

แผนธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ

Business Plan for Services for The Elderly



แผนธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ

Business Plan for Services for The Elderly



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



©2562

ปิยะพันธ์ บุญประเสริฐ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ

ผู้วิจัย ปิยะพันธ์ บุญประเสริฐ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพงศ์ มาลัย)

ผู้เชี่ยวชาญ


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ)


.....
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 23 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562

ปิยะพันธ์ บุญประเสริฐ. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, กุมภาพันธ์ 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ (64 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพงศ์ มาลัย

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจฉบับนี้ เพื่อ (1) สร้างรายได้และกำไรเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ถือหุ้น (2) เพื่อสร้างจิตสำนึกให้คนในสังคมตระหนักถึงผู้สูงอายุในฐานะบุคคลที่มีประโยชน์ต่อสังคม (3) เพื่อต้องการเป็นสถานที่ต้นแบบที่เกี่ยวกับการให้บริการผู้สูงอายุและต้องการที่จะขยายโครงการไปยังจังหวัดต่างๆ

ประเภทของธุรกิจคือการให้บริการสถานที่บริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุ โดยมีกิจกรรมต่างๆให้ผู้สูงอายุได้มาใช้บริการเช่น การออกกำลังกาย หรือ งานฝีมือต่างๆ โดยแผนธุรกิจครั้งนี้ เป็นแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขยายธุรกิจจากธุรกิจเดิม คือ ธุรกิจการรับออกแบบตกแต่งภายใน มาเป็นสถานที่บริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ทั้งนี้กิจการได้ทำการออกแบบสอบถาม ประเภทข้อมูลที่น่าสนใจในการจัดทำแผนได้จากการสำรวจความคิดเห็น จากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง จำนวน 200 คน

ผลสรุปของแผนธุรกิจกล่าวได้ แผนธุรกิจครั้งนี้ พบว่าจุดแข็งที่สำคัญของธุรกิจคือ มีความแปลกใหม่ และมีความน่าเชื่อถือ ในขณะที่ธุรกิจยังมีจุดอ่อนที่ต้องแก้ไข คือ ต้นทุนต่างๆค่อนข้างสูง โอกาสที่เหมาะสมกับธุรกิจได้แก่ การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากร และสังคม อย่างไรก็ตามอุปสรรคหรือสิ่งคุกคามการทำธุรกิจที่พบ คือ คู่แข่งมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น นอกจากนี้ผู้สูงอายุมีความสนใจในศูนย์บริการผู้สูงอายุ การออกกำลังกาย และยังเห็นด้วยกับการส่งเสริมผู้สูงอายุในด้านต่างๆ รวมถึงการสร้างรายได้เพิ่มอีกด้วย จึงทำให้เกิด กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้สูงอายุ ได้แก่ แผนกลยุทธ์ด้านบริการแผนกลยุทธ์ด้านตลาด แผนกลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และ แผนกลยุทธ์ด้านการเงิน

เงินลงทุนของโครงการนี้ประมาณ 5,000,000 บาท โดยประเมินอัตราผลตอบแทนได้เท่ากับ 61% และระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1.5 ปี

คำสำคัญ : สถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ, แผนกลยุทธ์การตลาด, ผู้สูงอายุ

Boonprasert, P. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), February 2019,
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Services for The Elderly (64 pp.)

Advisors : Asst. Prof. Veerapong Malai, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this business plan is to: (1) Create income and profit to satisfy the shareholders; (2) To raise awareness among the society of the elderly as a person of social interest. To be the prototype of the service to the elderly and want to expand the project to the provinces.

The type of business is to provide services to the elderly. There are activities for the elderly to use services such as Exercise or crafts. By this business plan. It is a business plan that deals with the expansion of business from the old business of interior design to the place of service for the elderly. The company has issued a questionnaire. The type of information used in the plan is based on the survey. There are 200 stakeholders.

Summary of business plan. This Business Plan The key strengths of the business are: There is a novelty. And reliable While the business still has weaknesses to fix is the cost is quite high. Business opportunities include: However, obstacles or threats to the business found are competitors are likely to rise. In addition, older people are more interested in elderly care centers. exercise It also supports the promotion of the elderly in various areas as well as the creation of additional income, thus creating strategies that relate to the satisfaction of the elderly, such as strategic plans, services, marketing strategies. Strategic Human Resource Management and Financial Strategies

The investment of this project is approximately Baht 5,000,000, with an estimated return of 61% and a payback period of 1.5 years.

Keywords : Provide Services to The Elderly, Marketing Strategies, Elderly

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ความกรุณาจาก ผศ.กฤติกา ลีมลาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทาง การศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ ในการวิจัยงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี

รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

ปิยะพันธ์ บุญประเสริฐ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ประเภทของแผนธุรกิจ	1
1.2 ประเภทของบริการ	1
1.3 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	1
1.4 สภาพของตลาดและโอกาส	3
1.5 ความแข็งแกร่งของธุรกิจ	4
1.6 วิสัยทัศน์	4
1.7 พันธกิจ	4
1.8 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	4
1.9 เป้าหมาย	5
1.10 ตั้งของสถานประกอบการ	5
1.11 ลักษณะอาคารต่างๆ ในโครงการ	6
1.12 ผังโครงการ	8
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูล	10
2.2 วิธีการเก็บข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้	10
2.3 ผู้ที่ให้ข้อมูล	11
2.4 ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	11
2.5 ผังองค์กร	21
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	22
3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็งจุดอ่อน)	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 รายละเอียดในโมเดลธุรกิจ	25
4.2 คู่แข่งขัน	26
4.3 แนวทางการแข่งขัน	29
4.4 พันธมิตรเครือข่ายธุรกิจ และการสร้างความสัมพันธ์	30
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 แผนกลยุทธ์ด้านบริการ	31
5.2 แผนกลยุทธ์ด้านการตลาด	32
5.3 แผนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	34
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน	38
บรรณานุกรม	47
ภาคผนวก	49
ประวัติผู้เขียน	64
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 : วิธีการเก็บข้อมูล	10
ตารางที่ 2.2 : ประเภทของข้อมูล	11
ตารางที่ 2.3 : คำถาม (6WS และ 1H)	13
ตารางที่ 3.1 : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	22
ตารางที่ 3.2 : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	23
ตารางที่ 4.1 : เกณฑ์ในการจัดกลุ่มเป้าหมาย	25
ตารางที่ 4.2 : กลยุทธ์ที่นำมาใช้	27
ตารางที่ 5.1 : ตัวอย่างตารางกิจกรรมโยคะ และการเดินแอโรบิค	32
ตารางที่ 5.1 : งบประมาณการลงทุน	38
ตารางที่ 5.2 : ค่าเสื่อมและค่าตัดจ่าย	39
ตารางที่ 5.3 : การประมาณรายได้	40
ตารางที่ 5.4 : การประมาณค่าใช้จ่าย	40
ตารางที่ 5.5 : งบกำไรขาดทุน	42
ตารางที่ 5.6 : งบกระแสเงินสด	43
ตารางที่ 5.7 : งบดุล	44
ตารางที่ 5.8 : NPV, IRR	45
ตารางที่ 5.9 : Ratio	46

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย	3
ภาพที่ 1.2 : สถิติจำนวนประชากรผู้สูงอายุ	3
ภาพที่ 1.3 : แผนที่ตั้งของธุรกิจ	5
ภาพที่ 1.1 : รูปแบบอาคารสอนเต้นและโยคะ	6
ภาพที่ 1.2 : รูปแบบอาคารร้านกาแฟ	6
ภาพที่ 1.3 : รูปแบบอาคารที่สอนงานฝีมือต่างๆ	7
ภาพที่ 1.4 : รูปแบบอาคารฟิตเนส	7
ภาพที่ 1.5 : ส่วนต่างๆ ภายในโครงการ	8
ภาพที่ 1.6 : ภาพมองจากด้านหน้าโครงการ	8
ภาพที่ 1.7 : ภาพที่มองจากด้านหลังโครงการ	9
ภาพที่ 2.1 : ผังองค์กร	21
ภาพที่ 5.1 : การจัดโครงสร้างองค์กร และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ	36

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ประเภทของแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ “ POS : Power of Senior ”

1.2 ประเภทของบริการ

สถานที่บริการสำหรับผู้สูงอายุเพื่อการสันทนาการที่หลากหลายและเป็นสถานที่บริการด้านการให้คำปรึกษาและรับออกแบบตกแต่งภายในเกี่ยวกับผู้สูงอายุ รวมถึงสามารถสร้างสรรค์รายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ

ประเภทของการสันทนาการ

- Fitness /เต้น /โยคะ
- ดนตรี
- การอบรม-สัมมนา

รายได้ที่สามารถสร้างได้

- การที่มาเป็นวิทยากรบรรยายความรู้ต่างๆ
- อาหารหรือเฟอร์นิเจอร์ที่ได้เรียนจากคอร์สเรียน
- การที่มาเป็นคนสอนในกิจกรรมต่างๆ

1.3 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

เป็นบริการใหม่จากธุรกิจเดิมคือธุรกิจรับออกแบบตกแต่งภายใน โดยธุรกิจใหม่ที่จะทำเล็งเห็นว่าปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ในปี 2561 ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุสูงถึง 1 ใน 5 ของประชากรทั้งหมดและมากกว่าประชากรเด็ก (ปี 2561 ไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แซงหน้าประชากรเด็ก, 2561) ทำให้เกิดแนวคิดที่จะทำแผนธุรกิจที่ให้บริการในด้านต่างๆ สำหรับผู้สูงอายุขึ้น

สังคมผู้สูงอายุเทรนด์ที่ทั่วโลกกำลังตื่นตัว จากจำนวนประชากรในแต่ละประเทศ โดยเฉพาะญี่ปุ่น ยุโรป และอเมริกา ที่เข้าสู่ยุคแห่งผู้สูงวัยมากขึ้นหากมองในเชิงธุรกิจถือเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการต้องตั้งรับพร้อมปรับตัว เพื่อช่วงชิงโอกาสโกยเงินในกระเป๋าของลูกค้ากลุ่มนี้หรือลูกหลานที่ “เลือกมากขึ้น” สำหรับการคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุด แก่บุพการีโดยในปี 2557 ที่ผ่านมามีประเทศไทยมีผู้สูงอายุ 10,014,699 คน หรือประมาณร้อยละ 15 และจะมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นประมาณ

600,000 คนต่อปีทำให้คาดว่าปี 2564 ไทยจะมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศและคาดว่าอีก 20 ปี ประชากรผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30

โดยจากโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงนี้เอง จึงเป็นอีกหนึ่งโอกาสทางธุรกิจที่จะฉกฉวยได้จากการขยายตัวของตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งการรู้และเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มนี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการ SME กำหนดกลยุทธ์ธุรกิจได้อย่างมีขึ้นเชิง

1. มีกำลังซื้อสูง เนื่องจากปัจจุบันผู้สูงอายุไม่ต้องดูแลใคร จึงทำให้มีเงินจับจ่ายใช้สอยในสิ่งที่ต้องการได้มากขึ้น ข้อนี้นับเป็นกุญแจดอกสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการ SME สามารถเจาะตลาดได้สำเร็จ

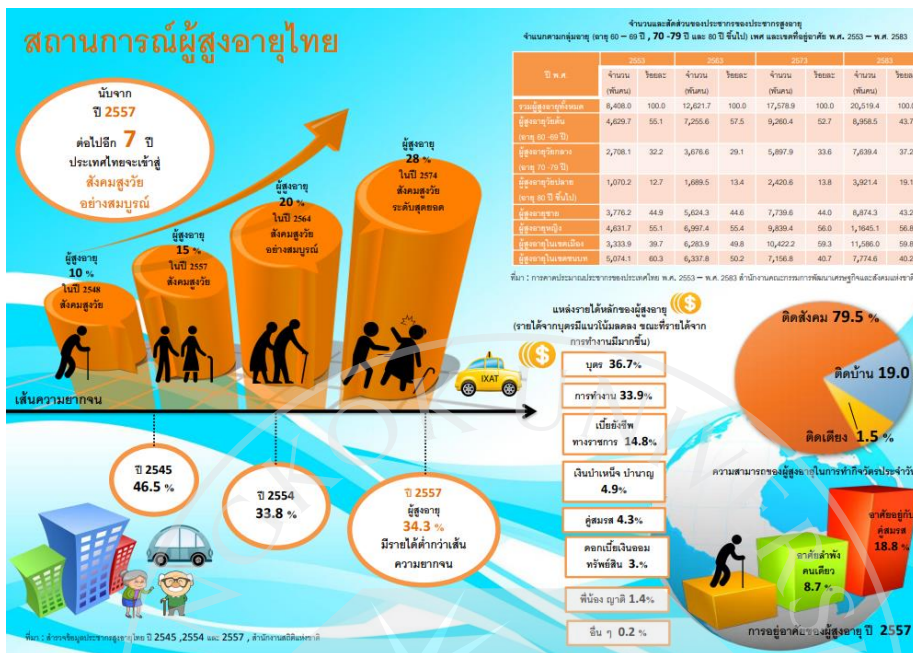
2. ไม่ยึดติดกับแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง เพราะเทคโนโลยีทำให้สามารถติดต่อกันได้มากขึ้นและสะดวกขึ้น จึงเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันง่ายขึ้น กลุ่มผู้สูงอายุจึงมีความต้องการแบรนด์ใหม่ๆ แต่ต้องเป็นแบรนด์ที่ดูน่าเชื่อถือ จะช่วยให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

