

แผนธุรกิจ Nails Bar And Spa บริการออกแบบลวดลายและดูแลสุขภาพเล็บ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ Nails Bar And Spa บริการออกแบบลวดลายและดูแลสุขภาพเล็บ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563



.....
นางกัลยาภัทร์ ภัคภัตสรชัยกร
ผู้วิจัย

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์ณัฐวุฒิ พิมพา,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
ดวงพร อาภาศิลป์,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
ตรียุทธ พรหมศิริ,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

จากความสนใจ และความชอบส่วนตัวที่เข้ารับบริการด้านความสวยงามและดูแลเล็บมาทุกเดือน เป็นเวลามากกว่า 10 ปี รวมไปถึงได้เข้ารับบริการตกแต่งความงามด้านเล็บจากผู้ให้บริการหลากหลายรูปแบบและพบว่ายังมีบางส่วนของช่างให้บริการเหล่านั้นไม่สามารถทำให้พึงพอใจได้สูงสุดจึงเกิดเป็นไอเดียแนวคิดที่สามารถสร้างสรรค์รูปแบบธุรกิจใหม่ที่จะพัฒนาบริการให้มีความแตกต่าง และ หลากหลาย มากยิ่งขึ้น รวมถึงการออกแบบรูปแบบการให้บริการโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาที่ยังไม่อาจถูกแก้ไขได้อย่างแท้จริง ต้องขอขอบคุณมิตรภาพที่ดีจากพี่ๆเพื่อนๆทุกคนที่ให้คำปรึกษาและได้ร่วมกันแบ่งปัน ประสบการณ์ที่ดี ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์ธนพล ที่ให้ความรู้ คำแนะนำและคำปรึกษาที่ดีมาโดยตลอด และ ยังได้ให้มุมมองแนวคิดใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับการทำธุรกิจ สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ ครอบครัวที่คอยให้กำลังใจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุก ๆ ท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือเสมอมา จึงทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้

กัลยาภัทร์ ภักดิ์สรรชญกร

บทสรุปผู้บริหาร

Nails Bar คือ ธุรกิจการให้บริการเฉพาะทางในด้านการทำเล็บ โดยมีแนวคิดในการดึงความเป็นตัวตนของลูกค้าออกมาใส่ในการออกแบบลวดลายบนเล็บ สร้างความมั่นใจ และ บ่งบอกความเป็นตัวของตัวเองของลูกค้าได้อีกทาง ให้บริการโดยผู้เชี่ยวชาญ ใช้อุปกรณ์ และ เครื่องมือที่ทันสมัย สะอาด ปลอดภัย รวมไปถึงใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี โดยมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า ทั้งในด้านคุณภาพบริการที่ดี การออกแบบที่มีเอกลักษณ์เหมาะสมกับแต่ละบุคคล ความสะอาดสบาย ผ่อนคลายเมื่อเข้ารับบริการ ไปจนถึงการแนะนำให้ลูกค้ามีสุขภาพเล็บที่ดีด้วย

โดยในปัจจุบัน ความสวยความงาม เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับสุภาพสตรีในยุคนี้ และค่านิยมของคนให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์มากขึ้น ทำให้ผู้หญิงในยุคนี้ใส่ใจในการดูแลตัวเองมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงพฤติกรรมการเข้าร้านเสริมสวย หรือการพบแพทย์ในด้านความงาม และจาก 10 ธุรกิจดาวรุ่งในปี 2561 พบว่า ธุรกิจร้านเสริมสวยติดอันดับ 1 ใน 10 ทำให้เห็นโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุนในตลาดสินค้าและบริการด้านความงามสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ จึงเกิดเป็นแนวความคิดการสร้างธุรกิจให้บริการในด้านความสวยความงาม Nails Bar โดยมุ่งเน้นและให้ความสำคัญไปในเรื่องที่เหมาะสม โดยใช้แนวคิดในการดึงความเป็นตัวตนจากภายในของลูกค้าออกมาใส่ในการออกแบบลวดลายบนเล็บเพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าและการแสดงออกความเป็นตัวตนและสไตล์ของตัวเองผ่านลวดลายบนเล็บ ดัง quote ที่บอกว่า “Your nail are a way to speak your style without having to say a word” ลวดลายบนเล็บของคุณสามารถบอกสไตล์ของคุณ โดยที่คุณไม่ต้องกล่าวถึง โดย Tammy Talor ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบเล็บชื่อดัง

กลุ่มเป้าหมายหลักของ Nails Bar คือ ผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 25-45 ปีที่มีระดับรายได้อยู่ที่ 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพ และ ภาพลักษณ์ให้ดูทันสมัยตลอดเวลา พร้อมรูปแบบการใช้ชีวิตแบบคนเมืองชอบความสะอาดสบาย โดย Nails Bar จะไปที่กลุ่มคนที่อยู่ในย่านธุรกิจ ใจกลางเมืองบริเวณสาทร มีช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้าทราบถึงการมีอยู่ของร้าน โดยการแจกแผ่นพับพร้อมโปสเตอร์ โปสเตอร์เมื่อโชว์แผ่นพับและเข้ารับบริการในช่วงเวลาที่กำหนด และ ทำสื่อโฆษณาออนไลน์ให้สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

Nails Bar จะเปิดให้บริการในตึก Empire ย่านสาทร เป็นทำเลที่สามารถเดินทางไปมา ได้สะดวกทั้งทางรถสาธารณะ หรือ รถยนต์ส่วนตัว รวมไปถึงมีผู้คนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก ภายในร้านจะใช้พื้นที่ 50 ตร.ม. ให้บริการทั้งสปา และแบบธรรมดา รวมไปถึงมีบริการเสริมทั้งเว็กซ์และต่อขนตา ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่ภายในร้านจะเน้นให้ความสำคัญไปทางการให้บริการด้านเล็บ Nails Bar ให้ความสำคัญกับศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ไม่ใช่แค่ทางกายภาพที่ให้บริการอย่างเดียว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผ่อนคลาย ตั้งแต่รูปแบบร้านที่ทันสมัย ผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรอย่างดี กลิ่นหอมจากธรรมชาติ ให้ความสำคัญผ่อนคลาย เสียงดนตรีที่คลอเบาๆ เพื่อช่วยให้ผ่อนคลาย การสัมผัส คือ การให้บริการสปามือเท้า ที่ทำอย่างนุ่มนวล และ ปิดท้ายด้วยการเลิฟน้ำผลไม้เพื่อให้ลูกค้าได้ความรู้สึกสดชื่นจากรสชาติ หลังการรับบริการ

จากการสำรวจตลาดพบว่า ในบริเวณใกล้เคียง ร้านทำเล็บส่วนใหญ่มีพื้นที่ค่อนข้างเล็ก มีบริการเฉพาะทาสี และ ออกแบบลวดลายเล็บเท่านั้น ไม่มีบริการสปา หรือ บำรุงแบบเต็มรูปแบบ จากประสบการณ์การเข้ารับบริการการทำเล็บไม่ต่ำกว่า 10 ปี สามารถเข้าใจปัญหาที่เคยพบ และข้อดีข้อเสียต่าง ๆ ในฐานะลูกค้าได้นำมาปรับใช้ในฐานะผู้ให้บริการ ในการตอบโต้ที่ตรงจุดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสูงที่สุด

ในด้านการลงทุน Nails Bar ได้วางแผนจัดการอย่างมีประสิทธิภาพประมาณการเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 2.8 ล้านบาท เป็นเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้นทั้งหมด และใช้ในการก่อสร้าง ตกแต่งร้าน และจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ โดยควบคุมต้นทุนวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับที่ไม่สูงจนเกินไป เน้นการลงทุนและค่าใช้จ่ายให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ในการดำเนินงานจะเริ่มเข้าตกแต่งร้านในเดือน ธันวาคม 2562 และคาดว่าจะพร้อมเปิดให้บริการกับลูกค้าได้ใน วันจันทร์ที่ 6 เมษายน 2563 จากแผนธุรกิจนี้ภายใน 5 ปีจะทำให้มีมูลค่าโครงการโครงการ ปัจจุบันสุทธิอยู่ที่ (NPV) 12,552,101 บาท IRR 135.35% และคืนทุนภายใน 10 เดือน

สารบัญ

		หน้า
	กิตติกรรมประกาศ	ข
	บทสรุปผู้บริหาร	ค
	สารบัญตาราง	ณ
	สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
บทที่ 2	ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ	3
	2.1 รายละเอียดบริษัท	3
	2.2 วิสัยทัศน์	3
	2.3 พันธกิจ	4
	2.4 วัตถุประสงค์	4
	2.5 เป้าหมาย	5
	2.5.1 เป้าหมายระยะสั้น	5
	2.5.2 เป้าหมายระยะกลาง	5
	2.5.3 เป้าหมายระยะยาว	6
	2.6 รูปแบบธุรกิจและรายละเอียดของการบริการ	6
	2.7 คุณค่าที่จะได้รับการสินค้าและบริการ	10
บทที่ 3	การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และการตลาด	13
	3.1 ขนาดตลาดและแนวโน้ม	13
	3.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	15
	3.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎเกณฑ์ของภาครัฐ (Political Factor)	15
	3.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)	15
	3.2.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Factor)	15
	3.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)	16
3.3.1 คู่แข่งทางตรง	16
3.3.2 คู่แข่งทางอ้อม	18
3.3.3 สรุปข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน	19
3.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	19
3.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	22
3.5.1 จุดแข็งของกิจการ (Strengths)	22
3.5.2 จุดอ่อนของกิจการ (Weakness)	22
3.5.3 โอกาสของกิจการ (Opportunities)	23
3.5.4 อุปสรรคของกิจการ (Threats)	23
3.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)	23
3.6.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Current Competitors)	24
3.6.2 อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)	24
3.6.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)	25
3.6.4 การต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Buyer)	25
3.6.5 ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)	25
บทที่ 4 แผนการตลาด	26
4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)	26
4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)	26
4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)	27
4.3.1 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Segmentation)	27
4.3.2 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)	27
4.3.3 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)	27
4.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)	28
4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)	29
4.5.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)	31
4.5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel)	32
4.5.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	35
บทที่ 5 แผนการดำเนินงาน	37
5.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน	37
5.2 แบบแผนการดำเนินงาน	37
5.3 การจัดตั้งบริษัท	38
5.4 กลยุทธ์ในการบริหาร	39
5.4.1 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ	39
5.4.2 กลยุทธ์ระดับหน่วยงาน	39
5.5 นโยบายสินค้าและบริการ	41
5.6 นโยบายด้านการดูแลลูกค้า	41
5.7 นโยบายด้านการฝึกอบรม และการพัฒนา	42
5.8 นโยบายการบริหารบุคคล	42
บทที่ 6 การบริหารและจัดการองค์กร	43
6.1 ข้อมูลบริษัท	43
6.2 รายชื่อคณะกรรมการบริษัท	43
6.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น	43
6.4 ผู้บริหารและโครงสร้างองค์กร	44
6.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง	46
6.5.1 กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการร้าน	46
6.5.2 ฝ่ายวางแผนจัดหาทรัพยากร และ กลยุทธ์ทางการตลาด	46
6.5.3 ฝ่าย Artwork สื่อโฆษณา	47
6.5.4 แผนกต้อนรับ	47
6.5.5 หัวหน้า Therapist	48
6.5.6 Therapist	49

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 7	
แผนการเงิน	50
7.1 ประมาณการเงินลงทุนโครงการ	50
7.2 ประมาณการรายได้	51
7.3 ค่าใช้จ่ายประมาณการ	52
7.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	53
7.5 ประมาณการงบดุล	54
7.6 การวิเคราะห์การลงทุน	55
บทที่ 8	
แผนงานในอนาคต	56
8.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)	56
8.1.1 ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของผู้บริหาร	56
8.1.2 ปัจจัยด้านบุคลากร	56
8.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)	57
8.2.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม	57
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	59
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถามผู้บริโภค	60
ประวัติผู้วิจัย	66

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
4.1	รายละเอียดด้านราคา	31
6.1	แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้น บริษัท บิวตี้ เฮาส์ จำกัด	43
7.1	แสดงเงินลงทุนในโครงการ	50
7.2	แสดงประมาณการการให้บริการ (หน่วย : ชั่วโมง)	51
7.3	อัตราค่าบริการต่อหน่วย	51
7.4	แสดงประมาณการรายได้ (บาท) ปีที่ 1-5	51
7.5	แสดงประมาณการต้นทุนการให้บริการ	52
7.6	แสดงประมาณการแรงงาน	52
7.7	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	53
7.8	แสดงงบประมาณการกำไรขาดทุน	54
7.9	การวิเคราะห์การลงทุน	55

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	แสดงตราสินค้า Nails Bar	3
2.2	แสดงเครื่อง 3D Printing	5
2.3	แสดงกระบวนการให้บริการของลูกค้า	7
2.4	แสดงการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางต่าง ๆ	7
2.5	แสดงน้ำดื่มในการต้อนรับลูกค้า	8
2.6	ภาพประกอบตัวอย่างทีมงาน	8
2.7	ภาพตัวอย่างการให้บริการ	9
2.8	ภาพตัวอย่างเอกสารในการเก็บข้อมูลลูกค้า	9
2.9	แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในร้าน	10
2.10	แสดงตัวอย่างลวดลายเล็บ	11
2.11	แสดงตัวอย่างออกแบบสีให้ตรงกับความเชื่อ	11
2.12	แสดงเครื่องหอมที่นำมาใช้ภายในร้าน	12
2.13	แสดงผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเล็บ	12
3.1	แสดงมูลค่าตลาดความงามของไทย	13
3.2	แสดงอันดับตลาดสปาในเอเชีย	14
3.3	โลโก้ของร้าน Take Care	17
3.4	โลโก้ของร้าน Chaba Nails & Spa	18
3.5	โลโก้ร้าน Let's Relax	18
3.6	แสดงความถี่ในการเข้ารับบริการ	20
3.7	แสดงบริการที่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ใช้	20
3.8	แสดงค่าใช้จ่ายที่กลุ่มลูกค้าเคยเข้ารับบริการ	21
3.9	แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้าน	21
3.10	แสดงระดับราคา que คิดว่าเหมาะสมต่อการเข้ารับบริการ	22
4.1	แสดงการวางตำแหน่งตราสินค้า (Brand Positioning)	28
4.2	แสดงรายการการให้บริการภายในร้าน	29

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
4.3	แสดงรูปแบบภาพร่างภายในร้าน	33
4.4	แสดงรูปแบบภาพหน้าร้าน	33
4.5	แสดงรูปแบบภาพร่างภายในร้าน	34
4.6	แสดงรูปแบบภาพร่างภายในร้าน	34
5.1	ตึกที่และแผนที่ตั้งของร้าน	38
6.1	แสดงโครงสร้างองค์กร	44



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

ในปัจจุบันที่ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวทำให้การจับจ่ายใช้สอยในสินค้าฟุ่มเฟือยมีแนวโน้มชะลอตัวลง แต่จากข้อมูลการตลาดพบว่า สินค้าสิ้นเปลืองบางชนิด หรือ การบริการบางประเภทกลับมีแนวโน้มการใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น จากข้อมูลของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ พบว่าอุตสาหกรรมความงามของไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี มีมูลค่าตลาดถึง 2.8 แสนล้านบาท แบ่งเป็นตลาดในประเทศร้อยละ 60 หรือ 1.68 แสนล้านบาท และตลาดส่งออกที่ทำรายได้ให้ประเทศถึงร้อยละ 40 หรือกว่า 1.12 แสนล้านบาท ประกอบกับค่าความนิยมของคนที่ทำให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์มากขึ้น ทำให้ผู้หญิงในยุคนี้ชอบใช้จ่ายไปกับการดูแลตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านที่เกี่ยวกับ รูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ รวมทั้งการทำผม ทำเล็บ เหมือนเป็นปัจจัยที่ 5 เพื่อเพิ่มความมั่นใจในชีวิตประจำวันของตนเอง จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าไม่ว่าเศรษฐกิจการเมืองจะมีความผันผวน ก็ไม่สามารถยับยั้งความต้องการเรื่องของความสวยงามที่ผู้คนยอมใช้จ่ายจำนวนมาก เพื่อให้ความสวยอยู่กับตัวให้นานที่สุด

โดยศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (อีไอซี) เปิดเผยว่า ธุรกิจสปาในประเทศไทยเติบโตถึงร้อยละ 8 สูงกว่าอัตราการเติบโตของมูลค่าตลาดทั่วโลก ที่มีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ยราวร้อยละ 5 ต่อปี ทำให้ธุรกิจสปาไทยติดอันดับ 16 ของโลก และเป็นอันดับ 5 ของเอเชีย โดยมีสัดส่วนของผู้ใช้บริการ แบ่งเป็น ชาวต่างชาติร้อยละ 75 และคนไทยร้อยละ 25 ด้านกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ได้เล็งเห็นความสำคัญของการสร้างมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจสปา ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ และธุรกิจดูแลผู้สูงอายุจึงมีการสนับสนุนในการจัดอบรมโครงการยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการธุรกิจบริการสุขภาพสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพธุรกิจบริการที่มีมูลค่าสูง ปีงบประมาณ 2561 ขึ้น เพื่อยกระดับธุรกิจบริการสุขภาพไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดระดับสากลได้

จากประสบการณ์ 10 ปีของการให้บริการเสริมความงามและดูแลผิว พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ยังมีการนำผลิตภัณฑ์ที่คุณภาพไม่ได้มาตรฐานหรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านการรับรองมาให้บริการ ให้บริการอย่างไม่เป็นมืออาชีพ ทั้งในเรื่องของความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ เช่น โทนเนอร์

ที่ลูกค้าต้องการหรือคำแนะนำต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องการ ผู้ให้บริการบางกลุ่มละเลยในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะอาดของเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ยิ่งไปกว่านั้นบางผู้ให้บริการกลับคิดราคาสูงเกินคุณภาพที่มอบให้กับลูกค้าอีกด้วย

จากงานวิจัยและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รับบริการร้านทำเล็บแฟชั่นพบว่าบริการที่ลูกค้าเข้ารับบริการส่วนใหญ่คือ การทาสีเจล สปาเท้า สปามือ และ ทาสีธรรมชาติ ตามลำดับ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้าน ผลสำรวจจากแบบสอบถามพบว่าจาก 14 ปัจจัย คือ การบริการเป็นมิตร บริการที่รวดเร็ว บรรยากาศภายในร้าน สถานที่ตั้งของร้าน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้บริการ ความหลากหลายของสีทาเล็บ ความคิดทนนาน ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นพิษน้อย เช่น สีนํ้าธรรมชาติ ไม่มีฝุ่น หรือ กลิ่นรุนแรงภายในร้าน ราคาสมเหตุสมผล มีบริการที่หลากหลาย เช่น มีต่อขนตา นวดเท้า แวกซ์ รีวิว ในอินเทอร์เน็ต เพื่อน หรือ ครอบครัว แนะนำ และ สุดท้ายความสะดวกในการเดินทาง และ ที่จอดรถ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้าน สำคัญมากที่สุด คือ ความคิดทนนาน ราคาสมเหตุสมผล ความสะดวกในการเดินทาง และ ที่จอดรถ ความหลากหลายของสีทาเล็บ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในร้านตามลำดับ ยิ่งไปกว่านั้นพบว่ากลุ่มลูกค้าให้ข้อมูลเกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมต่อบริการแต่ละชนิดดังนี้ การทาสีเจล อยู่ที่ระหว่าง 401-600 บาท ทาสีธรรมชาติ 200-400 บาท ต่อเล็บอะคริลิกอยู่ที่ 801-1,000 บาท ต่อเล็บเจลอยู่ที่ 601-800 บาท สปามือและสปาเท้า อยู่ที่ 601-800 บาท

