

แผนธุรกิจ SHERLYN SPA

ธารชาดา บุญทองอ่อน¹

บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจร้านสปา เป็นธุรกิจที่มีผู้ให้ความสนใจที่จะลงทุนอยู่มาก และกำลังเป็นที่แพร่หลายตาม โรงแรมและรีสอร์ทต่างๆ มากมาย เนื่องจากสังคมที่มีการแข่งขันสูงได้สร้างความเครียดในการทำงานหรือการดำเนินธุรกิจและปัญหาด้านสุขภาพมากขึ้น เช่น ปัญหาทางการแพทย์ สังคม การว่างงาน เศรษฐกิจ และปัญหาครอบครัวจึงทำให้พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากโดยเฉพาะความต้องการความผ่อนคลายในรูปแบบต่างๆ เพื่อบรรเทาความเครียดที่เกิดขึ้น เช่น การออกกำลังกาย การเดินแอโรบิก การเล่นโยคะ การดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และกำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ ก็คือ การเข้าไปใช้บริการในสปา

ร้าน Sherlyn Spa ตั้งอยู่บริเวณถนนเรียบทางด่วนรามอินทรา มีพื้นที่ประมาณ 704 ตารางเมตร โดยรูปแบบอาคารชั้นเดียว ตกแต่งสไตล์บาห์ลี โดยผสมผสานกันทั้งภายในภายนอกอย่างกลมกลืน การบริหารบุคลากรร้าน Sherlyn Spa มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการ โดยบุคลากรทั้งหมดมีความรู้เรื่องสุขภาพ ประกอบกับมีใจรักในงานบริการ บุคลากรผ่านการฝึกอบรมและได้รับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข

ลูกค้าเป้าหมายของร้าน Sherlyn Spa คือ ร้าน SHERLYN SPA ได้เน้นการเลือกกลุ่มเป้าหมายหลักคือประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม และ เขตบางเขน เป็นกลุ่มวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 25-49 ปีขึ้นไป ที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 บาท เป็นกลุ่มคนที่รักสุขภาพและต้องการผ่อนคลายจากการทำงานที่เหนื่อยล้า

ด้านการแข่งขันในบริเวณนี้มีการแข่งขันที่สูง ส่วนใหญ่จะเป็นร้านนวด และราคาจะอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับสูง

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ จะเน้นไปที่การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทางธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยจากการใช้สารเคมีในการนวด ด้านราคา จะกำหนดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่ง เนื่องจากว่าต้องการที่จะแนะนำบริการให้เข้าสู่ตลาดเพื่อให้เกิดการตลาดใช้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะเน้นไปที่การตกแต่งสถานที่ให้ความเป็นธรรมชาติ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกสบายและผ่อนคลายเมื่อมาใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จะมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จัก การมอบส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีการให้สิทธิพิเศษสำหรับการมาใช้บริการ ถ่ายรูปและ Check In บน Social Network ลดทันที 5% ที่ Sherlyn Spa เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ธุรกิจ SHERLYN SPA ควรจะลงทุนเพราะคุ้มค่ากับการลงทุน และมีระยะเวลาคืนทุนเร็วภายใน 1 ปี ทำให้กิจการมีกำไร 12,492,318 บาท ในการประกอบธุรกิจทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตและประสบผลสำเร็จได้อย่างแน่นอน

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ร้านสปา, SHERLYN SPA

บทนำ

คำจำกัดความคำว่า “สปา” (Spa) คือ การทำความสะอาดผิวให้ลึกถึงผิวชั้นในและการเสริมอาหารให้แก่ผิว แต่จริงๆ แล้ว “สปา” (Spa) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า “Sanus per Acqua” แปลว่า การดูแลสุขภาพด้วยการใช้น้ำ เช่น การอาบน้ำแร่ แช่น้ำสมุนไพร อาบน้ำนวม อบตัวด้วยสมุนไพร ดื่มน้ำแร่ การแช่ตัวในอ่างน้ำที่มีเครื่องกำเนิดฟองอากาศแบบที่เรียกว่า Hydrotherapy รวมถึงการนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย Aroma Therapy ที่เราเรียกกันว่า “นวดน้ำมัน” หรือ “นวดสปา” นั่นเอง