3. ชอบความรวดเร็วและเน้นความสะดวกสบายกลุ่มผู้สูงอายุยุคใหม่ หัวใจวัยรุ่น จึงชอบความสะดวกรวดเร็วและการบริการที่ดี ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะดึงดูดให้กลุ่มผู้สูงอายุ เลือกซื้อได้มากกว่าสินค้าที่ใช้งานยากหรือบริการที่ต้องใช้เวลานาน

4. ใส่ใจดูแลสุขภาพ กลุ่มผู้สูงอายุยุคใหม่มีทั้งความรู้และกำลังทรัพย์ จึงให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น สินค้าสุขภาพที่มีโอกาสเปิดตลาด ได้แก่ อาหารแปรรูป โดยเฉพาะอาหารเพื่อสุขภาพ เฟอร์นิเจอร์ที่รองรับสรีระและมีความปลอดภัยในการใช้งาน สินค้าไลฟ์สไตล์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิกที่ผลิตจากธรรมชาติหรือสมุนไพร เนื่องจากมีความปลอดภัยกว่าการใช้สารเคมี เครื่องมือที่ใช้ทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการสร้างและตกแต่งบ้านที่มีความปลอดภัยในการใช้ชีวิตภายในบ้าน

(Monchai, 2558) ตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีอำนาจในการซื้อค่อนข้างสูง ด้วยเหตุนี้การเจาะตลาดกลุ่มดังกล่าว ผู้ผลิตจะต้องมีการนำเสนอสินค้าที่มุ่งเน้นเรื่องคุณภาพ และความปลอดภัยเป็นสำคัญ รวมไปถึงการพัฒนานวัตกรรมให้สามารถอำนวยความสะดวก หรือสร้างความแปลก แตกต่างมากกว่าสินค้าที่มีวางจำหน่ายตามท้องตลาดทั่วไป ภายใต้ระดับราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่า ซึ่งเชื่อว่าจะได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคดังกล่าวอย่างมาก และจากการศึกษา ทำให้เราเลือกผู้สูงอายุที่มีรายได้ระดับปานกลางเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งการบริการของเรานั้นเป็นบริการที่ต้องการจะลบภาพลักษณ์เดิมๆของบ้านพักคนชราทิ้งไป และคู่แข่งนั้นถือว่าน้อยหรือแทบจะไม่มีเลย

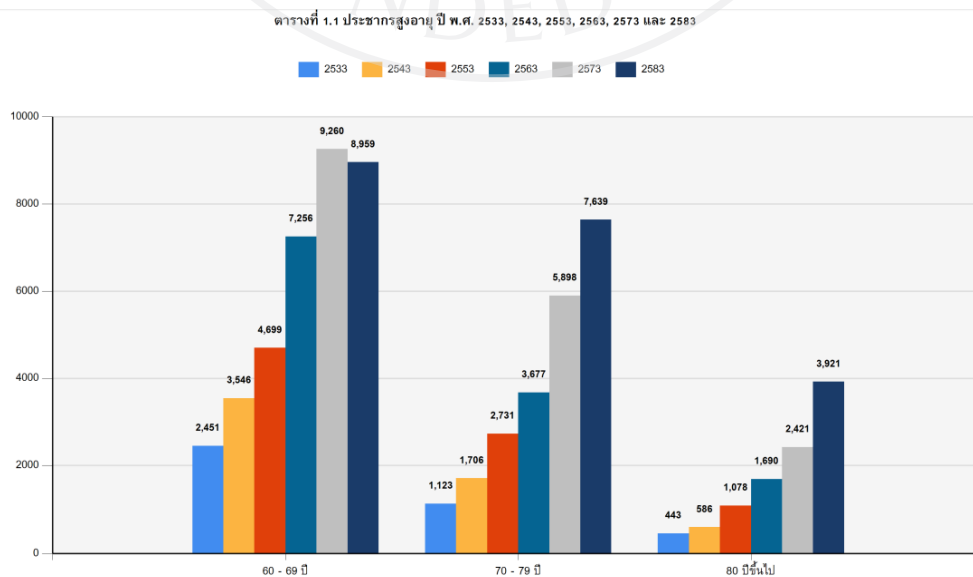
ภาพที่ 1.1 : สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย



1.4 สภาพของตลาด และโอกาส

จากข้อมูลของกรมกิจการผู้สูงอายุ ปัจจุบันประเทศไทยนั้นได้เริ่มเข้าสู่สังคมวัยผู้สูงอายุ ซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 20 ของประเทศ

ภาพที่ 1.2 : สถิติจำนวนประชากรผู้สูงอายุ



1.5 ความแข็งแกร่งของธุรกิจ

“สูตรสำเร็จของเราที่แตกต่างจากโรงพยาบาลหรือบ้านพักคนชราที่ให้บริการผู้สูงอายุ คือ สถานที่ของเรามีความแปลกใหม่และเป็นสถานที่ๆเฉพาะกลุ่มซึ่งจะไม่ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกเขินหรือไม่กล้าที่จะเข้ามาใช้บริการของเราและสามารถเข้ามาใช้บริการด้วยความสะดวกใจ และด้วยจากตัวผมเองเรียนจบด้านการออกแบบตกแต่งภายในมาจึงจะนำส่วนนี้มาใช้เพื่อให้เป็นจุดเด่นของแผนธุรกิจนี้ เช่นการออกแบบสถานที่บริการให้ดูทันสมัย และดูไม่น่ากลัวที่จะต้องเข้ามาใช้บริการนี้ และการที่รับให้คำปรึกษาและรับออกแบบตกแต่งภายในสำหรับผู้สูงอายุควบคู่ไปด้วย”

1.6 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและการที่จะให้ผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง และสุดท้ายคือการที่จะทำให้ผู้สูงอายุที่เกษียณแล้วอยากทำงานต่อหรือหารายได้เพิ่มได้จากโครงการของเรา

1.7 พันธกิจ

1.7.1 ให้บริการที่สร้างคุณภาพให้กับผู้สูงอายุ โดยเน้นคุณภาพ ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ให้เกิดความพึงพอใจกับผู้สูงอายุ

1.7.2 ให้การบริการใหม่ๆสำหรับผู้สูงอายุ

1.7.3 ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้สูงอายุและสังคม

1.7.4 สร้างความมั่นคงให้กับผลตอบแทนของธุรกิจ ได้แก่รายได้ ผลกำไร ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของการบริการ โดยเน้นพัฒนาบริการและบุคลากร

1.8 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1.8.1 สร้างรายได้และกำไรเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ถือหุ้น

1.8.2 เพื่อต้องการเป็นสถานที่ต้นแบบที่เกี่ยวกับการให้บริการผู้สูงอายุและต้องการที่จะขยายโครงการไปยังจังหวัดต่างๆ เพื่อสร้างจิตสำนึกให้คนในสังคมตระหนักถึงผู้สูงอายุในฐานะบุคคลที่มีประโยชน์ต่อสังคม

1.8.3 เพื่อสร้างจิตสำนึกให้คนในสังคมตระหนักถึงผู้สูงอายุในฐานะบุคคลที่มีประโยชน์ต่อสังคม

1.9 เป้าหมาย

- 1.9.1 เพื่อขยายการบริการแก่ผู้สูงอายุในรูปแบบใหม่
- 1.9.2 เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่ามีศักดิ์ศรีและพึ่งตนเองได้
- 1.9.3 เพื่อต้องการเป็นที่หนึ่งในการบริการสำหรับผู้สูงอายุและเป็นต้นแบบให้กับผู้ที่จะเริ่มธุรกิจประเภทนี้

1.10 ที่ตั้งของสถานประกอบการ

ภาพที่ 1.3 : แผนที่ตั้งของธุรกิจ



ตั้งอยู่บนถนนแจ้งวัฒนะ 48/1 ในซอยแจ้งวัฒนะ 48/1 เข้าซอย 40 เมตร จุดเด่นของที่ตั้ง เหตุผลที่เลือกที่ตั้งจุดนี้เพราะ พื้นที่โดยรอบเป็นพื้นที่หมู่บ้านซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมาย อยู่ติดถนนใหญ่และมีระยะห่างจาก รพ.ศิริราช เพียง 4 กิโลเมตรใช้เวลาเดินทางโดยรถยนต์ประมาณ 8 นาที ทำให้เดินทางสะดวก ส่วนระยะห่างจาก สถานีรถไฟฟ้าแจ้งวัฒนะมีระยะห่างเพียง 2.9 กิโลเมตร ซึ่งเป็นระยะทางที่ไม่ไกลมาก และค่าเช่าที่เพียง 60,000 บาทต่อเดือน

1.11 ลักษณะอาคารต่างๆ ในโครงการ

ภาพที่ 1.4 : รูปแบบอาคารสอนเต้นและโยคะ



ภาพที่ 1.5 : รูปแบบอาคารร้านกาแฟ



ภาพที่ 1.6 : รูปแบบอาคารที่สอนงานฝีมือต่างๆ

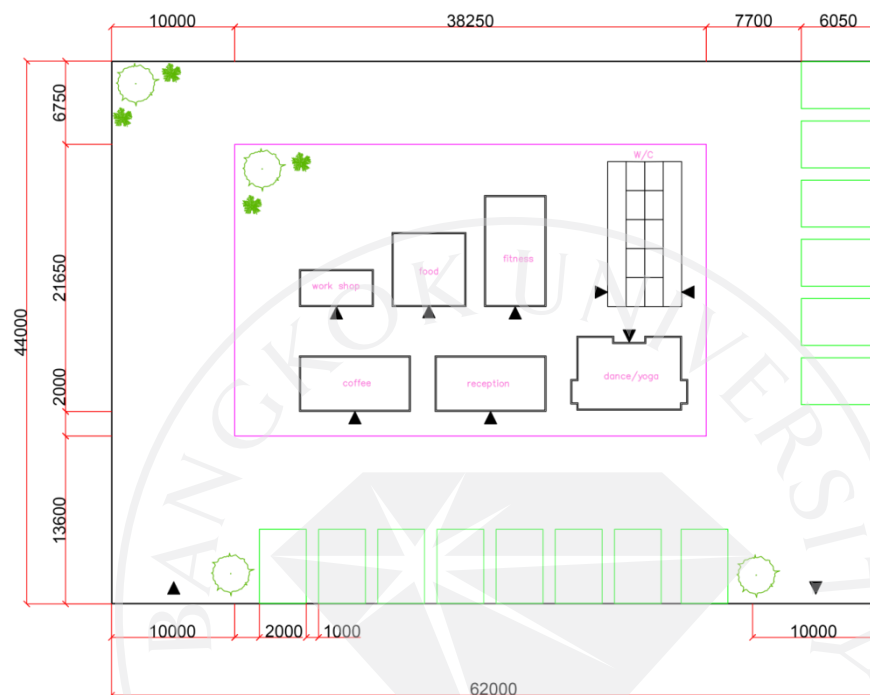


ภาพที่ 1.7 : รูปแบบอาคารฟิตเนส



1.12 ผังโครงการ

ภาพที่ 1.8 : ส่วนต่างๆ ภายในโครงการ



ภาพที่ 1.9 : ภาพมองจากด้านหน้าโครงการ



ภาพที่ 1.10 : ภาพที่มองจากด้านหลังโครงการ



บทที่ 2

วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

2.1 ประเภทของข้อมูล

แผนธุรกิจฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้ข้อมูลประเภทต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม

2.2 วิธีการเก็บข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้

วิธีการเก็บข้อมูลขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูลข้างต้น ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.2.1 การเก็บข้อมูลที่รวบรวมเอง วิธีการดำเนินการและเครื่องมือที่ใช้ได้แก่

