมื่อต้องการนึกถึงการบริการ นึกถึง CHIC SALON TRUCK
เป้าหมายทางธุรกิจ	
เป้าหมายระยะสั้น	CHIC SALON TRUCK เป็นรูปแบบธุรกิจบริการเสริมสวยเคลื่อนที่ ในปีแรกจะมีการผลิตรถเสริมสวยและให้บริการเป็นจำนวน 5 คัน โดยรายได้ในปีแรก คาดว่ามียอดขาย 21,761,510 บาทต้องการส่วนแบ่งการตลาด 0.30% ของมูลค่าตลาดและมียอดขายเติบโต 5% ทุกๆปี
เป้าหมายระยะกลาง	การเสริมรูปแบบการบริการเดลิเวอรี่ออกแบบทรงผมตามบ้าน เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการ โดยสามารถตั้งราคาให้สูงจากปกติคิดค่าบริการเพิ่มเติม เนื่องจากลูกค้ากลุ่มใหม่นี้เป็นกลุ่มลูกค้าพิเศษเฉพาะอาทิเช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ จะทำให้เป็นการเพิ่มรายได้มากขึ้น
เป้าหมายระยะยาว	ต้องการเป็นผู้ผลิตรถเสริมสวยเพื่อขยายสาขาให้เพิ่มมากขึ้น วางแผนขยายธุรกิจในรูปแบบ Franchising ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บทที่ 2

สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ

2.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ

การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ๆ สิ่งสำคัญที่เราไม่ควรมองข้าม คือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและภายในหลาย ๆ ด้าน เพื่อมองหาโอกาสและตลาดในการเติบโต เพื่อเป็นปัจจัยรองรับว่าธุรกิจเหล่านั้น มีช่องทางที่จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด จึงสามารถสรุปโอกาสทางธุรกิจจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกโดยใช้ PEST Analysis ดังต่อไปนี้

2.1.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎหมายของภาครัฐ Political Factor

เพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันทั้งในระดับภูมิภาคและประชาคมโลก รัฐบาลได้จัดตั้งสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) หรือ สกช. (Thailand Professional Qualification Institute (Public Organization): TPQI) จึงถูกจัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) พ.ศ.2554 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 30 มีนาคมพ.ศ. 2554 มีฐานะเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่พัฒนาระบบคุณวุฒิวิชาชีพแห่งชาติ สนับสนุนกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานอาชีพให้ได้มาตรฐานสากล

การรับรององค์กรที่มีหน้าที่รับรองสมรรถนะของบุคคลตามมาตรฐานอาชีพ รวมถึงเป็นศูนย์กลางข้อมูลเกี่ยวกับระบบคุณวุฒิวิชาชีพและมาตรฐานอาชีพ สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืนในการพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืนนั้น สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) ได้ดำเนินการพัฒนาระบบคุณวุฒิวิชาชีพและจัดทำมาตรฐานอาชีพด้วยการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชนในระดับชาติและระดับนานาชาติ รวมทั้งการสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการในสาขาวิชาชีพธุรกิจเสริมสวย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อการมีส่วนร่วมในการจัดทำมาตรฐานอาชีพและแนวทางการประเมินสมรรถนะบุคคลตามมาตรฐานอาชีพ อันนำมาใช้ในการประเมินสมรรถนะของบุคคลตามมาตรฐานอาชีพเพื่อให้ได้รับประกาศนียบัตรคุณวุฒิวิชาชีพและหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ รับรองสมรรถนะบุคคล

ตามมาตรฐานอาชีพ ทั้งผู้ที่มีคุณวุฒิการศึกษาและไม่มีคุณวุฒิการศึกษาทำการปรับปรุง แก้ไข เปลี่ยนแปลง กระบวนการเกี่ยวกับการจัดการมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ และพิจารณา กำหนดหลักเกณฑ์ในการส่งเสริม สนับสนุน กลุ่มอาชีพหรือกลุ่มวิชาชีพซึ่งมีประสพการณ์การทำงานและความชำนาญในวิชาชีพให้มีความพร้อมต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีในประชาคม เศรษฐกิจอาเซียนต่อไป (ที่มา : <http://www.tpqi.go.th/standard.php>)

2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

จากรายงานภาวะเศรษฐกิจในปี 2558 และปี 2559 ที่มา ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไป พบว่า ปัจจัยด้านบวก ได้แก่ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ออกมา บรรเทาความเดือดร้อนของผู้มีรายได้น้อย เกษตรกร และผู้ประกอบการ SMEs

ส่วนปัจจัยด้านลบสำหรับเศรษฐกิจ ได้แก่ สัดส่วนหนี้สินของภาคครัวเรือนอยู่ในระดับสูง ทำให้อำนาจการซื้อภาคครัวเรือนลดต่ำลง ด้วยสภาวะเศรษฐกิจแบบนี้ ส่งผลให้ประชาชนหันมาสนใจธุรกิจส่วนตัวเพื่อหารายได้เสริมกันมากขึ้น อีกทั้งธุรกิจเสริมสวยและเสริมความงามมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง สวนกระแสสภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา

2.1.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)

การทำธุรกิจเสริมสวยและเสริมความงาม ถือได้ว่าเป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับนิยมนิยมตลอดกาล โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิงที่รักสวยรักงามและต้องการดูแลตัวเอง สำหรับธุรกิจเสริมสวยและเสริมความงามในปัจจุบันทำเลและที่ตั้งเป็นสิ่งแรกที่ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะต้องอยู่ในทำเลที่มีคนสัญจรไปมา สามารถมองเห็นได้ ดังนั้นในการหาทำเลและที่ตั้งจึงควรอยู่ในเขตชุมชน แต่ในปัจจุบันทำเลที่ตั้งที่ดี จำเป็นต้องอาศัยเงินลงทุนที่สูง

2.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้มีนวัตกรรมที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวยและเสริมความงามมากยิ่งขึ้น บริษัทชั้นนำด้านความงามต่างๆ ได้คิดค้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมเคมีเกี่ยวกับเส้นผม รวมทั้งอุปกรณ์ เพื่อลดขั้นตอนและเวลาในการเข้ารับบริการ ช่างเสริมสวยเองสามารถรองรับลูกค้าผู้มาใช้บริการต่อวันได้มากขึ้น รวดเร็วขึ้นและสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้นในด้านลูกค้าที่ตัดสินใจเข้ารับบริการได้ง่ายขึ้น

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน

3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)

การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมธุรกิจเสริมสวยเคลื่อนที่ที่มีผลกระทบต่อการนำเสนอบริการ โดยใช้ Five Forces Model พบว่าโดยรวมธุรกิจนี้มีความน่าสนใจให้เข้ามาลงทุน โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants)

หากมองในมุมมองของธุรกิจเสริมสวยในทำเลต่างๆ ถือได้ว่าการเข้ามาใหม่ของผู้เล่นในตลาดถือว่ามีความค่อนข้างสูง ทั้งรายเล็ก รายใหญ่ เพราะไม่มีข้อจำกัดหรือข้อบังคับ ที่ใช้ควบคุมผู้เข้ามาใหม่ อีกทั้งศาสตร์การเสริมสวยเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ง่าย สามารถประกอบอาชีพได้ทันทีแต่หากมองในแง่ของร้านเสริมสวยแบบเคลื่อนที่ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ของการทำธุรกิจร้านเสริมสวย ยังไม่มีคนเข้ามาเล่นในตลาดเลย อีกทั้งทางบริษัทฯ ยังมีจุดแข็งในด้านเป็นสถาบันสอนวิชาชีพช่างเสริมสวย ดังนั้นจึงมีข้อได้เปรียบในการสร้างมาตรฐานช่างผู้ชำนาญที่ร่วมลงทุนในธุรกิจกับเรา พร้อมใบประกาศเป็นสิ่งที่รับประกันคุณภาพและความสามารถ ซึ่งในอนาคตสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพจะเข้ามามีบทบาทในการควบคุมมาตรฐานวิชาชีพเสริมสวยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน เนื่องจากหนึ่งในคณะผู้จัดทำมีเครือข่ายอยู่ในสมาคมช่างเสริมสวยแห่งประเทศไทย จุดแข็งส่วนนี้ทำให้คณะผู้จัดทำมีข้อได้เปรียบกว่าการเข้ามาของผู้ที่เข้ามาใหม่ในรูปแบบธุรกิจนี้

3.1.2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)

เนื่องจากหุ้นส่วนของบริษัทฯ มีธุรกิจร้านเสริมสวยชื่อร้าน ชาติชาลอน ซึ่งมีการติดต่อซื้อขายที่เป็นวัสดุสิ้นเปลือง เช่น แชมพูกับครีมนวดผม ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทำเคมี ทำผมต่างๆ กับซัพพลายเออร์เป็นเวลานานแล้ว และในการขยายธุรกิจขายแฟรนไชส์ เราต้องคอยให้การสนับสนุนแก่ผู้ที่เข้ามาซื้อแฟรนไชส์ ยิ่งขยายได้มากทำให้มีจำนวนในการสั่งซื้อวัสดุสิ้นเปลืองมากขึ้น ทำให้ต้นทุนวัสดุสิ้นเปลืองในอนาคตถูกลงไปอีก ยิ่งเป็นช่องทางในการทำกำไรเพิ่มและสร้างความได้เปรียบที่เหนือคู่แข่ง

3.1.3 สินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)

ปัจจุบันลูกค้ายังคุ้นเคยกับการเข้ารับบริการทำผมกับร้านค้าที่เป็นแบบมีหน้าร้านซึ่งมีจำนวนไม่น้อยในอุตสาหกรรมเสริมสวย หากมองในด้านการทดแทนกันในส่วนการเข้ารับบริการในรูปแบบปกติสินค้าทดแทนนั้นมีอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ในการทำเคมีผมสามารถเลือกทำเองได้ที่บ้านโดยไม่ต้องอาศัยร้านเสริมสวย

จึงเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมนี้ ลดความคึกคักลงไปบ้าง แต่หากมองในแง่ของคุณภาพการบริการ ในตัวไอเดียธุรกิจนี้ สามารถอบรมและพัฒนาบุคลากร ให้มีจุดแข็งด้านการใส่ใจลูกค้าผู้รับบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ได้

3.1.4 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)

ในอุตสาหกรรมเสริมสวยเป็นที่ทราบกันดีว่า มีการเกิดใหม่ของร้านทั้งรายเล็กและรายใหญ่มากมายแต่จากการสำรวจพบว่า เป็นร้านเสริมสวยตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งต่างๆ ทั้งในห้างสรรพสินค้า ในเขตชุมชน ซึ่งกระจุกตัวกันอยู่จำนวนมาก หากลูกค้าผู้เข้ามาใช้บริการเข้ามาในเขตพื้นที่นั้นๆ จึงมีตัวเลือกในการเข้าใช้บริการจำนวนมาก อำนาจการต่อรองของลูกค้าสำหรับรูปแบบธุรกิจเดิมมีค่อนข้างสูง