จากการเติบโตของอุตสาหกรรมความงามและพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้นทำให้ Nails Bar มองเห็นช่องทางและโอกาสที่จะเข้ามาลงทุนทำธุรกิจกลุ่มประเภทความงาม ประกอบกับแรงบันดาลใจและต้องการสนับสนุนให้ทุกคนมีความมั่นใจในตัวเอง และ แสดงออกถึงความเป็นตัวตนผ่านการเติมแต่งสี และลดทอนลงบนเล็บให้เหมาะสมตามบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล เพื่อเน้นย้ำความเป็นตัวของตัวเองและเสริมความมั่นใจในแต่ละวัน

บทที่ 2

ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ

2.1 รายละเอียดบริษัท

ชื่อบริษัท:	บริษัท บิวตี้ เฮาส์ จำกัด
รูปแบบธุรกิจ:	บริการเสริมความงามด้านเล็บ และอื่นๆ
สินค้าและบริการ:	บริการทำความสะอาด ออกแบบตกแต่งเล็บให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล โดยใช้ผลิตภัณฑ์พรีเมียม และสะอาดปลอดภัย
โลโก้บริษัท:	



ภาพที่ 2.1 แสดงตราสินค้า Nails Bar

2.2 วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของเราคือทำให้ประสบการณ์ในการรับบริการเล็บที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า เรามุ่งมั่นที่จะทำสิ่งนี้ให้สำเร็จด้วยช่างเล็บที่ผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดีและบรรยากาศที่ร้าน Nails Bar มีให้ โดยมุ่งเน้นการออกแบบเพื่อบ่งบอกความเป็นตัวตนของลูกค้าผ่านลวดลายและสีสันบนเล็บ

2.3 พันธกิจ

1. การให้บริการอย่างมืออาชีพและสร้างสรรค์แก่ลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความงามของลูกค้าตลอดเวลา
2. สร้างมาตรฐานและรูปแบบการให้บริการที่ดีเยี่ยมเพื่อให้บริการลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด
3. ออกแบบลวดลายและสีสันทนเล็บที่สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของลูกค้าได้อย่างชัดเจนเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าทุกคนได้
4. สร้าง Boutique ที่มีลักษณะเฉพาะ แปลกใหม่ สะอาด และสะดวกสบาย ให้ลูกค้าได้รู้สึกได้ผ่อนคลายทุกครั้งที่มาใช้บริการ
5. สนับสนุนให้บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ ใหม่ๆ และพัฒนาตัวเองเสมอเพื่อการให้บริการลูกค้าได้อย่างดีที่สุดใน การจัดอบรม และทดสอบมาตรฐานการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอเช่นกัน

2.4 วัตถุประสงค์

1. สร้างรูปแบบร้านทำเล็บที่มีมาตรฐาน ทั้งในด้านบริการ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการลูกค้า
2. สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละคน โดยการดึงความเป็นตัวตนของแต่ละคนออกมา สื่อสารผ่านสี และลวดลายบนเล็บ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและความเป็นตัวตนของลูกค้าแต่ละคนให้มากที่สุด
3. ต้องการที่จะพัฒนาร้านทำเล็บให้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มคนที่ชื่นชอบการทำเล็บ
4. พัฒนาระบบการทำงานให้เป็นระบบมากขึ้น ทำให้ลูกค้ารู้สึกสบาย และผ่อนคลายขณะมารับบริการ

2.5 เป้าหมาย

2.5.1 เป้าหมายระยะสั้น

ในช่วงแรกจะเน้นการสร้าง Brand Awareness ไปที่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เป็นที่รู้จัก สนใจ มีการสร้างแคมเปญ โปรโมชัน ส่วนลดการขาย ในช่วงแรกเพื่อเชิญชวนให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ และแนะนำต่อให้คนรอบข้างมาใช้บริการ โดยในแต่ละเดือนจะมี Promotion ไม่ซ้ำกัน เพื่อให้ลูกค้าอยากติดตาม และมาใช้บริการซ้ำ ยิ่งไปกว่านั้นจะมีการหาพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น Gowabi เพื่อเป็นตัวช่วยในการให้ลูกค้าได้เห็นบริการในร้าน และรับจองคิวผ่านช่องทาง Gowabi ด้วย ซึ่งทางเราก็จะมีส่วนลดพิเศษหรือบริการเสริมต่าง ๆ หากทำการจองผ่านพันธมิตรของเรา

2.5.2 เป้าหมายระยะกลาง

มุ่งเน้นการสร้าง Brand Awareness ให้มากขึ้น และมีการนำเสนอการบริการในรูปแบบใหม่ เช่น การนำเครื่อง 3D printing หรือการทำลายเล็บโดยการใช้อากาศจากมือถือส่งเข้าตัวเครื่อง เพื่อปรีนลงบนเล็บได้อย่างเหมือนจริง มาให้บริการภายในร้าน เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ให้ลูกค้าด้วย โดยในระหว่างนั้นก็ไม่มีสิ่งที่จะมีการวัดมาตรฐานภายในร้าน ทั้งเรื่องความสะดวก ความชำนาญของช่าง ระบบ และระเบียบในการปฏิบัติด้วย รวมไปถึงการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้พนักงานในร้านทุกคนมีความรู้ ความสามารถเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้สูงสุด



ภาพที่ 2.2 แสดงเครื่อง 3D Printing

2.5.3 เป้าหมายระยะยาว

มีการขยายสาขาไปตามแหล่งที่มีกลุ่มลูกค้าของเราอยู่ มีบริการ Service @ home คือ การที่ลูกค้าสามารถโทรมาจองเพื่อให้ช่างของ Nails Bar เข้าไปบริการแบบส่วนตัวที่บ้านของลูกค้าได้ ยิ่งไปกว่านั้น อาจมีการรับงานองค์กรที่มีการบริการภายในออฟฟิศได้ด้วย รวมไปถึงสร้างยอดขาย ให้เติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี

2.6 รูปแบบธุรกิจและรายละเอียดของการบริการ

Nails Bar จะเป็นที่รู้จักกันในการให้บริการทำเล็บมืออาชีพ จากมีความเชื่อว่าคนเราสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนและเพิ่มความมั่นใจผ่านการตกแต่ง ดูแล รักษา เล็บมือและเท้าได้ ทำให้ Nails Bar ตั้งใจในการเป็นทีมแนะนำโทนสี และลวดลาย ให้เหมาะกับบุคลิกของแต่ละคน เพื่อให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าเดินออกจากร้านเราไปลูกค้าจะได้รับความมั่นใจมากขึ้นจากการที่มีเล็บมือและเท้าสวยอย่างแน่นอน ซึ่งด้านล่างนี้เป็นรายการให้บริการบางส่วนภายในร้านของเรา Nails Bar จะเป็นที่รู้จักกันในการให้บริการทำเล็บมืออาชีพ จากมีความเชื่อว่าคนเราสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนและเพิ่มความมั่นใจผ่านการตกแต่ง ดูแล รักษา เล็บมือและเท้าได้ ทำให้ Nails Bar ตั้งใจในการเป็นทีมแนะนำโทนสี และลวดลาย ให้เหมาะกับบุคลิกของแต่ละคน เพื่อให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าเดินออกจากร้านเราไปลูกค้าจะได้รับความมั่นใจมากขึ้นจากการที่มีเล็บมือและเท้าสวยอย่างโดดเด่น จากบริการที่ทางร้านนำเสนอให้ ได้แก่

1. ทำความสะอาด ตัดหนัง เล็บมือ และเท้า
2. ทำสปามือ และเท้า
3. ตัด ต่อ แก้ไข เล็บปลอม ตกแต่งเล็บปลอม
4. ออกแบบลวดลายให้เข้ากับแต่ละบุคคล
5. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลรักษา เล็บ มือ และเท้า

กระบวนการให้บริการของ Nails Bar แสดงได้จากภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แสดงกระบวนการให้บริการของลูกค้า

จากแผนภาพจะแสดงกระบวนการ โดยเริ่มจากการสร้างการรับรู้ เข้ารับบริการ ไปจนถึง หลังรับบริการ

1. สื่อสารให้แบรนด์ถูกพบเห็นบ่อย ผ่านการทำโฆษณา ออนไลน์ และออฟไลน์ อย่างมีคุณภาพ โดยต้องทำอย่างตั้งใจและต่อเนื่องโดยต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และวางแผนจนเกิด พฤติกรรมการรับรู้ และมีผลต่อ แบรนด์ในระยะยาว เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้พัฒนา เติบโต เพิ่มขึ้น และเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภค ให้เกิดความผูกพันต่อแบรนด์ และเกิดพฤติกรรมใน การซื้อ ในที่สุด



ภาพที่ 2.4 แสดงการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางต่าง ๆ

2. จากนั้นเมื่อลูกค้าเข้ารับบริการก็จะพบกับส่วนแรกคือ การต้อนรับอย่างอบอุ่น ยิ้มแย้มแจ่มใส สอบถามถึงการจองเข้ารับบริการ หากเป็นลูกค้าที่ทำการจองเข้ามาแล้ว ทางพนักงานต้อนรับของเราจะทวนโปรแกรมที่ลูกค้าแจ้งไว้เพื่อเป็นการยืนยันอีกครั้ง หากยังไม่ได้ทำการจองมา จะมีการแนะนำการบริการต่าง ๆ ที่มีภายในร้าน พร้อมทั้งนำคิมที่มีเตรียมไว้ต้อนรับให้ด้วย ซึ่งเมื่อลูกค้าได้โปรแกรมที่ต้องการแล้ว พนักงานต้อนรับจะนำลูกค้าไปพบกับ Therapist ที่จะต้องดูแลลูกค้าตลอดการเข้ารับบริการ

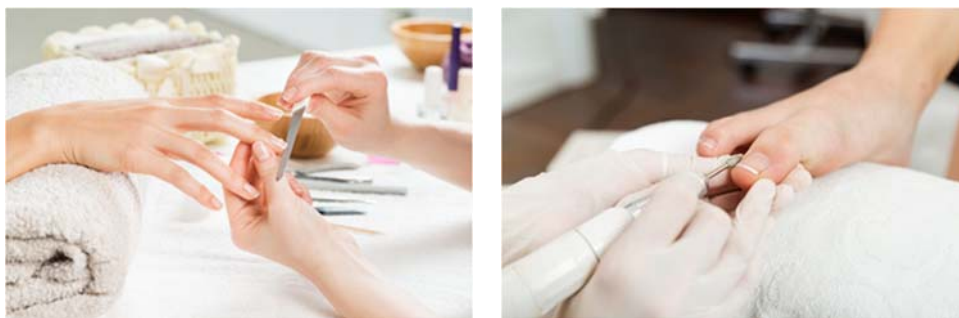


ภาพที่ 2.5 แสดงน้ำคิมในการต้อนรับลูกค้า

3. Therapist จะแนะนำตัวเองอย่างสุภาพ ยิ้มแย้ม และเชิญลูกค้าเดินเข้าไปสู่โซนการรับบริการ ซึ่งขณะที่รับบริการ Therapist ของร้านจะแนะนำตัวเอง พร้อมทั้งแนะนำผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาใช้กับลูกค้า มีการแจ้งส่วนผสมสำคัญ และประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายมาก ถ้าหากลูกค้าไม่มีไอเดียในการตกแต่งเล็บ พนักงานยินดีเป็นอย่างมากที่จะนำเสนอสี และลายที่เหมาะสมกับบุคลิกของลูกค้า เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าด้วย ลูกค้าจะได้รับการบริการอย่างอบอุ่นและเป็นมืออาชีพจนจบโปรแกรม จนไปสู่การชำระเงิน ทาง Therapist ของร้านจะนำลูกค้าไปส่งในส่วนของการชำระเงิน



ภาพที่ 2.6 ภาพประกอบตัวอย่างทีมงาน



ภาพที่ 2.7 ภาพตัวอย่างการให้บริการ

4. ในส่วนของการชำระเงิน ทางร้านมีช่องทางการชำระเงินหลากหลายช่องทางเพื่อความสะดวกสบายของลูกค้า ทั้งบัตร เครดิต เดบิต เงินสด Alipay การโอนผ่านธนาคาร และอื่น ๆ รวมไปถึง ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าราคาโปรแกรมต่าง ๆ ในเมนูจะตรงกับราคาที่ลูกค้าต้องชำระและอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของลูกค้า หากต้องการเพิ่มเติมส่วนไหนเป็นพิเศษ ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามที่แจ้งไว้ก่อนเข้ารับบริการ โดยพนักงานทุกคนภายในร้านมีความจำเป็นที่จะต้องรู้ราคาของบริการแต่ละ โปรแกรมเพื่อตอบลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการทราบ

5. เพื่อการบริการที่ดีขึ้น ทางร้านต้องการเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นฐานข้อมูล เพื่อจะได้ทำความรู้จักแนวทางความชอบ ความต้องการของลูกค้า จึงจะมีโปรโมชั่นในช่วงแรก ถ้าหากกรอกข้อมูลให้เรา จะมีส่วนลดพิเศษให้ในครั้งถัดไป และหากมีการเชิญชวน แนะนำ เพื่อนมาเข้ารับบริการก็จะได้ส่วนลดสำหรับทั้ง 2 ท่านด้วย โดยในส่วนนี้จะเป็นพนักงานต้อนรับที่ดูแลตลอดจนส่งลูกค้าเดินออกจากร้านด้วยความมั่นใจที่มากขึ้น พร้อมเล็บที่แสดงความเป็นตัวเองได้อย่างสูงสุด

Manicure / Pedicure - Client Record Card																																											
Surname:	Have you ever had a nail infection? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
Forename:	Have you ever had an allergic reaction? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
Date of Birth: Age:	Do you take any medication? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
Street:	Are you pregnant? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
Town:	Do you smoke? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
Postcode:	Do you do a lot of work around your home? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
Phone:	Do you use hand lotion? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
Mobile:	Do you have any skin conditions pertaining to your hands or feet (psoriasis or eczema)? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
Email:	Do you have any broken skin? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
General Practitioner:	Do you play any sports that take a toll? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
Phone:	Do you have history of picking or biting at your nails or cuticles? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No																																										
Address:	<table border="0"> <tr> <td>L</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>B - Broken</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Thumb</td> <td>Index</td> <td>Middle</td> <td>Ring</td> <td>Little</td> <td>M/F - Mould/Fungus</td> </tr> <tr> <td>R</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>L - Lifting</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>B - Bitten</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>D - Diseased</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>N - Normal</td> </tr> </table>	L	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	B - Broken		Thumb	Index	Middle	Ring	Little	M/F - Mould/Fungus	R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	L - Lifting							B - Bitten							D - Diseased							N - Normal
L	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	B - Broken																																					
	Thumb	Index	Middle	Ring	Little	M/F - Mould/Fungus																																					
R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	L - Lifting																																					
						B - Bitten																																					
						D - Diseased																																					
						N - Normal																																					
	Note:																																										

ภาพที่ 2.8 ภาพตัวอย่างเอกสารในการเก็บข้อมูลลูกค้า

2.7 คุณค่าที่จะได้รับการสินค้าและบริการ

1. Quality ที่ส่งมอบให้กับลูกค้า คุณภาพของผลงานจากช่างมืออาชีพผู้มากประสบการณ์ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้บริการ ลูกค้าจะมั่นใจได้ว่าเป็นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในระดับสากล ยกตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์สปา เราจะใช้ของ QTICA SMART SPA ซึ่งมีให้เลือกมากถึง 7 กลิ่น โดยจะลูกค้าจะสามารถเลือกกลิ่นได้ ภายในการทำสปา จะมีการใช้ผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ สบู่ในการแช่ ทำความสะอาดเท้า สครับ และ mask ซึ่งทั้งหมดจะเป็นกลิ่นเดียวกัน สีที่ใช้ในการทำลวดลายทาง Nails Bar เลือกใช้ Gelish, Artistic Colour Gloss และ ZOYA เป็นต้น และในส่วนการบำรุงดูแลรักษา เล็บ มือและเท้า Nails Bar เลือกใช้ Nail Tek - the natural nail experts และ Footlogix ในการให้บริการ



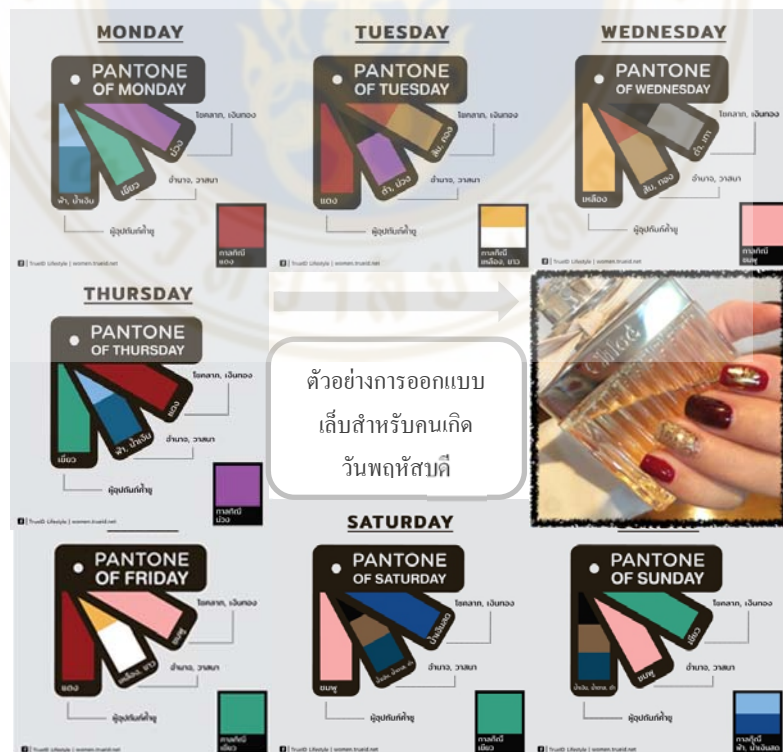
ภาพที่ 2.9 แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในร้าน

2. ในเรื่องของกรออกแบบ เป็นคุณค่าที่ Nails Bar เน้นย้ำ เพราะทีมงานของ Nails Bar มีความสามารถที่จะออกแบบลวดลายเล็บที่สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของแต่ละคนออกมา ผ่านการแนะนำสีส้น และลวดลายบนเล็บให้ลูกค้า เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ภาพแสดงตัวอย่างลวดลายเล็บด้านล่างคือสาววัยทำงานที่ชอบความสวยงาม หูหรา ไม่น่ากลัว ไม่น้อยไป ดูแล้วเรียบหรูสามารถเข้าชุดได้กับเสื้อผ้าทั้งแบบทันสมัย ชุดทำงาน ไปจนถึงไปงานสำคัญได้



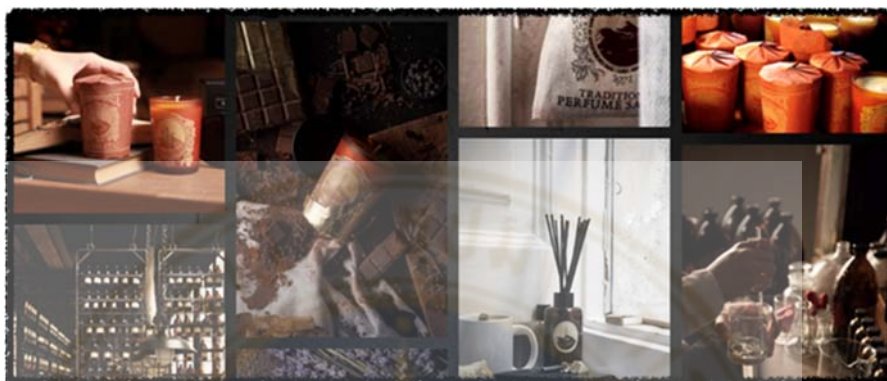
ภาพที่ 2.10 แสดงตัวอย่างลวดลายเล็บ

3. อีกคุณค่าหนึ่งสำหรับลูกค้าที่มีความเชื่อเรื่องโชคลางคือทางร้านมีบริการตกแต่งเล็บด้วยหิน ซึ่งหินแต่ละชนิดมีลักษณะ และเรื่องราวที่แตกต่างกัน มีความเชื่อว่าหินแต่ละชนิดจะสามารถเสริมโชคในแต่ละด้านให้กับลูกค้าได้ด้วย