ตารางที่ 2.1 : วิธีการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูล	เครื่องมือที่ใช้
1. การสำรวจความคิดเห็น	แบบสอบถาม

2.2.2 การเก็บข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแผนธุรกิจ การรวบรวมข้อมูลประเภทนี้จะใช้วิธีวิเคราะห์และทำความเข้าใจประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและนำมาประยุกต์ใช้ในการเขียนแผนธุรกิจ

ข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ใช้ในการจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม ได้แก่

1. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของผู้บริโภค เพื่อนำไปใช้ในการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อนำไปใช้ในการจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการบริการ ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

โดยข้อมูลที่ได้จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ ข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 2.2 ดังนี้

ตารางที่ 2.2 : ประเภทของข้อมูล

ประเภทของข้อมูล	แหล่งอ้างอิง	วัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูล
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ	เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เกิด การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดย มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ผู้สูงอายุ	สมศักดิ์ ศรีสันติสุข	เพื่อศึกษาปัญหาและความ ต้องการของผู้สูงอายุ

2.3 ผู้ที่ให้ข้อมูล

ในการสำรวจความคิดเห็น ผู้ให้ข้อมูล คือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้บริการ ของธุรกิจ หรือได้รับรู้ บริการ จากการรับข้อมูลข่าวสารประเภทและช่องทางต่างๆ ได้แก่ การโฆษณาจากสื่อ โทรทัศน์ นิตยสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ รวมทั้ง สื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ จากครอบครัวที่มี ผู้สูงอายุกลุ่มนี้จะมีจำนวน 200 คน

ในการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องมี ดังนี้

- กลุ่มที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ โดยตรง และคาดว่าจะมีความต้องการสินค้า/บริการ ที่กำลังจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ดังนั้นกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องมากที่สุด จำนวนผู้ให้ข้อมูลมีจำนวน 10 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ สะดวก

2.4 ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) ได้ให้ความหมายว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล เมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ลักษณะของผู้บริโภคผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Needs) การที่บุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ซึ่งบางคนถ้าไม่มีความต้องการก็ถือว่าไม่ใช่ผู้บริโภค ดังนั้น ถ้าจะวัดค่าว่าใครเป็นผู้บริโภคต้องวัดที่ความต้องการ และความต้องการมีใช้รูปธรรม แต่เป็นนามธรรม
2. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Behavior) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่เขาจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย
3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและอำนาจซื้อแล้วก็จะเกิดพฤติกรรมซื้อ เช่น ซื้อที่ไหน เมื่อใด ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ ซื้ออย่างน้อยแค่ไหน
4. พฤติกรรมการใช้(Using Behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้อย่างไรการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อการใช้ของผู้บริโภคซึ่งเป็นคำตอบที่จะช่วยให้การตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมคำถามที่ใช้เพื่อการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6WS และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who ?, What ?, Why ?, Who ?, When ?, When ?, Where ?, และ How ? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7OS ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations โดยมีตาราง 1 แสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550: 35)

ตารางที่ 2.3 : คำถาม (6WS และ 1H)

คำถาม (6WS และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7OS)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัด จำหน่าย และการส่งเสริม
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และ ความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์หลัก (2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม (3) ผลิตภัณฑ์ควบ (4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.3 (ต่อ) : คำถาม (6WS และ 1H)

คำถาม (6WS และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7OS)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของเขา ทั้งทางด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ (1) ปัจจัยภายใน (2) ปัจจัยภายนอก (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) (2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย กลยุทธ์การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย (3) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) (4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) ศึกษาเหตุจูงใจในการซื้อ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ กำหนดแนวความคิด และจุดขายในการโฆษณา
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การโฆษณา และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดยใช้กลุ่มอิทธิพล และกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางสร้างสรรค์ และเลือกใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะกับกลุ่มผู้รับข่าวสาร

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.3 (ต่อ) : คำถาม (6WS และ 1H)

คำถาม (6WS และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7OS)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงฤดูกาลของปี ฤดูกาลท่องเที่ยว เทศกาลโอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ส่งเสริมการตลาดนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การส่งเสริมการขาย ความร่วมมือระหว่างธุรกิจ (Partnership)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือสถานที่จำหน่าย (Outlets) เช่น สำนักงาน ตัวแทนจำหน่าย	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) โดยผ่านสถาบันการค้าส่ง สถาบันการค้าปลีกและช่องทางพิเศษอื่นๆ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง และราคาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

จากตารางที่ 2.3 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทำให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ที่ใช้สินค้าซึ่งตลาดเป้าหมายประกอบด้วย ผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูง

ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อ (Objects) และสามารถทราบถึงความต้องการที่แท้จริงที่ผู้บริโภคทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการใช้ (Objectives) และเหตุผลที่แท้จริงในการตัดสินใจซื้อ โดยที่นักการตลาดสามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนจุดกลุ่มเป้าหมาย

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ (Organizations)

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงโอกาสในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Occasions) จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดการกับการผลิตให้เพียงพอและเตรียมแผนการส่งเสริมการตลาดในช่วงเวลาที่เหมาะสม

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงสถานที่จัดจำหน่ายหรือแหล่งที่ผู้บริโภคนิยมหรือสะดวกในการซื้อ (Outlets)

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ซึ่งจะช่วยให้อุรกิจมีข้อมูลในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้สูงอายุ

(สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, 2550) มองว่ามีนักวิชาการได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้สูงอายุไว้ดังนี้ ภาวะผู้สูงอายุ (aging) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมทั่วไปเมื่อสมาชิกของสังคมที่มีอายุมากขึ้น บุคคลผู้อยู่ในสภาวะสูงอายุก็คือผู้สูงอายุโดยทั่วไปหมายถึงบุคคลที่มีชีวิตอยู่ในช่วงวัยสุดท้ายของชีวิต ซึ่งเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายจิตใจและหน้าที่การงานทางสังคมและใช้เกณฑ์อายุ 60 ปีเป็นเกณฑ์สากลองค์การสหประชาชาติ (สมศักดิ์ศรีสันติสุข, 2550, หน้า 2) ซึ่งได้จัดประชุมสมัชชาโลกเกี่ยวกับผู้สูงอายุเมื่อปี พ.ศ. 2525 ณ กรุงเวียนนาประเทศออสเตรียได้ให้ความหมายของคำว่า “ผู้สูงอายุ” คือบุคคลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปพล.ต.อ.อรรถสิทธิ์สิทธิสุนทรกล่าวว่าผู้สูงอายุต้องมีลักษณะ (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, 2550, หน้า 3) เป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปมีความเสื่อมถอยตามสภาพมีกำลังลดลงซึ่งเข้าเป็นผู้สมควรให้การอุปการะเป็นผู้ที่มีโรคควรรได้รับความช่วยเหลือความต้องการของผู้สูงอายุแบ่งได้เป็น 3 ส่วนใหญ่ดังนี้

1. ความต้องการด้านร่างกายของผู้สูงอายุ

- 1.1 ต้องการมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์
- 1.2 ต้องการมีช่วยเหลือดูแลอย่างใกล้ชิด
- 1.3 ต้องการที่อยู่อาศัยอากาศดีสิ่งแวดล้อมดี
- 1.4 ต้องการอาหารการกินที่ถูกต้องลักษณะตามวัย

- 1.5 ต้องการมีผู้ดูแลเมื่อยามเจ็บไข้ได้ป่วย
- 1.6 ต้องการได้รับการตรวจสุขภาพรักษาพยาบาลที่สะดวกรวดเร็ว
- 1.7 ต้องการได้รับบริการรักษาพยาบาลแบบให้เปล่าจากรัฐ
- 1.8 ต้องการได้พักผ่อนนอนหลับอย่างเพียงพอ
- 1.9 ต้องการบำรุงรักษาร่างกายและออกกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ
- 1.10 ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ

2. ความต้องการทางด้านจิตใจของผู้สูงอายุ

การเปลี่ยนทางด้านร่างกายและสังคมทำให้จิตใจของผู้สูงอายุเปลี่ยนไปด้วยผู้สูงอายุจะปรับจิตใจและอารมณ์ไปตามการเปลี่ยนแปลงของร่างกายและสิ่งแวดล้อมจะเห็นว่าผู้สูงอายุจะปรับปรุงและพัฒนาจิตใจตัวเองไปในทางที่ดีงามมากขึ้นและสามารถควบคุมจิตใจได้ดีกว่าหนุ่มสาวคนสูงอายุจะมีความสุขเยือกเย็นมากขึ้นแต่การแสดงออกขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบุคคลการศึกษาประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมของคนคนนั้นลักษณะการเปลี่ยนแปลงของจิตใจที่พบได้แก่

2.1 การรับรู้ผู้สูงอายุจะยึดติดกับความคิดและเหตุผลของตัวเองการรับรู้สิ่งใหม่ๆ จึงเป็นไปได้ยากความจำก็เสื่อมลง

2.2 การแสดงออกทางอารมณ์จะเกี่ยวกับการตอบสนองของจิตใจต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมผู้สูงอายุจะรู้สึกต่อตนเองในแง่ต่างๆ เช่นเกิดความท้อแท้เหนื่อยใจรู้สึกว่าสังคมไม่ให้ความสำคัญกับตนเองมีอารมณ์ไม่มั่นคงหงุดหงิดหรือโกรธง่ายผู้สูงอายุต้องการยอมรับและเคารพยกย่องนับถือการแสดงออกถึงความมีคุณค่าของผู้สูงอายุโดยสมาชิกในครอบครัว

2.3 ความสนใจสิ่งแวดล้อมผู้สูงอายุจะสนใจสิ่งแวดล้อมเฉพาะที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและตรงกับความสนใจของตนเองเท่านั้น

2.4 การสร้างวิถีชีวิตของตนเองการมีอายุมากขึ้นทำให้เกิดการยอมรับกับสภาพดังกล่าวบางคนมุ่งสร้างความสุขยามให้แก่ตนเองมากขึ้น

2.5 ความผิดปกติในจิตใจและในวัยผู้สูงอายุแบ่งแยกทางจิตเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ

2.5.1 กลุ่มอาการทางจิตเนื่องจากสมองเสื่อมได้แก่สมองเสื่อมมีอาการเพ้อคลั่งกลุ่มอาการหลังล้มกลุ่มอาการทางอารมณ์

2.5.2 กลุ่มอาการผิดปกติทางด้านจิตใจและอารมณ์

3. ความต้องการทางด้านสังคม-เศรษฐกิจของผู้สูงอายุได้แก่

- 3.1 ต้องการได้รับความสนใจจากผู้อื่น
- 3.2 ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวสังคมและหมู่คณะ
- 3.3 ต้องการช่วยเหลือสังคมและมีบทบาทในสังคมตามความถนัด

3.4 ต้องการการสนับสนุนช่วยเหลือจากครอบครัวและสังคมทั้งทางด้านความเป็นอยู่รายได้บริการจากรัฐ

3.5 ต้องการมีชีวิตร่วมในชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆของชุมชนและสังคม

3.6 ต้องการพึ่งพาคนอื่นให้น้อยลงไม่ต้องการความเมตตาสงสาร

3.7 ต้องการประกันรายได้และประกันความชราภาพปัญหาความต้องการและความคาดหวังของผู้สูงอายุต่อบริการสวัสดิการสังคมต่าง ๆ นั้นพบว่าผู้สูงอายุมีปัญหาด้านสุขภาพมากที่สุด ดังนั้นความต้องการของผู้สูงอายุคือการได้รับการรักษาฟรีไปตลอดชีวิตและการรักษาที่ดีจากภาครัฐ ปัญหารองลงมาได้แก่ด้านเศรษฐกิจผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยากจนจึงต้องการและความคาดหวังให้รัฐเป็นผู้จ่ายค่าเลี้ยงดูตลอดชีวิตหรือเรียกว่าเบี้ยยังชีพ

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

(สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, บริบูรณ์ พรพิบูลย์, พิรสิทธิ์ คำนวนศิลป์, ศรีทับทิม รัตนโกศลพานิชพันธ์, 2550) ความหมายของผู้สูงอายุคำว่า “ผู้สูงอายุ” เป็นคำที่ใช้เป็นสากลสำหรับผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปซึ่งคำนี้ถูกบัญญัติแทนคำว่า “คนแก่” หรือ “คนชรา” โดยพล.ต.ต. อรรถสิทธิ์ สิทธิสุนทรเมื่อ พ.ศ. 2521 กล่าวว่าผู้สูงอายุควรมีลักษณะ 4 ประการคือ