การนวดตัวแบบสปา โดยการใช้้ำมันหอมระเหย Aroma Therapy จะโลมตามส่วนต่างๆ ของร่างกายขณะทำการนวดนั้น มีต้นกำเนิดจากประเทศสวีเดนเป็นแห่งแรก ดังที่เราอาจเคยเห็น โฆษณาตามร้านสปาบางแห่งว่า นวดน้ำมันแบบ Swedish Style จากการใช้ประเทศสวีเดน มีอากาศหนาวเย็นเกือบทั้งปี ผู้คนที่นั่นยอมจำเป็นที่ต้องหาวิธีทำให้ร่างกายได้อบอุ่นอยู่เสมอ

และการนวดสปาด้วยน้ำมันหอมระเหย Aroma Therapy แบบ Swedish Style นี้ เน้นการนวดคลึงไปตามกล้ามเนื้อและเส้นเอ็นของร่างกายด้วยน้ำหนักปานกลาง ทำให้ร่างกายที่เมื่อยล้า กล้ามเนื้อเส้นเอ็นตึง เนื่องจากสัมผัสอากาศที่เย็นอยู่เสมอ จึงถือกำเนิดมาด้วยสาเหตุนี้เอง

รูปแบบการนวดสปาที่นิยมในเมืองไทย

การนวดสปาหรือนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย Aroma Therapy Oil Massage นั้นในบ้านเรานิยมกันอยู่ 3 แบบคือ

1. **นวดแบบผ่อนคลาย (Relaxing)** เป็นการนวดผสมผสานกันแบบ "ลีนไถล" และ "ยืดหยุ่น" เข้าด้วยกัน เป็นการนวดที่ไม่เน้นน้ำหนักมากนัก จุดประสงค์เพื่อให้ผิวหนังและกล้ามเนื้อได้ผ่อนคลายจากอาการตึงและคลายความเครียดเป็นหลัก

2. **นวดแบบ Swedish Style** เป็นการนวดที่ "ลึกลงกลาง" ผสมผสานกับ "ยืดหยุ่น" หมายถึง การใช้น้ำหนักมือหรือนิ้วมากกว่าการนวดแบบ Relaxing โดยเน้นไปที่กล้ามเนื้อและเส้นเอ็น เพื่อให้กล้ามเนื้อเส้นเอ็นได้คลายความตึงตัวและปวดในบริเวณนั้นๆ อันเนื่องมาจากการทำงานประจำวันประเภทที่ต้องนั่งอยู่กับที่นานๆ งานที่ต้องเดินไปมาอยู่เสมอหรือต้องยืนนานๆ เป็นต้น

3. **นวดแบบ Sport** เป็นการนวดในรูปแบบที่เรียกว่า "ลึกลงเส้นเอ็น" ผสมผสานกับ "ยืดหยุ่น" คือ การใช้น้ำหนักนิ้วและมือ กดนวดและเน้นไปตามกล้ามเนื้อเส้นเอ็นที่ตึงตัวมาก หรือมีอาการบาดเจ็บของกล้ามเนื้อเส้นเอ็น โดยเฉพาะคนที่เล่นกีฬาจำพวกที่ต้องออกแรงเหวี่ยงของแขนและขา เช่น Golf หรือ Tennis เป็นต้น มักจะมีอาการปวดตึงกล้ามเนื้อเส้นเอ็นหรือเกิดการบาดเจ็บจำพวกหลังยก เส้นพลิก เส้นแพลง ได้โดยง่าย