ภาพที่ 2.11 แสดงตัวอย่างออกแบบสีให้ตรงกับความเชื่อ

4. เมื่อลูกค้าเข้ารับบริการที่ Nails Bar ลูกค้าจะได้รับความรู้สึกผ่อนคลาย จากทั้งบรรยากาศโดยรอบ กลิ่นที่ Nails Bar มาใช้เพื่อความผ่อนคลายภายในร้าน รวมไปถึงบริการสปาผิว และเท้าที่มีขั้นตอนการบริการที่จะช่วยเพิ่มความผ่อนคลายให้ลูกค้ามากขึ้น เช่น การนวดกดจุด เป็นต้น เป็นกลิ่นที่จะช่วยลดความเครียด สร้างความรู้สึกผ่อนคลาย



ภาพที่ 2.12 แสดงเครื่องหอมที่นำมาใช้ภายในร้าน

5. สนับสนุนให้ลูกค้ามีเล็บที่แข็งแรง สุขภาพดี จึงมีการให้คำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างจริงจังในเรื่องสุขภาพเล็บของแต่ละคน โดยเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้าน เมื่อถึงขั้นตอนทำความสะอาดเพื่อเตรียมเล็บ ช่างผู้เชี่ยวชาญของทางร้านจะวิเคราะห์สภาพเล็บและหากควรหยุดพักหรือมีการดูแลส่วนไหนเป็นพิเศษ ทางร้านก็จะแจ้งให้ลูกค้าทราบเพื่อเป็นความรู้ และการดูแลเล็บในลำดับต่อไป รวมไปถึงมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพเล็บผ่านช่องทางการติดต่อต่าง ๆ ของร้านด้วย เพื่อให้ลูกค้าได้มีทิปเล็ก ๆ ในการดูแลสุขภาพเล็บถึงแม้ไม่ได้อยู่ในขณะเข้ารับบริการ



ภาพที่ 2.13 แสดงผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเล็บ

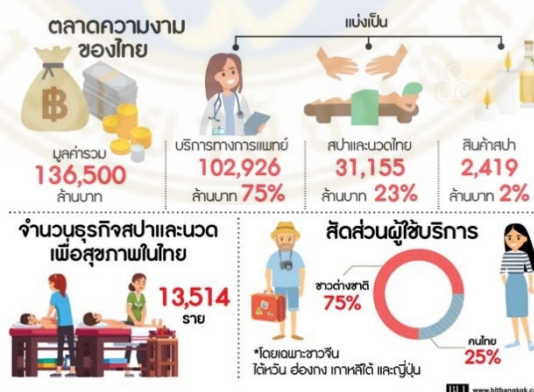
บทที่ 3

การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และการตลาด

3.1 ขนาดตลาดและแนวโน้ม

ปัจจุบันประเทศไทยมีธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพกว่า 13,514 ราย มีมูลค่าตลาดรวม 33,574 ล้านบาท เติบโตขยายตัวร้อยละ 8 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยการเติบโตทั่วโลก ส่งผลให้ธุรกิจ สปาไทย ทำกำไรเพิ่มสูงขึ้นในไตรมาสแรกของปี 2561 ขณะเดียวกันการแข่งขันทางธุรกิจสุขภาพและความงามก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน ตลาดธุรกิจด้านสุขภาพและความงามของไทยปี 2560 ทั้งหมดมีมูลค่าราว 136,500 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนของการบริการทางการแพทย์ 102,926 ล้านบาท และธุรกิจสปาเกินกว่าไทยกว่า 33,574 ล้านบาท

โดยศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (อีไอซี) เปิดเผยว่า ธุรกิจสปาในประเทศไทยเติบโตถึงร้อยละ 8 สูงกว่าอัตราการเติบโตของมูลค่าตลาดทั่วโลก ที่มีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ยราวร้อยละ 5 ต่อปี ทำให้ธุรกิจสปาไทยติดอันดับ 16 ของโลก และเป็นอันดับ 5 ของเอเชีย โดยมีสัดส่วนของผู้ใช้บริการ แบ่งเป็น ชาวต่างชาติ 75% และคนไทย 25%



ภาพที่ 3.1 แสดงมูลค่าตลาดความงามของไทย

จากแนวโน้มธุรกิจสปาปี 2561 ที่กำลังเติบโตส่งผลให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้การแข่งขันทางธุรกิจสุขภาพและความงามเพิ่มสูงขึ้น

สมาคมสปาไทยเปิดเผยว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยมากกว่า 30 ล้านคน ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมและสปาได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก อีกทั้งยังมีโครงการ WELLNESS leasing ของธนาคารกสิกรไทยซึ่งเป็นธุรกิจสินเชื่อกำประกันการประกอบธุรกิจสำหรับโรงแรมและสปาแห่งแรกในประเทศไทยซึ่งจะช่วยให้นักลงทุนดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นและต่อเนื่องมีเงินทุนหมุนเวียน นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่มาใช้ในธุรกิจ ทั้งยังเป็นการเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจโรงแรมและสปาไทยให้สามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้อีกด้วย

ด้านกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการสร้างมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจสปา ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ และธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ จึงได้จัดอบรมโครงการยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการธุรกิจบริการสุขภาพสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพธุรกิจบริการที่มีมูลค่าสูง ปีงบประมาณ 2561 ขึ้น เพื่อยกระดับธุรกิจบริการสุขภาพไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดระดับสากลได้



ภาพที่ 3.2 แสดงอันดับตลาดสปาในเอเชีย

ขณะเดียวกัน สตาร์ทอัพไทยหน้าใหม่อย่าง GoWabi (โกวาบิ) ได้ชูจุดเด่นเป็นสื่อกลางในการจองสปาและบริการเสริมความงามเจ้าแรกในประเทศไทยผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน โดยมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้า รวมไปถึงการให้บริการจองในระยะเวลาทั่วไป ทำให้ลูกค้าประหยัดเวลาและไม่ต้องยุ่งยากในการโทรศัพท์หรือติดต่อร้านค้า อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสำหรับช่องทางการจ่ายเงิน ได้แก่ จ่ายทางหน้าร้านและจ่ายทางออนไลน์ อีกทั้งยังช่วยให้ร้านค้าสามารถเติมเต็มพื้นที่ว่างในร้านค้าได้ ผ่านการจองในระยะเวลา Off-peak ซึ่งปัจจุบันมีร้านค้าในประเทศไทยกว่า 1,000 แห่งที่สามารถจองได้ผ่าน GoWabi ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงการบริการได้อย่างง่ายดาย ขณะเดียวกันก็เป็นการขยายฐานลูกค้าให้กับธุรกิจสปาและความงามด้วย การเติบโตของธุรกิจสปาและความงามในประเทศไทย ไม่เพียงแต่เป็นโอกาสทองของผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ยังส่งผลถึงภาคการท่องเที่ยว

โดยเฉพาะตลาด Medical Tourism หรือท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยศักยภาพที่สามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้ อีกทั้งชื่อเสียงการให้บริการด้านความงามของไทยก็เป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติในลำดับต้นๆ ด้วย จึงเป็นที่การันตีว่าธุรกิจด้านสุขภาพและความงามของไทยยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

3.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

3.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎเกณฑ์ของภาครัฐ (Political Factor)

ปัจจุบันภาครัฐให้การสนับสนุนธุรกิจ SME โดยเฉพาะธุรกิจสปา เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ ธุรกิจสปาที่มีมูลค่าในประเทศไทยกว่า 3.5 หมื่นล้านบาทในปี พ.ศ. 2561 และคาดว่าจะเติบโตขึ้นร้อยละ 7-8 เป็น 3.7 หมื่นล้านบาทในปี พ.ศ. 2562 และยังมีโครงการส่งเสริมธุรกิจสปาไทยจากการร่วมมือกันระหว่างสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) เพื่อสนับสนุนและเพิ่มมูลค่าให้แก่ธุรกิจสปาในประเทศไทยทำให้กลุ่มธุรกิจสปาเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตมากขึ้น

3.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

เศรษฐกิจไทยในครึ่งปีแรก ของปี 2562 มีการขยายตัวร้อยละ 2.8 ซึ่งถือว่าน้อยกว่าการขยายตัวในช่วงเดียวกันของปี 2561 หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่ามีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวต่อเนื่องของการบริโภคภาคเอกชน การลงทุนภาคเอกชน และการขยายตัวเร่งขึ้นของการใช้จ่ายของรัฐบาล ในขณะที่การส่งออกสินค้าปรับตัวลดลงการบริโภคภาคเอกชนขยายตัวในเกณฑ์สูงต่อเนื่องโดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากรายได้และการจ้างงานที่ยังขยายตัวต่อเนื่อง อัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้ภาพรวมของการใช้จ่ายยังอยู่ในเกณฑ์ขยายตัว ยิ่งไปกว่านั้นการเปิดการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่ค้าส่งผลให้การนำเข้าผลิตภัณฑ์ หรือเคลื่อนย้ายแรงงานเป็นไปได้ง่ายและมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลงได้

3.2.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Factor)

ในโลกยุคปัจจุบัน เป็นยุคแห่งโลกาภิวัตน์ มีความเจริญก้าวหน้าทางด้าน เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคมอย่างรวดเร็ว ประชาชนจึงต้องมีความพร้อมและเพิ่มศักยภาพของตนเองในด้านต่าง ๆ ทั้งทางด้านการศึกษา การพัฒนาความรู้ การเสริมสร้างบุคลิกภาพ และความงามเพื่อพัฒนาตนเองไปสู่

ความสำเร็จในชีวิต ฉะนั้น รูปร่างหน้าตา ผิวพรรณ รวมทั้งบุคลิกภาพที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง จึงเห็นได้ว่าประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ต่างก็สนใจเข้าไปใช้บริการเสริมความงามกันมาก เพื่อดูแลตนเองตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า เช่น การนวดหน้า นวดตัว ดูแลรูปร่าง ดูแลผิวพรรณ ไปจนถึงการดูแลรายละเอียดเล็ก ๆ เช่น เล็บมือ เล็บเท้า จึงถือเป็นโอกาสของ Nails Bar ที่จะมอบคุณค่าในเรื่องความสวยความงามและสุขภาพของเล็บให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ได้

3.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)

เป็นประเด็นที่น่าสนใจอย่างมากเนื่องจากทุกวันนี้เทคโนโลยีเป็นช่วยช่วยในการเชื่อมต่อกันทั่วทุกมุมโลกเข้าด้วยกัน ทำให้การติดต่อสื่อสาร รวมถึงค้นคว้าหาสิ่งที่สนใจได้ง่ายขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น อินเทอร์เน็ตสามารถเป็นตัวกระตุ้นในการสร้างการรับรู้ และสร้างความคิด ความอยากได้ผ่านช่องทางนี้ได้ด้วย ซึ่งจะส่งผลดีต่อเราในการทำตลาด สร้างการรับรู้ ให้ความรู้ หรือแม้กระทั่งระบบการจัดการ การจูงใจที่ง่ายขึ้นในต้นทุนที่ลดลง เทคโนโลยีทำให้สามารถพัฒนาเครื่อง 3D printing บนเล็บที่สามารถสร้างลวดลายที่มีความแม่นยำทั้งในด้านลายเส้นและสีได้ด้วย ยิ่งไปกว่านั้นเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาทำให้มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการป้องกันการเกิดปัญหาสุขภาพเล็บ รวมไปถึงการรักษาโรคที่เกิดในเล็บมือและเท้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าช่วงเวลาที่ผ่านมาด้วย ซึ่งจากเหตุผลเหล่านี้เชื่อว่าจะเป็นปัจจัยบวกต่อเรา ที่จะสามารถทำให้เราพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้สูงสุดด้วย

3.3 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

ในส่วนวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่งในอุตสาหกรรม สามารถแบ่งได้เป็นคู่แข่ง 2 ประเภท ดังนี้

3.3.1 คู่แข่งทางตรง

เป็นคู่แข่งที่มีรูปแบบธุรกิจ และกลุ่มเป้าหมายใกล้เคียงกัน โดยมีจำนวน 2 ราย คือ Take Care และ Chaba Nails โดยทั้ง 2 เจ้านี้มีรูปแบบธุรกิจและกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับ Nails Bar มีดังนี้



ภาพที่ 3.3 โลโก้ของร้าน Take Care

เทคแคร์ ซาลอน ออฟ บิวตี้ สถาบันความงามสัญชาติไทย ก่อตั้งโดยคุณสุวรรณา ซาโต้ สาขาแรกที่ถนนสุขุมวิท ซอย 19 เมื่อปี พ.ศ. 2537 ในนาม เทคแคร์ บิวตี้ ซาลอน แอนด์ สปา (Take Care Beauty and Spa) โดยได้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับร้านทำผมเป็นบริการแรก ด้วยความเชี่ยวชาญของช่างทำผม และบริการที่เน้นคุณภาพ ทำให้เป็นที่กล่าวขานจากลูกค้าว่า “เป็นซาลอนที่ใคร่ผมทรงพาราสวย และอยู่ยาวนานที่สุดในย่านสุขุมวิท ที่มีคารา เซเลป และชาวต่างชาติมาใช้บริการประจำ”

ต่อมาในปี 2540 เทคแคร์ เริ่มให้บริการความงามเต็มรูปแบบ และได้เปลี่ยนมาใช้ชื่อเป็น เทคแคร์ ซาลอน ออฟ บิวตี้ (Take Care Salon of Beauty) เทคแคร์มุ่งเน้นที่จะส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า จึงเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คุณภาพนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิเช่น ญี่ปุ่น อเมริกา แคนาดา ฝรั่งเศส เยอรมัน

ปัจจุบันเทคแคร์เปิดให้บริการแล้วทั้งหมด 14 สาขาในกรุงเทพฯ ฯ ด้วยบริการ 5 แผนก ดังนี้

- แผนกขนตา (Eyelash Service)
- แผนกเล็บ (Nail Service)
- แผนกผม (Hair Service)
- แผนกบิวตี้ (Beauty Service)
- แผนกแต่งหน้ากึ่งถาวร (Long Time Liner)

Take Care จะมุ่งไปสู่การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่ลูกค้าส่งต่อจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง ไม่ใช่เพียงได้รับแค่ผลลัพธ์ที่มีเพียงอย่างเดียว แต่มีความรู้สึกที่เหนือความคาดหมายกลับไปอย่างมีความสุขพร้อมความอบอุ่นที่มีให้ ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ทาง Take Care ยึดมั่นมาตลอด 24 ปี ไม่เพียงแต่ความสวยที่มองเห็นได้ด้วยตา แต่ลึกไปจนถึงความมั่นใจที่รู้สึกได้ด้วยใจ



ภาพที่ 3.4 โลโก้ของร้าน Chaba Nails & Spa

CHABA Nails & Spa ก่อตั้งในปี 2552 โดย นางสาวกวีศา ชินวงศ์วิศาล โดยชบามาจากเจ้าของร้านต้องการสื่อถึงความเป็นผู้หญิงจึงใช้ชื่อของดอกไม้ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้หญิงได้อย่างดี โดย CHABA ให้บริการทำเล็บ สปามือ-เท้าและได้ต่อยอดเพิ่มบริการต่อขนตา ปัจจุบัน CHABA มีสาขารวมจำนวนทั้งสิ้น 7 สาขาเน้นเปิดในโลเคชั่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือจุดที่เป็นศูนย์รวมที่มีคนสัญจรไปมามากมาย เช่น สยาม สแควร์ซอย 2 สยามสแควร์วัน เซ็นทรัล เวสต์เกต เซ็นทรัล อีสต์ วิลล์ เซ็นทรัลปิ่นเกล้า เกษรวิลเลจ และไอคอนสยาม นอกจากนี้ยังมีสำนักงานและโรงเรียนสอนทำเล็บและต่อขนตา (Academy) ตั้งอยู่ที่ทองหล่อ ร้าน CHABA Nails & Spa

3.3.2 คู่แข่งทางอ้อม

เป็นคู่แข่งที่มีรูปแบบธุรกิจใกล้เคียงกัน นั่นคือ Let's Relax



ภาพที่ 3.5 โลโก้ร้าน Let's Relax

Let's Relax Spa ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2541 ที่จังหวัดเชียงใหม่ ที่เชียงใหม่ในท่าบাজার โดยเริ่มจากให้บริการนวดกดจุดฝ่าเท้าและนวดไทย เมื่อได้รับความนิยม จึงขยายสาขาไปยังเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น พัทยา ภูเก็ต หัวหิน เกาะสมุย และกระบี่ และในปี พ.ศ. 2544 มีการเปิดสาขาแรกในกรุงเทพฯ บนถนนรัชดาภิเษก ด้วยเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและจากการดำเนินงานทั้งหมดทำให้ Let's Relax เข้าจดทะเบียนอย่างเป็นทางการในตลาดหลักทรัพย์ในปี พ.ศ. 2557 และยังคงขยายสาขาอย่างต่อเนื่องทั้งในไทยและต่างประเทศ ซึ่งเห็นได้ว่าตัว Let's Relax เองจะเน้นการให้บริการใน

เรื่องบริการนวด และสปาตัว ไม่ได้นำ สปามือและเท้ามาเป็นตัวชูโรง แต่ก็ไม่สามารถมองข้ามได้เนื่องจากในบางสาขามีให้บริการสปามือเท้าแบบเต็มรูปแบบ ทำให้มองว่าในขณะนี้ Let's Relax อาจจะเป็นเพียงคู่แข่งทางอ้อมของเรา แต่ในอนาคตอาจเป็นคู่แข่งทางตรงของทางร้านก็เป็นได้

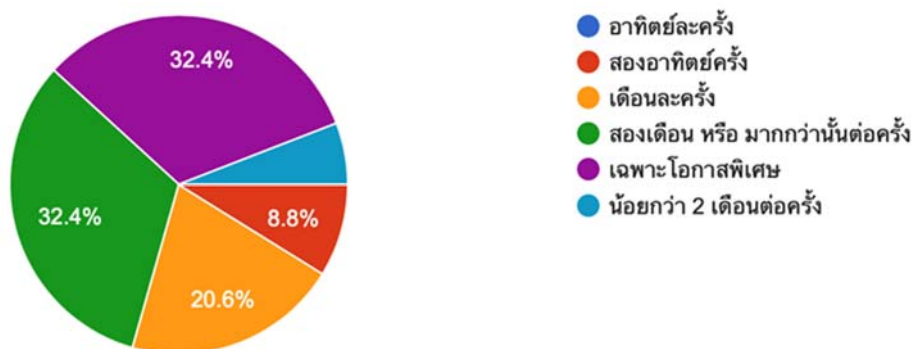
3.3.3 สรุปข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