แต่ในการออกแบบทำร้านเสริมสวยเคลื่อนที่นั้น เป็นการเดินมุ่งเน้นกระบวนการให้บริการ โดยเข้าไปหาลูกค้าในพื้นที่ต่างๆ เพื่อตัดลดความสามารถในการเลือกใช้บริการในพื้นที่ที่มีร้านเสริมสวยกระจุกตัวอยู่มาก สร้างความสะดวกสบายให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาเดินทางเข้ามารับบริการในเขตชุมชนสามารถลดอำนาจการต่อรองของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

3.1.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)

ในอุตสาหกรรมเสริมสวยมีการแข่งขันสูง เพราะไม่ได้มีข้อกำหนดหรือกฎเกณฑ์ในการเปิดร้านใหม่สำหรับอุตสาหกรรมนี้ อีกทั้งทักษะการให้บริการสามารถเรียนรู้ได้ง่าย และสามารถทำกำไรได้ดี หากมีลูกค้าเข้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดในการเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้และอยู่รอด คือการมีทำเลที่ตั้งที่ดี อยู่ในเขตพื้นที่ชุมชนมาก ยิ่งอยู่ในย่านธุรกิจยิ่งสามารถทำกำไรต่อหัวได้สูงขึ้นไปอีก

แต่อีกแง่หนึ่งหากช่างมีฝีมือจนเป็นที่รู้จักและยอมรับแล้ว ลูกค้าก็จะเดินทางไปรับบริการถึงที่ ซึ่งการที่ลูกค้าลูกค้าจะเลือกเข้ารับบริการได้ขนาดนั้น ลูกค้าต้องมีความเชื่อมั่นในบริการของร้านเป็นอย่างดี ดังนั้นการแข่งขันของอุตสาหกรรมเสริมสวยจึงไม่ใช่เฉพาะการแข่งขันฝีมือช่างเท่านั้น ยังต้องเป็นการแข่งขันกันสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

3.2 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Market Opportunities Analysis)

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดบริษัทฯ โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์โดยรวมพบว่ามีโอกาสทางการตลาดที่น่าสนใจในการลงทุน โดยมีปัจจัยสนับสนุนดังนี้

3.2.1 จุดแข็ง (Strengths)

- เป็นเจ้าของธุรกิจ โรงเรียนเสริมสวยสุชาติ ณ บางกอก (ชาลอนและโรงเรียน) มีความเชี่ยวชาญประสบการณ์ในการทำเสริมสวยโดยตรงมีรางวัลแชมป์การประกวดช่างผมนานาชาติที่เป็นสิ่งประกันคุณภาพการบริการให้แก่ลูกค้า

- มีการสร้าง connection กับทางรัฐบาลเพื่อสร้างมาตรฐานผลิตช่างผู้ชำนาญที่ร่วมลงทุนในธุรกิจกับทางผู้ประกอบการ เพื่อให้มีมาตรฐานเดียวกัน

- โรงเรียนเสริมสวย สุชาติ ณ บางกอก มีเครือข่ายในสมาคมธุรกิจแห่งประเทศไทย ทำให้มี connection ในการ โปรโมทสินค้าและบริการ

- มี connection กับโรงเรียนเสริมสวยอื่นๆ เช่น โรงเรียนเสริมสวยศิวกร, โรงเรียนเสริมสวยเกตุวดี ทำให้มีข้อได้เปรียบในการผลิตช่างที่มีคุณภาพมากขึ้น

3.2.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

- เนื่องจากรูปแบบร้านเสริมสวยเคลื่อนที่เป็นรูปแบบธุรกิจที่ยังใหม่ ดังนั้นอาจส่งผลให้ขาดความน่าเชื่อถือในแง่การเข้ารับบริการของลูกค้าดังนั้นจึงต้องเน้นการตลาดเพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ

3.2.3 โอกาส (Opportunities)

- สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) ในความดูแลของนายกรัฐมนตรี กำลังผลักดันให้ธุรกิจ บริการเสริมสวย มีมาตรฐานและศักยภาพในการแข่งขันเพียงพอในประชาคมอาเซียน

- อุตสาหกรรมความงามมีแนวโน้มเติบโตขึ้นในปี 2560 ประมาณ 3% หรือมีมูลค่าโดยรวมแล้วกว่า 78,000 ล้านบาท ซึ่งสัดส่วนของตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 17,000 ล้านบาท จากข้อมูลของบริษัท ลอริอัล (ประเทศไทย) จำกัด

- ทำเลที่ตั้งในเขตชุมชนมีราคาสูง ทำให้ต้นทุนที่ใช้ในการลงทุนสูงไปด้วยเช่นกัน หลายครั้งที่คนที่ สนใจทำธุรกิจเสริมสวยไปไม่รอด เนื่องจากทำเลที่ตั้งไม่ดีไม่มีคนเข้าร้าน หรือค่าเช่าที่สูงทำให้เกิดต้นทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ที่สูงมาก

3.2.4 อุปสรรค (Threats)

- เทคโนโลยีด้านผลิตภัณฑ์เคมีในการดูแล บำรุงรักษา และทำสีผมเองที่บ้านประกอบกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้ลูกค้าเข้ารับบริการในร้านทำผมลดลง รวมทั้งอุปกรณ์ที่เป็นวัฏกรรมการจัดทรงด้วย

3.2.5 ข้อเสนอจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและโอกาสทางการตลาด

จากการวิเคราะห์ Five Forces Model และ SWOT Analysis พบว่ามีโอกาสทางธุรกิจที่ดีหากได้เข้าสู่ธุรกิจนี้เนื่องจากมีปัจจัยที่จะเป็นโอกาสในการทำธุรกิจหลายประการทั้งปัจจัยภายนอกและภายในเช่น สภาพเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบันทำให้คนส่วนมากต้องหาอาชีพเสริมเพื่อรองรับตัวเองในอนาคต (www.komchadluek.net) ด้วยคำกล่าวที่ว่าในช่วงผมไม่ตกงาน ดันปี พ.ศ. 2557 เป็นปีมาตรฐานการช่างผมไทย สอนเสริมสวยช่วยหญิงว่างงาน คอลัมน์สัมภาษณ์พิเศษ นคร ศิลปอาชา อธิปไตยพัฒนาฝีมือแรงงาน

การขาดความมั่นใจจากเสถียรภาพของเศรษฐกิจ ยิ่งเศรษฐกิจแย่คนยิ่งมองหาวิชาชีพเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น สาขาวิชาชีพเสริมสวยก็เป็นศาสตร์แขนงหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมมาก เนื่องจากตัวผู้เรียนมีความชอบในความงามต้องการนำมาเพื่อสนองความต้องการของตัวเอง

อีกทั้งศาสตร์นี้เป็นศาสตร์ที่เน้นฝีมือของช่างทั้งนั้น ต้นทุนของอุปกรณ์ต่างๆภายในร้านมีไม่มาก สามารถทำกำไรได้สูงหากอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ดีและเหมาะสม แต่เมื่อมีคนสนใจในธุรกิจนี้มากขึ้นเท่าไร ยิ่งทำให้ร้านเสริมสวยในประเทศไทยเกิดขึ้นอย่างมากมายมากขึ้นเท่านั้น

ปัญหาที่ตามมาคือ ความต้องการเลือกทำเลที่ตั้งที่ดีส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในส่วนค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์สูงตามไปด้วยเท่านั้น ดังนั้นมีเพียงไม่กี่คนที่สามารถอยู่ในทำเลทองเพื่อทำกำไรได้เกิดช่องว่างจำนวนมากที่ช่างฝีมือที่ผ่านการอบรมมาแล้ว ไม่มีทำเลในการตั้งร้านที่เหมาะสมข้อจำกัดในด้านทำเลที่ตั้งนี้ จึงเกิดเป็นรูปแบบธุรกิจร้านเสริมสวยเคลื่อนที่ขึ้นมา เพื่อรองรับกลุ่มคนที่มียงบประมาณในการเปิดร้านเสริมสวยที่จำกัด

3.3 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

ตารางที่ 3.1 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งในส่วนของรถเสริมสวยเคลื่อนที่

ชื่อร้าน	Location	Size	Design	Mobility	Clean	One stop service
ทรงสยาม	1 สาขา	1 Block	ไม่น่าเชื่อถือ	ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ทันที	ไม่ผ่าน สุขลักษณะ	ไม่ครบ วงจร
Sit World Champ	1 สาขา	1 Block	ไม่น่าเชื่อถือ	ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ทันที	ไม่ผ่าน สุขลักษณะ	ไม่ครบ วงจร
Dunk Dunk	1 สาขา	1 Block	ไม่น่าเชื่อถือ	ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ทันที	ไม่ผ่าน สุขลักษณะ	ไม่ครบ วงจร
The C clipper	2 สาขา	2 Block	น่าเชื่อถือ	ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ทันที	ผ่าน สุขลักษณะ	ไม่ครบ วงจร
Vintage Cuts	1 สาขา	1 Block	ไม่น่าเชื่อถือ	ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ทันที	ไม่ผ่าน สุขลักษณะ	ไม่ครบ วงจร
Double เกรียน	2 สาขา	2 Block	ไม่น่าเชื่อถือ	ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ทันที	ผ่าน สุขลักษณะ	ครบ วงจร
Chic Salon	5 สาขา	2 Block	น่าเชื่อถือ	สามารถเคลื่อนที่ได้ทันที	ผ่าน สุขลักษณะ	ครบ วงจร

ในส่วนของกลุ่มร้านทำผมที่ไม่มีหน้าร้านตายตัว จากการสำรวจพบว่าร้านส่วนใหญ่จะมีเพียงร้านละ 1 สาขาเท่านั้น จะมีร้าน The clipper และร้าน Double เกรียน ที่มี 2 สาขา สำหรับ Chic Salon มีทั้งสิ้น 5 สาขา ขนาดพื้นที่ภายในร้าน ส่วนใหญ่จะมีขนาด 1 บล็อก จะมีในส่วนของร้าน The clipper และร้าน Double เกรียน ที่เป็นลักษณะของตู้คอนเทนเนอร์ จะใช้พื้นที่ประมาณ 2 บล็อก รวมถึง Chic Salon Truck ที่จะมีขนาดพื้นที่ที่ใช้ประมาณ 2 บล็อก เพื่อรองรับขนาดของรถ

ในการออกแบบภายในร้านทำผมส่วนใหญ่จะออกแบบอย่างง่าย ๆ ใช้อุปกรณ์เพียงไม่กี่อย่าง จะมีเพียงแค่วัสดุ The Clipper และร้าน Double เกรียน ที่มีการตกแต่งโดยใช้อุปกรณ์ค่อนข้างเยอะและครบครัน รวมไปถึง Chic Salon จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกเยอะมากกว่า เช่น แอร์ และ เก้าอี้สระผม