1. เป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
2. เป็นผู้ที่มีความเสื่อมถอยตามสภาพมีกำลังถดถอยเชิงซ้ำ
3. เป็นผู้ที่เหมาะสมควรให้ความอุปการะ
4. เป็นผู้ที่มีโรคสมควรได้รับความช่วยเหลือ (บริบูรณ์ พรพิบูลย์. 2550 ,

หน้า 23-24)

วัยสูงอายุคือวัยที่คนมีอายุนานจนสังขารเริ่มเสื่อมถอยลงความชราเป็นผลของการสูญเสียอย่างช้าๆ และไปเรื่อยๆ ของความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมของร่างกายรวมทั้งเนื้อเยื่อต่างๆ เกณฑ์ที่กำหนดว่าใครคือคนชราคืออายุซึ่งวัดโดยจำนวนปีที่ได้มีชีวิตอยู่มากการจำแนกขึ้นอยู่กับแต่ละสังคม และเวลาที่อ้างอิงถึงในสังคมที่มีลักษณะสังคมสมัยใหม่ (Modernized) มากก็จะกำหนดอายุที่จะจำแนกกว่าเป็นคนชราไว้สูงส่วนสังคมล้าหลังหรือดั้งเดิมก็จะกำหนดอายุจำแนกกว่าคนชราไว้ต่ำเช่นประเทศไทยคนชราคือคนที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในประเทศสหรัฐอเมริกาคือผู้ที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป (พิรสิทธิ์ คำนวนศิลป์ และคณะ, 2550, หน้า 4-8) องค์การสหประชาชาติโดยมติที่ประชุมสมัชชาโลกว่าด้วยผู้สูงอายุที่นครเจนีวาเมื่อ พ.ศ. 2525 ให้ความหมายผู้สูงอายุว่าเป็นผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปโดยนับอายุตามปฏิทินองค์การอนามัยโลกให้ความหมายผู้สูงอายุไว้กว้างๆสรุปได้ว่าผู้สูงอายุหมายถึงผู้ที่มีอายุ 60 ปีหรือมากกว่าเมื่อนับตามวัยหรือหมายถึงผู้ที่เกษียณอายุจากการทำงานเมื่อนับตามสภาพเศรษฐกิจหรือหมายถึงผู้ที่สังคมยอมรับว่าสูงอายุกำหนดจากสังคมวัฒนธรรม

สำหรับประเทศไทยนับอายุ 60 ปีเป็นอายุที่เกษียณอายุจากราชการถูกมองว่าเป็นอายุที่เริ่มเข้าสู่วัยสูงอายุจะเห็นได้ว่ามีผู้ที่ให้นิยามว่าอายุ 60 ปี $0 < TD < 00A$ คือผู้สูงอายุในการศึกษาคั้งนี้ผู้ศึกษากำหนดให้ผู้สูงอายุคือคนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปไม่จำกัดเพศโดยนับอายุเป็นปีเต็ม

1. การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุได้มีผู้จัดกลุ่มผู้สูงอายุไว้หลายลักษณะเช่นจัดตามลักษณะที่แตกต่างกันตามปฏิทินอายุถึง 3 กลุ่ม (ศรีทับทิม รัตนโกศลพานิชพันธ์, 2550, หน้า 27) คือ

- กลุ่มผู้สูงอายุวัยต้น (The Young Elderly) มีอายุต่ำกว่า 74 ปี
- กลุ่มผู้สูงอายุวัยกลาง (The Middle Age Elderly) มีอายุ 75-84 ปี
- กลุ่มผู้สูงอายุวัยท้าย (The Old Elderly) มีอายุตั้งแต่ 85 ปีขึ้นไปประเทศ

สหรัฐอเมริกาแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุตาม National Institute of Aging เป็น 2 กลุ่มคือ

- กลุ่ม Young Old มีอายุ 60-74 ปี
- กลุ่ม Old - Old มีอายุ 75 ปีขึ้นไป

ผู้สูงอายุที่เกษียณอายุแล้วยังมีส่วนร่วมในทางสังคมสูงจะมีความพึงพอใจในชีวิตสูงถึงร้อยละ 49 ดังนั้นผู้สูงอายุที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมสูงมีแนวโน้มจะมีความพึงพอใจในชีวิตสูงกว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม

ผู้สูงอายุจะมีชีวิตเป็นสุขได้นั้นการมีบทบาทหรือมีการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม

ผู้สูงอายุจะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนามากที่สุดรองลงมาเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองนอกนั้นเป็นงานสนุกรสนานรื่นเริงกิจกรรมอาสาสมัครกิจกรรมทางสังคม (นิตยาชูโต, 2550 : 13)

2.4.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

1. ทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychoanalytic Theory) ประกอบด้วย 2 ทฤษฎีดังนี้

1.1 ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) กล่าวว่าผู้สูงอายุจะมีความสุขหรือความทุกข์ขึ้นอยู่กับภูมิหลังและการพัฒนาจิตของผู้นั้นถ้าผู้สูงอายุเติบโตด้วยความมั่นคงอบอุ่นมีความรักแบบถ้อยที่ถ้อยอาศัยเห็นความสำคัญของคนอื่นทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดีมักจะเป็นผู้สูงอายุค่อนข้างจะมีความสุขสามารถอยู่ร่วมกับลูกหลานและผู้อื่นได้โดยไม่เดือดร้อนในทางกลับกันถ้าผู้สูงอายุเกิดมาอยู่ร่วมกับใครไม่เป็นไม่ยอมช่วยเหลือผู้อื่นจิตใจคับแคบผู้สูงอายุมักจะเป็นผู้ไม่ค่อยมีความสุข

1.2 ทฤษฎีความปราดเปรื่อง (Intelligence Theory) เชื่อว่าผู้สูงอายุที่ยังปราดเปรื่องและคงความเป็นปราชญ์อยู่ได้เพราะเป็นผู้ที่มีความสนใจในเรื่องต่างๆอยู่เสมอมีการค้นคว้าและพยายามที่จะเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาผู้ที่มีลักษณะเช่นนี้ต้องเป็นผู้มีสุขภาพดีมีฐานะเศรษฐกิจดีพอเป็นเครื่องเกื้อหนุน

2. ทฤษฎีสังคมวิทยาประกอบด้วย 5 ทฤษฎีดังนี้

2.1 ทฤษฎีบทบาท (Role Theory) มีแนวคิดว่าการปรับตัวการเป็นผู้สูงอายุจะเกี่ยวกับทฤษฎีบทบาทคือบุคคลนั้นจะรับบทบาททางสังคมที่ต่างกันไปตามตลอดชั่วชีวิตเช่น บทบาทการเป็นพ่อแม่สามีภรรยาความเป็นคนถูกกำหนดโดยบทบาทหน้าที่ที่ตนกำลังรับผิดชอบ บุคคลจะอยู่ในสังคมอย่างมีความสุขได้ขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติตนตามบทบาทหน้าที่ที่ตนกำลังเป็นอยู่ได้เหมาะสมเพียงใดโดยอายุจะเป็นองค์ประกอบในการกำหนดบทบาทของแต่ละคนในช่วงชีวิตที่ผ่านมา

2.2 ทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory) ผู้สูงอายุที่มีกิจกรรมอยู่เสมอจะมีบุคลิกภาพที่กระฉับกระเฉงมีการกิจอย่างสม่ำเสมอทำให้มีความพึงพอใจในชีวิตปรับตัวได้ดีกว่า ผู้สูงอายุที่ปราศจากกิจกรรมมีสภาพพจน์ในด้านบวกชอบเข้าร่วมกิจกรรมของผู้สูงอายุเป็นการทดแทนบทบาทที่เสียไปจากการที่ต้องเป็นหม้ายการเกษียณอายุจากการปฏิบัติงานซึ่งผู้สูงอายุจะมีความสุขได้ควรมีบทบาทหรือกิจกรรมทางสังคมตามสมควรเช่นมีงานอดิเรกการเป็นสมาชิกกลุ่มกิจกรรมสมาคม ชมรม

2.3 ทฤษฎีการแยกตนเอง (Disengagement Theory) เชื่อว่าการที่ผู้สูงอายุไม่เกี่ยวข้องกับบทบาททางสังคมเป็นเพราะการถอนสภาพบทบาทของตนเองตามปกติ ผู้สูงอายุจะลดกิจกรรมลงในขณะที่ปรับตัวเองให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงตามปกติของกระบวนการผู้สูงอายุ

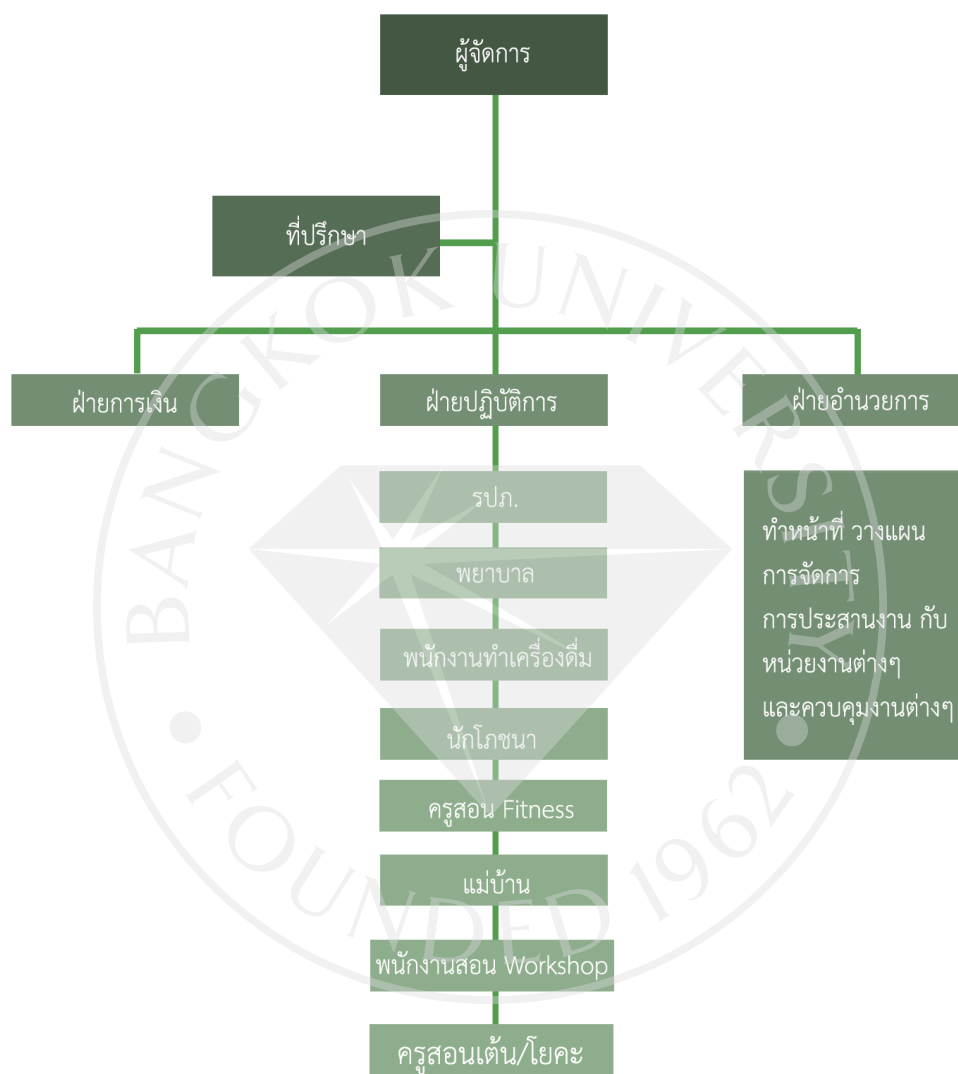
2.4 ทฤษฎีความต่อเนื่อง (Continuity Theory) ผู้สูงอายุจะแสวงหาบทบาททางสังคมให้มาทดแทนทางสังคมเก่าที่สูญเสียไปยังคงปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่อย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ

2.5 ทฤษฎีระดับชั้นอายุ (Age Stratification Theory) อายุเป็นหลักเกณฑ์สากลที่จะกำหนดบทบาทสิทธิหน้าที่ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามชั้นอายุจากอายุหนึ่งไปสู่อีกอายุหนึ่ง