ประโยชน์โดยหลักของการนวดสปา

1. เป็นการขัดผิวและเซลล์ผิวที่ตายแล้วให้หลุดออกไปจากผิว เพื่อให้ผิวหนังได้มีโอกาสสร้างเซลล์ผิวใหม่ได้แทนที่โดยเร็ว
2. เป็นการขับและขจัดของเสียออกจากรูขุมขนบนผิวหนัง
3. เป็นการให้อาหารเสริมในการบำรุงผิว
4. ทำให้ผิวหนังเนียนนุ่ม รู้สึกกระชับ
5. เป็นการผ่อนคลายความเครียด ความอ่อนล้า ของร่างกาย ให้ร่างกายกลับกระปรี้กระเปร่าและรู้สึกสดชื่นขึ้นได้ทันที ทั้งนี้ การที่เราจะได้รับประโยชน์หลักๆ ของการนวดสปาได้ครบถ้วน

ทั้ง 5 ข้อนั้น ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยเหล่านี้ด้วย

1. ผู้ทำการนวด หรือหมอนวด มีประสบการณ์และผ่านการอบรมหลักสูตรการนวดแบบ Spa Aroma Therapy ตามมาตรฐานที่ถูกต้องหรือไม่
2. น้ำมัน Aroma therapy ที่ใช้นวด เป็นน้ำมันที่สกัดมาจากชาวบริสุทธิ์แท้ หรือใช้น้ำมันราคาถูกตามท้องตลาดทั่วไป

3. น้ำมัน Aroma Therapy ที่ใช้นวด มีส่วนผสมของสารสกัดที่ให้ประโยชน์หรือเป็นอาหารบำรุงผิวหรือไม่

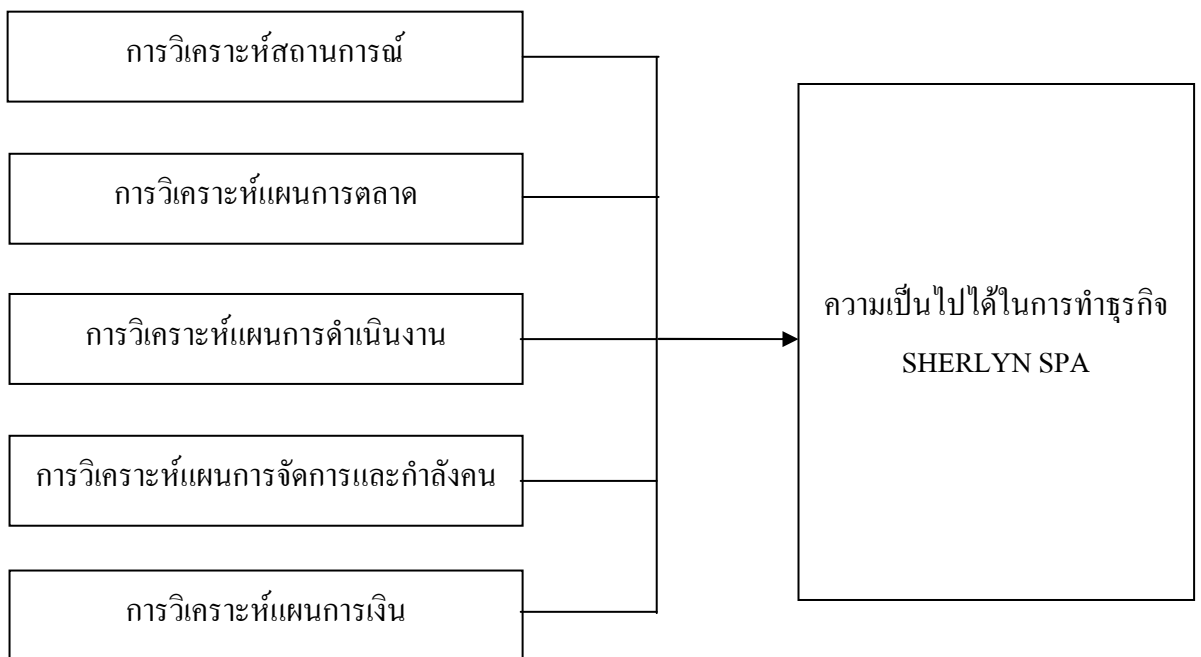
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ SHERLYN SPA