ในส่วนของความสะดวกในการเคลื่อนที่ เนื่องจากร้านแต่ละร้านเปิดในรูปแบบ Stand Alone ดังนั้น จะยากต่อการโยกย้ายเคลื่อนที่ แต่สำหรับร้าน CHIC SALON TRUCK สามารถเคลื่อน

ที่ได้้อย่างสะดวกสบายมากกว่า และร้านส่วนใหญ่ที่ตั้งอยู่ในตลาดนัด

จากการที่สำรวจพบว่า ความสะอาด สุขอนามัย ยังมีไม่เพียงพอ มีเพียงร้าน The Clipper และร้าน Double เกรียน ที่ถูกสุขอนามัยมากที่สุด และในเรื่องสุดท้ายเป็นส่วนหนึ่งของ One Stop Service ร้าน Double เกรียน จะมีบริการ ที่ครบวงจร รวมไปถึง CHIC SALON TRUCK ที่มีการบริการที่ครบวงจรเช่นกัน

ตารางที่ 3.2 วิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม

ชื่อร้าน	ราคาการบริการ (แต่งหน้าทำผม)
BEBE MAKEUP ARTIST	1500 บาท
PHRUKSAPAT	2000 บาท
KNITTING MAKEUP	2000 บาท
PROCLASSMAKEUP	1800 บาท
AMPMEE	1800 บาท
B.WALLIKA MAKEUP	1600 บาท
CHIC SALON TRUCK	1500 บาท

โดยการตั้งราคาดังนั้นนอกจากที่คำนึงถึงราคาคู่แข่งแล้วยังตั้งราคาโดยคำนึงถึงระดับราคาของลูกค้ายินดีที่จะจ่าย ซึ่งจากตารางข้างต้นทางบริษัทฯ ได้กำหนดราคาอยู่ที่ 1500 บาท ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับราคาคู่แข่งจะเห็นได้ชัดว่า ทางบริษัทฯ ได้ตั้งราคาที่ไม่สูงเกินกว่าคู่แข่ง เป็นราคาที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้



ภาพที่ 3.1 ผลสำรวจอัตราค่าบริการแต่งหน้าทำผมรับปริญญาแบบเคลื่อนที่

ทางบริษัทฯ ได้จัดทำผลสำรวจซึ่งได้ถามกลุ่มนักศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 85 คน ในเรื่อง
ของราคาการบริการแต่งหน้าทำผมรับปริญญาแบบเคลื่อนที่ที่ท่านคาดหวังควรเป็นเท่าไร ช่วง
ราคาในกลุ่มนักศึกษาเลือกมากที่สุดจะอยู่ในช่วง 501-1,500 บาท 43 คน คิดเป็น 50.6% ราคาที่
รองลงมาคือ 1,501-2,000 บาท 23 คน คิดเป็น 27.1% ตามลำดับ

ตารางที่ 3.3 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งในส่วนของงานรับปริญญา

ชื่อร้าน	Mobility	Convenience	One stop service	Clean	Facilities
Bebe Makeup	สามารถ	ไม่สะดวก	ไม่ครบวงจร	ไม่ผ่าน	ไม่ครบครัน
Artist	เคลื่อนที่ได้	สบาย		สุขลักษณะ	
Phruksapat	สามารถ	ไม่สะดวก	ไม่ครบวงจร	ไม่ผ่าน	ไม่ครบครัน
	เคลื่อนที่ได้	สบาย		สุขลักษณะ	
Knitting	สามารถ	ไม่สะดวก	ไม่ครบวงจร	ไม่ผ่าน	ไม่ครบครัน
Makeup	เคลื่อนที่ได้	สบาย		สุขลักษณะ	
Ampmee	สามารถ	ไม่สะดวก	ไม่ครบวงจร	ไม่ผ่าน	ไม่ครบครัน
	เคลื่อนที่ได้	สบาย		สุขลักษณะ	
B. Wallika	สามารถ	ไม่สะดวก	ไม่ครบวงจร	ไม่ผ่าน	ไม่ครบครัน
Make up	เคลื่อนที่ได้	สบาย		สุขลักษณะ	
Chic Salon	สามารถ	สะดวกสบาย	ครบวงจร	ผ่าน	ครบครัน
Truck	เคลื่อนที่ได้			สุขลักษณะ	

ผลการสำรวจพบว่า ร้าน Bebe Makeup Artist, Phruksapat, Knitting Makeup, Ampmee และ B. Wallika Makeup เป็นช่างแต่งหน้าทำผมอิสระ ดังนั้นจึงสามารถเคลื่อนย้ายไปยังสถานที่ต่างๆ โดยการจองห้องพักรอหรือที่พักในละแวกนั้นๆ และทำการนัดหมายกับทางกลุ่มลูกค้าที่จะใช้บริการ

ในส่วนของความสะดวกสบายนั้นร้าน Bebe Makeup Artist, Phruksapat, Knitting Makeup, Ampmee และ B. Wallika Makeup ก่อนช่างที่จะมีความยากลำบากในการหาจุดนัดพบรวมทั้งไม่สามารถมีบริการที่ครบวงจรได้ และในเรื่องของความสะอาด ไม่ผ่านสุขลักษณะเช่นกัน

3.4 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

3.4.1 ความหลากหลาย

CHIC SALON TRUCK มีการบริการที่หลากหลายเช่น มีบริการ สระ เข้าไปด้วย เพราะจากการสำรวจในตลาดส่วนใหญ่แล้วไม่มีการให้บริการในส่วนนี้ ถึงแม้ว่าบางร้านที่มีบริการ สระแต่ก็จะขาดในเรื่องของเครื่องปรับอากาศ ซึ่งเราบริษัทฯ ได้สังเกตเห็นแล้วว่าทาง CHIC SALON TRUCK จะมีการให้บริการที่หลากหลายและครอบคลุมมากกว่า

3.4.2 คุณภาพ

CHIC SALON TRUCK จะได้เปรียบทางการคัดสรรช่างที่มีคุณภาพและประสบการณ์ในการทำงานเนื่องจาก ว่าทางบริษัทฯ มีโรงเรียนเสริมสวยที่ได้รับการรับรองจาก กระทรวงศึกษาธิการ ดังนั้น ช่างเสริมสวยทุกคนจะมีใบรับรอง (ใบประกาศนียบัตร) รองรับ สามารถตรวจสอบได้ และ มีการอบรมทุกๆ 3-6 เดือน เพื่อให้ได้มาตรฐานมากที่สุด

3.4.3 ราคาและการบริการ

เนื่องด้วย CHIC SALON TRUCK มีราคาที่ไม่ต่างจากคู่แข่งมากแต่จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการได้มากกว่า (ตัดได้ทั้งหญิงและชาย) และรวมไปถึงช่างที่มีประสบการณ์มากกว่า ซึ่งจุดนี้จะได้เปรียบคู่แข่งร้านอื่นๆ ถึงแม้ว่าร้านเสริมสวยในตลาดจะมีอยู่เป็นจำนวนมาก

บทที่ 4

รายละเอียดผลิตภัณฑ์และรูปแบบธุรกิจ

4.1 ตราลินค้า

ภาพที่ 4.1 ตราลินค้า



4.2 รูปแบบธุรกิจ (Business Model)

CHIC SALON TRUCK เป็นธุรกิจให้บริการเสริมสวยเคลื่อนที่โดยมีบริการ-สระ-ไดร์-ตัดซอย-เซทผมแต่งหน้า-เกล้าผม โดยมีกรให้บริการตามสถานที่ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนิยมไปคือ ตลาดนัดกลางคืนทั่วกรุงเทพมหานคร และบริการแต่งหน้าทำผมรับปริญญาอกสถานที่เคลื่อนที่ที่สามารถให้บริการและเข้าถึงลูกค้าได้สะดวกและง่ายกว่าร้านเสริมสวยรูปแบบเดิม



ภาพที่ 4.2 รูปแบบธุรกิจ

4.3 ลักษณะการบริการและรายละเอียดธุรกิจ

CHIC SALON TRUCK เป็นธุรกิจให้บริการเสริมสวยเคลื่อนที่โดยมีบริการ-สระ-ไคร์-ตัดชอย-เซทผมแต่งหน้า-เกล้าผม โดยมีกรให้บริการตามสถานที่ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนิยมไปคือ ตลาดนัดกลางคืนทั่วกรุงเทพมหานคร พร้อมกับบริการแต่งหน้าทำผมรับปริญญาณสถานที่เคลื่อนที่ที่สามารถให้บริการและเข้าถึงลูกค้าได้สะดวกและง่ายกว่าร้านเสริมสวยรูปแบบเดิม

ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจบริการเสริมสวยมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากมายตามการเพิ่มจำนวนของนักเรียนช่างวิชาชีพเสริมสวยที่จบการศึกษาและสามารถประกอบวิชาชีพได้ประมาณ 50,000 คนต่อปี (ข้อมูลของสถาบันสอนวิชาชีพเสริมสวยคุณ โจอแอนด์แซคส์)

โดยช่างเสริมสวยบางรายยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงานมากพอที่เปิดร้านเองหรือในการเปิดร้านเสริมสวยจะมีต้นทุนในการเปิดร้านที่สูงถ้าหากต้องการทำเลที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็วประกอบกับในปัจจุบันมีร้านเสริมสวยที่เปิดให้บริการเดิมอยู่แล้วเป็นจำนวนมาก

โดยทาง CHIC SALON TRUCK เป็นธุรกิจการบริการเสริมสวยรูปแบบใหม่ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างง่ายดายโดยในปีแรกทาง CHIC SALON TRUCK ได้ทำการผลิตและให้บริการรถเสริมสวยเคลื่อนที่ครบวงจรจำนวน 5 คัน โดยไปตามตลาดนัดกลางคืนที่เป็นแหล่งของกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวัยรุ่น นักเรียนนักศึกษา ที่ชอบไปเดินในเวลาว่างโดยนอกจากที่จะเดินเล่นซื้อของแล้วพฤติกรรมกรบริโภคบริการของกลุ่มเป้าหมายนี้เป็นกลุ่มที่กล้าลองสิ่งใหม่ ตามกระแสแฟชั่น ในราคาที่เหมาะสม

โดยตลาดนัดที่เราไปทำการสำรวจพบว่าในตลาดนัดกลางคืนมีร้านเสริมสวยผู้ชายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นนักเรียนนักศึกษาสนใจที่รอรับบริการอยู่เป็นจำนวนมากแต่บริการในร้านนั้นเน้นการตัดผม ชอยผมเท่านั้นและกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย