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสุขภาพมีลักษณะที่เสื่อมถอยตามสภาพและต้องการความช่วยเหลือการยอมรับจากบุคคลในครอบครัวสังคมและชุมชนดังนั้นสังคมควรให้ความช่วยเหลืออุปการะเพื่อให้ผู้สูงอายุมีชีวิตมีคุณภาพชีวิตที่ดีผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดนี้มากำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีเพื่อจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในอนาคตได้

2.5 ฝั่งองค์กร

ภาพที่ 2.1 : ฝั่งองค์กร



บทที่ 3
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (ภายนอก และภายในธุรกิจ) “The Mind of Strategy”
(หัวใจของการจัดการกลยุทธ์, 2553)

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

- สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน และสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป
- สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบโดยตรง ต่อการดำเนินงานของกิจการ ประกอบไปด้วย ผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร เช่น รัฐบาล ชุมชน คู่แข่งขัน ลูกค้า ผู้จำหน่าย วัตถุดิบ เจ้าหนี้ แรงงาน กลุ่มผลประโยชน์
- สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป เป็นปัจจัยที่ไม่กระทบต่อการดำเนินงานระยะสั้นขององค์กร แต่มีผลต่อการตัดสินใจในระยะยาว ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี ภูมิศาสตร์ และ ปัจจัยระหว่างประเทศ

ตารางที่ 3.1 : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอก	ผลต่อการดำเนินธุรกิจ (โอกาส)	ผลต่อการดำเนินธุรกิจ (อุปสรรค)
1. ภูมิศาสตร์ประชากร จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น	โอกาสที่จะทำให้ผู้สูงอายุมาใช้ บริการของโครงการเรามากขึ้น	=
2. นโยบายของรัฐบาล ในการการ รณรงค์ให้มีการออมเพื่อชาติใน กลุ่มอายุ 25-40 ปี	ทำให้วัยในกลุ่มอายุ 25- 40 มี เงินออมและเมื่อกลุ่มคนเหล่านี้ มีอายุมากขึ้นก็จะมีสามารถใน การใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น	=
3. คู่แข่งและสภาพการแข่งขัน ปัจจุบัน มีโครงการบ้านพักส่วนตัว สำหรับผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น	=	คู่แข่งมีแนวโน้มสูงขึ้น

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็งจุดอ่อน)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร เป็นวิธีการตรวจสอบและประเมินความสามารถของ องค์กร เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดอนาคตขององค์กร ตลอดจนส่งเสริมความเข้มแข็งและลด ความอ่อนแอของธุรกิจ

ตารางที่ 3.2 : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

สภาพแวดล้อมภายใน	ผลต่อการดำเนินธุรกิจ (จุดแข็ง)	ผลต่อการดำเนินธุรกิจ (จุดอ่อน)
1. ความโดดเด่นของบริการ	ในโครงการของเรานั้นมีความโดดเด่นของโครงการคือ การที่เรามีกิจกรรมต่างๆให้ผู้ใช้บริการได้รับการบริการ โดยความพิเศษคือโครงการของเราจะให้บริการเฉพาะกลุ่มเท่านั้น(ผู้สูงอายุวัย50ปีขึ้นไป)และโครงการเราถือว่าเป็นความแปลกใหม่เพราะยังไม่มีใครทำ	-
2. ประสบการณ์ของเจ้าของธุรกิจ	เจ้าของมีความรู้ด้านการออกแบบ ตกแต่งภายในมา ทำให้ทราบถึงหลักการออกแบบต่างๆภายในโครงการที่เกี่ยวกับกิจกรรมของผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี และได้ นายแพทย์ จรุง จันทร์ดำรงกุล มาเป็นที่ปรึกษาทำให้ดูน่าเชื่อถือมากขึ้น	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

สภาพแวดล้อมภายใน	ผลต่อการดำเนินธุรกิจ (จุดแข็ง)	ผลต่อการดำเนินธุรกิจ (จุดอ่อน)
3. คุณลักษณะทางกายภาพ (ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง)	ตั้งอยู่บนถนนแบริ่ง107 ใน ซอยแบริ่ง 48/1 เข้าซอย 40 เมตรจุดเด่นของที่ตั้ง เหตุผลที่ เลือกที่ตั้งจุดนี้เพราะ พื้นที่ โดยรอบเป็นพื้นที่หมู่บ้านซึ่ง ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย อยู่ติด ถนนใหญ่และมีระยะห่างจาก รพ.ศิริรินทร์ เพียง 4 กิโลเมตรใช้เวลาเดินทางโดย รถยนต์ประมาณ 8 นาที ทำ ให้เดินทางสะดวก ส่วน ระยะทางจาก สถานีรถไฟฟ้า แบริ่ง มีระยะห่างเพียง 2.9 กิโลเมตร ซึ่งเป็นระยะทางที่ ไม่ไกลมาก	ค่าเช่าต่อเดือน60,000บาท/ เดือน ถือว่าเป็นค่าใช้จ่าย ค่อนข้างสูง ทำให้รายได้ใน ด้านกำไรลดลง
(การตกแต่งสถานที่บริการ)	เน้นความปลอดภัยและความ สะดวกสบายเป็นหลัก ส่วน โทนสีในการตกแต่งนั้นจะเน้น โทนสีเพื่อความสบายตาและดู อบอุ่น	-
4. การเงิน	-	เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีขนาด กลางไปถึงขนาดใหญ่จึงทำให้ มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ สูง

บทที่ 4
โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

4.1 รายละเอียดในโมเดลธุรกิจ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ธุรกิจได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาใช้เกณฑ์ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 : เกณฑ์ในการจัดกลุ่มเป้าหมาย

เกณฑ์ในการจัดกลุ่มเป้าหมาย	คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
1. เกณฑ์ประชากรศาสตร์เป็นเกณฑ์ที่แบ่งโดยใช้คุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ การสมรส ขนาดของครอบครัว ประสบการณ์	1. เพศชายและเพศหญิง เนื่องจากเป็นบริการที่ใช้ได้ทุกเพศ 2. อายุของกลุ่มลูกค้า ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่เราต้องการให้มาใช้บริการในโครงการของเรา 3. รายได้ปานกลางถึงสูงเนื่องจากราคาบริการเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อบริการประชาชนที่มีอยู่ในระดับดังกล่าว
2. เกณฑ์พฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าว ได้แก่ ความถี่ในการใช้สินค้า / บริการ ดังกล่าว ได้แก่ ความถี่ในการใช้สินค้า / บริการ การเลือกใช้ตราสินค้าสถานที่ซื้อสินค้า ปัจจัยการเลือกซื้อสินค้า / บริการ วิธีการซื้อสินค้า / บริการ	1. ความถี่ในการใช้สินค้า / บริการ 2-5 วันต่อสัปดาห์ 2. การเลือกใช้ตราสินค้า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคสมัยใหม่จากข้อมูลได้ให้ความสนใจว่าสินค้าหรือบริการนั้นให้คุณค่ามากกว่ามีตราสินค้าที่ดี 3. ปัจจัยการเลือกซื้อสินค้า / บริการ เป็นสถานที่ที่บริการในด้านต่างๆเพื่อผู้สูงอายุ 4. วิธีการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านราคาและคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นๆ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : เกณฑ์ในการจัดกลุ่มเป้าหมาย

เกณฑ์ในการจัดกลุ่มเป้าหมาย	คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
3. เกณฑ์ทางจิตวิทยา ได้แก่ ทักษะคิด ค่านิยม รูปแบบในการดำเนินชีวิต	1. ทักษะคิด เป้าหมายกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีทักษะคิดที่ต้องการ การบริการด้านสุขภาพและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ 2. ค่านิยม ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสนใจเกี่ยวกับผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น 3. รูปแบบการดำเนินชีวิต ในส่วนของผู้สูงอายุในปัจจุบันนี้ ส่วนใหญ่ต้องการที่จะออกมาข้างนอกเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนๆ
4. เกณฑ์ทางสังคม ได้แก่ ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น / ครอบครัว ความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม / ครอบครัว การเป็นที่ยอมรับของสังคม / ชุมชน / ที่ทำงาน / บุคคล	1. การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องการเป็นที่ยอมรับหรือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม
5. เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์ เป็นการแบ่งตามพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่ หรือประกอบอาชีพในพื้นที่เหล่านั้นและมีความต้องการที่จะใช้สินค้า / บริการของธุรกิจ	1. พื้นที่ที่เลือกในการตั้งโครงการ ล้อมรอบด้วยหมู่บ้านและใกล้โรงพยาบาลทำให้ สะดวกสบายต่อผู้ที่จะมาใช้บริการ

4.2 คู่แข่งขัน

โดยทางการตลาดแล้ว คู่แข่งในที่นี่จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. คู่แข่งหลัก (คู่แข่งทางตรง) คือ กิจการที่ขายสินค้าหรือบริการแบบเดียวกับเราและมีลูกค้ากลุ่มเดียวกันกับเรา
2. คู่แข่งรอง (คู่แข่งทางอ้อม) คือ กิจการที่ขายสินค้าหรือบริการต่างชนิดกับเรา แต่มีลูกค้ากลุ่มเดียวกันกับเรา ซึ่งอาจเป็นตัวเลือกให้ลูกค้าของเรา และอาจทำให้ลูกค้าซื้อสินค้านี้ที่อื่นแทนที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าของเรา

ตารางที่ 4.2 : กลยุทธ์ที่นำมาใช้

กลยุทธ์ที่นำมาใช้	คู่แข่งหลัก (BDMS Wellness Clinic และโรงพยาบาลชั้นนำต่างๆ)	คู่แข่งรอง (ศูนย์บริการผู้สูงอายุ)
ราคาสินค้า / บริการ	ราคาค่อนข้างไปทางสูงเพราะ กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่มีฐานะ ในการเงินสูง	ราคาต่ำ-ฟรีเพราะมี จุดประสงค์เพื่อบริการด้านการ สงเคราะห์
ทำเลที่ตั้ง	ดีเพราะอยู่ตามใจกลางเมือง และอยู่ใกล้ตามสถานีรถไฟฟ้า	ปานกลางเพราะตั้งอยู่ในกลาง ใจเมืองแต่ไม่ใกล้กับสถานี รถไฟฟ้า
การบริการ	ดีเพราะกลุ่มเหล่านี้ถือว่าการ บริการนั้นสำคัญที่สุด	ปานกลาง
การจูงใจลูกค้า	ดีแต่เฉพาะในกลุ่มของคนที่มี ฐานะ	ปานกลางเพราะค่าใช้จ่าย ค่อนข้างต่ำก็จริงทำให้ผู้สูงอายุ ที่มีฐานะกลางถึงสูงบางราย อาจจะไม่สนใจ
การสร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า	ดี	ปานกลาง

4.2.1 คู่แข่งขันหลัก

BDMS Wellness Clinic

Ratirita (2018) กรุงเทพมหานคร เปิด BDMS Wellness Clinic วางจุดยืนเป็นศูนย์การดูแลสุขภาพ เน้นวิธีการป้องกัน แทนที่การรักษา โดยหวังเป็นสถานที่กระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติมาศึกษา ปักหมุดให้เป็นศูนย์กลางอาเซียน เป็นที่ฮือฮาเมื่อ ปีพ.ศ. 2559 เมื่อ บจก. กรุงเทพมหานคร หรือ BDMS ได้เข้าซื้อที่ดิน และอาคารโรงแรมปาร์คนายเลิศ ย่านถนนวิฑูย์ มูลค่ากว่า 1.28 หมื่นล้านบาท พื้นที่ 15 ไร่ เพื่อเนรมิตเป็นศูนย์สุขภาพครบวงจร ซึ่งล่าสุดได้เผยแพร่ BDMS Wellness Clinic และเตรียมเปิดให้บริการแล้ว BDMS ได้มองเห็นเมกะเทรนด์เรื่องสุขภาพที่เป็นที่พูดถึงทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยเองก็เช่นกัน อีกทั้งประชากรโลกก็กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัว ทำให้มีการพูดถึงเรื่องการดูแลสุขภาพมากขึ้น จึงมองเห็นโอกาส

ในการเปิด BDMS Wellness Clinic ใช้นวัตกรรมทางเวชศาสตร์ป้องกันและชะลอวัย (Preventive & Regenerative Medicine) หรือการป้องกันก่อนที่จะเจ็บป่วย นำโดยทีมแพทย์ระดับสากล นายแพทย์ตุนพล วิรุฬหการุญ ผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตร์ชะลอวัยชั้นนำของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ (Chief Operating Officer) ศาสตราจารย์นายแพทย์จิรดิท โวซัค (Prof. Dr. Jiří Dvořák) แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านกล้ามเนื้อและประสาทวิทยาระดับโลก อดีตประธานฝ่ายแพทย์ของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (ฟีฟ่า) ในฐานะแพทย์ประจำคลินิกระบบกล้ามเนื้อและกระดูกและเวชศาสตร์การกีฬา