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ SHERLYN SPA

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ SHERLYN SPA

2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนมีนาคม-เดือนกันยายน 2558

นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. SPA (สปา) หมายถึง การบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีแพทย์ทางเลือกอื่นๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สปา จึงเป็นส่วนผสมของศาสตร์และศิลป์แห่งการบำบัดเพื่อสุขภาพที่รวมเอาหลักการของประสาทสัมผัสทั้ง 5 เข้าไว้ด้วยกัน

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. SHERLYN SPA ตั้งอยู่บริเวณริมถนน ประดิษฐ์มนูธรรม 25 เลียบทางด่วนรามอินทรา ถือได้ว่าเป็นสถานที่ที่สามารถเดินทางไปมาสะดวก

2. พื้นที่ที่ด้านหน้าติดถนนใหญ่ ทำให้ผู้บริโภคสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

3. บริเวณที่จอดรถของทาง SHERLYN SPA มีขนาดที่กว้างจึงสามารถรองรับบริการลูกค้าได้เป็นอย่างดี

4. มีนวัตกรรมเทคโนโลยี เครื่องมือที่ทันสมัย

5. มีราคาให้เลือกหลากหลายและไม่แพง เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์และบริการ

6. บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพมีมาตรฐานผ่านการอบรมทุกคน

7. มีการตกแต่งร้านที่ทันสมัย มีบรรยากาศเป็นส่วนตัว

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. เป็นกิจการเปิดใหม่จึงไม่เป็นที่รู้จักในระยะแรก
2. การบริหารภายใต้อำนาจของบุคคลเดียว บางครั้งขาดความละเอียดรอบคอบ ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาดได้ ร้าน SHERLYN SPA เป็นบริษัทที่เริ่มจะทำธุรกิจร้านสปา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงขาดประสบการณ์และขาดความชำนาญในการดำเนินงาน ซึ่งอาจส่งผลทำให้การวางแผนและกลยุทธ์ในการพัฒนาทางด้านธุรกิจ หรือการแก้ไขปัญหาต่างๆ ทำได้ไม่มีประสิทธิภาพที่ดีเพียงพอเท่าที่ควร
3. พนักงานที่ให้บริการมีพื้นฐานความรู้ทางด้านภาษาไม่ดีนัก อาจทำให้เกิดปัญหาการสื่อสารได้ในบางครั้ง
4. พนักงานที่มีฝีมือดีมีจำนวนน้อยอาจไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า
5. ไม่มีคอร์สสำหรับผิวหน้า

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. สภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันทางการค้ามีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้คนทำงานเกิดความเครียดมากขึ้นและต้องการผ่อนคลายจึงทำให้แนวโน้มในการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคมีเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย สังเกตได้จากการเติบโตของธุรกิจที่ใกล้เคียงกันหลายอย่าง อาทิเช่น ศูนย์ออกกำลังกาย อาหารชีวจิต ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและน้ำหอมระเหยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น
2. ประเทศไทยมีวัตถุดิบและส่วนผสมที่มีประสิทธิภาพ บางตัวจึงไม่จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้มีต้นทุนที่ต่ำลง
3. ธุรกิจสุขภาพมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพมากขึ้น
4. สภาพสังคมในปัจจุบัน ทำให้การดำเนินชีวิตในแต่ละวันเป็นไปอย่างเร่งรีบ ขาดเวลาในการดูแลสุขภาพของตนเอง ขาดการออกกำลังกาย การบริโภคอาหารที่มีคุณค่า เป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่ยังคงต้องการการมีสุขภาพอนามัย การพักผ่อน ผ่อนคลายที่ดีอยู่เสมอภายใต้ข้อจำกัดในเรื่องเวลา
5. ธุรกิจสปาแผนไทยและสุขภาพยังจำกัดให้เฉพาะคนไทยเท่านั้นที่สามารถประกอบอาชีพนี้ได้ ซึ่งความคุ้มครองนี้ถือเป็นการกีดกันคนต่างชาติที่จะเข้ามาประกอบอาชีพ เป็นการปกป้องไม่ให้มีคู่แข่งรายใหม่มาจมนเกินไป
6. เนื่องจากคู่แข่งยังมีอยู่มาก การแข่งขันของธุรกิจนี้ใน segment เดียวกันมีจำนวนค่อนข้างมาก จึงมีข้อเปรียบเทียบในธุรกิจ