ทำให้ทางบริษัทฯจึงมองเห็นช่องว่างทางการตลาดและโอกาสในการที่จะเป็นร้านเสริมสวยเคลื่อนที่ที่บริการกลุ่มลูกค้าได้ทั้งหญิงและชาย และมีการบริการครบวงจรโดยธุรกิจเสริมสวยเคลื่อนที่ของทางบริษัทฯมีรูปแบบลักษณะเป็นรถบรรทุกขนาดเล็กที่ดัดแปลงตกแต่งให้เป็นร้านเสริมสวยเคลื่อนที่ที่สามารถบรรจุน้ำภายในรถได้ถึง 500 ลิตร

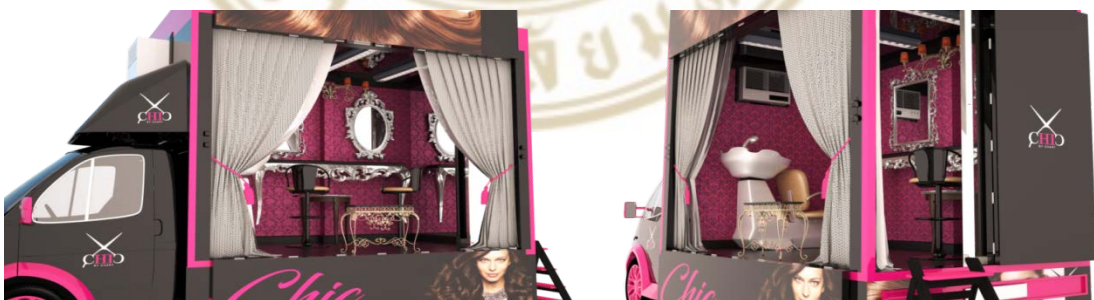
โดยมีรูปแบบลักษณะองค์ประกอบทั้งภายนอกและภายในรถ ดังนี้



ภาพที่ 4.3 รูปแบบรถภายนอก

จากรูปรูปแบบรถภายนอกพบว่าสีที่ใช้รูปแบบที่ใช้ในการตกแต่ง CHIC SALON TRUCK นั้นถูกออกแบบมาให้เหมาะสมและบ่งบอกถึงลักษณะที่อ่อนหวานมีความสร้างสรรค์เข้ากับกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้หญิงคือสีชมพู และมีความสีดำที่บ่งบอกความชำนาญเชี่ยวชาญให้รู้สึกถึงช่างเสริมสวยมืออาชีพที่จะให้บริการในรถ

ชื่อธุรกิจการบริการเสริมสวย CHIC SALON TRUCK คำว่า Chic เป็นศัพท์แสดงซึ่งหมายถึง ความสวยงามทันสมัย ด้วยธุรกิจของบริษัทฯนั้นเป็นตัวแทนในการบริการให้ลูกค้าได้รับความงามเพิ่มความมั่นใจและเสริมสร้างบุคลิกที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อสอดคล้องกับสโลแกนของธุรกิจเราว่า “ ส่งความสวยให้คุณอย่างเป็นธรรมชาติ ไม่ว่าจะใกล้หรือไกลความงามก็พร้อมเสมอ”



ภาพที่ 4.4 รูปแบบรถภายใน



ภาพที่ 4.5 รูปแบบรถภายในและองค์ประกอบต่างๆภายในรถพร้อมทั้งขนาด

จากภาพรูปแบบรถภายในรวมถึงอุปกรณ์ต่างๆภายในรถก่อนหน้านี้ ทางบริษัทฯ ได้ทำการสอบถามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายถึงความต้องการรูปแบบภายในรถสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมาวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของเค้าโครงรูปแบบรถต้นแบบรวมถึงในเรื่องของสีรถทั้งภายในและภายนอก

วัสดุอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในรถเป็นแนวคิดที่มาจากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายจนได้มาถึงรูปแบบรถเสริมสวยเคลื่อนที่

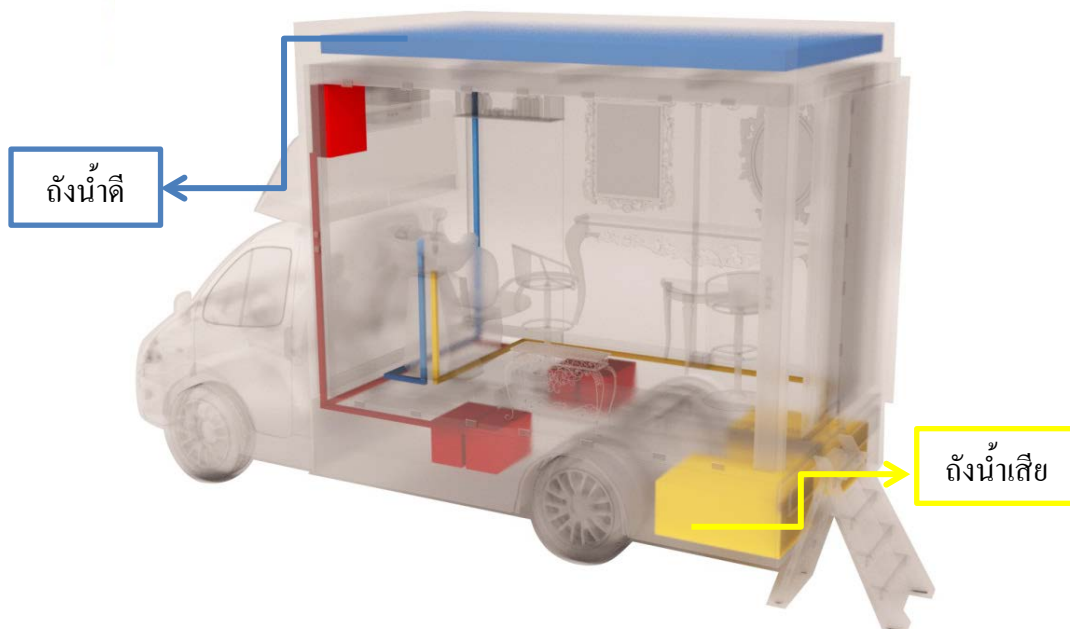


ภาพที่ 4.6 ภาพการสอบถามรูปแบบรถ

เนื่องจากรถเสริมสวยเคลื่อนที่ CHIC SALON TRUCK มีบริการเสริมสวยแบบครบวงจรที่แตกต่างจากร้านเสริมสวยตามตลาดนัดทั่วไป เพราะจากการสำรวจตลาดนัดที่มีร้านเสริมสวยทั่วไปตามตลาดนัดนั้นพบว่าค่าบริการส่วนใหญ่เน้นเฉพาะตัดผมและชอยผม ไม่เน้นในเรื่องของการบริการสระผมเนื่องจากปัญหาในเรื่องของน้ำที่จะให้ชำระล้างเวลาสระผมให้ลูกค้านั้นจะมีความยุ่งยากซับซ้อนในการทำงานดังนั้นทางร้านเหล่านั้นจึงไม่เลือกที่จะมีการบริการสระผม

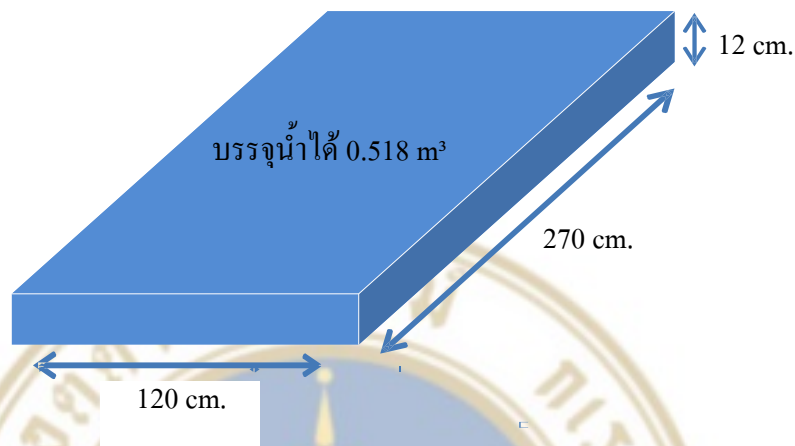
จุดนี้ทางบริษัทฯจึงมองเห็นเป็นโอกาสในการพัฒนาธุรกิจและตอบโจทย์เพื่อคั้งปัญหาเหล่านั้นมาเป็นจุดเด่นในการบริการของบริษัทฯที่แตกต่าง ทางบริษัทฯได้ทำการสอบถามในเรื่องของการออกแบบ การใช้งานระบบต่างๆภายในรถไม่ว่าจะเป็นระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า กับบริษัทที่ผลิตรถบริษัท Truck get rich จำกัด โดยทางบริษัทฯได้ทำการปรึกษากับทางคุณณทีธร เจริญวงศ์

ผู้บริหารบริษัท Truck get rich และได้ข้อเสนอแนะในเรื่องของระบบต่างๆและได้นำมาออกแบบรถเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมและตอบโจทย์กับความต้องการและเพื่อความเป็นไปได้มากที่สุด จากการคำนวณปริมาณการใช้น้ำในการสระผมต่อลูกค้าพบว่า ใช้น้ำ 20 ลิตร ต่อการบริการสระผมกับลูกค้า 1 คน ดังนั้นหากเราบริการได้ที่ 6 ชม.ต่อวันใช้ระยะเวลาในการสระผม 15 นาทีต่อ 1 คน และมีลูกค้าต่อวันเต็มที่ 24 คน ดังนั้นน้ำที่เราจะใช้และมีสำรองควรมี 480 ลิตร ทางบริษัทฯจึงได้ทำการออกแบบถังบรรจุน้ำไว้บนส่วนบนของตัวรถเพื่อสำรองน้ำไว้ใช้ในการบริการ ดังภาพที่ 4.7



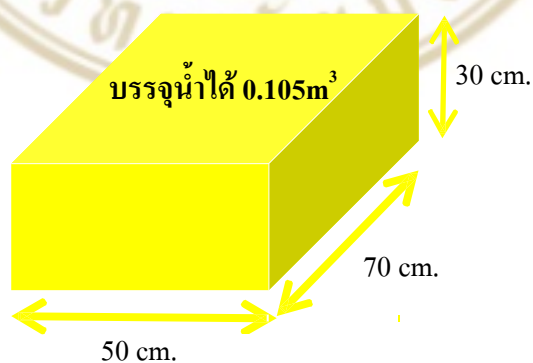
ภาพที่ 4.7 ภาพแสดงระบบน้ำของรถเสริมสวย

จากภาพระบบน้ำประกอบด้วยส่วนแรกที่เป็นถังสำรองน้ำดีเป็นแท่งเก็บน้ำสแตนเลส ขนาด 0.518 ลูกบาศก์เมตร จากการวัดพื้นที่ของรถแล้วนำตัวเลขที่ได้มาคำนวณหาปริมาตรน้ำที่สามารถบรรจุได้ถูกออกแบบตามได้ในลักษณะดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4.8 ภาพแสดงระบบน้ำดี