อีกหนึ่งปัจจัยในการเปิด BDMS Wellness Clinic นั้น เพราะได้มองเห็นศักยภาพของชาวต่างชาติที่เข้ามารักษาพยาบาลในไทยเพิ่มมากขึ้น หรือเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งเม็ดเงินในการกระตุ้นการท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้ประเทศ

4.2.2 คู่แข่งชั้นรอง

“ศูนย์บริการผู้สูงอายุดินแดง” (ม.ป.ป.) ศูนย์บริการทางสังคมผู้สูงอายุดินแดง เปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการ ในวันที่ 21 มีนาคม 2528 เดิมสังกัด กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จากนั้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2546 ศูนย์บริการทางสังคมผู้สูงอายุดินแดง มีการถ่ายโอนมาสังกัด กองสังคมสงเคราะห์ สำนักสวัสดิการสังคม กรุงเทพมหานคร ตามพระราชบัญญัติการกระจายอำนาจสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 และในวันที่ 10 มิถุนายน 2548 กรุงเทพมหานครได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารภายในกรุงเทพมหานครในส่วนของสำนักสวัสดิการสังคม เป็นผลให้ศูนย์บริการทางสังคมผู้สูงอายุดินแดง ได้เปลี่ยนชื่อ และหน่วยงานต้นสังกัดเป็นศูนย์บริการผู้สูงอายุดินแดง สังกัด สำนักงานการสงเคราะห์ และสวัสดิภาพสังคม สำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานคร

การดำเนินงานศูนย์บริการผู้สูงอายุดินแดง มีวัตถุประสงค์หลักในการให้บริการ ดังนี้

1. เพื่อเป็นการขยายบริการด้านการสงเคราะห์ผู้สูงอายุอย่างกว้างขวาง และประชากรสูงอายุได้รับบริการอย่างทั่วถึง
2. เพื่อเป็นการให้บริการด้านสวัสดิการแก่ผู้สูงอายุในด้านต่างๆ เช่น บริการด้านการแพทย์ สุขภาพอนามัย การสังคมสงเคราะห์ การให้คำปรึกษา นันทนาการ ฯลฯ
3. เพื่อเป็นศูนย์กลางรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และให้ความรู้ต่างๆที่เป็นประโยชน์ เพื่อเตรียมตัวรับการเปลี่ยนแปลงเมื่อเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ ด้วยการระดมความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน
4. เพื่อเป็นศูนย์กลางจัดกิจกรรมต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุ เน้นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้แสดงศักยภาพ ความสามารถในสาขาต่างๆ เพื่อให้สังคมตระหนักในคุณค่าและยอมรับบทบาทของการดำเนินงานการจัดสวัสดิการและการส่งเสริมผู้สูงอายุ การจัดสวัสดิการแก่

ผู้สูงอายุในศูนย์บริการผู้สูงอายุดินแดง สังกัด สำนักงานการสงเคราะห์ และสวัสดิภาพสังคม สำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานคร มีหน้าที่จัดสวัสดิการ และให้บริการสงเคราะห์ช่วยเหลือผู้สูงอายุ โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การให้บริการแก่ผู้สูงอายุทั่วไป เป็นการบริการทางสังคมเชิงรุก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ศูนย์ฯ เป็นสถานที่ในการพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และจัดกิจกรรมต่างๆร่วมกัน เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี โดยศูนย์ฯ จะจัดกิจกรรมในวัน เวลาราชการ ให้บริการแบบไป-กลับ ซึ่งผู้สูงอายุที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต้องสมัครเป็นสมาชิกของศูนย์ฯ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น (ปัจจุบันมีสมาชิกที่ขึ้นทะเบียนประมาณ 850 คน มาใช้บริการวันละประมาณ 120 คน)

2. การให้บริการผู้สูงอายุบ้านพักฉุกเฉิน เป็นบริการเลี้ยงดูผู้สูงอายุชาย - หญิง อายุ 60 ปีขึ้นไป ในบ้านพักฉุกเฉิน เพื่อให้ความช่วยเหลือหรือให้การสงเคราะห์ผู้สูงอายุที่ประสบปัญหาความเดือดร้อนเฉพาะหน้า ไม่มีที่พักอาศัย ขาดคนเลี้ยงดู พลัดหลง เร่ร่อน หรือถูกนาส่งมาจากหน่วยงานต่างๆ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน ฯลฯ เพื่อติดตามหาญาติ หรือส่งต่อในสถานสงเคราะห์คนชรา หากไม่มีญาติ ซึ่งผู้สูงอายุที่เข้ารับบริการด้านปัจจัยสี่ การพยาบาล สุขภาพอนามัย กายภาพบำบัด รวมทั้งสามารถเข้าร่วมกิจกรรมกับผู้สูงอายุภายนอกที่มาใช้บริการ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด ที่พักอาศัยชั่วคราวได้ครั้งละ 15 วัน และอยู่ภายใต้ระเบียบการเข้าพักอาศัยของศูนย์บริการผู้สูงอายุดินแดง ซึ่งสามารถรับผู้สูงอายุได้วันละ 30 คน

4.3 แนวทางการแข่งขัน

ธุรกิจของแผนธุรกิจนี้ได้เลือกคู่แข่งหลัก เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่จึงได้มีการวางแนวทางในการจัดทำกลยุทธ์ไว้ดังนี้

1. เน้นสภาพความแตกต่างของธุรกิจทางธุรกิจของเรานั้นจะเน้นการบริการที่ผู้สูงอายุที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไป สามารถที่จะเข้ามาใช้บริการได้ และมีความแตกต่างตรงที่ทางเราจะได้เก็บเงินจากลูกค้าอย่างเดียวแต่ทางเรายังมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ให้ลูกค้าผู้สูงอายุสามารถมาร่วมเพื่อทำรายได้ได้อีกด้วย

2. เน้นคุณลักษณะของการให้บริการ ให้มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์ประจำบริการ (Signature) ที่ทำให้ ลูกค้าจดจำและเข้ามาใช้บริการต่อไปเรื่อยๆ

3. เน้นคุณภาพการบริการ โดยดำเนินการที่เน้นกระบวนการที่รวดเร็วและความประทับใจของพนักงานรวมทั้งขยายช่องทางในการบริการให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย

4. เน้นคุณค่าที่เกิดจากความคุ้มค่าที่ลูกค้าได้รับจากเงินที่จ่ายไปในการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการ

5. เน้นผลประโยชน์ของลูกค้าที่เชื่อมโยงกับความสัมพันธ์อันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้าด้วยความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบที่การันตีความพึงพอใจสูงสุด

4.4 พันธมิตรเครือข่ายธุรกิจ และการสร้างความสัมพันธ์

4.4.1 พันธมิตรเครือข่ายธุรกิจ

- หน่วยงานรัฐหรือเอกชนต่างๆที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ
- โรงพยาบาลใกล้เคียง
- กลุ่มธุรกิจที่ขายสินค้าประเภทเครื่องตีหรืออาหารสำหรับผู้สูงอายุ
- กลุ่มแพทย์
- ศูนย์บริการผู้สูงอายุอื่นๆ

4.4.2 แนวทางในการดำเนินการเป็นพันธมิตร

- การช่วยเหลือ/การเรียนรู้ด้วยกันคือ ทั้งเราและพันธมิตรจะมีการแชร์ข้อมูลต่างๆร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจของแต่ละฝั่งให้ดีที่สุด
- ก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันคือ การที่ต่างฝ่ายต่างได้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้นจากการแนะนำลูกค้าถึงสินค้าบริการของพันธมิตร
- การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้สูงอายุ
- ก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนในด้านต่างๆเช่นการโฆษณาโดยการที่ ทั้งเราและพันธมิตรต่างช่วยกันโปรโมทซึ่งกันและกัน
- การลงทุนร่วมกัน ในอนาคตเราและพันธมิตรอาจจะร่วมมือในการเปิดธุรกิจใหม่ขึ้นมาร่วมกันได้โดยการนำเอาสิ่งที่แต่ละธุรกิจขาดไปแล้วอีกฝ่ายมีเอามาทำร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดกำไรแก่ทั้งสองฝ่าย

บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

การจัดทำแผนธุรกิจของธุรกิจ สถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ (POS : Power of Senior) ประเมินตามความสำคัญของการตอบแบบสอบถาม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงประเด็น ทั้งนี้สามารถแบ่งแผนกลยุทธ์ของธุรกิจออกเป็น 4 ด้าน

1. แผนกลยุทธ์ด้านบริการ
2. แผนกลยุทธ์ด้านตลาด
3. แผนกลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
4. แผนกลยุทธ์ด้านการเงิน

5.1 แผนกลยุทธ์ด้านบริการ

5.1.1 ประเภทของการบริการ

1. พิ트니스 โดยเราจะเน้นเครื่องออกกำลังกายไปที่ลู่วิ่งกับเครื่องปั่นจักรยาน ซึ่งได้มาจากการตอบแบบสอบถามที่ส่วนใหญ่จะออกกำลังกายโดยใช้วิธีเดินและปั่นจักรยานอยู่กับที่
2. ห้องสอนโยคะ/แอโรบิค ทางเราจะจัดคอร์สเน้นไปที่ช่วงเช้าเพื่อให้สอดคล้องกับเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบแบบสอบถามมา

จากรายงานการค้นคว้าอิสระของ (วารัณญา เรื่องรุ่งรัตนกุล, 2558) ได้ระบุไว้ว่า โยคะสำหรับผู้สูงอายุ (Pi-Yo) เป็นการออกกำลังกายอย่างง่าย ไม่รุนแรง ไม่ต้องกระโดด ทำให้ไม่เกิดการกระแทก เหมาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่เป็นโรคปวดหลัง ข้อต่อผิดรูป และผู้ที่มีปัญหากระดูกและข้อเรื้อรัง ไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ในการออกกำลังกาย ช่วยเผาผลาญแคลอรี และไขมันขณะเดียวกัน เป็นการปรับกล้ามเนื้อและเพิ่มความยืดหยุ่นของร่างกาย ได้ประโยชน์ทั้งลดน้ำหนัก เพิ่มกระชับกล้ามเนื้อทุกสัดส่วน

แอโรบิคผู้สูงอายุ (Aerobic) เป็นการออกกำลังกายที่เน้นการเคลื่อนไหวระดับปานกลาง มีการทำให้ กล้ามเนื้อเกิดการเกร็งตัวและคลายตัวสลับกันอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาที่กำหนด มีประโยชน์มาก สำหรับผู้สูงอายุ สามารถช่วยป้องกันโรคเส้นเลือดหัวใจตีบตัน

ตารางที่ 5.1 : ตัวอย่างตารางกิจกรรมโยคะ และการเดินแอโรบิค

	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์
9.00-10.00 น.		แอโรบิค	โยคะ	แอโรบิค	โยคะ	แอโรบิค	แอโรบิค
10.00-11.00 น.	แอโรบิค		แอโรบิค		แอโรบิค	โยคะ	โยคะ
11.00-12.00 น.		โยคะ		โยคะ		แอโรบิค	แอโรบิค
12.00-13.00 น. พัก							
13.00-14.00 น.	โยคะ			โยคะ	แอโรบิค	โยคะ	โยคะ
14.00-15.00 น.		โยคะ	แอโรบิค	แอโรบิค	โยคะ	แอโรบิค	แอโรบิค
16.00-17.00 น.	แอโรบิค	แอโรบิค				แอโรบิค	แอโรบิค
17.00-18.00 น. พัก							
18.00-19.00	โยคะ	โยคะ	โยคะ	โยคะ	โยคะ	โยคะ	โยคะ

3. ร้านกาแฟ เราจะให้บริการเครื่องดื่มกาแฟและน้ำเพื่อสุขภาพต่างๆสำหรับ

ผู้สูงอายุ

4. การให้บริการเกี่ยวกับการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับผู้สูงอายุ ทางเรามีทั้งให้คำปรึกษาและรับบริการออกแบบตกแต่งภายใน