การศึกษาอย่างใกล้ชิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมความงามและเล็บเผยให้เห็นว่าตลาดมีการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้นกว่าช่วงเวลาที่ผ่านมา ตามความเป็นจริงคงไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับผู้เล่นหน้าใหม่ อย่างไรก็ตาม Nails Bar อาจเป็นผู้เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรมนี้ แต่พนักงาน การจัดการและทีมบริหาร ถือว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญ และเป็นมืออาชีพ รวมถึงช่างที่มีใบรับรองและมีประสบการณ์สูง Nails Bar นำเสนอรูปแบบธุรกิจของการนำ สปามือ เท้า และการตกแต่งเล็บเป็นตัวชูโรงของธุรกิจ โดยเฉพาะ ทำให้ดูเป็นมืออาชีพในด้านเล็บโดยเฉพาะ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่นำผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงมีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากลมาใช้ในการให้บริการเท่านั้นจะไม่มีมีการปะปนสินค้าไม่มีคุณภาพมาให้บริการเป็นอันตราย ทำให้ลูกค้าสามารถเชื่อมั่นในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการบริการได้ รวมไปถึงบริการที่ดีเยี่ยมที่มอบให้กับกลุ่มลูกค้า ทางทีมงาน Nails Bar ให้ความสำคัญกับศาสตร์สัผัสทั้ง 5 ไม่ใช่เพียงแต่กายภาพอย่างเดียวเพื่อประสิทธิภาพในการผ่อนคลาย ตั้งแต่รูป คือ ผลิตภัณฑ์และสถานที่ กลิ่นที่ให้ความผ่อนคลาย เสียงที่ใช้ดนตรีเพิ่มบรรยากาศในการพักผ่อน สัมผัส คือ การบริการสปามือ เท้า นวด และปิดท้ายด้วย รส คือ การเสิร์ฟน้ำผลไม้เพื่อความสดชื่นให้ลูกค้าพร้อมกลับออกจากร้านด้วยความสดใส ซึ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่จะถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน สุดท้ายพนักงานของ Nails Bar จะได้รับการดูแลอย่างดีรวมถึงสวัสดิการต่าง ๆ ที่จะได้รับนั้นจะอยู่ในกลุ่มที่ดีที่สุด ซึ่งจะทำให้ทีมงานเต็มใจและมีความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจร่วมกันและช่วยให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ทีมบริหารตั้งไว้

3.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

3.4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่ทำเล็บเป็นประจำ

จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มคนที่ทำเล็บเป็นประจำ และมีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มคนที่มีไลฟ์สไตล์ และอาศัยอยู่ในเมือง พบว่าความถี่ในการเข้ารับบริการของกลุ่มลูกค้าสูงสุดอยู่ที่ ร้อยละ 32.4 เข้ารับบริการสองเดือน หรือมากกว่านั้นต่อครั้ง และเฉพาะ โอกาสพิเศษ



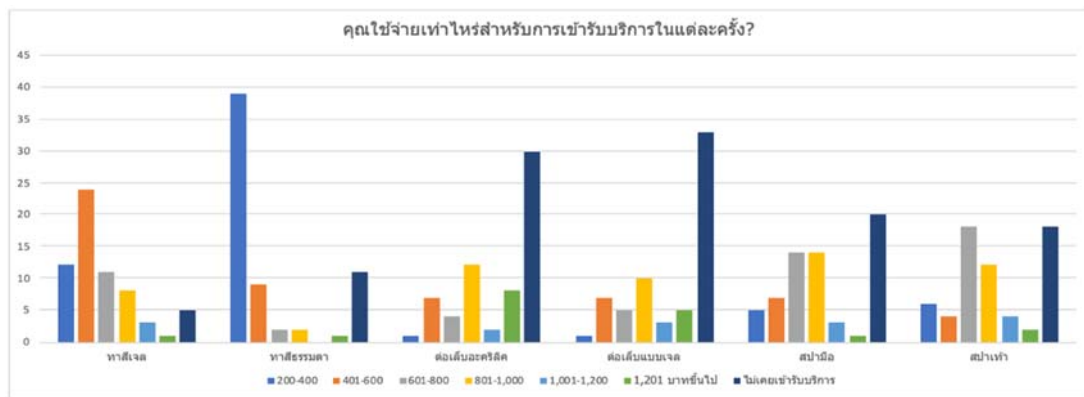
ภาพที่ 3.6 แสดงความถี่ในการเข้ารับบริการ

จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย พบว่าบริการที่คนส่วนใหญ่ใช้บริการ คือ การทาสีเจลสูงถึงร้อยละ 85.2 รองลงมาคือ สปาเท้า ร้อยละ 45.9 และสปามือ ร้อยละ 39.3



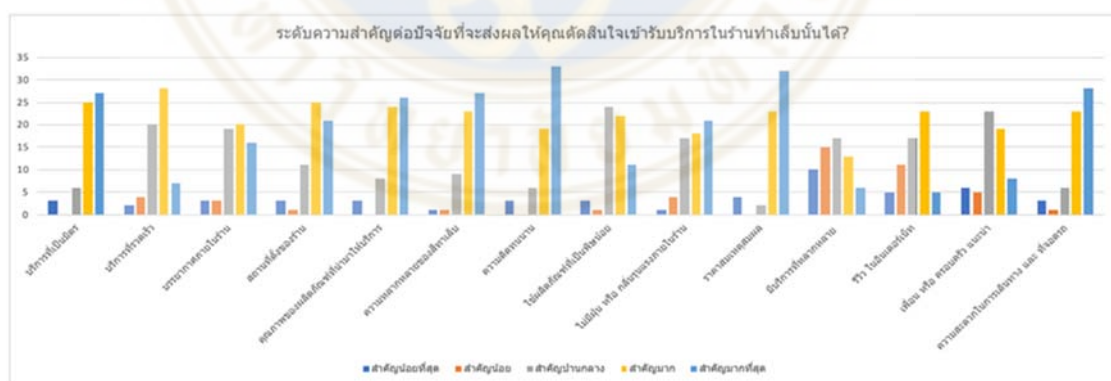
ภาพที่ 3.7 แสดงบริการที่กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ใช้

จากผลศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 61 คน ซึ่งให้เห็นว่าบริการที่ลูกค้าเข้ารับบริการส่วนใหญ่ คือ การทาสีเจล สปาเท้า สปามือ และทาสีรวมตา ตามลำดับ ซึ่งราคาที่เคยเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้ ทาสีเจลส่วนใหญ่อยู่ที่ 400-600 บาท ในขณะที่ ราคาทาสีรวมตาอยู่ที่ 200-400 บาท การตอเล็บอะคริลิกอยู่ที่ 800-1,000 บาท แบบเจล 800-1,000 บาท สปามือ 600-1,000 บาท และสปาเท้าอยู่ที่ 600-800 บาท



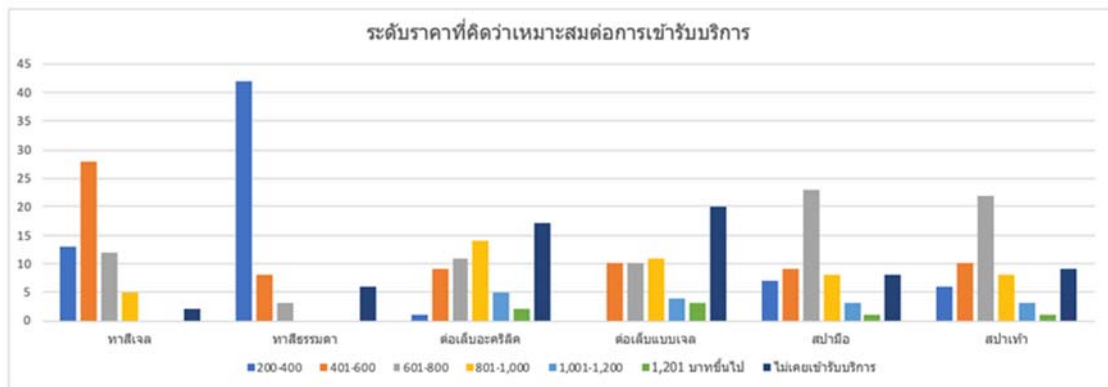
ภาพที่ 3.8 แสดงค่าใช้จ่ายที่กลุ่มลูกค้าเคยเข้ารับบริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้าน ผลสำรวจจากแบบสอบถามพบว่าจาก 14 ปัจจัย คือ การบริการเป็นมิตร บริการที่รวดเร็ว บรรยากาศภายในร้าน สถานที่ตั้งของร้าน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้บริการ ความหลากหลายของสีทาเล็บ ความคิดทนนาน ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นพิษน้อย เช่น สีนํ้าธรรมชาติ ไม่มีฝุ่น หรือกลิ่นรุนแรงภายในร้าน ราคาสมเหตุสมผล มีบริการที่หลากหลาย เช่น มีต่อขนตา นวดเท้า แวกซ์ รีวีว ในอินเทอร์เน็ต เพื่อน หรือครอบครัว แนะนำ และสุดท้ายความสะดวกในการเดินทาง และที่จอตรด พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้าน สำคัญมากที่สุด คือ ความคิดทนนาน ราคาสมเหตุสมผล ความสะดวกในการเดินทาง และที่จอตรด ความหลากหลายของสีทาเล็บ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในร้านตามลำดับ



ภาพที่ 3.9 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้าน

จากผลสำรวจพบว่ากลุ่มลูกค้าให้ข้อมูลเกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมต่อบริการแต่ละชนิด ดังนี้ การทาสีเจด อยู่ที่ระหว่าง 401-600 บาท ทาสีธรรมดา 200-400 บาท ต่อเล็บอะคริลิคอยู่ที่ 801-1,000 บาท ต่อเล็บเจลอยู่ที่ 601-800 บาท สปามือและสปาเท้าอยู่ที่ 601-800 บาท



ภาพที่ 3.10 แสดงระดับราคาที่คิดว่าเหมาะสมต่อการเข้ารับบริการ

3.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

3.5.1 จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

- ให้บริการโดยผู้เชี่ยวชาญ ชำนาญ และมีประสบการณ์สูง
- ตั้งอยู่บนพื้นที่ใจกลางเมือง สะดวกแก่การเดินทางทั้งทางรถสาธารณะ หรือรถยนต์

ส่วนตัว

- ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน
- มีบริการหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
- มีมาตรฐานในการอบรมพนักงาน เนื่องจากมีการอบรม และทดสอบการให้บริการ

อย่างสม่ำเสมอ

- มีประสบการณ์ในการทำเล็บมากกว่า 10 ปี
- ธุรกิจมีช่องทางที่จะพัฒนาการให้บริการ และการขายแพ็คเกจได้หลากหลายรูปแบบ

สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่ายตามความต้องการของลูกค้า

3.5.2 จุดอ่อนของกิจการ (Weakness)

- เป็นธุรกิจที่ต้องใช้บุคลากรที่มีความชำนาญ ซึ่งมีจำนวนจำกัด
- ค่าเช่าพื้นที่อาจมีราคาสูง
- เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีคุณภาพมักมีราคาสูงทำให้การที่จุกคืบคือการที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มี

คุณภาพทำให้ความสามารถในการแข่งขันทางราคาของร้านมีน้อย

- การไม่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจบริการของผู้ก่อตั้งอาจทำให้การบริหารในช่วงแรกไม่ราบรื่น
- บุคลากรที่มีฝีมือมีจำกัด ทำให้ต้องฝึกพนักงานใหม่เพิ่ม ทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น

3.5.3 โอกาสของกิจการ (Opportunities)

- ผู้บริโภคให้ความนิยมและใส่ใจในการดูแลตัวเอง และให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์มากขึ้น ทำให้ขนาดของตลาดในอุตสาหกรรมนี้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
- มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปจากเดิมมาก มีความทันสมัย สะดวก และรวดเร็ว ซึ่งเราสามารถนำมาใช้เพื่อให้ข้อได้เปรียบแก่ตัวธุรกิจนี้ได้
- วัตถุดิบมีความหลากหลาย สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริการการพื้นที่เลียบทำเป็นตลาดต่าง ๆ ได้
- เป็นอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี

3.5.4 อุปสรรคของกิจการ (Threats)

- ในอนาคตอาจมีการแข่งขันกันสูง เพราะเป็นธุรกิจที่เปิดได้ง่าย ไม่ซับซ้อน
- มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปจากเดิม อนาคตอาจมีนวัตกรรมที่ทำให้การทำเล็บบนเรื่องที่สามารถทำเองได้ง่ายในต้นทุนที่ต่ำลงได้ เช่น เครื่องอบเล็บบนแบบทำได้ที่บ้าน หรือ สีเจลของคนไทยที่ขายในราคาข้อมเขี้ยวกว่าการเข้ารับบริการในร้านอยู่มาก
- ได้รับความกระทบจากเศรษฐกิจ หากเศรษฐกิจไม่ดีอาจส่งผลให้ลูกค้ามีความถี่ในการเข้าร้านทำเล็บบลดลง

3.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)

ธุรกิจนี้อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมด้านความงาม ซึ่งหากอ้างอิงจากบทความในหนังสือพิมพ์มติชนรายวัน ได้พูดถึงธุรกิจบริการด้านสุขภาพว่า วิชาชีพขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มสุขภาพและความงาม ที่ครอบคลุมทั้งภาคการผลิตและภาคการบริการของไทยนั้น มีขีดความสามารถสูง ในธุรกิจสุขภาพและความงาม ในไทยมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างสูงต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายปี และการอ้างอิงจากข้อมูลของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ พบว่าอุตสาหกรรมความงามของไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี ปัจจุบัน ธุรกิจนี้มีมูลค่าตลาดในประเทศถึง 2.8 แสนล้านบาท

จากภาพรวมของธุรกิจด้านการบริการความงามมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจที่ฟื้นตัว หรือด้านแนวโน้มการให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ ความสวยความงามมากขึ้น ซึ่งเชื่อว่าในตลาดนี้ยังมีโอกาส และความต้องการของผู้บริโภคอยู่ ยิ่งไปกว่านั้นการสนับสนุนธุรกิจ SME จากภาครัฐ โดยเฉพาะธุรกิจสปาที่คาดว่าจะมีมูลค่าถึง 3.7 หมื่นล้านบาทในปี พ.ศ. 2562 โดยมีการจัดโครงการส่งเสริมธุรกิจสปาไทยเพื่อสนับสนุนและเพิ่มมูลค่าให้แก่ธุรกิจสปาในประเทศไทย ทำให้กลุ่มธุรกิจสปาเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับด้านความสวยความงามได้รับผลดีจากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันนี้ ได้เลือกใช้ แนวคิดและทฤษฎี 5 แรงกดดันทางการแข่งขัน (Five Forces Model) ของ Michael Potter โดยจะวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันจาก 5 แรงกดดันหลัก ได้แก่

3.6.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Current Competitors)

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมการให้บริการร้านทำเล็บในประเทศไทยมีการแข่งขันกันในระดับค่อนข้างรุนแรง มักจะแข่งขันกันในด้านราคา โดยใช้ของที่มีคุณภาพลดลง หรือด้านการโฆษณา โดยใช้ดารานักแสดงมาเป็น influencer โดยเฉพาะในสองปีที่ผ่านมา การแข่งขันภายในตลาดเพิ่มระดับความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากความต้องการภายในตลาดมีมากขึ้น คนเรารู้สึกตัวเองมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเพศไหน รวมไปถึงการสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของทางภาครัฐ ทั้งด้านความงามและธุรกิจสปา ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ที่ไม่มีมาตรฐานเข้าสู่ตลาดมากขึ้น

3.6.2 อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)

ซัพพลายเออร์หลักของเรา คือ DIVA Supply Co., Ltd เป็นตัวแทนนำเข้าผลิตภัณฑ์ด้านเล็บอย่างครบวงจร ซึ่งมีความสัมพันธ์อันดีเป็นการส่วนตัวต่อกัน ทำให้เชื่อว่าการต่อรองทั้งในด้านราคาและปริมาณการสั่งซื้อจะเป็นปัจจัยบวกต่อ Nails Bar เพราะที่ผ่านมาทางทีมผู้บริหารมีการซื้อขายกันอยู่แล้วถึงแม้ยังไม่ได้เป็นการซื้อเพื่อร้าน Nails Bar นี้ก็ตาม อีกปัจจัยหนึ่งคือ ร้านทำเล็บในตลาดยังมีจำนวนไม่มากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนสูงอย่างที่ซัพพลายเออร์รายนี้นำเข้ามาเนื่องจากการที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนสูงจะทำให้ราคาขายสูงตามไปด้วยมีเช่นนั้นส่วนต่างในด้านกำไรอาจลดลงและอาจส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาลดลง ทำให้ร้านที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากซัพพลายเออร์รายนี้จะเป็ร้านที่อยู่ในตลาดบนที่มีจำนวนอยู่ไม่มาก จึงถือว่าในขณะนี้จะเป็นผลดีที่จะทำให้ทาง Nails Bar มีอำนาจในการต่อรองอยู่บ้างไม่มากนัก

3.6.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)

ผลิตภัณฑ์ทดแทน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่อาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันหรือคนละชนิดกัน แต่สามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ สินค้าอื่นที่สามารถนำมาใช้ทดแทนได้นั้น เป็นตัวที่ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น และเป็นตัวจำกัดโอกาสในการกำหนดราคา ซึ่งทำให้ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจลดลง ซึ่งในปัจจุบันมีสินค้าทดแทนอย่างเช่น เล็บปลอม การทำเล็บเองแบบง่าย ๆ ที่บ้าน ข้อดีคือลดระยะเวลาและค่าใช้จ่าย อาจสะดวกรวดเร็วในเวลาว่างที่เร่งรีบ แต่ข้อเสียคือสินค้าเหล่านี้เป็นอันตรายต่อสุขภาพเล็บเนื่องจากใช้กาวที่ทำลายหน้าเล็บ ซึ่งอาจจะเป็นสินค้าที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มคนทั่วไป ที่ไม่ได้คำนึงถึงสุขภาพเล็บ หรือต้องการความสะดวกสบาย ความรู้สึกเหมือนได้พักผ่อนจากการเข้ารับบริการที่ร้าน จึงมองว่าสินค้าทดแทนที่มีในตลาดอาจจะยังไม่สามารถตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ Nails Bar ได้

3.6.4 การต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Buyer)

เนื่องในตลาดของอุตสาหกรรมนี้มีผู้ให้บริการอยู่มากทำให้ผู้บริโภคสามารถแสดงอำนาจต่อรองที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจด้วยการใช้อำนาจต่อรองราคาสินค้าและบริการให้มีราคาต่ำลง ลดความถี่ในการเข้ารับบริการหรือเรียกร้องให้ธุรกิจเพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือเรียกร้องบริการเพิ่มขึ้น โดยให้คงราคาเท่าเดิม เมื่อผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองสูง ก็จะเป็นเหตุให้ คู่แข่งขันต่างหันมาเอาใจผู้บริโภค ทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นในที่สุด อย่างไรก็ตาม ในรูปแบบของธุรกิจ Nails Bar ที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องมือทุกอย่างในร้านที่มีคุณภาพและต้นทุนค่อนข้างสูง ทำให้เชื่อว่ากลุ่มลูกค้าของร้านจะมองว่าสิ่งที่ทาง Nails Bar นำเสนอสมเหตุสมผลเพราะมีความแตกต่างจากร้านส่วนใหญ่ในตลาด ทำให้อำนาจการต่อรองอาจอยู่ในระดับปานกลาง

3.6.5 ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)

ในอุตสาหกรรมความงามและสปา เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มขยายตัวอย่างมาก และเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เห็นผู้เล่นหน้าใหม่เข้ามาอย่างเสมอ ยิ่งไปกว่านั้นธุรกิจนี้ไม่มีสิ่งกีดขวางทั้งในแง่กฎหมายและการลงทุนทำให้ภัยคุกคามนี้ค่อนข้างสูงมากในขณะนี้ รวมถึงวัตถุดิบ หรืออุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจก็สามารถหาได้ง่ายมีหลากหลายระดับราคา ทำให้ผู้แข่งขันรายใหม่สามารถเข้ามาได้ไม่ยาก และในอนาคตอาจมีเทคโนโลยีใหม่หรือทำเลใหม่ๆ ที่สะดวกสบายเกิดขึ้นด้วย

บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)