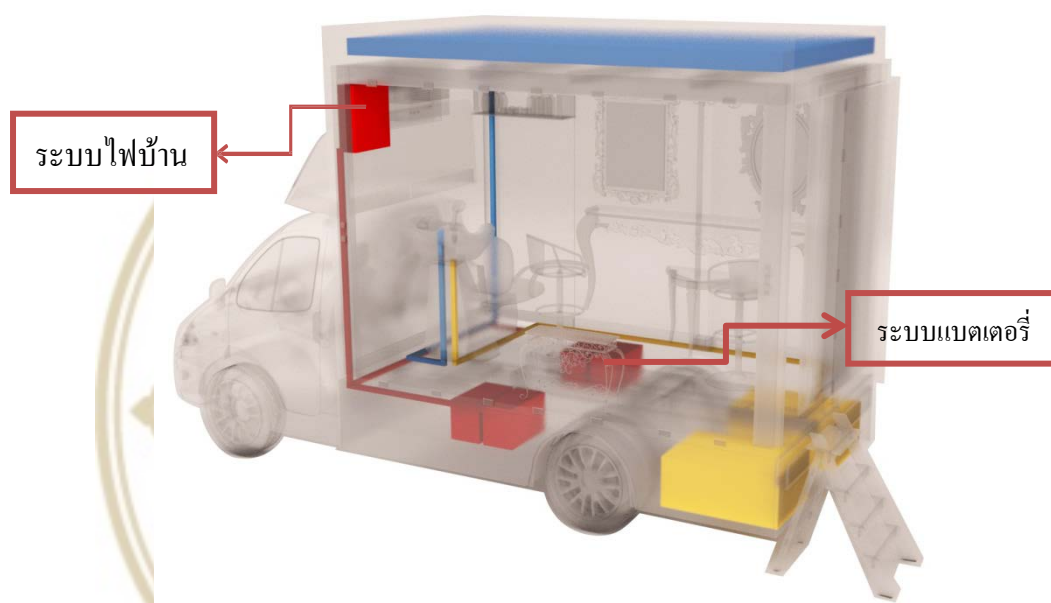
ส่วนประกอบที่สองจุดพักน้ำเสีย เป็นจุดพักน้ำเสียที่ถูกระบายออกมาเมื่อใช้งานแล้ว โดยน้ำเสียจะไหลมาเก็บไว้ที่จุดพักน้ำก่อนเพื่อรอการระบายออกต่อไป ทางบริษัทได้ออกแบบระบบน้ำเสียออกมาจำนวน 2 ถัง เพื่อรองรับปริมาณการใช้งานหากเมื่อน้ำใกล้จะเต็มจะมีระบบเตือนจึงทำการระบายน้ำออกและสามารถใช้งานต่อไปได้ตามปกติโดยระบบน้ำเสียบรรจุน้ำเสียได้ ถึง 0.105 ลูกบาศก์เมตร ตามภาพ



ภาพที่ 4.9 ภาพแสดงระบบน้ำเสีย

ส่วนประกอบสุดท้ายคือปั้มน้ำ เพื่อต้องการเพิ่มแรงดันน้ำในเวลาที่ใช้งานต้องมีการติดตั้งปั้มน้ำขนาดเล็กไว้ด้วย

ในส่วนจากระบบไฟจากการที่บริษัทฯได้รับคำแนะนำจากทางบริษัท Truck Get Rich จำกัดในเรื่องของการติดตั้งระบบไฟฟ้าโดยระบบไฟฟ้าภายในมีตู้ควบคุมไฟ Plug Power ติดตั้งเหมือนระบบไฟฟ้าภายในบ้าน กระจายตามจุดสามารถใช้งานบนตัวรถได้ โดยมีสองกรณีดังนี้ กรณีปกติ เชื่อมต่อกับไฟบ้าน 220Vกรณีไม่มีที่พ่วงใช้ระบบไฟฟ้าสํารองโดยใช้แบตเตอรี่



ภาพที่ 4.10 ภาพแสดงระบบไฟฟ้าของรถเสริมสวย

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการเริ่มต้นธุรกิจ

ธุรกิจเสริมสวยมีความจำเป็นต่อผู้บริโภค ถ้าคิดว่าทุกคนต้องตัดผมไม่ว่าจะอยู่ในวัยใดก็ตามโอกาสในการลงทุนย่อมมีเสมอ สอดคล้องกับผลสำรวจสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2559 ธุรกิจเสริมสวยมีมูลค่าตลาดภายในประเทศ 1,770 ล้านบาท และในปี 2560 ตลาดความงามไทยเติบโต 3% ต่อปี แต่ปัญหาที่หนึ่งในผู้บริหารภายในกลุ่มเจคือ รายได้จากร้านเสริมสวยสุชาติ ฅ บางกอก ยังคงที่

ซึ่งหลังจากนั้นทางทีมผู้บริหารได้มีการวิเคราะห์ถึงสาเหตุจึงได้พบว่า ในปัจจุบันมีร้านเสริมสวยเปิดใหม่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาทำให้ร้านเสริมสวยแต่ละร้านต้องนั่งรอลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ทำให้ทีมผู้บริหารคิดว่าทางทีมจะต้องคิดวิธีในการออกไปหาลูกค้า

ดังนั้นจึงได้คิดเป็นรถเสริมสวยเคลื่อนที่ เพื่อเป็นการเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นการลดความเสี่ยงในการหาทำเลที่ตั้งที่ยังไม่เหมาะสม ซึ่งจะมีความเสี่ยงอย่างมากในอนาคต เพราะถ้าจะทำการโยกย้าย ก็จะเป็นไปได้ยาก ทางทีมผู้บริหารได้เข้าไปสำรวจกลุ่มเป้าหมาย และสถานที่ที่จะเป็นทำเล ก็พบว่า CHIC SALON TRUCK จะจับกลุ่ม 2 กลุ่มหลักๆ คือ บริการตัดผมสำหรับกลุ่มนักศึกษาผู้หญิง และแต่งหน้าเกล้าผม สำหรับนักศึกษาในงานวันรับปริญญา รวมถึงรับงานนอกสถานที่

จากปัญหาและโอกาสที่เปิดกว้าง รวมถึงสมาชิกมี Passion ที่ชื่นชอบในด้านธุรกิจเสริมสวยเป็นทุนเดิมอยู่แล้วและต้องการที่จะต่อยอดธุรกิจจากเดิมให้แตกต่างออกไป ทำให้เกิดการบริการที่แปลกใหม่ ไม่จำเจแบบเดิมๆ แต่ยังคงเอกลักษณ์ และรูปแบบที่ทันสมัย มีบริการที่ครบวงจร สุขลักษณะที่ถูกต้อง ทีมช่างทำผมมีใบประกอบวิชาชีพและสามารถตรวจสอบได้ทุกคน ซึ่งสามารถตอบโจทย์กลุ่มคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ทำให้รู้ว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการสิ่งที่แปลกออกไปจากเดิม และประกอบกับ ในปัจจุบันยังไม่มีกรให้บริการในรูปแบบนี้ในตลาดเสริมความงาม ซึ่งทางทีมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องนำเอานวัตกรรมเข้ามาปรับใช้ในธุรกิจ ตามที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า CHIC SALON TRUCK เป็นธุรกิจที่มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง เพราะมีตลาดเปิดกว้างแน่นอน

บรรณานุกรม

- เคลนิวส์ (2557), กองสุขภาพสิ่งแวดล้อม สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร, พื้นที่กรุงเทพมหานคร มีร้านเสริมสวยทั้งหมด 2,208 แห่ง จาก <http://health.kapook.com/view95587.html>
- เศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบันทำให้คนส่วนมากต้องหาอาชีพเสริมเพื่อรองรับตัวเองในอนาคต จาก www.komchadluek.net
- สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน), รัฐบาลได้จัดตั้งสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) หรือ สคช. (Thailand Professional Qualification Institute (Public Organization) : TPQI) จึงถูกจัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) จาก <http://www.tpqi.go.th/home.php>
- สรุปผลวิจัยธุรกิจเสริมสวย, มูลค่าตลาดภายในประเทศของธุรกิจเสริมสวยพบว่าในปี 2545 มีมูลค่า 1,104 ล้านบาท จาก http://www.dbd.go.th/download/doc/1summary_of_beauty_salon.doc
- ASTV ผู้จัดการออนไลน์ (2557), อัตราการเติบโตของธุรกิจความงามว่ามีแนวโน้มของไทยสูงขึ้น ร้อยละ 3 จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000043311>



ภาคผนวก ก

ประวัติความเป็นมาของ สถาบันเสริมสวย

โรงเรียน สุชาติ ฌ บางกอก และร้านเสริมสวยชาติชาลอน

ร้านเสริมสวยชาติชาลอน ดำเนินกิจการมากกว่า 30 ปี โดยคุณสุชาติ ขวัญฤกษ์

ประวัติ คุณสุชาติ ขวัญฤกษ์ (ผู้อำนวยการ โรงเรียนเสริมสวย สุชาติ ฌ บางกอก)

ชาติ ชาลอน

1. Certificate of Completion (A signature Gathering'95 with John Paul Mitchell System)
2. Pivot Point International 1997 Northern Illinois University Chicago
3. Diploma L'OREAL PARIS 1987
4. Diploma World Championship of hairdressing (Lasvegas1984)
5. Diploma D'ONRD 21 HAIR World 1986 VERONA – ITALY
6. Hair world 98 Seoul
7. Diploma Jury Cup of Germany 2000
8. Asia Cup Open 18, 2005 Diploma
9. OMC Prestige club



ประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับอาชีพที่จัดทำมาตรฐานอาชีพ

1. สถาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย มอบเกียรติบัตร (โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่แห่งชาติ)

2. ประธานจัดงาน SALON GOES GREEN (เมืองพัทยา 51)

3. OMC GLOBAL CHAMPIONSHIP (CHICAGO 2008)

4. ประธานโครงการ "ร่วมพลังช่างผมไทย ฟันฟูผู้ประสภัยน้ำท่วม"

5. MOU กับ สำนักงานการอาชีวศึกษาจัดทำหลักสูตร ปวช.ปวส. และปริญญาตรีของ
กระทรวงศึกษาธิการ

6. ผู้แทนกรมส่งเสริมการส่งออกไปโซว์งาน Beauty Arabia

7. ที่ปรึกษา รมช. พาณิชย์ (นายศิริวัฒน์ ขจรประศาสน์)

8. ประธานกลุ่มช่างผมและเพื่อนพ้อง

9. กรรมการกำหนดหลักสูตร วิชาเสริมสวยระดับ ปวช. , ปวส., ป.ตรี
ประวัติการทำงาน

1. เข้าเฝ้ารับเข็มพระราชทาน (แชมป์ผมด้วยพระราชทาน ส.ก.)