5.2 แผนกลยุทธ์ด้านการตลาด

5.2.1 ผลการวิจัยที่ศึกษาเอง

ผลที่ได้จากแบบสอบถาม ทำให้ทราบว่าลูกค้าต้องการอะไรจากการบริการของเราหรือให้ ความสำคัญกับด้านไหนเกี่ยวกับผู้สูงอายุมากที่สุด

5.2.2 นวัตกรรมที่นำมาใช้กับบริการ

การที่นำเทคโนโลยี Big Data เข้ามาใช้เพื่อนำมาช่วยเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆของ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในโครงการของเรา

ในส่วนของการให้บริการที่บริการออกแบบตกแต่งภายในเราจะแนะนำนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายของผู้สูงอายุ เช่นที่นั่งสำหรับผู้สูงอายุที่ไม่สามารถเดินขึ้นหรือลงบันไดได้ หรือเราจะสอนนวัตกรรมที่มีอยู่แล้วสำหรับผู้สูงอายุที่ยังไม่รู้ว่านวัตกรรมนั้นใช้งานยังไง เช่น แอปพลิเคชันต่างๆ การนำนวัตกรรม เช่น สายข้อมือมาใช้ในการเข้ารับบริการในโซนต่างๆของโครงการ

5.2.3 การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ

การที่เราให้พนักงานของเราบริการด้วยหัวใจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความรักในงานบริการ ความใส่ใจ ความจริงใจ ฯลฯ

5.2.4 การตั้งราคา

ทางโครงการเราตั้งราคาอยู่ที่ 120บาท/วัน และ 3,000บาท/เดือน ซึ่งได้มาจากการที่ลองทำแบบสอบถามออกไปผลตอบรับคือผู้ที่ให้การตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม ซึ่งเราต้องการที่จะตั้งราคาที่ไม่สูงมากเกินไปแต่ก็ไม่ต่ำเกินไปเพราะจะทำให้ดูไม่น่าเชื่อถือ

5.2.5 การบริหารช่องทางการจำหน่าย

จากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมมานั้นช่องทางที่ลูกค้าจะเข้าถึงการบริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุมากที่สุดก็คืออินเทอร์เน็ต ดังนั้นทางเราจึงจะเน้นการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆให้มากที่สุดไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram, Line หรือการทำเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อที่จะให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงเราได้มากที่สุด

5.2.6 การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

- การสร้างเรื่องราวของแบรนด์
- การสร้างโลโก้ โดยโลโก้ของเรานั้นออกแบบมาเป็นตัวอักษรประกอบกับมีรูปภาพทำให้เข้าใจได้ว่า เราเป็นแบรนด์ที่ทำเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
- การโฆษณาโดยใช้สื่อต่างๆรวมไปกระทั่งการไปเปิดบูธตามงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

5.2.7 การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

- การให้ลูกค้าได้รับรู้ว่าการมาใช้บริการของเราคืออะไร
- การเข้าใจลูกค้าและพอทราบว่าลูกค้าต้องการอะไรเราก็แนะนำสิ่งที่ลูกค้าต้องการไป เช่น ลูกค้าบางคนชอบกิจกรรม การทำงานฝีมือเราก็แนะนำว่าทางเราก็มีคอร์สเรียนงานฝีมือสอน
- การที่เรารู้จักคู่แข่ง

5.2.8 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

- การให้ของตอบแทนลูกค้าในวันสำคัญๆต่างๆ
- การจัดกิจกรรมพิเศษขึ้น
- การเอาใจเขามาใส่ใจเรา
- การบริการที่รวดเร็วไม่ปล่อยให้ลูกค้ารอนาน

5.3 แผนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

5.3.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์

(วิลาวรรณ รพีพิศาล, 2554) แนวคิดพื้นฐานในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินงานขององค์กรจะมีขนาดเล็กรหรือขนาดใหญ่ ย่อมต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์เป็นพื้นฐาน เพื่อสามารถควบคุมการดำเนินงานให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี โดยจะต้องคำนึงว่ามนุษย์มิใช่เครื่องจักร แต่เป็นผู้สร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร ย่อมต้องการขวัญกำลังใจรวมทั้งแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้วยกันทุกคน ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะให้บุคลากรในองค์กรได้แสดงความสามารถของตนเอง พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นในการปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรได้ใช้ความรู้ ความสามารถอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงค่านิยม วัฒนธรรม จริยธรรม และวินัยในการปฏิบัติงานขององค์กรเป็นสำคัญ

ปัจจุบันแนวคิดดังกล่าว มิได้เน้นในเรื่องความรู้ ความสามารถเพียงอย่างเดียว หากแต่มีการขยายแนวคิดในกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์แผนใหม่ให้มีขอบเขตกว้างยิ่งขึ้น ถือเป็น การส่งเสริมกระบวนการบริหารให้มีคุณธรรม โดยผู้รับผิดชอบงานด้านนี้จะต้องมีบทบาทเพิ่มขึ้น ในการใช้กลยุทธ์ที่จะช่วยให้การบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์มีส่วนผลักดันให้องค์กรหาจุดยืน และข้อได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถยกระดับการบริหารงานให้มีคุณภาพ โดยเน้นหลักปฏิบัติต่อไปนี้

มุ่งสร้างประสิทธิภาพของบุคลากร ในเรื่องประสิทธิภาพนอกจากจะได้ตระหนักว่าประสิทธิภาพของงานย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ของตนให้สำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดีเป็นสำคัญแล้ว ยังจะต้องมองให้ไกลออกไปว่า บุคลากรที่มีประสิทธิภาพจะต้องรับรู้ บทบาทและความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตน เพื่อผลประโยชน์ขององค์กรและสังคม และที่สำคัญ แต่ละคนจะต้องรู้ว่าตนเองอยู่ในฐานะอะไร จะต้องประพฤติปฏิบัติตนอย่างไรจึงจะเหมาะสม ซึ่งแนวคิดเหล่านี้มุ่งเป้าหมายที่จะได้เห็นการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และให้เป็นไปในทิศทางที่จะสนับสนุนเกื้อกูลต่อการพัฒนาองค์กรให้เติบโตก้าวหน้ายิ่งขึ้นต่อไป

มุ่งเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรให้มีคุณค่า เป็นแนวคิดที่มองการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ในแง่ที่เป็นคุณ (Position Approach) คือมุ่งใช้บุคลากรให้เกิดประโยชน์มากที่สุด โดยให้ความมั่นใจว่าบุคลากรทุกคนมีโอกาสที่จะปรับปรุงและพัฒนาตนเองตลอดเวลาหากอยู่ใน สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนส่งเสริมขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยเท่าเทียมกัน ดังนั้น แนวคิดใน

เรื่องนี้จึงเป็นการพัฒนาบุคลากร ด้วยการเสริมสร้างความรู้ และพยายามทำให้บุคลากรทุกคนมีความ
 อบอุ่นเกิดความมั่นใจ รู้สึกมั่นคงในตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง

เน้นการจัดองค์การให้อยู่ในฐานะเป็นศูนย์กลางบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็น
 แนวคิดที่เน้นในเรื่องประสิทธิภาพขององค์การเป็นสำคัญ ซึ่งจะมองครอบคลุมไปถึงบทบาทและ
 วิสัยทัศน์ของผู้นำในการบริหารจัดการ ที่จะทำให้องค์การเป็นเสมือนศูนย์กลางที่คอยทำหน้าที่กระตุ้น
 และพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพพร้อมที่จะปฏิบัติภารกิจได้ทุกสถานการณ์ แม้ว่าจะต้องเผชิญกับ
 ปัญหาและอุปสรรคที่ยากต่อการควบคุมก็ตาม

ปัจจุบันแนวคิดในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงและพัฒนามากขึ้น
 ดังจะเห็นได้จากแนวคิดของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษที่ 20 ที่เป็นการบริหารตาม
 แนวคิดใหม่ เน้นความเป็นระบบโดนผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญด้านนี้จะต้องเพิ่มบทบาทหน้าที่ใน
 การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์โดยถือว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี จะช่วยเป็นแรงผลักดันให้
 องค์การมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และมีความก้าวหน้าต่ออย่างมั่นคงท่ามกลาง สภาวะการ
 เปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจที่นับวันจะรุนแรงมากขึ้น ดังนั้น เพื่อให้ฝ่ายบริหารและผู้เชี่ยวชาญด้านการ
 บริหารทรัพยากรมนุษย์สามารถปฏิบัติหน้าที่ที่เพิ่มขึ้นได้อย่างมั่นใจ จึงจำเป็นต้องพัฒนาแนวคิดหรือ
 สมรรถนะใหม่ให้อยู่ในกรอบที่เสริมสร้างวิสัยทัศน์ใหม่ให้แก่องค์การโดยจะมุ่งเน้นบุคลากรอย่างเดียว
 แต่จะมีมุมมองที่กว้างขึ้นให้ครอบคลุมแนวคิดในเรื่องต่อไปนี้

แนวคิดด้านธุรกิจ เป็นมุมมองที่มุ่งเน้นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โอกาสทางตลาด
 ข้อจำกัดในการแข่งขัน รวมถึงความรู้เชิงวิเคราะห์ด้านการเงิน เทคโนโลยี จุดแข็งจุดอ่อนขององค์การ
 เพื่อแสวงหากลยุทธ์ที่ดีในการดำเนินธุรกิจให้ก้าวหน้า และสู้คู่แข่งในโอกาสต่างๆ ได้

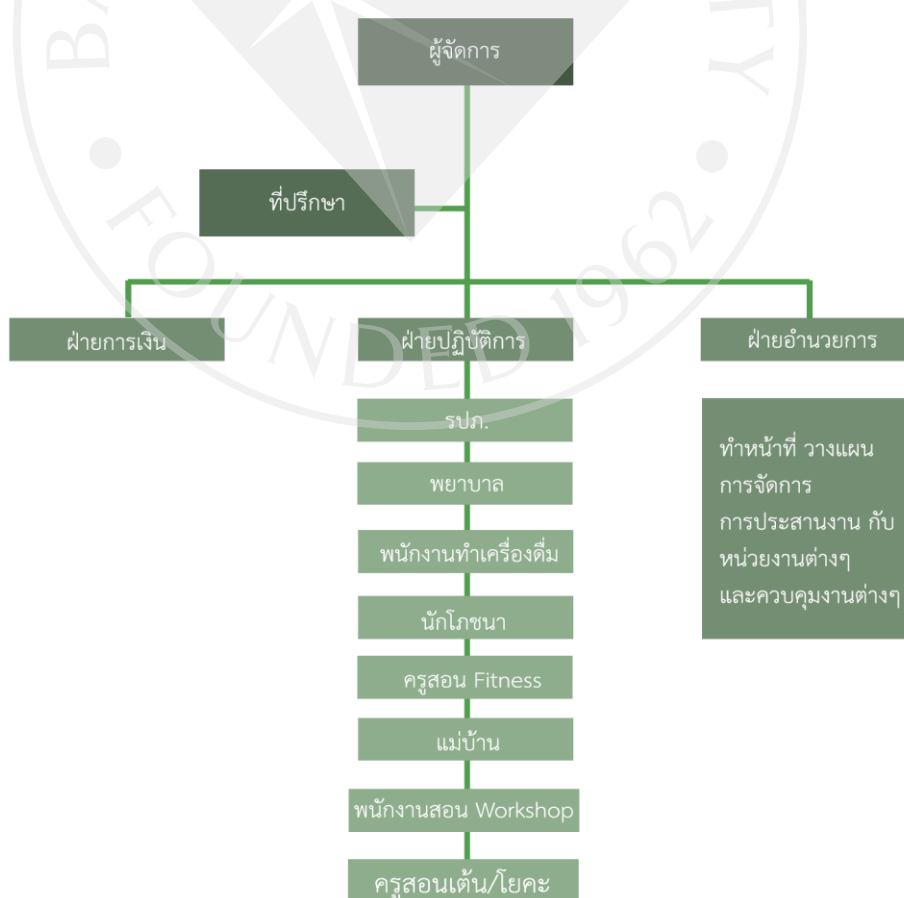
แนวคิดด้านเทคนิคการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึงเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้น
 ความรอบรู้ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ สามารถบริหารกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สร้างสรรค์
 โดยเฉพาะในเรื่องของการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การจ้างงาน การฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร การ
 ประเมินผลการปฏิบัติงาน การจ่ายค่าตอบแทนและประโยชน์เกื้อกูล รวมถึงการพัฒนากระบวนการ
 บริหารทรัพยากรมนุษย์ตามแนวคิดใหม่