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. ธุรกิจสปามีการแข่งขันสูง เนื่องจากคู่แข่งต่างใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านราคา เพื่อทำการสร้างและจงใจลูกค้า และการหาบริการต่าง ๆ มาเสริมเพื่อให้บริการลูกค้าเพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมเอาไว้ การลงทุนในธุรกิจสปาเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันได้คั้นนั้น ต้องใช้เงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง ทั้งในส่วนของ การก่อสร้าง และในการบริหารงาน ในด้านการก่อสร้างนั้น ราคาของวัสดุอาจเปลี่ยนแปลงได้

2. ต้องมีมาตรการในการควบคุมการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องจ้างมืออาชีพเพื่อควบคุมดูแลการก่อสร้างซึ่งก็ต้องใช้เงินลงทุนที่สูงขึ้น

3. การจัดหาทรัพยากรบุคคล และรักษานักการตลาดทำได้ยากโดยเฉพาะพนักงานนวด เนื่องจากพนักงานที่มีประสิทธิภาพและศักยภาพ มักจะถูกคู่แข่งทางการค้าซื้อตัวไปปฏิบัติงาน หรือไม่ก็ไปเปิดกิจการเอง

4. ปัญหาโรคระบาดหรือโรคติดต่อร้ายแรงที่อาจเกิดขึ้น เช่น โรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง อาจทำให้ธุรกิจสปาได้รับผลกระทบไปด้วย เนื่องจากสปาเป็นสถานที่ที่ให้บริการกับคนเป็นกลุ่มๆ ซึ่งอาจจะทำให้การแพร่ระบาดของเชื้อโรคเป็นไปได้ง่าย จึงส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความกลัวและไม่แน่ใจในความปลอดภัยในการมาขอใช้บริการ

5. ปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศไทยไม่ค่อยดี ทำให้ผู้บริโภคบางรายไม่ยอมใช้จ่ายฟุ่มเฟือย เพราะถือว่าบริการสปาเป็นค่าใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย

- การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

ร้าน SHERLYN SPA ได้เน้นการเลือกกลุ่มเป้าหมายหลักคือประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯเหนือ ประกอบไปด้วย เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม และ เขตบางเขน เป็นกลุ่มวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 25-49 ปีขึ้นไป ที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 บาท เป็นกลุ่มคนที่รักสุขภาพและต้องการผ่อนคลายจากการทำงานที่เหน็ดเหนื่อย

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของ SHERLYN SPA วางตำแหน่งโดยเป็นการบริการที่มีคุณภาพสูงและมีราคาที่ถูกลงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง SHERLYN SPA ได้กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้



คุณภาพการบริการของพนักงาน (ต่ำ)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Strategy)

SHERLYN SPA ใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างในการบริการ (Differentiation Strategy) โดยเน้นการสร้าง ความแตกต่างในด้านสินค้าและบริการ ทั้ง โปรแกรมสปา การนวดในรูปแบบต่างๆ แต่เน้นการให้บริการ สปาเป็นหลัก การบริการของสปา นั้น ประกอบด้วย รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส การจัดการในแต่ละด้านจะมีความแตกต่างกัน การออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของการให้บริการสปาที่แตกต่างกัน ผู้บริหาร สปา จำเป็นต้องรู้จักจัดการองค์ประกอบแต่ละด้านเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเมื่อเข้ามาใช้บริการ

ตารางแสดงรายละเอียดราคาของ SHERLYN SPA

ลำดับ	รายการบริการ	ราคา/ชั่วโมง
1	นวดไทย	350.-/60 นาที
	เป็นการนวดกดจุดบรรเทาอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย	500.-/120 นาที
2	นวดอโรม่า	700.-/60 นาที
	เป็นการนวดแบบผสมผสานระหว่างวิธีการนวดแบบโบราณ ควบคู่กับการใช้กลิ่นบำบัด	1,200.-/120 นาที