2. เข้าเฝ้ารับเข็มพระราชทาน (มูลนิธิชัยพัฒนา)

3. เข้าเฝ้ารับเข็มพระราชทาน (จากสภาอากาศไทย)

4. ประธานการจัดงานแข่งขัน แข่งขัน แอร์เอเชีย แปซิฟิก 2001

5. ประธานจัดงานแข่งขัน Salon Cluster 2004 (Queen's Cup)

6. Trainer Hair Asia Pacific Thailand (สร้างแชมป์ผมมากกว่า 15 ตำแหน่ง)

7. เป็นตัวแทนประเทศไทยชิงแชมป์ผมโลกที่ Chicago ปี 2008

8. แชมป์ผมด้วยพระราชทาน Queen Cup ปี 2526

9. แชมป์ผมนานาชาติปี 2528 ที่ Hong Kong

10. ประธานจัดงานรวมพลคนเสริมสวยเกิดไ้ทองคำชันปี 2550

11. ประธาน Hair Asia Pacific 2000 – 2009

12. อดีตนายกสมาคมเสริมสวยแห่งประเทศไทย

13. อดีตผู้แทนองค์กรผมโลก OMC PARIS สาขาประเทศไทย

14. OFFICIAL JUDGE ASIAN PACIFIC MILLENNIUM CHAMPIONSHIPS 2000

15. กรรมการตัดสินการชิงแชมป์ผมโลก OMC ที่สหรัฐอเมริกา ปี 2002

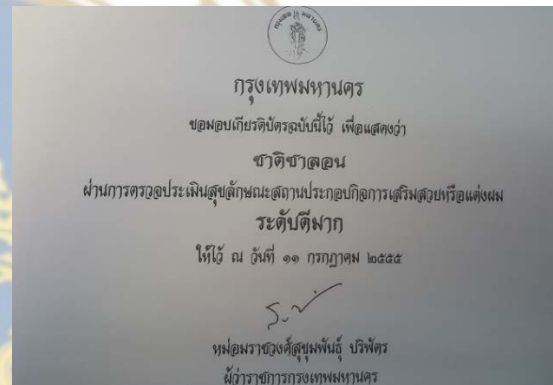
16. ประธานจัดการแข่งขันแพนทีนแอร์ เอเชียแปซิฟิก ปี 2001

17. ประธานจัดการแข่งขันคอมเมอเซียลแอร์ คอนเทสต์ ปี 2000

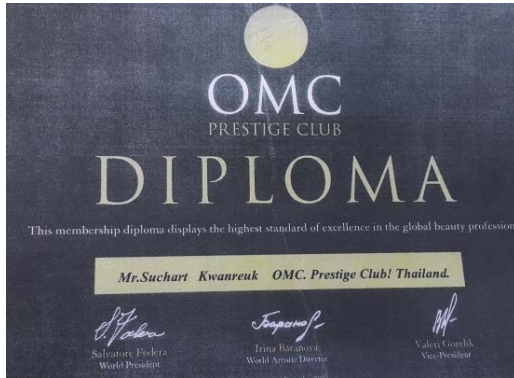
- 18. กรรมการตัดสินการชิงแชมป์มโลค OMCที่กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี ปี 2000
- 19. กรรมการตัดสินการชิงแชมป์มโลค OMC ที่กรุงโซล ประเทศเกาหลี ปี 1998
- 20. เทรนเนอร์มโลคทีมชาติอิตาลี ปี 1986
- 21. ตัวแทนประเทศไทยเข้าแข่งขันชิงแชมป์มโลคที่ลาสเวกัส ประเทศอเมริกา

ปี 1984

ภาพรางวัลและใบประกาศนียบัตรต่างๆ



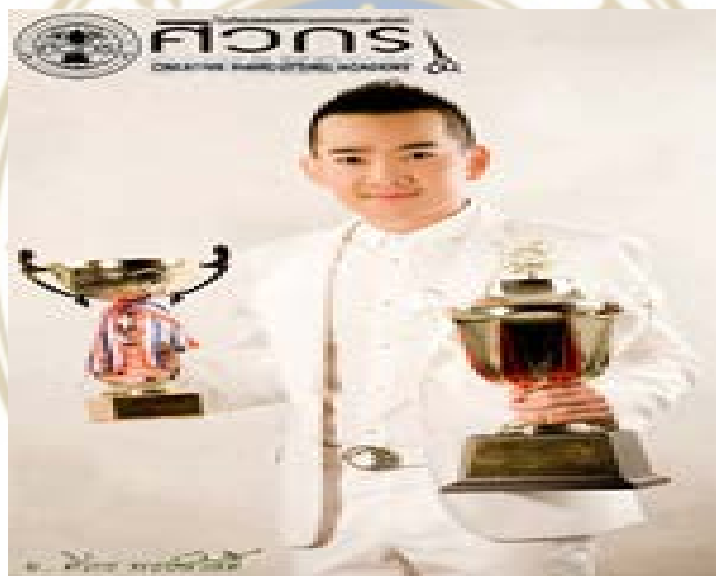
ภาพรางวัลและใบประกาศนียบัตรต่างๆ (ต่อ)



ภาคผนวก ข

ประวัติความเป็นมาของ ที่ปรึกษาแผนธุรกิจ

โรงเรียนเสริมสวยศิวกอร์ (PARTNER) เป็นโรงเรียนสอนทำผมที่โรงเรียนสุชาติ ฅ บางกอก ได้ร่วมกันจับมือในการที่จะผลิตช่างรุ่นใหม่และทำการผลักดันให้ช่างผมไทยก้าวเข้าสู่ระดับสากลโดยมีการจัดส่งช่างทำผมไปแข่งขันที่ต่างประเทศ และในทุกๆครั้งก็ได้รับความยอมรับและได้รางวัลต่างๆมากมาย



อ. ศิวกอร์ พงษ์สวัสดิ์

- แชมป์ชอยผมโลก ปี 2549 ณ ประเทศเกาหลีใต้
- แชมป์ชอยผมหญิง เอเชียแปซิฟิก ปี 2546 ณ ประเทศสิงคโปร์
- แชมป์เกล้าราตรี เอเชียแปซิฟิก ปี 2546 ณ ประเทศสิงคโปร์
- แชมป์ชอยผมหญิง นานาชาติ ปี 2543 ณ ประเทศออสเตรเลีย
- แชมป์ชอยผมหญิงแห่งประเทศไทย ปี 2540
- กรรมการผู้จัดการ โรงเรียนสอนเทคนิคการออกแบบ ทรงผม แต่งหน้า-ศิวกอร์

<http://www.siwakorn.ac.th>

ภาคผนวก ค
ภาพการเรียนการสอน





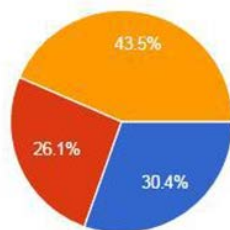


ภาคผนวก ง

ผลสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลัก(นักศึกษาหญิง)

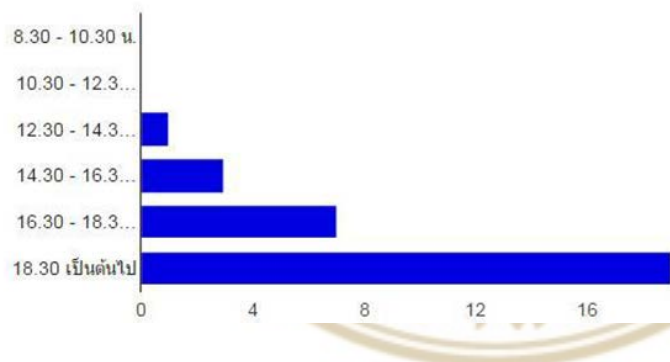
ผลสำรวจความต้องการบริการรถเสริมสายเคเบิลที่ตลาดนัดกลางคืน

5. รายได้ต่อเดือน



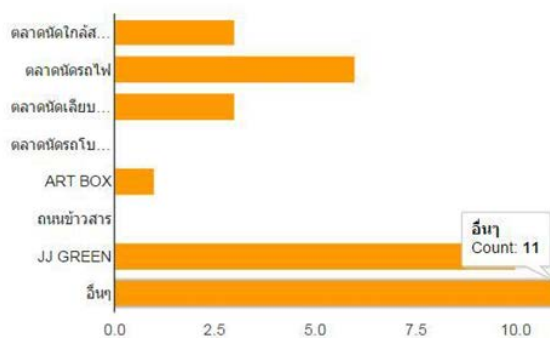
3,000 - 5,000 บาท	7	30.4%
5,001 - 7,000 บาท	6	26.1%
7,001 - 9,000 บาท	10	43.5%

6. ส่วนใหญ่เวลาว่างจากการเรียนอยู่ช่วงเวลาใด



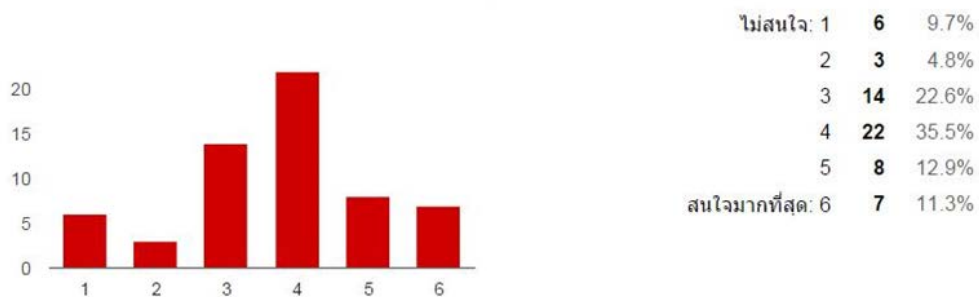
8.30 - 10.30 น.	0	0%
10.30 - 12.30 น.	0	0%
12.30 - 14.30 น.	1	4.2%
14.30 - 16.30 น.	3	12.5%
16.30 - 18.30 น.	7	29.2%
18.30 เป็นต้นไป	19	79.2%