Nails Bar คือ ผู้ให้บริการด้านเล็บอย่างป็นมืออาชีพและเต็มรูปแบบ โดยจะช่วยดูแล สุขภาพเล็บมือและเท้าของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานระดับสากล และสร้างความมั่นใจ ด้วยการออกแบบลวดลายบนเล็บที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของลูกค้าและตอบ โจทย์การใช้ชีวิตของ ลูกค้าในทุกโอกาสด้วยช่างที่มีความเชี่ยวชาญ โดยวางแผนการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ในการสร้าง การรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสร้างความตระหนักให้เห็นถึงความสำคัญของการดูแล สุขภาพเล็บ พร้อมการทำเล็บเพื่อบ่งบอกความเป็นตัวตน และเสริมความมั่นใจให้กับตนเอง เพื่อนำไปสู่ การตัดสินใจเข้ารับบริการ จนไปถึงการเข้ารับบริการซ้ำของกลุ่มลูกค้า

4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

1. เพื่อให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป็นวงกว้างและเป็นที่ยอมรับในด้านการให้บริการ ด้านเล็บที่สามารถสื่อสารความเป็นตัวตนของแต่ละบุคคลผ่านลวดลายของเล็บได้ อีกทั้งสร้างความ จดจำในด้านตราสินค้า และภาพลักษณ์แบรนด์ได้เป็นอย่างดี
2. เพื่อสร้างความตระหนักให้เห็นถึงความสำคัญของการทำเล็บเพื่อบ่งบอกความเป็น ตัวตน และเสริมความมั่นใจให้กับตนเอง โดยจะนึกถึง Nails Bar เมื่อต้องการเข้ารับบริการเพื่อ เตรียมพร้อมสำหรับวันสำคัญต่าง ๆ ที่กำลังจะมาถึง
3. บริการที่ส่งเสริมการดูแลสุขภาพเล็บด้วยผลิตภัณฑ์ชั้นนำที่มีคุณภาพสูง และปลอดภัย ต่อสุขภาพผิวและเล็บของลูกค้า
4. สร้างรายได้ และยอดขายให้แก่บริษัท เพื่อให้บริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและ ยั่งยืน
5. ทำให้ร้านทำเล็บของบริษัทเติบโตเป็นหนึ่งใน 20 อันดับแรกของร้านทำเล็บใน ประเทศไทย

4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)

4.3.1 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Segmentation)

- ด้านประชากรศาสตร์ - ผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 25-45 ปี ที่มีระดับรายได้ 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

- ด้านภูมิภาค - เขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

- ด้านจิตวิทยา - ให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ให้ดูทันสมัยมั่นใจ

- ด้านพฤติกรรม - มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่มีไลฟ์สไตล์แบบคนเมือง ชอบความสะดวกสบาย

4.3.2 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

ผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 25-45 ปีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปที่มีไลฟ์สไตล์ในการใช้ชีวิตแบบคนเมือง ให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ให้ดูทันสมัยตลอดเวลา ชอบอัปเดตเทรนด์การทำเล็บใหม่ๆ เช่น การทาสีเจล การต่อเล็บ การตกแต่งเล็บจากหินจริง ซึ่งเป็นการทำเล็บที่ต้องทำโดยมืออาชีพ และไม่สามารถทำที่บ้านด้วยตัวเองได้เนื่องจากการทำเล็บเป็นลวดลายต่าง ๆ ถือเป็นงานฝีมือซึ่งต้องใช้ความชำนาญ และทักษะในการทำให้ออกมาสวยงามได้ เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้านี้รวมถึงลูกค้าที่ไม่ค่อยมีเวลา ไม่สะดวกในการออกจากออฟฟิศมาทำ แต่มีความต้องการทำเล็บ

4.3.3 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

ผู้หญิง หรือผู้ชายที่ต้องการดูแลสุขภาพเล็บแบบทั่วไป ไม่ได้ทำเล็บเป็นประจำ ทำเฉพาะโอกาสพิเศษ แต่มีความกังวลเรื่องมาตรฐานของร้าน มีความช่างเลือก ทำการศึกษาก่อนตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการ

4.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)



ภาพที่ 4.1 แสดงการวางตำแหน่งตราสินค้า (Brand Positioning)

Nails Bar เลือกรวางตำแหน่งตราสินค้า หรือตัวร้าน โดยเปรียบเทียบในด้านการให้บริการเฉพาะทางในด้านการทำเล็บ ซึ่งในสามแบรนด์นี้ จะมีเพียงแต่ Chaba Nails อยู่ในแกนเดียวกันคือ Chaba Nails จะมีพื้นที่ให้บริการเฉพาะด้านเล็บแบบเต็มรูปแบบต่างจากอีกสองเจ้า คือ Take Care และ Let's Relax ที่เน้นไปในทาง Salon กับการนวดสปาต่าง ๆ และอีกแกนที่ใช้ในการเปรียบเทียบคือการรับรู้ในด้านคุณภาพ ซึ่ง หากมองในด้านเน้นการใช้ผลิตภัณฑ์และคุณภาพของการบริการเป็นหลักนั้น ตัว Chaba Nails เองไม่ได้สื่อสารไปในทิศทางนั้น รวมไปถึงในร้านไม่ได้ใช้แต่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับในการให้บริการ ยังมีการนำผลิตภัณฑ์จากจีนซึ่งยังไม่ผ่านมาตรฐานและอาจทำลายสุขภาพเล็บมาใช้ในร้านด้วย แต่ Let's Relax และ Take Care จะเน้นการใช้ของที่มีคุณภาพมีมาตรฐานเท่านั้นในการให้บริการซึ่งจะไม่ทำลายสุขภาพเล็บแบบรุนแรงเหมือนผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านการรับรองทั้งหมดนี้ทำให้ Nails Bar อยู่ในช่องบนขวา คือเป็นร้านที่เน้นการให้บริการด้านเล็บโดยเฉพาะ ที่เน้นการให้บริการ โดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเท่านั้น

4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)

กลยุทธ์ทางการตลาดที่วางแผนดำเนินงานให้ เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ

- กลยุทธ์ที่ 1: การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มเป้าหมาย
- กลยุทธ์ที่ 2: การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายเพื่อสร้างยอดขายให้ เป็นไปตามที่

กำหนด

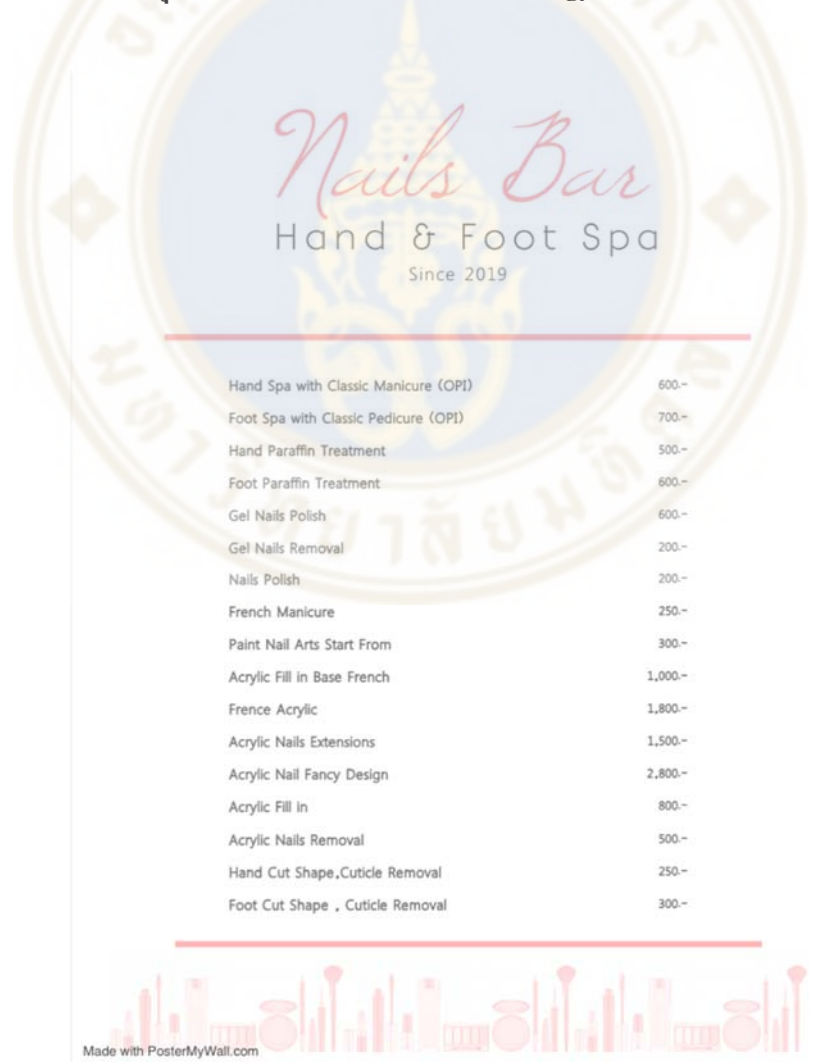
- กลยุทธ์ที่ 3: สร้างฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการทำการตลาดแบบปากต่อปาก

(Word of Mouth)

- กลยุทธ์ที่ 4: การพัฒนาสินค้าและบริการให้ดีขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของ

ผู้บริโภค

4.5.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)



Service	Price
Hand Spa with Classic Manicure (OPI)	600.-
Foot Spa with Classic Pedicure (OPI)	700.-
Hand Paraffin Treatment	500.-
Foot Paraffin Treatment	600.-
Gel Nails Polish	600.-
Gel Nails Removal	200.-
Nails Polish	200.-
French Manicure	250.-
Paint Nail Arts Start From	300.-
Acrylic Fill in Base French	1,000.-
France Acrylic	1,800.-
Acrylic Nails Extensions	1,500.-
Acrylic Nail Fancy Design	2,800.-
Acrylic Fill in	800.-
Acrylic Nails Removal	500.-
Hand Cut Shape, Cuticle Removal	250.-
Foot Cut Shape, Cuticle Removal	300.-

ภาพที่ 4.2 แสดงรายการการให้บริการภายในร้าน

ด้านบน คือ รายการบริการภายในร้านที่ให้บริการ โดยผู้เชี่ยวชาญและมากประสบการณ์ พร้อมบริการให้ลูกค้าสามารถแสดงตัวตนผ่านลวดลายบนเล็บได้ โดยช่างของ Nails Bar จะช่วยให้คำแนะนำพร้อมออกแบบให้ตรงกับใจกับความชอบและบุคลิกของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจมากขึ้นเมื่อมีเล็บสวย ๆ ที่บ่งบอกความเป็นตัวเองไปด้วยในทุก ๆ ที่ โดยภายในร้านเน้นการให้บริการด้วยความสุภาพ อบอุ่น สะอาด มีมาตรฐาน และใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ไม่ทำลายสุขภาพเล็บรุนแรงเหมือนสินค้าที่ไม่ผ่านการรับรอง โดยผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ให้บริการมีดังนี้

Harmony – Gelish เป็นแบรนด์แรกที่ผลิตสีเจลชนิดถอดง่ายด้วยน้ำยาลงในขวด ใช้พู่กันทาบง่าย รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ปี 2009 และผลิตเจตสีออกมามากกว่า 100 สี ซึ่งได้รับความนิยมใช้ในร้านทำเล็บกว่า 80 ประเทศทั่วโลก ยิ่งไปกว่านั้นยังมีผลิตภัณฑ์ Acrylic Powders ที่ผลิตด้วยเทคโนโลยีใหม่ล่าสุดเพื่อการต่อเล็บที่สมบูรณ์ซึ่งมีคุณภาพและประสิทธิภาพในการทำงานสูง ปราศจากฟองอากาศขณะทำงาน ให้สีสันทึบสวยสดใส ไม่ซีดเหลืองเมื่อเวลาผ่านไป และสำหรับลูกค้าที่ไม่ชื่นชอบการต่อเล็บแต่มีความต้องการให้เล็บดูเป็นทรงสวยเหมือนการต่อเล็บนั้น ทาง Gelish ก็มีผลิตภัณฑ์ทางเลือกสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ ด้วยเทคโนโลยี Gel Suspension Technology (GST) ที่ออกแบบให้เนื้อเจลมีความยืดหยุ่นสูง เชื้อท้วง่าย ทำให้ทรงเล็บสวยงามเหมือนการต่อเล็บอะคริลิก และล่าสุดกับเทคโนโลยี LED SYSTEM ที่ช่วยให้การต่อเล็บเจลง่ายและรวดเร็ว อบอุ่นแห้งด้วยเครื่องอบ LED เพียง 20 วินาที โดยไม่เกิดอาการร้อนบนชั้นเล็บ และไม่ทำให้ผิวมีผดผื่นเหมือนการใช้เครื่องอบ UV ทั่วไป

Art of Beauty – The beauty innovation mix of art & chemistry ภายใต้แบรนด์สีทาเล็บ ZOYA ทริทเม้นท์ QTICA และ QTICA Smart Spa ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ได้รับอนุญาตเกี่ยวกับเครื่องสำอาง วิทยาศาสตร์ตั้งแต่ปี 1979 โดยเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพ ปลอดภัย พิษไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ท้อปโก้ทแห้งเร็ว สีทาเล็บที่ติดทนนาน ปราศจากสารพิษที่เป็นอันตราย อันได้แก่ Toluene Formaldehyde และ DBP (Dibutyl Phthalate) ซึ่งสีทาเล็บเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากสารพิษทำให้เป็นที่ยอมรับทั่วโลกว่าไม่เป็นอันตรายต่อคุณแม่ตั้งครรภ์ และผลิตภัณฑ์ของ QTICA เองก็ได้รับคำนิยามว่า World's Best Spa จากเหล่าคนดังในอุตสาหกรรมเล็บเนื่องจากมีส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติ แต่เข้มข้น สามารถใช้ในปริมาณที่น้อยแต่บำรุง ดูแลสุขภาพเล็บมือและเท้าได้อย่างล้ำลึก ทำให้ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายทั่วโลก

Nail Tek – Hydration Therapy and Natural Moisture Balance ทริทเม้นท์บำรุงเล็บสูตรพิเศษ อุดมไปด้วยส่วนผสมของ “น้ำบริสุทธิ์” และ “เพนตาไวดิน” ที่มีคุณสมบัติในการกักเก็บและรักษาสมดุลความชุ่มชื้นไว้บนเล็บ สามารถใช้ทาบำรุงเล็บได้ทุกวันเพื่อเล็บที่สุขภาพดี และแข็งแรงอยู่เสมอ ซึ่งมีให้เลือกถึง 4 สูตรสำหรับสภาพเล็บที่แตกต่างกัน

Footlogix – Pediceuticals เป็นผลิตภัณฑ์ดูแลเท้าชนิดแรกในโลกที่เป็นเนื้อมูส คิดค้นโดยผู้นำด้านผลิตภัณฑ์ดูแลเท้าจากแถบอเมริกาเหนือ ซึ่งเป็นผู้ที่ผ่านการศึกษาด้านโรคผิวหนังและความงามจากประเทศยุโรป จบการศึกษาด้านการบำบัด รักษาเท้าและศาสตร์แห่งเท้า Footlogix เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกคิดค้นทางวิทยาศาสตร์ด้วยเทคโนโลยีเดอรัมอล อินฟิวชั่น ซึ่งผลิตจากส่วนผสมด้านเภสัชกรรม และถูกพัฒนาขึ้นให้เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมมืออาชีพโดยเฉพาะ ซึ่งเทคโนโลยีเดอรัมอล อินฟิวชั่น เป็นระบบนำส่งที่มีเอกลักษณ์สามารถนำเอาส่วนผสมชั้นดีต่าง ๆ ผ่านชั้นบนสุดของหนังกำพร้าไปยังชั้นผิวหนังได้ ซึ่งจะช่วยให้ชั้นผิวหนังให้กลับมามีสุขภาพดี และช่วยขจัดปัญหาต่าง ๆ ของเท้า ช่วยแก้ปัญหาผิวที่เกิดขึ้นบริเวณเท้าตั้งแต่สภาพผิวที่แห้งเล็กน้อยไปจนถึงปัญหาผิวบริเวณที่แสบคันได้ยาก เห็นผลชัดเจนภายใน 2-3 วัน เป็นเทคโนโลยีที่ทำให้แน่ใจได้ว่าส่วนผสมต่าง ๆ จะถูกซึมซาบไปยังบริเวณที่เราต้องการ ไม่ทำให้ผิวอุดตัน ผิวจึงชุ่มชื้น และสามารถทำงานได้ตามปกติ ส่งผลให้เท้ามีสุขภาพที่ดี ไม่เกิดปัญหาเดิม ๆ อีก โดยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของ Footlogix คือ เป็นขั้นตอนในการดูแลเท้าที่ง่ายและไม่ซับซ้อน ให้ผลลัพธ์อันน่าทึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเข้มข้นสูง เนื่องจากสามารถใช้ผลิตภัณฑ์ในปริมาณเท่าหรือยิบบาทก็เพียงพอสำหรับการใช้ 1 ครั้ง เหมาะแก่การใช้ในร้านสปาที่มีคุณภาพสูง ซึ่งจะให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกับลูกค่านี้อูสมิ น้ำหนักเบา ช่วยฟื้นฟู ดูแลสภาพผิวเท้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว อีกทั้งยังช่วยแก้ไขปัญหาคือเกี่ยวกับเท้าให้กลับมามีสุขภาพดียิ่งขึ้น

และที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นผลิตภัณฑ์พรีเมียมที่ทางร้านจะนำมาใช้ในการให้บริการภายในร้าน และมีขายภายในร้านเพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อเพื่อนำไปใช้ในการบำรุงรักษาสุขภาพเล็บด้วยตัวเองได้ที่บ้านด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้จะทำลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะได้รับการบริการที่คุ้มค่าทั้งในด้านฝีมือและผลิตภัณฑ์ที่ลงบนตัวลูกค้าอย่างแน่นอน

4.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ตารางที่ 4.1 รายละเอียดด้านราคา

Price List	THB
ทาสีธรรมดา	200
ทาสีเจล	600
ทาสีปลายขาว France	250
ค่าถอดสีทาเจล	200
ต่อเล็บเจล & อะคิลิก	1,500

ตารางที่ 4.1 รายละเอียดด้านราคา (ต่อ)

Price List	THB
ต่อเล็บ Frence	1,800
เติม โคนเจล & อะคิลิก	800
เติม โคน Frence	1,000
ค่าถอดเล็บอะคิลิกหรือเจล	500
ค่าตกแต่งออกแบบ (ต่อหนึ่งเล็บ)	30+
สปามือ	600
สปาเท้า	700
พาราฟินมือ	500
พาราฟินเท้า	600
ตัดหนังทำความสะอาดเล็บมือ	250
ตัดหนังทำความสะอาดเล็บเท้า	300