3	นวดฝ่าเท้า เป็นการนวดที่ช่วยกระตุ้นระบบการทำงานของร่างกายโดยรวมให้ดีขึ้น เนื่องจากฝ่าเท้าเป็นจุดศูนย์รวมของเส้นต่างๆ ในร่างกาย	350.-/60 นาที 500.-/120 นาที
4	นวดไทยประคบ เป็นการนวดแผนไทยและตามด้วยการประคบสมุนไพรไทย เป็นศาสตร์การใช้ความร้อนบำบัดช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ ลดการเกร็งของกล้ามเนื้อ	350.-/60 นาที 500.-/120 นาที
5	สปา/ขัดผิว/อบซาวน่า เป็นการขัดผิวด้วยสคลับ ช่วยผลัดเซลล์ผิวที่ตายแล้วให้หลุดลอกออกไป ช่วยบำรุงผิวกายให้มีความชุ่มชื้นและปรับสภาพผิวให้นุ่มนวลเหมาะแก่สภาพผิวแห้ง	800.-/60 นาที 1,200.-/120 นาที

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

SHERLYN SPA มีช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง จากผู้ให้บริการไปถึงผู้รับบริการ



กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

เนื่องจาก SHERLYN SPA เป็นสถานบริการ สปาที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ดังนั้น จึงมีแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดดังนี้

- ถ่ายรูป และ Check In บน Social Network ลดทันที 5% ที่ Sherlyn Spa
- Brochure จัดทำแผ่นพับจำนวนประมาณ 5,000 ชุด เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร

ถึงการเปิดให้บริการสินค้าขนาด A4 ในราคาแผ่นละ 0.85 บาท *ค่าใช้จ่าย 4,250 บาท*

วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 2 ฉบับที่ 4 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2558)

- Facebook โฆษณียอดนิยมนับอันดับ 1 คนใช้งานมากที่สุด 18 ล้านรายในประเทศไทย ถ้าเทียบตามอัตราส่วนประชากรแล้ว ไทยติดอยู่ในท็อป 5 ประเทศที่มีประชากร Facebook เยอะที่สุด เด็บโตเร็วที่สุดเป็นการสื่อที่สามารถบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และการบริการได้อย่างชัดเจน สามารถโต้ตอบได้ทันที

ไม่มีค่าใช้จ่าย

- ใช้สื่อออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ www.SherlynSpa ในการให้ข่าวสาร ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ค่าใช้จ่าย 3,500 บาท

- จัดทำบัตรสมาชิกรายปีให้กับลูกค้าในราคาพิเศษขนาด 85.5x54 mm จำนวน 2,000 ใบ ราคาใบละ 9 บาท เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเร็วขึ้นและช่วยทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ค่าใช้จ่าย 18,000 บาท

- จัดส่งการ์ดอวยพรเป็นของขวัญพิเศษให้กับลูกค้าในวันเกิด เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและเอาใจใส่ลูกค้า สร้างความจงรักภักดีให้กับตราสินค้าและรักษาลูกค้า เพื่อให้ไม่ไปเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น การ์ดขนาด 6x4 c mm ราคาแผ่นละ 7.50 บาท จำนวน 2,000 ใบ

ค่าใช้จ่าย 15,000 บาท

- การจัดการอบรมพนักงานเข้าใหม่ ค่าใช้จ่าย 30,000 บาท ต่อปี

- การจัดอบรมพนักงานเป็นประจำทุกๆ 3 เดือน ค่าใช้จ่าย 40,000 ต่อปี

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทใช้งบประมาณสำหรับการส่งเสริมการตลาดในปีที่ 1 เท่ากับ 110,750 บาท

● การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน

กระบวนการดำเนินงานมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ต้อนรับลูกค้า

กล่าวสวัสดิ์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ Sherlyn Spa

ขั้นตอนที่ 2 อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการบริการต่างๆ ของร้าน