7. สถานที่ส่วนใหญ่ที่ชอบไปเมื่อมีเวลาว่าง

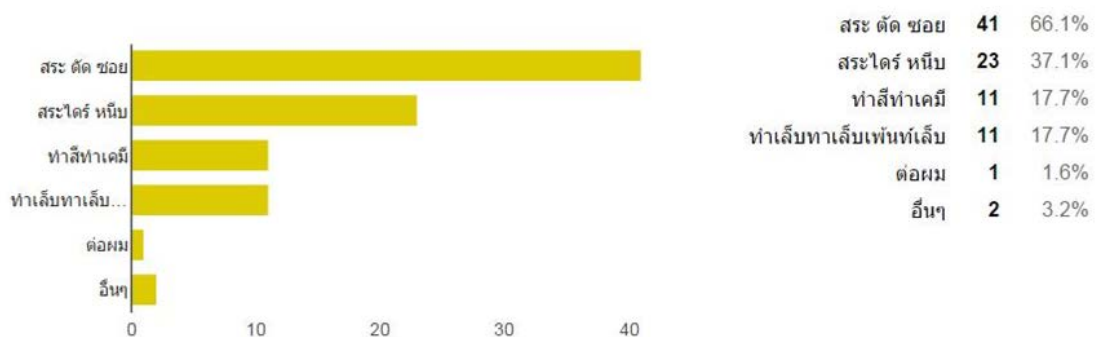


ตลาดนัดใกล้สถานศึกษา	3	12.5%
ตลาดนัดรถไฟ	6	25%
ตลาดนัดเสียบทางด่วน งามอิทธิรา-อาจณรงค์	3	12.5%
ตลาดนัดรถไฟเกษตรวมินทร์	0	0%
ART BOX	1	4.2%
ถนนข้าวสาร	0	0%
JJ GREEN	10	41.7%
อื่นๆ	11	45.8%

17. หากมีร้านเสริมสวยบริการเคลื่อนที่ที่ท่านสนใจใช้บริการหรือไม่



18. บริการอะไรที่ท่านคิดว่าจะทำหากมีการบริการเสริมสวยเคลื่อนที่

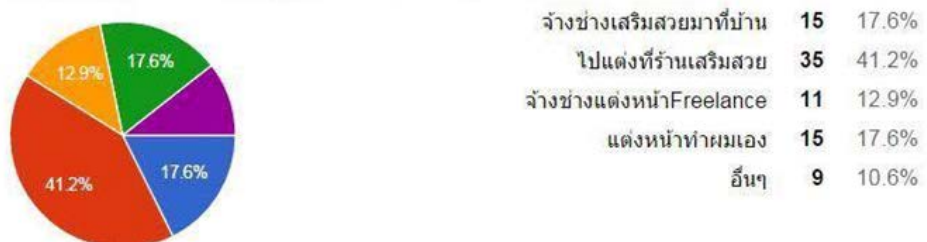


ผลสำรวจความต้องการบริการรถเสริมสวยเคลื่อนที่งานรับปริญญา

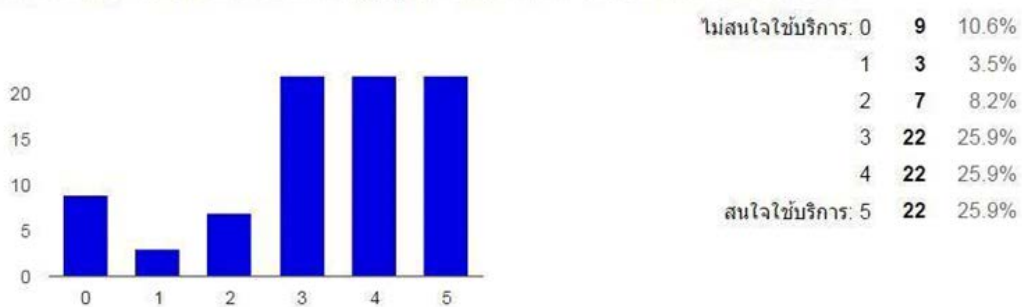
13. ท่านเคยใช้บริการแต่งงานหน้าทำผมเพื่อรับปริญญาหรือไม่



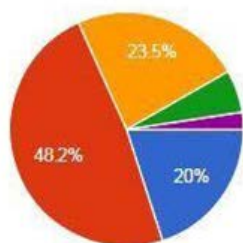
14. ในการแต่งงานหน้าทำผมเพื่อรับปริญญาท่านเลือกใช้บริการแบบไหน



17.ถ้ามีการบริการแต่งงานทำผมรับปริญญาแบบเคลื่อนที่ที่ท่านสนใจใช้บริการหรือไม่

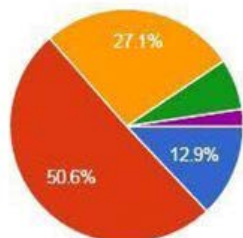


15.ราคาค่าแต่งงานทำผมรับปริญญาต่อครั้งเฉลี่ยประมาณเท่าไร



ต่ำกว่า 500 บาท	17	20%
501 - 1,500	41	48.2%
1,501 - 2,000	20	23.5%
2,001 - 2,500	5	5.9%
2,500 ขึ้นไป	2	2.4%

16.ราคาการบริการแต่งงานทำผมรับปริญญาแบบเคลื่อนที่ที่ท่านคาดหวังควรเป็นเท่าไร



ต่ำกว่า 500 บาท	11	12.9%
501 - 1,500 บาท	43	50.6%
1,501 - 2,000 บาท	23	27.1%
2,001 - 2,500 บาท	6	7.1%
2,501 บาทขึ้นไป	2	2.4%



ภาคผนวก จ

สำรวจร้านทำผมในตลาดนัดกลางคืน

1) ร้านตัดผม ทรงสยาม ตั้งอยู่ที่ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ มีลักษณะเป็นพื้นที่เช่าสำหรับขายของ ไม่มีหลังคา อุปกรณ์ต่างๆถูกติดตั้งและจัดวางแบบชั่วคราว ใช้ผ้าใบเป็นฉากกั้น มีที่นั่งสำหรับตัดผมจำนวน 2 ที่นั่ง มีช่างตัดผม 1 คนมีบริการตัดและเช็ดผมสำหรับสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี ไม่มีบริการสระผม เพราะสถานที่และเครื่องมือไม่เอื้ออำนวย กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นสุภาพบุรุษที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น อัตราค่าบริการ มีดังนี้ ตัดผมสุภาพสตรี ราคา 300 บาท, ตัดผมสุภาพบุรุษ ราคา 250 บาท, เช็ดผม ราคา 100 บาท



2) ร้านตัดผม The Clipper Barber Shop ตั้งอยู่ที่ตลาดนัดหัวมุมเกษตรวมินทร์ มีลักษณะเป็นตู้คอนเทนเนอร์ ผนังด้านหน้าเป็นกระจกใส ด้านในติดเครื่องปรับอากาศ ส่วนพื้นที่ด้านนอกร้านสำหรับให้ลูกค้านั่งรอรับบริการ ร้านจัดตกแต่งเป็นสไตล์วินเทจ มีจำนวน 4 ที่นั่ง มีช่างตัดผม 2 คน มีบริการตัดผมเฉพาะสุภาพบุรุษ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น ราคาค่าบริการเริ่มที่ 300 บาท



3) ร้านตัดผม Sit World Champ แชมป์ผมโลก ตั้งอยู่ที่ตลาดนัดศรีนครินทร์มีลักษณะเป็นพื้นที่เช่าสำหรับขายของ 1 ล็อก ไม่มีหลังคาและไม่มีผนังกั้น มีที่นั่งสำหรับตัดผมจำนวน 2 ที่นั่ง มีช่างตัดผม จำนวน 2 คน ให้บริการตัดผมสำหรับสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี ไม่มีบริการสระผม ค่าบริการตัดผมสำหรับสุภาพบุรุษ 300 บาท และ 450 บาท สำหรับสุภาพสตรี



4) ร้านตัดผม Double เกเรียน ตั้งอยู่ที่ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ มีที่นั่งสำหรับบริการลูกค้า จำนวน 3 ที่นั่ง มีช่างตัดผมจำนวน 3 คน ค่าบริการ เริ่มต้นที่ 350 จนไปถึง 2,000 บาท



5) ร้านตัดผม Dunk Dunk ตั้งอยู่ที่ตลาดนัดหัวมุม เกษตรนวมินทร์ มีลักษณะเป็นพื้นที่เช่าสำหรับขายของ 1 ล็อก ไม่มีหลังคาและไม่มีผนังกั้น มีที่นั่งสำหรับตัดผมจำนวน 2 ที่นั่ง มีช่างตัดผมจำนวน 2 คน ให้บริการตัดผมสำหรับสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี ไม่มีบริการสระผม ค่าบริการตัดผมสำหรับสุภาพบุรุษ 300 บาท



ภาคผนวก จ

สำรวจและสัมภาษณ์รูปแบบการบริการ

บทสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับเรื่อง ลักษณะของรถเสริมสวยเคลื่อนที่
(สถานที่ ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์)

คำถาม 1. ลักษณะรถเสริมสวยที่เห็นในภาพเป็นอย่างไร

คนสัมภาษณ์คนที่ 1 ตอบ ลักษณะท่าทางดูน่านั่ง โปร่งโล่งดีคะ แต่เวลาที่ใช้บริการ
อาจจะเงินอายุนิดหน่อยเนื่องจากมันดูโล่งไปคะ

คำถาม 2. อยากได้อะไรเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงอะไรบนรถบ้างคะ

คนสัมภาษณ์คนที่ 1 ตอบ น่าจะมีแอร์ด้วยเพราะร้านเสริมสวยส่วนใหญ่ในตลาดนั้นจะ
มีแอร์กันทั้งนั้น

คำถาม 3. คิดว่าการออกแบบที่เห็นในภาพน่าใช้บริการหรือไม่อย่างไรคะ

คนสัมภาษณ์คนที่ 1 ตอบ เป็นไอเดียที่ดีในการบริการรูปแบบใหม่ น่าสนใจอยากลอง
คะ

คำถาม 4. รถเสริมสวยนี้มีความเป็นไปได้ในการที่จะออกมาให้บริการในตลาดได้จริง
คิดว่าการราคาที่ค่าบริการนั้นควรเป็นเท่าไร

คนสัมภาษณ์คนที่ 1 ตอบ ราคาคงอาจจะมากกว่าร้านเสริมสวยปัจจุบันในตลาดเพราะ
มีบริการที่เข้าถึงลูกค้าได้ง่าย และเป็นการบริการรูปแบบใหม่ที่ยังไม่มีในตลาดด้วย



คำถาม 1. ลักษณะรถเสริมสวยที่เห็นในภาพเป็นอย่างไร

คนสัมภาษณ์คนที่ 2 ตอบลักษณะดูน่ารักดี เป็นผู้หญิงๆ แต่บางที่มันอาจจะดูโล่งไป อาจจะต้องมีอะไรปิดไว้หน่อยเวลาเสริมสวยเพราะบางที่ไม่อยาก让别人เห็นเวลาทำผมคะ

คำถาม 2. อยากได้อะไรเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงอะไรบนรถบ้างคะ

คนสัมภาษณ์คนที่ 2 ตอบ อยากได้ให้มีเครื่องปรับอากาศแล้วก็อาจจะมีม่านหรืออะไร มากันไม่ให้คนผ่านมาได้เห็นคะ