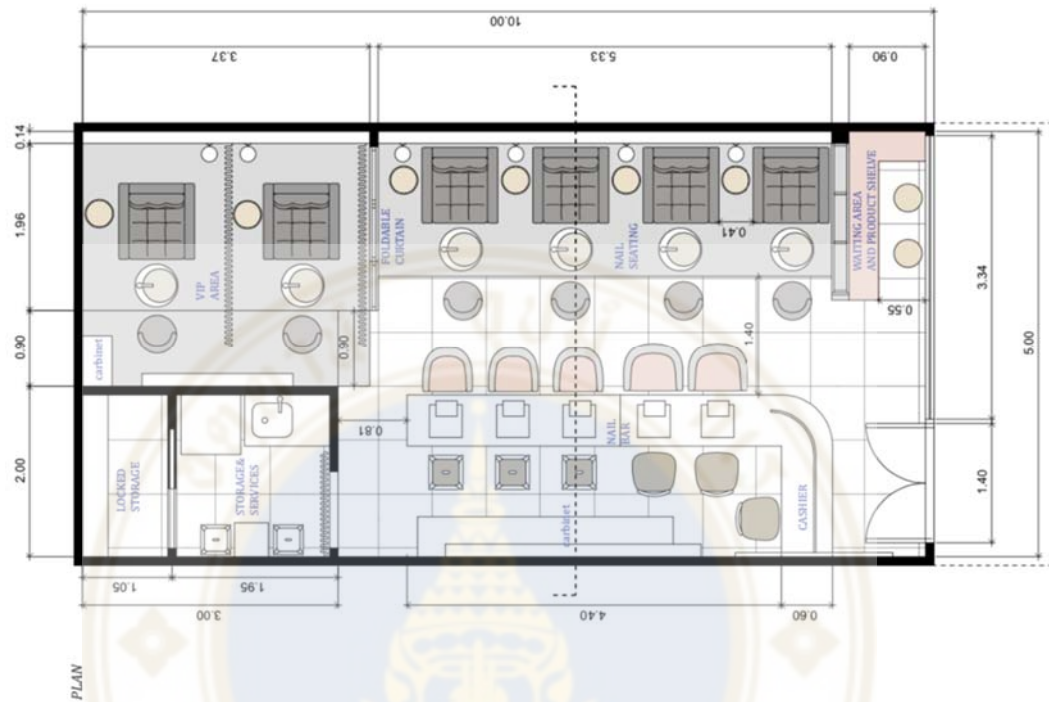
ระดับราคาของบริการในร้านเราอยู่ในระดับกลางหากเทียบกับร้านที่มีรูปแบบการบริการในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากการที่ร้านที่ให้บริการเฉพาะเล็บ มีการแนะนำ ออกแบบลวดลายให้ลูกค้า พร้อมทั้งมีบริการแนะนำสุขภาพเล็บ และวิธีการดูแลรักษา ซึ่งร้านในลักษณะเดียวกันนี้ ในตลาดจะมีระดับราคาที่สูงกว่ามาก และอาจไม่ได้เน้นย้ำในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเท่าที่ควรด้วย

4.5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel)

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางในการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้มีผู้บริโภค โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งเป็น 2 ช่องทาง คือ

1. ผ่านช่องทางหน้าร้าน สถานที่ตั้ง: ตั้งอยู่ที่ ตึก Empire Tower ปัจจุบันตั้งอยู่บนเลขที่ 1 Empire Tower ถนนสาทรใต้ ยาวนาวา สาทร กทม. 10120 โดยตึก The Empire Tower เป็นตึกกระฟ้าที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจสาทรของประเทศไทยติดกับถนนสาทรและถนนนราธิวาสใกล้กับสถานีชองนทรี (สายสีลมของรถไฟฟ้า BTS) ปัจจุบันตึกเอ็มไพร์ทาวเวอร์ 1 เป็นตึกที่สูงที่สุดเป็นอันดับ 6 ของประเทศไทยและกรุงเทพฯ เป็นอาคารสำนักงานที่สูงที่สุดในประเทศไทย ตึกเอ็มไพร์ทาวเวอร์ 1 มี 62 ชั้น และสูง 227 เมตร เป็นสถานที่ ใกล้แหล่งชุมชน สำนักงาน ใกล้โรงเรียน และโรงพยาบาล และยังมีผู้คนสัญจรผ่านไปผ่านมาเป็นจำนวนมาก เนื่องจากตึกอยู่ติดถนนใหญ่ ตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีทาง

เชื่อมถึงรถไฟฟ้า เดินทางมาได้อย่างสะดวก และมีที่จอดรถรองรับลูกค้า โดยพื้นที่ภายในร้านมีขนาด 50 ตร.ม. โดยมีภาพร่างของร้าน ดังนี้



ภาพที่ 4.3 แสดงรูปแบบภาพร่างภายในร้าน



ภาพที่ 4.4 แสดงรูปแบบภาพหน้าร้าน



ภาพที่ 4.5 แสดงรูปแบบภาพร่างภายในร้าน



ภาพที่ 4.6 แสดงรูปแบบภาพร่างภายในร้าน

2. ผ่านช่องทางสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจเป็นทางเว็บไซต์ของทางร้านหรือผ่าน Partner เช่น Gowabi หรือ Classpass

4.5.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หันมาสนใจ และพิจารณาสินค้าหรือบริการมากขึ้น โดย ได้วางแผนการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมกับธุรกิจโดยนำเอาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมาใช้ โดยพิจารณาร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อตอบโจทย์ทั้งในด้าน สิ่งที่น่าสนใจ ความต้องการ รวมถึงพฤติกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

- Brand Awareness หรือการสร้างการรับรู้ด้านตราสินค้า และภาพลักษณ์ของแบรนด์ ให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักเอกลักษณ์ของแบรนด์ และสามารถรับรู้ถึงรายละเอียดสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ได้

- Brand Engagement คือ การสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้า ในการให้บริการในทุกจุด หรือตลอดระยะเวลาของ customer journey และให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับแบรนด์เพื่อสร้างสัมพันธ์ที่ดี สร้างรูปแบบการบริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ และจดจำตราสินค้าของทางร้าน ได้อย่างสม่ำเสมอ

- Repurchase การที่ทางร้านพัฒนาบริการอย่างเสมอ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ให้ได้สูงสุด เพื่อสร้างความประทับใจทั้งในด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และความเป็นบุคคลสำคัญที่ทาง Nails Bar มอบให้ เพื่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

โดยมีแผนส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ดังนี้

- ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การแจกใบปลิวเพื่อแนะนำร้านในช่วงเปิดใหม่ พร้อมโปรโมชั่น
 1. 1 สัปดาห์ก่อนเปิดร้าน 1,000 ใบ และมีส่วนลด 30% สำหรับการนำใบปลิวมาโชว์ ภายในวันเวลาที่กำหนด

2. 1 สัปดาห์หลังเปิดร้าน 1,000 ใบ และหากมาใช้บริการ 2 คนขึ้นไปพร้อมโชว์ใบปลิว จะได้รับส่วนลดท่านละ 20%

- บัตรสมาชิก โดยจะมอบบัตรสมาชิกสำหรับลูกค้าที่
 1. เข้ามาใช้บริการครบ 5,000 บาท ภายในเวลา 3 เดือน
 2. ชื้อแพคเกจ 5,000 บาท ได้รับบัตรสมาชิกพร้อมมูลค่าในบัตร 6,000 บาท
 3. ชื้อแพคเกจ 10,000 บาท ได้รับบัตรสมาชิกพร้อมมูลค่าในบัตร 12,000 บาท และได้รับ พาราฟินมือหรือเท้า (เลือกได้อย่างใดอย่างหนึ่ง) ฟรี 5 ครั้ง รวมมูลค่ากว่า 3,000 บาท

*** โดยจะมีสิทธิพิเศษคือ ได้รับส่วนลด 10% ทุกครั้ง สำหรับการให้บริการในครั้งต่อไป และวันเกิด จะได้รับส่วนลด 50% ***

- บัตรสะสมแต้ม สำหรับลูกค้าทั่วไปที่ไม่ได้เป็นสมาชิก จะได้รับสติ๊กเกอร์ครั้งละ 1 ดวง ต่อเมื่อใช้บริการ 500 บาท และเมื่อ ครบ 10 ดวง สามารถนำมาแลกกับการใช้ บริการสปามือ หรือ เท้าได้ฟรี 1 ครั้ง มูลค่ารวมกว่า 700 บาท
- เก็บข้อมูลลูกค้าที่เป็นสมาชิกเพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ด้านการบริหาร ความสัมพันธ์ กับลูกค้าต่อไป เช่น มีโปร โมชั่นใหม่ๆ ประจำเดือน ก็จะส่งข่าวสารแจ้งกับ ลูกค้าผ่านทางอีเมลล์ หรือ ไลน์ เป็นต้น ซึ่งในระยะแรกหากให้ข้อมูลกับทางร้านจะได้รับส่วนลดทันที 10%
- ส่วนลดในการเข้ารับบริการซ้ำ คือ หากเข้ารับบริการครั้งถัดไปในระยะเวลา 30 วัน ก็จะได้รับส่วนลดในครั้งนั้น 10% เช่น เข้ารับบริการครั้งแรกวันที่ 3 กันยายน และเข้ารับบริการอีกครั้ง วันที่ 1 ตุลาคม ซึ่งอยู่ในระยะ 30 วันหลังจากรับบริการในครั้งแรก ถือว่าเข้าเงื่อนไขในการได้รับส่วนลด เป็นต้น
- มีการใช้สื่อ โฆษณาเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้ได้มากยิ่งขึ้นทั้ง FacebookAd และ Instagram



บทที่ 5

แผนการดำเนินงาน

5.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน

1. เป็น Nails Spa ที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้า
2. เพื่อสร้างรายได้ให้บริษัทเติบโตอย่างยั่งยืน
3. สนับสนุนให้ทุกคนมั่นใจในความเป็นตัวของตัวเองโดยสื่อสารผ่านลวดลายบนเล็บ
4. พัฒนาศักยภาพให้มีมาตรฐาน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

5.2 แบบแผนการดำเนินงาน

เนื่องจากส่วนตัวผู้จัดทำเคยใช้ชีวิตอยู่แถวสาทรมาตั้งแต่เด็ก ตั้งแต่วัยเรียน จนถึงวัยทำงาน ซึ่งพบว่าใจกลางสาทรนั้นเป็นจุดที่มีบริษัทต่างชาติมากมาย ที่มีการจ้างงานในระดับราคาที่สูงกว่าตลาดมาก ทำให้มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง และมองเห็น โอกาสว่าในพื้นที่แถวนั้นยังไม่มีร้านสปามือเท้า หรือ ร้านทำเล็บแบบเต็มรูปแบบ ทั้งที่มีความต้องการอยู่มาก จึงวางแผนในการดำเนินงาน คือ การเปิด Boutique หรือร้านทำเล็บแบบเต็มรูปแบบในพื้นที่ตรงนี้ และเหตุผลที่เลือกตึก Empire Tower (ใน ส่วนของ EmSpace) เนื่องจากเป็นตึกที่ไม่ได้มีแต่สำนักงาน แต่มีพื้นที่ส่วนร้านค้า ทั้งร้านอาหาร ร้านเสื้อผ้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และอื่น ๆ ทำให้มีการสัญจรผ่านไปมาจำนวนมากทั้งพนักงานที่ทำงานในตึก พนักงานที่ไม่ได้ทำงานในตึก และผู้ปกครองที่รอรับลูกเลิกเรียน และคนที่สัญจรผ่านตึก Empire Tower จึงเป็นจุดที่น่าสนใจสำหรับการเป็นทำเลที่ตั้งของร้าน



200m from BTS Chong Nonsi, Exit Number 5

ภาพที่ 5.1 ตึกที่และแผนที่ตั้งของร้าน

5.3 การจัดตั้งบริษัท

จองซื้อบริษัทที่เว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยใช้ชื่อ “บริษัท บิวตี้ เฮาส์ จำกัด” จดทะเบียน จัดตั้งบริษัทผ่านทางช่องทางออนไลน์โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ลงทะเบียนผู้ใช้งานเพื่อจดทะเบียนบริษัท
2. ไปยืนยันตัวตนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อเปิดบัญชีผู้ใช้งานในการจดทะเบียนบริษัท
3. ทำการจดทะเบียนบริษัทในเว็บไซต์
4. ผู้ถือหุ้นทุกคนลงลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ในการจดทะเบียนบริษัท

5. ชำระค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียนบริษัท
6. รับเอกสารการจดทะเบียนบริษัทตามช่องทางที่ระบุ

5.4 กลยุทธ์ในการบริหาร

5.4.1 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกของตลาดธุรกิจร้านทำเล็บ พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญและควรนำมาใช้คือการวางตำแหน่งสินค้าที่เหมาะสม มีจุดขายที่แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด เช่นในเรื่องการบริการที่จะสามารถสร้างคุณค่าและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่นับวันจะยิ่งรุนแรงมากขึ้น

ในช่วงแรกทางร้านจะเน้นการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์ รับรู้ถึงการเข้ามาในธุรกิจ สื่อสารถึงความแตกต่าง และเอกลักษณ์ และคุณค่าที่เรามอบให้กับลูกค้า ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับรู้ รวมทั้งสื่อสารถึงความหลากหลาย และความพิเศษของบริการภายในร้านให้ลูกค้าได้รับรู้ ยิ่งไปกว่านั้นต้องนำเสนอถึงประโยชน์ ความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับ รวมไปถึงมีกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าทดลองเข้าใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีกลยุทธ์สร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยเก็บข้อมูลของลูกค้าและนำไปพัฒนาบริการต่าง ๆ ให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุดจนมาเป็น Loyalty Customer ของเรา โดยเรามองว่าแนวทางกลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพราะเมื่อมีความจงรักภักดีจากลูกค้า จะทำให้ทางร้านสามารถขยายฐานกลุ่มลูกค้าจากกลุ่มหนึ่งไปเป็นอีกกลุ่มหนึ่งได้อย่างง่ายขึ้นผ่านการบอกเล่าปากต่อปากของลูกค้าเดิมไปสู่ลูกค้ากลุ่มใหม่ได้อีกด้วย

นอกจากนี้การที่ทางร้านเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้เพื่อที่จะวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อที่จะช่วยให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการภายในร้านให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปได้อย่างสม่ำเสมอ

5.4.2 กลยุทธ์ระดับหน่วยงาน

แนวคิดกลยุทธ์ระดับหน่วยงานของทางร้านในการทำตลาดและสร้างธุรกิจ คือ การที่ Nails Bar เป็นธุรกิจบริการ จึงต้องเน้นเรื่องการสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เพราะธุรกิจประเภทนี้ลูกค้าจะได้รับประสบการณ์ตรงตั้งแต่ครั้งแรกที่ตัดสินใจเข้ารับบริการ และจะเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจเข้ารับบริการในครั้งถัดไป ดังนั้นจึงต้องเอาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้ามาใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและ

สร้างความพึงพอใจให้ได้สูงสุดเพื่อที่จะทำให้ Nails Bar อยู่ในจุดที่มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้ โดยความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยแบ่งเป็นส่วนๆ ดังนี้

1. รูปแบบการให้บริการและบุคลากร ต้องมีรูปแบบที่ดี customer journey ต้องราบรื่น ไม่ติดขัด เริ่มตั้งแต่การติดต่อเข้ามา เดินเข้าร้าน จนเดินออกจากร้านไป ต้องได้รับประสบการณ์ที่ดี บริการด้วยความจริงใจ ซื่อสัตย์ ยิ้มแย้ม สุภาพ และในส่วนนี้ ทางร้านมีการอบรมพนักงานเพื่อให้ต้อนรับลูกค้าให้บริการได้อย่างดีที่สุดด้วย ยิ่งไปกว่านั้นในส่วนของความเป็นมืออาชีพของช่างนั้น ทางร้านจะส่งช่างไปอบรมจนสอบผ่านตามหลักสูตรถึงจะลงมือทำบนลูกค้าได้ ยิ่งไปกว่านั้นจะมีการอบรมเทคนิคใหม่ ๆ พร้อมทดสอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างบริการที่มีมาตรฐานและเป็นมืออาชีพมากที่สุด

2. ผลลัพธ์ที่ใช้ในการให้บริการ ต้องเป็นผลลัพธ์ที่มีคุณภาพ ไม่เอาผลลัพธ์ที่ไม่ได้มาตรฐานเข้ามาให้บริการลูกค้า ผลลัพธ์ภายในร้านต้องสะอาด และผ่านการฆ่าเชื้อโรคก่อนนำมาใช้กับลูกค้าในทุกครั้ง ยิ่งไปกว่านั้น จะต้องมีการแจ้งลูกค้าทุกครั้งก่อนการลงผลลัพธ์ใด ๆ บนลูกค้า เพื่อบอกสรรพคุณและประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

3. สถานที่และสภาพแวดล้อมในการให้บริการ สถานที่ตั้งที่สามารถให้ลูกค้าเดินทางมาได้สะดวกย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้า ทั้งในเรื่องการเดินทาง ที่จอดรถ และอื่น ๆ ฉะนั้นทำเลที่ตั้งถือเป็นเรื่องสำคัญ และเมื่อได้ที่ตั้งที่ดีแล้ว ตัวสถานที่เองก็ภายในร้านต้องมีบรรยากาศที่ผ่อนคลาย รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัสต่าง ๆ ควรเอื้อให้ลูกค้ารู้สึกสบายผ่อนคลายที่สุดเมื่อเข้ารับบริการ และสิ่งที่ไม่ได้คือความสะอาด เพราะความสะอาดเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญสำหรับร้านที่ให้บริการประเภทนี้

4. ราคาบริการ การตั้งราคาที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่า คุ้มค่า เป็นราคาที่ลูกค้าพิจารณาแล้วว่าเหมาะสมกับบริการที่ได้รับนั้นย่อมสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ไม่มากก็น้อย ซึ่งการตั้งราคาของทางร้านอยู่ในระดับปานกลาง และคุ้มค่า หากเปรียบระหว่างร้านที่เสนอบริการและผลลัพธ์ที่นำมาให้บริการลูกค้าในระดับเดียวกัน

ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทางร้านจะนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ระดับปฏิบัติการหรือระดับหน่วยงาน เพื่อให้แนวคิดและการวางแผนการตลาดมุ่งเน้นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งจะช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขันให้องค์กรและสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ได้ด้วย

5.5 นโยบายสินค้าและบริการ

ร้านทำเล็บแบบเต็มรูปแบบนี้ เป็นธุรกิจที่เน้นการให้บริการเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตาม สินค้าที่ใช้บริการนั้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อธุรกิจโดยรวมแล้วความต้องการหลักของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ คือ ต้องการความสวยงาม และความผ่อนคลาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้เพื่อให้บริการนั้นทางร้าน จึงเน้นและให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นหลัก ตลอดจนการเก็บรักษาที่ถูกต้อง ยิ่งไปกว่านั้นทางร้านเลือกผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการทดสอบและศึกษาคุณสมบัติและประโยชน์มาแล้ว รวมถึงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากตัวแทนนำเข้า และจำหน่ายที่น่าเชื่อถือเพื่อนำมาให้บริการภายในร้าน ทางร้านจะมีการตรวจสอบสินค้าและเครื่องใช้ภายในร้านให้สะอาด และปลอดภัยอยู่เสมอเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นได้ ยิ่งไปกว่านั้นทางทีมงานจะไม่หยุดพัฒนาและค้นหานวัตกรรมใหม่ๆ หรือ เทคนิคใหม่ ๆ มาให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และสุดท้ายจะต้องมีการควบคุม และดูแลระบบการทำงานอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะสัมผัสต่าง ๆ ที่ลูกค้าจะได้รับ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย และสบายที่สุดเมื่อเข้ารับบริการ

5.6 นโยบายด้านการดูแลลูกค้า

ร้านทำเล็บแบบเต็มรูปแบบนี้ เป็นธุรกิจที่เน้นการให้บริการเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตาม สินค้าที่ใช้บริการนั้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อธุรกิจโดยรวมแล้วความต้องการหลักของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ คือ ต้องการความสวยงาม และความผ่อนคลาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้เพื่อให้บริการนั้นทางร้าน จึงเน้นและให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นหลัก ตลอดจนการเก็บรักษาที่ถูกต้อง ยิ่งไปกว่านั้นทางร้านเลือกผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการทดสอบและศึกษาคุณสมบัติและประโยชน์มาแล้ว รวมถึงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากตัวแทนนำเข้า และจำหน่ายที่น่าเชื่อถือเพื่อนำมาให้บริการภายในร้าน ทางร้านจะมีการตรวจสอบสินค้าและเครื่องใช้ภายในร้านให้สะอาด และปลอดภัยอยู่เสมอเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นได้ ยิ่งไปกว่านั้นทางทีมงานจะไม่หยุดพัฒนาและค้นหานวัตกรรมใหม่ๆ หรือ เทคนิคใหม่ ๆ มาให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และสุดท้าย จะต้องมีการควบคุม และดูแลระบบการทำงานอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะสัมผัสต่าง ๆ ที่ลูกค้าจะได้รับ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย และสบายที่สุดเมื่อเข้ารับบริการ