อธิบายเกี่ยวกับรายละเอียดเกี่ยวกับการบริการและราคาค่าบริการที่ Sherlyn Spa มีบริการอะไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 3 ลูกค้าตัดสินใจ

ให้ลูกค้าตัดสินใจว่าจะเลือกใช้บริการหรือไม่ ถ้าเลือกใช้บริการก็พาลูกค้าไปห้องนวด แต่ถ้าไม่ใช้บริการก็กล่าวขอบคุณ

ขั้นตอนที่ 4 ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ

พาลูกค้าไปห้องนวดและเปลี่ยนเสื้อผ้า

ขั้นตอนที่ 5 ให้บริการตามที่ลูกค้าได้เลือก

ทำตามขั้นตอนการบริการนวด/สปา ตามที่ลูกค้าได้เลือกบริการ

ขั้นตอนที่ 6 ลูกค้าชำระค่าบริการ

ลูกค้าชำระค่าบริการที่เคาน์เตอร์ด้านหน้า

ขั้นตอนที่ 7 กล่าวขอบคุณลูกค้า

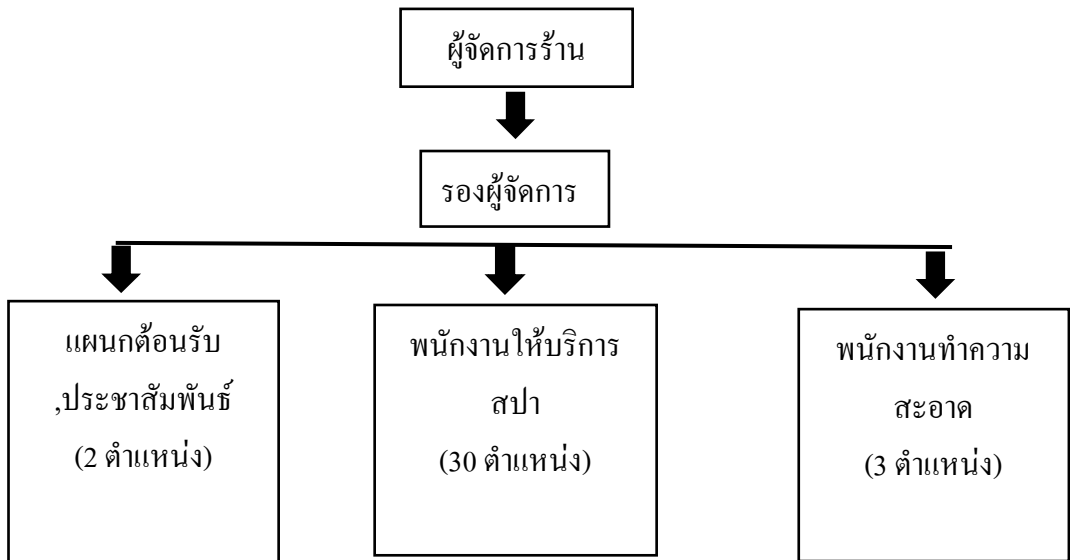
เมื่อลูกค้าชำระค่าบริการเสร็จแล้ว พนักงานต้อนรับกล่าวขอบคุณลูกค้าที่มาใช้บริการ Sherlyn Spa

- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

กิจการใช้ลักษณะการจัดการ โครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะว่าขนาดขององค์กรมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักการจัดการโครงสร้างองค์กรในลักษณะนี้ทำได้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพแสดงแผนผังองค์กร (Organization Chart)



- **การวิเคราะห์แผนการเงิน**

SHERLYN SPA ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 6 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 27,721,440 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 30,724,640 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 33,747,840 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 36,761,040 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 39,774,240 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 12,492,318 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 14,258,894 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 16,039,470 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 17,813,046 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 19,586,622 บาท

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจ SHERLYN SPA ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

กลุ่มพัฒนาธุรกิจ SMEs ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 2547: 84-85

ไทยเอสเอ็มอีเฟรนไชส์, 2555

สุนีย์ วรรณโกมล และ ชานินทร์ ศิลป์จารุ 2552 : 54-62