คำถาม 3. คิดว่าการออกแบบที่เห็นในภาพน่าใช้บริการหรือไม่อย่างไรคะ

คนสัมภาษณ์คนที่ 2 ตอบน่าใช้บริการคะ ดูดีเลย เหมาะกับคนไม่มีเวลาดีแบบมาเดินเล่นๆอยู่อยากทำผม หรือสระผมก็ทำได้เลย

คำถาม 4. รถเสริมสวยนี้มีความเป็นไปได้ในการที่จะออกมาให้บริการในตลาดได้จริง คิดว่าราคาที่สามารทำให้บริการนั้นควรเป็นเท่าไร

คนสัมภาษณ์คนที่ 2 ตอบ ราคาอาจจะมากกว่าร้านบริการทั่วไปหรือต่างกันแต่ไม่มาก



ภาคผนวก ช
ที่ปรึกษา รูปแบบและระบบภายในรถ

คุณมณเฑียร เจริญวงศ์ เจ้าของธุรกิจ Truck Get rich ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบรถ Truck ที่มีผลงานการันตี



ภาคผนวก ข

การให้ผลประโยชน์แก่ช่างเสริมสวย

บทสัมภาษณ์ผู้อำนวยการ โรงเรียนเสริมสวยสุชาติ ณ บางกอก

1. ช่วยแนะนำตัวเองด้วยคะ
 - ผมชื่อ นาย สุชาติ ขวัญฤกษ์ เป็นเจ้าของ โรงเรียนเสริมสวยสุชาติ ณ บางกอก ครับ
2. เป็นทั้งชาลอนและ โรงเรียนเสริมสวยใช่ไหมคะ
 - ใช่ครับ
3. ในส่วนของชาลอนมีพนักงานกี่คนคะ
 - มีทั้งหมด 8 คน ครับ มีพนักงานชอย 5 คน พนักงานสระใคร่ 3 คน
4. มีลูกค้าต่อวันประมาณกี่คนคะ
 - ขึ้นต่ำที่สุดก็ประมาณ 50-60 คน ครับ บางวันที่ลูกค้าเยอะมากๆ จะมีประมาณ 100 กว่าคนได้ครับ
5. ที่ร้านมีบริการอะไรบ้างคะ
 - มีบริการสระชอย สระใคร่ ทำเคมี ดัด ยืด สี และแต่งหน้า-เกล้าผม ทั้งในและนอกสถานที่ครับ เพราะช่างส่วนใหญ่จะเป็นช่างครบวงจร
6. ลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในวัยไหนคะ
 - มีทุกเพศทุกวัยครับ ตั้งแต่เด็กวัยรุ่น ไปจนถึงวัยผู้ใหญ่ แต่ถ้าเป็นลูกค้าผมจะเป็นลูกค้าผู้ใหญ่ครับ ตัดกันมาไม่ต่ำกว่า 20 ปี
7. มีการจัด Promotion ไหมคะ
 - มีครับ เช่น ให้บริการสะสมแต้ม, ส่วนลดเวลาทำเคมี เช่นครั้งต่อไป ลด 10% หรือ 20%
8. ดูแลการจัดการ Stockสินค้าและผลิตภัณฑ์ภายในร้านอย่างไรบ้างคะ
 - เราจะดูสินค้าผลิตภัณฑ์ภายในร้านทุกๆ อาทิตย์เพื่อจะได้มีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอทางร้านไม่เคยมีปัญหาผลิตภัณฑ์ ขาดเลยครับ
9. มีการแบ่ง % ช่าง หรือให้เป็นเงินเดือนยังไงคะ
 - ให้เป็น % ครับ ช่างชอยจะได้ 40% แต่ถ้าเคมีจะได้ 30% และมีการรับลูกค้าแบบตามคิว

10. แล้วถ้าเป็นช่างใหม่ก็จะให้เงินเดือนเป็น % ด้วยใช่ไหมคะ
 - ใช่ครับ แต่ทางเราจะทำสัญญาให้สำหรับช่างใหม่ คือ จะ support รับประกันเงินเดือนให้ 2 เดือนแรก เพื่อที่จะให้ช่างใหม่มีกำลังใจในการทำงาน
11. มีการฝึกฝนทักษะให้กับช่างทำผมหรือไม่คะ
 - มีครับ ทางเราจะมีการเทรนคอร์สทรงผมใหม่ๆ เทคนิคต่างๆ อยู่เสมอเพราะแฟชั่นไม่สามารถหยุดนิ่งได้ จะต้องนำเสนอสิ่งที่ดีที่สุดในให้กับลูกค้าอยู่เสมอ
12. มีการจัดคิวกันอย่างไรคะ
 - ส่วนใหญ่ช่างที่นี้ลูกค้าประจำแต่ถ้าเป็นลูกค้าขาจรก็จะเวียนกันใครที่เข้าเช้าก็จะทำได้ทำก่อน (ดูจากการตอกบัตรเวลาพนักงาน)
13. ช่างส่วนใหญ่มาจากที่ไหนคะ
 - ส่วนใหญ่ช่างที่นี้อยู่กันมา 10 กว่าปี ก่อนข้างลงตัวแล้ว แต่ถ้าเป็นช่างใหม่เราจะทำการฝึกสอนและพาไปแข่งขันเพื่อให้ได้รางวัลการันตีแล้วถึงจะมาเป็นช่างของทางร้านได้ครับ
14. เห็นว่ามีเปิดสอนเป็นโรงเรียนด้วยใช่ไหมคะ
 - ใช่ครับ ทำชาลอนและโรงเรียนเลยเปิดมากกว่า 30 ปี แล้วครับ
15. อยากให้เล่าเรื่องในส่วนของโรงเรียนด้วยค่ะ
 - ทางโรงเรียนได้สอนนักเรียนมามากมาเป็นพันๆคน มีทั้งรับแบบกลุ่มเล็กจะอยู่ที่ 5-10 คน กลุ่มใหญ่จะอยู่ที่ 10-30 คน แล้วแต่ผู้เรียนจะเลือกเรียนแบบไหน หรือสอนแบบตัวต่อตัวก็ได้เป็นทรงๆ ทางโรงเรียนก็จะคิดเป็นทรงๆไป (GALLERY COURSE)
16. มีหลักสูตรแบบไหนบ้างคะ
 - มีสอนตั้งแต่ basic จนถึง Advance ครับ
17. มีใบประกาศนียบัตรรองรับไหมคะ
 - มีครับ มีใบประกาศของกระทรวงศึกษาธิการรองรับถูกต้องครับ
18. ระยะเวลาในการสอนนานไหมคะ
 - แล้วแต่คอร์สครับและขึ้นอยู่กับตัวผู้เรียนเองด้วย
19. เห็นว่ามีไปพาไปแข่งทำผมต่างประเทศด้วยใช่ไหมคะ
 - มีครับ สำหรับนักเรียนที่มีแววและตัวเค้าชอบในการแข่งขันทางโรงเรียนก็จะสนับสนุนเต็มที่ครับ
20. ในอนาคตคิดเปิดสาขาเพิ่มไหมคะ
 - อาจจะเปิดในส่วนของโรงเรียนครับ จะเป็นในประเทศเพื่อนบ้าน CLMV ครับ เนื่องด้วยการเปิด ASEAN ที่กำลังจะมาถึงครับ

21. เรื่องความสะอาดสำคัญไหมคะ

- สำคัญมากครับชาลอนเราได้รางวัลความสะอาดระดับดีมากจากกรุงเทพมหานครทางช่อง 3 ก็ได้ มาทำข่าวด้วยเช่นกัน ในเรื่องของความสะอาดว่าเป็นร้านทำผมดีเด่นผ่านเกณฑ์การรับรองของกระทรวงสาธารณสุขเพราะเป็นร้านทำผมที่ดีจะต้องมีสุขอนามัยที่ดีเครื่องมืออุปกรณ์จะต้องสะอาดเพื่อความปลอดภัยของลูกค้าด้วยครับ



ภาคผนวก ณ
รายละเอียดรถกระบะจัมป์ KIA2500



บริษัท เอ็นจี อินเทอร์เน็ต จำกัด
144/1-144/4 หมู่ 4 อ.รัตนวาปีนทร์ ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110
โทรศัพท์ : 0-2926-6215-7 โทรสาร : 0-2926-6767



วันที่ 15 มิถุนายน 2559

เรื่อง เสนอราคารรถกระบะจัมป์ปีกล้อ K2500

เรียน คุณจอย

ทางบริษัท เอ็น จี อินเทอร์เน็ต จำกัด โดยขอเสนอรายละเอียดของตัวรถและราคา ทั้ง
แคมเปญพิเศษแต่ท่าน รอยนต์ 2500 ซีซี เครื่องยนต์ ดีเซล CRDI 4 สูบ DOHC มาตรฐาน เกียร์ธรรมดา 6
สปีด ราคาพิเศษช่วงแนะนำ พร้อมรับซื้อเสนอพิเศษฟรี

รวมรวม 684,200 บาท

ดาวน์ 20 % 136,840 บาท ยอดจัด 547,360 บาท

จัดราคาดอกเบี้ย 3.60 เปอร์เซ็นต์ (E) มั่น 48 เดือน มั่นเดือนละ 13,046 บาท

จัดราคาดอกเบี้ย 3.70 เปอร์เซ็นต์ (E) มั่น 60 เดือน มั่นเดือนละ 10,810 บาท

ดาวน์ 25 % 171,050 บาท ยอดจัด 513,150 บาท

จัดราคาดอกเบี้ย 3.50 เปอร์เซ็นต์ (E) มั่น 48 เดือน มั่นเดือนละ 12,188 บาท

จัดราคาดอกเบี้ย 3.60 เปอร์เซ็นต์ (E) มั่น 60 เดือน มั่นเดือนละ 10,092 บาท

แถมไป

- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1.ประกันภัยขโมย 1 รวม พรบ. | 6.จดทะเบียนแบบไม่คิดเวลา |
| 2.พวงมาลัยเพชรวอร์ | 7.พ่นกันสนิมจากโรงงาน |
| 3.วิทยุ/CD | 8.รับประกันคุณภาพ 3 ปี / 100,000 กม. |
| 4.บัตร วิโอที การ์ด(ส่วนลดค่าอะไหล่ 5-10%) | 9.ผ้ายางปูพื้นในถัง |
| 5.ฟิล์มกรองแสงบานหน้าเต็ม | 10.ครอบปียาทะเบียน |

หมายเหตุ

- การจองรอยนต์นั้นใช้เงินจองอยู่ที่ **10,000 บาท** หรือ กรุณาפקซ์ใบสั่งซื้อมาที่เบอร์ 02-926-6767

ขอแสดงความนับถือ
(เกรียงศักดิ์ ท้อสุวรรณ)
ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย
โทร.085-046-9662