5.7 นโยบายด้านการฝึกอบรม และการพัฒนา

เนื่องจากการเป็นธุรกิจบริการ การมีความชำนาญและความเป็นมืออาชีพในการให้บริการถือเป็นเรื่องสำคัญมาก ทำให้ต้องมีการฝึกเทรนอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องและเทคนิคใหม่ ๆ ในการให้บริการแก่พนักงาน และต้องผ่านการทดสอบตามหลักสูตรก่อนการลงมือทำกับลูกค้า รวมไปถึงการหาสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ ๆ มาให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสูงสุด

5.8 นโยบายการบริหารบุคคล

เนื่องจากบุคลากรถือเป็นทรัพย์สินที่มีคุณค่าและมูลค่าต่อองค์กร และเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรได้ โดยพนักงานที่มีความสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสูงสุดได้นั้นจะสามารถสร้างความจงรักภักดีให้แก่ลูกค้าในการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และเป็นประจำได้ โดยผู้จัดการร้านจะได้รับทั้งเงินเดือนพื้นฐานที่และคอมมิชชั่นจากยอดขายของร้านด้วยเพื่อนสร้างแรงจูงใจในการสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานที่เป็นลูกทีมทั้งหมดในการทำยอดขาย ในส่วนของ Technicians หรือพนักงานที่ให้บริการโดยตรงในการทำเล็บจะมีเงินเดือนพื้นฐานและค่าคอมมิชชั่นจากการบริการลูกค้าแต่ละคน บนฐาน 10% ของราคาค่าบริการซึ่งจะเป็นแรงกระตุ้นในการทำงานให้กับพนักงานด้วย

บทที่ 6

การบริหารและจัดการองค์กร

6.1 ข้อมูลบริษัท

ชื่อบริษัท: บริษัท บิวตี้ เฮาส์ จำกัด (ภาษาไทย)
Beauty Haus Company Limited (ภาษาอังกฤษ)

เบอร์โทรศัพท์: 089-892-1129

กลุ่มอุตสาหกรรม: สปา และความงาม

ประเภทธุรกิจ: บริการทำความสะอาด ออกแบบตกแต่งเล็บให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล โดยใช้ผลิตภัณฑ์พรีเมียม และ สะอาดปลอดภัย

6.2 รายชื่อคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการ บริษัท บิวตี้ เฮาส์ จำกัด มีทั้งหมด 3 คน ได้แก่

1. นาง กัลยาภัทร์ ปุณยภัทร
2. นางสาว เจียรระไน โรจนสุมาพงศ์
3. นางสาว มนพัทธ์ โรจนสุมาพงศ์

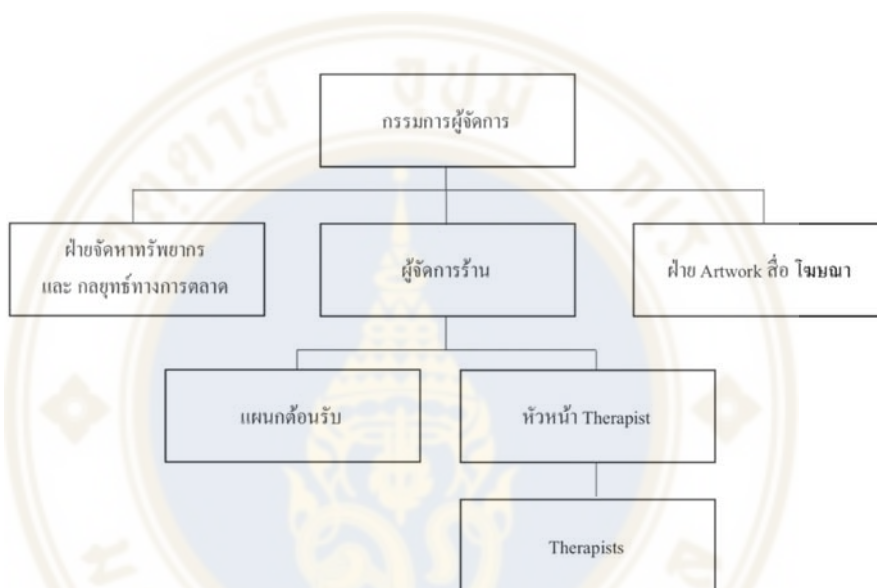
6.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น

ตารางที่ 6.1 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้น บริษัท บิวตี้ เฮาส์ จำกัด

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น	เงินลงทุน (บาท)
นาง กัลยาภัทร์ ปุณยภัทร	98,000	ร้อยละ 98	2,762,620
นางสาว เจียรระไน โรจนสุมาพงศ์	1,000	ร้อยละ 1	28,190
นางสาว มนพัทธ์ โรจนสุมาพงศ์	1,000	ร้อยละ 1	28,190

คณะกรรมการ บริษัท บิวตี้ เฮาส์ จำกัด มีทั้งหมด 3 คน ได้แก่การจัดตั้งบริษัท บิวตี้ เฮาส์ จำกัด โดยใช้เงินลงทุนจดทะเบียนจากผู้ถือหุ้นร้อยละ 100 ซึ่งบริษัทมีผู้ลงทุนทั้งสิ้น 3 คน และมีจำนวนเงินลงทุนในการจัดตั้งบริษัททั้งสิ้น 2,819,000 บาท โดยมีรายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น จำนวนหุ้น และมูลค่าการลงทุนดังแสดงในตารางที่ 6.1

6.4 ผู้บริหารและโครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 6.1 แสดงโครงสร้างองค์กร

ผู้ก่อตั้งบริษัทคือคุณ กัลยาภัทร์ ปุณยภัทร ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการผู้มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการวางแผน กำหนดนโยบายการบริหารในงานส่วนต่างๆ นอกจากนั้น ยังรับผิดชอบในการวิเคราะห์สภาพตลาด และการแข่งขันตลอดจนการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม และการควบคุมเรื่องการบริหารเงินทุนทั้งหมดด้วย เนื่องจากขนาดของธุรกิจ เป็นธุรกิจขนาดเล็กจึงมีการวางโครงสร้างองค์กรแบบแบนราบ เพื่อให้ไม่มีความซับซ้อนในสายการบังคับบัญชา ซึ่งมีข้อดีคือสามารถตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้รวดเร็ว และ เนื่องจากบริษัทอยู่ในช่วงเป็นบริษัทตั้งใหม่ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึง มีการร่างโครงสร้างองค์กรโดยใช้จำนวน ดังนี้

1. กรรมการผู้จัดการ และ ผู้จัดการร้าน จำนวน 1 อัตรา
2. ฝ่ายจัดการทรัพยากร และ กลยุทธ์ทางการตลาด 1 อัตรา
3. ฝ่าย Artwork สื่อ โฆษณา 1 อัตรา

4. แผนกต้อนรับ จำนวน 1 อัตรา
5. หัวหน้า Therapist จำนวน 1 อัตรา
6. Therapist จำนวน 3 อัตรา

โดยมี Co-Founder ทั้งหมด จำนวน 3 คน ที่รับผิดชอบในแต่ละส่วนดังนี้

1. นางกัลยาภัทร์ ปุณยภัทร - ตำแหน่ง: Co-Founder บริหารจัดการองค์กร

ฝ่ายการบริหารจัดการองค์กร: ในส่วนของการบริหารจัดการองค์กรจะรวมไปถึงการวางกลยุทธ์ต่าง ๆ ไปจนถึงควบคุมการบริหารจัดการในกิจกรรมรายวันเนื่องจากธุรกิจที่ทางร้านก่อตั้งยังอยู่ในระยะเริ่มต้นและมีขนาดเล็กและเพื่อทำให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ นาง กัลยาภัทร์ ปุณยภัทร จึงจะรับหน้าที่ทั้งในส่วนบริหารจัดการองค์กรในภาพใหญ่ไปจนถึงการเป็นผู้จัดการร้านในช่วงแรกของการบริหารด้วยและมีหน้าที่รับผิดชอบต่อการทำบัญชีรายรับรายจ่ายของร้านด้วย

2. นางสาวเจียรระโน โจรินสุมาพงศ์ - ตำแหน่ง: Co-Founder ดูแลเรื่องจัดหาทรัพยากรและกลยุทธ์การตลาด

ฝ่ายวางแผนจัดหาทรัพยากร และกลยุทธ์ทางการตลาด: มีหน้าที่ในการจัดหาทรัพยากรทั้งในด้านการเงิน บุคคล รวมไปถึงจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาให้บริการ รวมไปถึงกลยุทธ์ทางการตลาดเนื่องจากมีความรู้ความชำนาญในด้านการตลาด จึงเชื่อมั่นว่าจะสามารถเข้าใจช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า การเลือกใช้เครื่องมือ หรือ วิธีในการทำการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงเพื่อเพิ่มยอดขายได้อย่างดีด้วย

3. นางสาวมนพัทธ์ โจรินสุมาพงศ์ - ตำแหน่ง: Co-Founder ดูแลด้านงาน Artwork ทางสื่อโฆษณา

ฝ่าย Artwork สื่อ โฆษณา: ในส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบของฝ่ายนี้คือการออกแบบงาน Artwork เพื่อตีพิมพ์ หรือบทความต่าง ๆ เพื่อใช้ในสื่อ โฆษณาของทางร้าน รวมไปถึง Footage ในการทำคลิปวิดีโอต่าง ๆ ในการโฆษณาด้วย ซึ่งในส่วนนี้จะต้องเป็นการทำงานร่วมกันกับฝ่ายวางกลยุทธ์ทางการตลาด

6.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง

6.5.1 กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการร้าน

- ผู้ดำรงตำแหน่ง: นาง กัลยาภัทร์ ปุณยภัทร
- อัตราเงินเดือน: 50,000 บาท
- หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. วางแผนและกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานภาพรวมทั้งในระยะสั้นระยะกลางและระยะยาวขององค์กร
 2. บริหารองค์กรให้เป็นไปตามแผนและกลยุทธ์ที่วางไว้และสามารถปรับแก้ไขตามสถานการณ์ อย่างเหมาะสม
 3. บริหารจัดการดูแลองค์กรและบุคลากรในองค์กร
 4. ปฏิบัติหน้าที่ ตลอดจนกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์
 5. จัดให้มีระบบบัญชี การรายงานทางการเงิน ให้มีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งดูแลให้มีกระบวนการในการประเมินความเหมาะสมของการควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายในให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงภาษีของบริษัทด้วย
 6. ประเมินผลงานและทบทวนการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง และของทีมงานอย่างสม่ำเสมอ
 7. ดูแลภาพรวมการดำเนินงานในแต่ละวัน ตัดสินใจและแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
 8. สรุปรายละเอียดการดำเนินงานในแต่ละวัน
- คุณสมบัติและประสบการณ์
1. จบการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
 2. มีประสบการณ์ ด้านตรวจสอบบัญชีที่บริษัทไพร์ชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ 3 ปี และการเงินการบัญชีที่บริษัท ศิริรัตน์ ซีฟู้ด จำกัด เป็นเวลา 3 ปี

6.5.2 ฝ่ายวางแผนจัดหาทรัพยากร และ กลยุทธ์ทางการตลาด

- ผู้ดำรงตำแหน่ง: นางสาวเจียรระโน โรจนสุมาพงศ์
- อัตราเงินเดือน: ขอรับเป็นหุ้นของร้าน และ ปันผลปลายปีตามจำนวนหุ้น
- หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. วางแผนการจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ ที่นำมาใช้ภายในร้าน
2. ควบคุม และ ดูแลผลิตภัณฑ์คงเหลือทุกสิ้นเดือน

3. วางแผน และ กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการขาย

- คุณสมบัติและประสบการณ์

1. จบการศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการบริหารจัดการระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

2. มีประสบการณ์ บริหาร บริษัท ศิริรัตน์ ซีฟู้ด จำกัด เป็นเวลา 7 ปี

3. มีความเชี่ยวชาญด้านการวางแผนการตลาด

6.5.3 ฝ่าย Artwork สื่อโฆษณา

- ผู้ดำรงตำแหน่ง: นางสาวมนพัทธ์ โรจนสุมาพงศ์

- อัตราเงินเดือน: ขอรับเป็นหุ้นของร้าน และ ปันผลปลายปีตามจำนวนหุ้น

- หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. ออกแบบงานตีพิมพ์ต่าง ๆ ทั้งแผ่นพับ และงานที่ต้องใช้การออกแบบอื่น ๆ

2. ควบคุม และดูแลงาน Footage ต่าง ๆ ทั้ง รูปภาพ วิดีโอ และ งานต่าง ๆ ที่ใช้ในสื่อ

โฆษณา

- คุณสมบัติและประสบการณ์

1. กำลังศึกษาปริญญาตรี สาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

2. มีประสบการณ์การออกแบบงานอาร์ต เช่น โลโก้ร้านกาแฟและรูปแบบแพคเกจจิ้ง

สินค้า

3. มีความสามารถในการออกแบบ และ ใช้สี

6.5.4 แผนกต้อนรับ

- อัตราเงินเดือน: 13,000 บาท -15,000 บาท ขึ้นอยู่กับประสบการณ์

- หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. รับโทรศัพท์จากลูกค้าและสายอื่น ๆ

2. จัดการเรื่องการจองคิวเข้ารับบริการ

3. กล่าวทักทาย ต้อนรับ และ กล่าวลาลูกค้าอย่างสุภาพ

4. แนะนำราคาและโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบ

5. บริการรับชำระเงินจากลูกค้า พร้อมรับฟังคำติชม และ ขอข้อมูลต่าง ๆ กับลูกค้าเพื่อนำไปวิเคราะห์พฤติกรรมเพื่อจัดทำกรส่งเสริมการขายต่อไป

- คุณสมบัติและประสบการณ์
 1. จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากสาขาการโรงแรม หรือ ศิลปภาษา
 2. มีประสบการณ์การทำงานในแผนกต้อนรับในโรงแรม หรือ มีประสบการณ์ในด้านงานบริการ
 3. มีความสามารถทางภาษาที่สามจะพิจารณาเป็นพิเศษ

6.5.5 หัวหน้า Therapist

- อัตราเงินเดือน: 15,000 บาท – 25,000 บาท ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ + ค่าคอมมิชชั่นร้อยละ 10 ของยอดขาย

- หน้าที่ความรับผิดชอบ
 1. ดูแลตารางงาน และ เวลาหยุดงานของ Therapist ภายในร้าน
 2. ทำแบบทดสอบการประเมิน และ พัฒนาทักษะของ Therapist ภายในร้านอย่างสม่ำเสมอ
 3. เรียนรู้ทักษะใหม่ๆ เพื่อมาให้ความรู้พนักงานภายในร้าน
 4. หากการฝึกอบรมหรือการเรียนการสอนที่พัฒนาทักษะต่าง ๆ ของพนักงาน โดยนำมาเสนอผู้จัดการร้าน เพื่อจัดการฝึกอบรมให้พนักงานอย่างสม่ำเสมอ
 5. ดูแลความเรียบร้อยของทีมงาน และ ภาพรวมของร้าน
 6. สามารถทำหน้าที่แทนผู้จัดการร้านในขณะที่ผู้จัดการร้านไม่อยู่
 7. สามารถให้บริการทางด้านเล็บได้ทุกรูปแบบ
- คุณสมบัติและประสบการณ์
 1. จบการศึกษาระดับปริญญาตรี
 2. มีประสบการณ์การทำงานด้านเล็บโดยตรงมากกว่า 10 ปี
 3. พุดจาสุภาพ บุคลิกดี
 4. มีใบรับรองการเรียน หรือ อบรมด้านเล็บมาโดยเฉพาะจะพิจารณาเป็นพิเศษ
 5. มีความสามารถทางภาษาที่สามจะพิจารณาเป็นพิเศษ

6.5.6 Therapist

- อัตราเงินเดือน: 10,000 บาท – 20,000 บาท ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ + ค่าคอมมิชชั่น

ร้อยละ 10 ของยอดขาย

- หน้าที่ความรับผิดชอบ
 1. ให้บริการในด้าน สปา ตัดหนัง
 2. ให้บริการทาสีเจล ตกแต่งลวดลายเล็บ งานออกแบบ
 3. ให้บริการต่อเล็บเจล อะคริลิก
- คุณสมบัติและประสบการณ์
 1. จบการศึกษาปริญญาตรี ด้านศิลป์
 2. มีประสบการณ์การทำงานด้านเล็บโดยตรงมากกว่า 5 ปี
 3. พุดจาสุภาพ บุคลิกดี
 4. มีใบรับรองการเรียน หรือ อบรมด้านเล็บมาโดยเฉพาะจะพิจารณาเป็นพิเศษ

บทที่ 7 แผนการเงิน

7.1 ประมาณการเงินลงทุนโครงการ

ตารางที่ 7.1 แสดงเงินลงทุนในโครงการ

หน่วย : บาท

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	375,000	375,000	-
สิ่งปลูกสร้าง	1,000,000	1,000,000	-
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	200,000	200,000	-
ยานพาหนะ	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	120,000	120,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	100,000	100,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	1,024,000	1,024,000	-
รวม	2,819,000	2,819,000	-

ในช่วงเริ่มต้นกิจการ จะเน้นไปในการลงทุนในที่ดินสิ่งปลูกสร้าง คือ ตัวการก่อสร้าง ตกแต่งร้าน ค่าเช่าตั่วงหน้า และเครื่องมือในการบริการ ผลิตภัณฑ์ในร้าน รวมไปถึง เครื่องใช้ในสำนักงานเช่น คอมพิวเตอร์ ปากกา แฟ้มเอกสาร และ ประมาณการเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

7.2 ประมาณการรายได้

ตารางที่ 7.2 แสดงประมาณการการให้บริการ (หน่วย : ชั่วโมง)

คิดเป็นร้อยละของปริมาณการบริการสูงสุด		40%	44%	48%	53%	59%
ชื่อบริการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการที่ 1	ความสวยงามของเล็บ และ สปา	9,072	9,979	10,977	12,075	13,282
บริการที่ 2	Wax	1,008	1,109	1,220	1,342	1,476
บริการที่ 3	ต่อขนตา	1,008	1,109	1,220	1,342	1,476
รวม		11,088	12,197	13,416	14,758	16,234

ตารางที่ 7.3 อัตราค่าบริการต่อหน่วย

ชื่อบริการ		ราคา	หน่วย
บริการที่ 1	ความสวยงามของเล็บ และ สปา	746	บาท / ชั่วโมง
บริการที่ 2	Wax	550	บาท / ชั่วโมง
บริการที่ 3	ต่อขนตา	1,000	บาท / ชั่วโมง

การประมาณการรายได้ อิงจากการนำเมนูแต่ละกลุ่มการให้บริการมาหาค่าเฉลี่ย และประมาณการออกมาเป็น ต่อชั่วโมง

ตารางที่ 7.4 แสดงประมาณการรายได้ (บาท) ปีที่ 1-5

ชื่อบริการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการที่ 1	ความสวยงามของเล็บ และ สปา	6,766,200	7,442,820	8,187,102	9,005,812	9,906,393
บริการที่ 2	Wax	554,400	609,840	670,824	737,906	811,697
บริการที่ 3	ต่อขนตา	1,008,000	1,108,800	1,219,680	1,341,648	1,475,813
รวม		8,328,600	9,161,460	10,077,606	11,085,367	12,193,903
รายได้ต่อเดือน		694,050	763,455	839,801	923,781	1,016,159

7.3 ค่าใช้จ่ายประมาณการ

ตารางที่ 7.5 แสดงประมาณการต้นทุนการให้บริการ

บริการที่ 1	ความสวยงามของเล็บ และสปา		
ต้นทุน 1	ค่าแรง	60	บาท / ชั่วโมง
ต้นทุน 2	ค่าผลิตภัณฑ์	50	บาท / งาน
ต้นทุน 3	ค่าน้ำ / ไฟ	5	บาท / ชั่วโมง
รวม		115	บาท / ชั่วโมง
บริการที่ 2	WAX		
ต้นทุน 1	ค่าแรง	60	บาท / ชั่วโมง
ต้นทุน 2	ค่าผลิตภัณฑ์	30	บาท / งาน
ต้นทุน 3	ค่าน้ำ / ไฟ	5	บาท / ชั่วโมง
รวม		95	บาท / ชั่วโมง
บริการที่ 3	ต่อขนตา		
ต้นทุน 1	ค่าแรง	60	บาท / ชั่วโมง
ต้นทุน 2	ค่าผลิตภัณฑ์	50	บาท / งาน
ต้นทุน 3	ค่าน้ำ / ไฟ	5	บาท / ชั่วโมง
รวม		115	บาท / ชั่วโมง

ตารางที่ 7.6 แสดงประมาณการแรงงาน

เงินเดือน บาท / เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
18,000	หัวหน้า Therapist	1	1	1	1	1
13,000	Therapist	2	2	2	3	4
13,000	ช่างต่อขนตา และ wax	1	1	1	1	1
13,000	พนักงานต้อนรับ	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการให้บริการ		840,000	840,000	840,000	996,000	1,152,000

ในส่วน of ต้นทุนต่าง ๆ มีสมมติฐานในเรื่องค่าเช่าพื้นที่อยู่ที่ 125,000 บาท / เดือน และจ่ายล่วงหน้า 3 เดือนและตั้งค่าต้นทุนวัสดุเริ่มต้นที่นำมาใช้ภายในร้านอยู่ที่ 200,000 บาท

7.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 7.7 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	8,328,600	9,161,460	10,077,606	11,085,367	12,193,903
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรได้	1,254,960	1,380,456	1,518,502	1,670,352	1,837,387
- แรงงานในการให้บริการ	840,000	840,000	840,000	996,000	1,152,000
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	714,136	785,549	864,104	950,515	1,045,566
รวมต้นทุนการให้บริการ	2,929,096	3,126,005	3,342,606	3,736,867	4,154,953
กำไรขั้นต้น	5,399,504	6,035,455	6,735,000	7,348,500	8,038,950
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	-	-	-	-	-
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	1,102,860	1,181,146	1,272,761	1,373,537	1,484,390
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,146,860	1,225,146	1,316,761	1,417,537	1,528,390
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	4,252,644	4,810,309	5,418,239	5,930,963	6,510,560
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	4,252,644	4,810,309	5,418,239	5,930,963	6,510,560
ภาษีเงินได้	850,529	962,062	1,083,648	1,186,193	1,302,112
กำไรสุทธิ	3,402,115	3,848,247	4,334,591	4,744,771	5,208,448

7.5 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 7.8 แสดงงบประมาณการกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	3,651,974	7,578,407	11,982,603	16,774,538	22,019,767
- ลูกหนี้การค้า	694,050	763,455	839,801	923,781	1,016,159
- งานระหว่างทำ	244,091	260,500	278,551	311,406	346,246
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	104,580	115,038	126,542	139,196	153,116
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,694,695	8,717,400	13,227,495	18,148,920	23,535,287
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	375,000	375,000	375,000	375,000	375,000
- สิ่งปลูกสร้าง	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
- เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,795,000	1,795,000	1,795,000	1,795,000	1,795,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	164,000	328,000	492,000	656,000	820,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,631,000	1,467,000	1,303,000	1,139,000	975,000
รวมสินทรัพย์	6,325,695	10,184,400	14,530,495	19,287,920	24,510,287
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	104,580	115,038	126,542	139,196	153,116
รวมหนี้สินหมุนเวียน	104,580	115,038	126,542	139,196	153,116
หนี้สินระยะยาว					
รวมหนี้สิน	104,580	115,038	126,542	139,196	153,116
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	2,819,000	2,819,000	2,819,000	2,819,000	2,819,000
- กำไรสะสม	3,402,115	7,250,362	11,584,954	16,329,724	21,538,172
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	6,221,115	10,069,362	14,403,954	19,148,724	24,357,172
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	6,325,695	10,184,400	14,530,495	19,287,920	24,510,287

7.6 การวิเคราะห์การลงทุน

ตารางที่ 7.9 การวิเคราะห์การลงทุน

หน่วย : บาท

กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	3,402,115	3,848,247	4,334,591	4,744,771	5,208,448
- ค่าเสื่อมราคา	164,000	164,000	164,000	164,000	164,000
กระแสเงินสดสุทธิ	3,566,115	4,012,247	4,498,591	4,908,771	5,372,448

ระยะเวลาคืนทุน

จากเงินลงทุนทั้งสิ้น 2,819,000 บาท ในปีแรกสร้างกระแสเงินสดสุทธิ 3,566,115 บาท ทำให้สามารถคืนทุนได้ภายในปีแรกโดยมูลค่าโครงการโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) 12,552,101 บาท
IRR = 135.35%

บทที่ 8 แผนงานในอนาคต

ในกรณีที่การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ จะเนื่องด้วยจากสาเหตุใด ๆ ก็ตาม ทางเราได้จัดเตรียมแผนฉุกเฉินคือ ปรับพื้นที่เพียงบางส่วน จะสามารถแปลงให้เป็นร้านกาแฟ และเครื่องดื่มได้เนื่องจาก ตัวร้านเดิมมีการออกแบบให้เป็นเคาเตอร์บาร์อยู่แล้ว ทำให้สามารถเปลี่ยนรูปแบบร้านค้าและธุรกิจได้ เพียงแค่เอาส่วนที่เป็นเก้าอี้สไปออก และแปลงเป็นพื้นที่นั่ง ยิงไปกว่านั้น ตัวผู้ก่อตั้งเองมีพื้นฐานการทำกาแฟ เพราะมีประสบการณ์ในการลงเรียนการทำกาแฟเพื่อธุรกิจพร้อมใบประกาศนียบัตรมาแล้ว เนื่องจากเป็นคนชอบทานกาแฟเป็นทุนเดิม ทำให้การวางแผนสำรองฉุกเฉินในครั้งนี้คือการปรับเปลี่ยนจาก Nails Bar ไปเป็น Coffee and Tea Bar แทนได้

8.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)

8.1.1 ปัจจัยด้านประสบการณ์ของผู้บริหาร

เนื่องจากตัวผู้บริหารไม่เคยทำธุรกิจประเภทนี้มาก่อน อาจทำให้การวางแผน หรือ การคาดการณ์ต่าง ๆ ไม่เป็นไปตามที่วางไว้ หรือ อาจมองไม่เห็นจุดสำคัญหลาย ๆ จุด ทำให้ต้องวางนโยบายการบริการอย่างรอบคอบ และต้องหาที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในธุรกิจประเภทนี้

8.1.2 ปัจจัยด้านบุคลากร

การให้บริการด้านความสวยเป็นความงามนั้น ปัจจัยสำคัญคือผู้ให้บริการหรือ ผู้ที่มีทักษะ และความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ซึ่งมีสัดส่วนในตลาดอยู่ไม่มาก ถึงแม้ปัจจุบันเรามีแผนในการพัฒนาบุคลากร แต่ก็ไม่อาจจะเลยได้ว่ามีโอกาสที่บุคลากรเหล่านั้นจะมีความจำเป็นในการย้ายถิ่นฐาน หรือลาออก ทำให้เราต้องคำนึงถึงการเตรียมแผนในการรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตในปัจจุบันนี้ด้วย

8.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

8.2.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มีร้านทำเล็บใหม่ ๆ เกิดขึ้นในทุกย่าน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตอยู่มาก ทำให้ยังมีส่วนแบ่งการตลาดที่ทำให้คู่แข่งหน้าใหม่สนใจที่จะลงมาเล่นในตลาดนี้ด้วย ซึ่งการอยู่รอดในธุรกิจประเภทนี้ คือเราต้องพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ และไม่เปลี่ยนจุดยืนหรือจุดแข็งของร้าน เราจะต้องมีสินค้าและบริการใหม่ ๆ มาให้ลูกค้าได้ทำความรู้จักและทดลองใช้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าได้ความพึงพอใจสูงสุดในการเข้ารับบริการ



บรรณานุกรม

- คม ชัด ลึก. (2562). อนาคตธุรกิจ"สปาไทย"ในเวทีโลก ดิวซี"4ไฮ"แก่ผู้ประกอบการใหม่. สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 สิงหาคม 2562. จาก <https://www.komchadluek.net/news/economic/369609>.
- นัทรรัตน์ พุฒิวีระพงศ์. (2562). วิเคราะห์ธุรกิจความงามและสุขภาพ โอกาสและอุปสรรคในธุรกิจนี้คืออะไร ?. สืบค้นเมื่อ วันที่ 17 สิงหาคม 2562. จาก <https://taokaemai.com/วิเคราะห์ธุรกิจความงาม/>.
- BLT Bangkok. (2562). สปาไทยรุ่ง กวาดกำไรไตรมาสแรก. สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 สิงหาคม 2562. จาก <https://www.bltbangkok.com/WellBeing/สปาไทยรุ่งกวาดกำไรไตรมาสแรก>.
- Nation TV. (2562). สสว. จับมือ ซีอีเอ ร่วมกันยกระดับอุตสาหกรรมสปาไทย. สืบค้นเมื่อ วันที่ 19 สิงหาคม 2562. จาก <https://www.msn.com/th-th/news/national/สสว-จับมือ-ซีอีเอ-ร่วมกันยกระดับอุตสาหกรรมสปาไทย/ar-BBVvSIT>.
- The Bangkok Insight. (2562). ยกระดับสปาไทยสู่สากล กินส่วนแบ่งตลาดโลก 27 ล้านล้านบาท. สืบค้นเมื่อ วันที่ 2 เมษายน 2562. จาก <https://www.komchadluek.net/news/economic/369609>.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบสอบถามผู้บริโภคร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง การศึกษาโอกาสทางธุรกิจของ Nails Bar

แบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย หัวข้อ โอกาสทางธุรกิจของธุรกิจ Nails Bar ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามจะนำไปใช้ในการสนับสนุนการทำแผนธุรกิจของนักศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรมวิทยาลัยการจัดการ มหิดล

ผู้ศึกษาใครขอความอนุเคราะห์ท่านในการให้ข้อมูลประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ โปรดตอบแบบสอบถามตามข้อเท็จจริง ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลเป็นความลับ เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่เข้ารับบริการร้านทำเล็บที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้าน
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้ารับบริการ
- ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของธุรกิจ Nails Bar

* Required

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ *

Mark only one oval.

- หญิง
- ชาย

2. อายุ *

Mark only one oval.

- ต่ำกว่า 20 ปี
- 20 - 25 ปี
- 26 - 30 ปี
- 31 - 40 ปี
- 41 ปีขึ้นไป

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน *

Mark only one oval.

- น้อยกว่า 15,000 บาท
- 15,000 - 20,000 บาท
- 20,000 - 30,000 บาท
- 30,000 - 50,000 บาท
- 50,000 บาทขึ้นไป

4. อาชีพ *

Mark only one oval.

- นักเรียน / นักศึกษา
- รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- รับจ้างทั่วไป
- ธุรกิจส่วนตัว
- Other: _____

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่เข้ารับบริการร้านทำเล็บที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้าน

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

5. คุณเคยเข้าใช้บริการในร้านทำเล็บหรือไม่? *

Mark only one oval.

- เคย
- ไม่เคย *After the last question in this section, stop filling out this form.*

6. คุณใช้บริการประเภทไหนในร้านทำเล็บบ้าง? (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *

Check all that apply.

- ทาสีเจล
- ทาสีธรรมดา
- ต่อเล็บอะคริลิค
- ต่อเล็บแบบเจล
- สปามือ
- สปาเท้า
- Other: _____

7. คุณเข้ารับบริการที่ร้านทำเล็บบ่อยเพียงใด? *

Mark only one oval.

- อาทิตย์ละครั้ง
- สองอาทิตย์ครั้ง
- เดือนละครั้ง
- สองเดือน หรือ มากกว่านั้นต่อครั้ง
- เฉพาะ โอกาสพิเศษ

8. คุณใช้จ่ายเท่าไรสำหรับการเข้ารับบริการในแต่ละครั้ง? *

Mark only one oval per row.

	200 - 400 บาท	401 - 600 บาท	601 - 800 บาท	801 - 1,000 บาท	1,001 - 1,200 บาท	1,201 บาทขึ้นไป	ไม่เคยเข้า รับบริการ
ทาสีเจล	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ทาสีธรรมดา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ต่อเล็บอะคริลิค	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ต่อเล็บแบบเจล	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สปามือ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สปาเท้า	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. คุณพอใจกับบริการทางด้านการทำเล็บที่ใช้อยู่ในปัจจุบันหรือไม่? *

Mark only one oval.

- พอใจ (กรุณาตอบคำถามที่ 10)
- ไม่พอใจ (กรุณาข้ามไปตอบคำถามที่ 11)

10. หากคุณตอบว่า "พอใจ" ในคำถามที่ 9 โปรดระบุสาเหตุ

11. หากคุณตอบว่า "ไม่พอใจ" ในคำถามที่ 9 โปรดระบุสาเหตุ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้ารับบริการ

คำชี้แจง โปรดกดเครื่องหมายวงกลมในช่องขวามือตามความคิดเห็นของท่านที่มีต่อเกณฑ์ที่ทำให้ท่านเลือกเข้ารับบริการที่ร้านทำเล็บ โดยเรียงตามระดับความสำคัญของท่านมากที่สุด (1- สำคัญน้อยที่สุด, 2 – สำคัญน้อย, 3 – สำคัญปานกลาง, 4 – สำคัญมาก, 5 – สำคัญมากที่สุด)

12. ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่จะส่งผลให้คุณตัดสินใจเข้ารับบริการในร้านทำเล็บนั้นได้? *

Mark only one oval per row.

	สำคัญน้อยที่สุด	สำคัญน้อย	สำคัญปานกลาง	สำคัญมาก	สำคัญมากที่สุด
บริการที่เป็นมิตร	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
บริการที่รวดเร็ว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
บรรยากาศภายในร้าน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สถานที่ตั้งของร้าน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้บริการ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความหลากหลายของสีทาเล็บ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความดีทนนาน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นพิษน้อย เช่น สีนํ้าธรรมชาติ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ไม่มีฝุ่น หรือ กลิ่นรุนแรงภายในร้าน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ราคาสมเหตุสมผล	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีบริการที่หลากหลาย เช่น มีต่อขนตา นวดเท้า แวกซ์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
รีวิว ในอินเทอร์เน็ต	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
เพื่อน หรือ ครอบครัว แนะนำ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความสะดวกในการเดินทาง และ ที่จอดรถ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. ระดับราคาที่คุณคิดว่าเหมาะสมต่อการเข้ารับบริการ

Mark only one oval per row.

	200 - 400 บาท	401 - 600 บาท	601 - 800 บาท	801 - 1,000 บาท	1,001 - 1,200 บาท	1,201 บาทขึ้นไป	ไม่เคยเข้ารับบริการ
ทาสีเจล	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ทาสีธรรมดา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ต่อเล็บอะคริลิค	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ต่อเล็บแบบเจล	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สปามือ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สปาเท้า	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. สถานที่ตั้งของร้านทำเล็บที่ท่านเข้ารับบริการเป็นประจำ? *

Mark only one oval.

- Nails Spa ภายในห้าง ศูนย์การค้า และ คอมมูนิตีมอลล์
- Nails Spa ที่ไม่ได้อยู่ภายในห้าง ศูนย์การค้า และ คอมมูนิตีมอลล์
- บริการในร้านเสริมสวย /ร้านทำผม
- เรียกช่างมาให้บริการที่บ้าน หรือ สถานที่อื่นๆ
- Other: _____

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของธุรกิจ Nails Bar

แนวคิดธุรกิจ คือ การให้บริการแบบเต็มรูปแบบด้านการดูแล บำรุงรักษา ไปจนถึงการตกแต่งเล็บให้สวยงาม โดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากลเท่านั้น ในการให้บริการ ยิ่งไปกว่านั้นทางเรามีช่างมากประสบการณ์ในการให้คำแนะนำ ดูแลเรื่องการออกแบบลวดลายให้ลูกค้า เพื่อดึงความเป็นตัวเองในแต่ละบุคคลออกมาสร้างสรรค์ลวดลายลงบนเล็บ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้า ให้สมกับความเป็น "Fashionable Nails Spa" และ สนับสนุนให้ลูกค้ามั่นใจและสวยงาม ในแบบของตัวเองให้มากที่สุด

ยิ่งไปกว่านั้นเราให้ความสำคัญกับทั้งศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ไม่ใช่เพียงแค่กายภาพอย่างเดียวเพื่อประสิทธิภาพในการผ่อนคลาย ตั้งแต่รูป คือ ผลิตภัณฑ์และสถานที่, กลิ่น ที่ให้ความผ่อนคลาย, เสียง มีดนตรีเพิ่มบรรยากาศในการพักผ่อน, สัมผัสคือ การบริการสปามือ เท้า นวด และปิดท้ายด้วย รส คือ การเสิร์ฟน้ำผลไม้และผลไม้ตามฤดูกาล เพื่อเพิ่มความสดชื่นให้ลูกค้า พร้อมกลับบ้าน หรือ เดินทางไปทำงานต่อด้วยความมั่นใจและสดชื่น

ตัวอย่างงานของทางร้าน



รูปแบบร้าน



15. จากรูปแบบร้านด้านบน คุณจะสนใจเข้ารับบริการของเรา หรือ แนะนำให้ครอบครัว หรือ เพื่อนเข้ารับบริการไหม?

Mark only one oval.

- สนใจ
 ไม่สนใจ

16. หากคุณตอบว่า "สนใจ" ในคำถามที่ 16 โปรดระบุสาเหตุ

17. หากคุณตอบว่า "ไม่สนใจ" ในคำถามที่ 16 โปรดระบุสาเหตุ

รายการราคาแต่ละโปรแกรมการให้บริการของทางร้าน

Price List	THB
ทาสีธรรมดา	200.00
ทาสีเจล	600.00
ทาสีปลายขาว France	250.00
ค่าถอดสีทาเจล	200.00
ต่อเล็บเจล & อะคิลิค	1,500.00
ต่อเล็บ France	1,800.00
เต็มโคนเจล & อะคิลิค	800.00
เต็มโคน France	1,000.00
ค่าถอดเล็บอะคิลิคหรือเจล	500.00
ค่าตกแต่งออกแบบ (ต่อหนึ่งเล็บ)	30+
สปามือ	600.00
สปาเท้า	700.00
พาราฟินมือ	500
พาราฟินเท้า	600
ตัดหนังทำความสะอาดเล็บมือ	250
ตัดหนังทำความสะอาดเล็บเท้า	300

18. หากทางร้านมีราคาค่าบริการตามภาพ ท่านจะสนใจเข้ารับบริการหรือไม่? *

Mark only one oval.

- สนใจ
 ไม่สนใจ

19. หากทางร้านมีโปรแกรมการ์นตี เช่น สีลอก่อนหรือหลุดภายหลังการรับบริการไม่เกิน 3 วัน ทางร้านยินดีให้บริการแก้ฟรี ในลวดลายแบบเดิม จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการของท่านไหม? *

Mark only one oval.

- มีผล
 ไม่มีผล

20. หากมีโปรโมชั่นพิเศษทุกเดือนสำหรับลูกค้าที่เคยเข้ารับบริการ จะมีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการของท่านไหม? *

Mark only one oval.

- มีผล
 ไม่มีผล