แนวคิดด้านการบริหารการเปลี่ยนแปลง หมายถึงความสามารถในการพัฒนา
 วิสัยทัศน์ขององค์การ ไปเป็นกลยุทธ์ที่นำไปสู่การบริหารเชิงรุกที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่
 เหมาะสม เพื่อแก้ปัญหาและสนับสนุนบุคลากรให้มีความรู้ ความพร้อมที่จะปฏิบัติงานที่ท้าทาย
 ตลอดจนให้ความสำคัญต่อการจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมกับงานขององค์การ และสภาพแวดล้อม
 ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

นอกจากจะทราบแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามที่กล่าวมาแล้วเราจำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้วยเช่นกัน คือ

1. ปัจจัยภายในองค์กร (Internal Factors) ได้แก่ สภาพฐานะทางการเงิน การตลาด การผลิต การศึกษาค้นคว้าวิจัยทรัพยากรมนุษย์ ระบบการบริหารข่าวสารข้อมูลบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์กร วัฒนธรรม ค่านิยม และระเบียบวินัยข้อปฏิบัติขององค์กร เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ปัจจัยภายนอกองค์กร (External Factors) ได้แก่ บทบาทหน้าที่ของรัฐบาล ความก้าวหน้าทางวิทยาการ เทคโนโลยี สภาพการแข่งขัน ในลักษณะเดียวกันสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และปัจจัยอื่นๆ เช่น ภัยธรรมชาติ ภาวะสงคราม เป็นต้น ที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพ และสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (บังอร ไกรสัย, 2559)

ภาพที่ 5.1 : การจัดโครงสร้างองค์กร และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ



5.3.2 เกณฑ์การรับบุคลากร

ความรู้ ผู้บริหารจะต้องพิจารณาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นจริง ๆ และต้องแน่ใจว่าเขาเหล่านั้นมีความรู้ในเรื่องดังกล่าว ซึ่งอาจจะใช้วิธีการตรวจวัด โดยให้ทำแบบทดสอบหรือการทดลองงาน จึงจะเป็นแนวทางที่ดีที่สุดในการสรรหาผู้ที่มีความรู้เข้ามาปฏิบัติงานในหน่วยงานได้

ประสบการณ์ การคัดเลือกผู้มีประสบการณ์ในการทำงาน มักจะพิจารณาจากประวัติส่วนตัว ไหวพริบ และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะปัญหาเฉพาะหน้า ได้ดีกว่าผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งในส่วนี้ผู้บริหารสามารถพิจารณาได้จากประวัติการทำงาน และจากการสัมภาษณ์ รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมปฏิกิริยาไหวพริบ

ผลการศึกษา ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับรายละเอียดผลการศึกษาของบุคลากรที่สมัครเข้ามาปฏิบัติงานกับหน่วยงาน ถือเป็นเกณฑ์ระดับความรู้ในเบื้องต้น ว่ามีความรู้และความเหมาะสมกับตำแหน่งมากน้อยเพียงไร ซึ่งเกณฑ์เฉลี่ยที่เหมาะสมควรจะอยู่ในระดับที่ไม่น้อยกว่า 2.5 แต่หากผู้สมัครมีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่าที่กำหนดดังกล่าว อาจพิจารณาจากคุณสมบัติด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย

สถาบันการศึกษา สถาบันการศึกษาแต่ละแห่งย่อมมีชื่อเสียงในสาขาที่แตกต่างกันออกไป เช่น มหาวิทยาลัย A โดดดังในเรื่องของวิศวกรรม แต่มหาวิทยาลัย B โดดดังในเรื่องการบัญชี ดังนั้นผู้บริหารสามารถใช้สถาบันเป็นอีกเกณฑ์หนึ่งในการตัดสินใจพิจารณาบุคคลที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ ทั้งนี้ ก่อนจะรับพนักงานเข้ามาทำงานในหน่วยงาน อาจจะต้องตรวจสอบข้อมูลจากสถาบันการศึกษาต้นสังกัด ของผู้สมัคร

ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ ถือเป็นหลักเกณฑ์ที่สำคัญมากในการตรวจสอบ พิจารณาคัดเลือกพนักงานเข้าสู่หน่วยงาน เพราะคนที่มีความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบทั้งต่อตัวเองและผู้อื่นจะเป็นผู้ที่มีความจริงจังกับหน่วยงานและผู้ร่วมงานมาก ซึ่งคนบุคคลดังกล่าวจะเป็นผู้ที่มีมาตรฐานในการทำงานสูงและเป็นผู้ที่สามารถไว้วางใจให้ดูแลในเรื่องที่สำคัญ ๆ ของหน่วยงานได้ในบางโอกาสด้วย ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบนี้อาจจะพิจารณาได้จากการรับบุคคลเข้ามาปฏิบัติงานแล้ว โดยอยู่ในช่วงการทดลองงาน

ลักษณะบุคลิกภาพ ผู้บริหารจะต้องพิจารณาบุคลิกภาพของพนักงานนับแต่เดินเข้ามารับการสัมภาษณ์ ซึ่งไม่ได้หมายถึงรูปร่างหน้าตา แต่หมายถึงมารยาทในการพูด การตอบข้อซักถาม และการปฏิบัติ กาลเทศะ รวมถึงการแต่งกายที่เหมาะสมด้วย

มีมนุษยสัมพันธ์เป็นเลิศ การทำงานในองค์กรเป็นลักษณะของการทำงานในรูปแบบทีมเวิร์คที่จะต้องอาศัย การพึ่งพาติดต่อระหว่างกันภายในองค์กรอยู่ตลอด หากหน่วยงานใดมีพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ระบบการทำงานจะมีปัญหา การตรวจสอบด้านมนุษยสัมพันธ์จะสามารถพิจารณาได้จากการทดลองปฏิบัติงาน การสังเกตพฤติกรรมในการทำงาน

5.3.3 วิธีการจูงใจ และรักษาบุคลากร

บริหารการทำงาน การบริหารการทำงานของพนักงานเป็นสิ่งที่สำคัญมาก โดยคุณจะต้องมั่นใจว่าคุณได้สื่อสารกับพนักงานอย่างชัดเจนถึงวัตถุประสงค์ และระยะเวลา เพื่อให้พนักงานรู้ว่าคุณคาดหวังอะไรจากเขา และเมื่อไหร่ที่เขาต้องทำงานนั้นให้เสร็จ เมื่อถึงเวลาประเมินผลงานของพนักงานคุณสามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน และให้รางวัลกับการทำงานของพนักงานได้อย่างเหมาะสม

พัฒนาผู้จัดการแผนก หัวหน้างานและผู้จัดการในแต่ละแผนกต้องมีทักษะในการจูงใจ และสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิกในทีม กำหนดเป้าหมายของทีม ให้ฟีดแบ็กที่เป็นประโยชน์ รวมทั้ง ให้การเสริมแรงบวก หรือเสนอแนะวิธีแก้ปัญหาให้แก่ลูกน้องได้

สร้างความสัมพันธ์อันดี หากพนักงานมีความสัมพันธ์กันดีต่อกัน ก็มีแนวโน้มที่จะอยู่กับบริษัท และรู้สึกผูกพันกับงานของเขา คุณจึงควรโฟกัสที่วิธีการทำความเข้าใจ สื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์อันดีของพนักงาน โดยอาจทำแบบสำรวจความคิดเห็นพนักงานถึงปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสร้างความผูกพัน เช่น ความก้าวหน้าในอาชีพ การให้ฟีดแบ็กในการทำงาน เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้สื่อสารแสดงความคิดเห็นของพวกเขา

ฝึกอบรม & พัฒนา บริษัทอาจไม่ต้องจัดคอร์สฝึกอบรมเต็มรูปแบบ เพียงจัดให้มีพี่เลี้ยงเพื่อช่วยในการฝึกสอนทักษะใหม่ ๆ แบบตัวต่อตัวให้แก่พนักงาน เท่านั้นก็เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งซึ่งช่วยทำให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจในองค์กรมากขึ้นได้ เพราะการลงทุนกับการพัฒนาทักษะของพนักงานช่วยให้พนักงานมีความสามารถเพิ่มขึ้น และทำงานได้เต็มศักยภาพของเขา ถือเป็นรางวัลของทั้งพนักงานและบริษัทไปพร้อมๆ กัน

5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน

ตารางที่ 5.1 : งบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
อาคาร	2,500,000	-	-
อุปกรณ์	150,000	-	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	2,650,000	2,650,000	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) : งบประมาณการลงทุน

ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าตกแต่ง	1,000,000	1,000,000	-
ค่ามัดจำสถานที่	1,000,000	1,000,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	100,000	100,000	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	4,750,000	4,750,000	-

ตารางที่ 5.3 : ค่าเสื่อมและค่าตัดจ่าย

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวรรวม	2,650,000.00				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	530,000.00	530,000.00	530,000.00	530,000.00	530,000.00
ค่าเสื่อมราคาสะสม	530,000.00	1,060,000.00	1,590,000.00	2,120,000.00	2,650,000.00

โอนไปงบดุล

สินทรัพย์ถาวรรวม	2,650,000.00	2,650,000.00	2,650,000.00	2,650,000.00	2,650,000.00
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	530,000.00	1,060,000.00	1,590,000.00	2,120,000.00	2,650,000.00
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	2,120,000.00	1,590,000.00	1,060,000.00	530,000.00	-

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าตกแต่ง	1,000,000.00				
ค่าตกแต่งตัดจ่าย	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00
ตัดจ่ายสะสม	200,000.00	400,000.00	600,000.00	800,000.00	1,000,000.00

โอนไปงบดุล

ค่าตกแต่ง	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
หักตัดจ่ายสะสม	200,000.00	400,000.00	600,000.00	800,000.00	1,000,000.00
ค่าตกแต่งสุทธิ	800,000.00	600,000.00	400,000.00	200,000.00	-

ตารางที่ 5.4 : การประมาณรายได้

การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนผู้มาใช้บริการต่อเดือน	100	110	121	133.1	146.41
รายได้บริการต่อเดือน, เฉลี่ย	3000	3000	3000	3000	3000
รายได้รวมต่อเดือน	300,000	330,000	363,000	399,300	439,230
รายได้ก่อนหักต่อเดือน	170,000	187,000	205,700	226,270	248,897
รายได้ค่าบริการต่อปี	5,640,000	6,204,000	6,824,400	7,506,840	8,257,524

ตารางที่ 5.5 : การประมาณค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสถานที่	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000
ค่าน้ำประปา (เพิ่ม 2%)	6,000	6,120	6,242	6,367	6,495
ค่าไฟฟ้า (เพิ่ม 5%)	60,000	63,000	66,150	69,458	72,930
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่ม 5%)	10,800	11,340	11,907	12,502	13,127
ค่าเสื่อมราคา	530,000	530,000	530,000	530,000	530,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
เงินเดือน	200,000	210,000	220,500	231,525	243,101
โฆษณา	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวมต้นทุนคงที่	1,746,800	1,760,460	1,774,799	1,789,852	1,805,654
รายได้รวม	5,640,000	6,204,000	6,824,400	7,506,840	8,257,524

นโยบายการส่งเสริมการขาย

ลูกค้าทำบัตรสมาชิก	80%
คาดว่าลูกค้าจะนำบัตรมาใช้	100%
ส่วนลดสำหรับสมาชิก	0%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.6 (ต่อ) : การประมาณค่าใช้จ่าย

ค่าส่งเสริมการขาย (บัตรสมาชิก)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	5,640,000.00	6,204,000.00	6,824,400.00	7,506,840.00	8,257,524.00
ถูกค้าทำบัตรสมาชิก	4,512,000.00	4,963,200.00	5,459,520.00	6,005,472.00	6,606,019.20
คาดว่าถูกค้าจะนำบัตรมาใช้	902,400.00	992,640.00	1,091,904.00	1,201,094.40	1,321,203.84
จะให้ส่วนลด	-	-	-	-	-

ต้นทุนการให้บริการ 20%

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการให้บริการ	1,128,000	1,240,800	1,364,880	1,501,368	1,651,505
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 5%	282,000	310,200	341,220	375,342	412,876
ส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-
รวมต้นทุนผันแปร	1,410,000	1,551,000	1,706,100	1,876,710	2,064,381

การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน

กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร

อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	4,230,000	4,653,000	5,118,300	5,630,130	6,193,143
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,329,067	2,347,280	2,366,399	2,386,469	2,407,538
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	194,088.89	195,606.67	197,199.93	198,872.46	200,628.19
จุดคุ้มทุนต่อวัน	6,469.63	6,520.22	6,573.33	6,629.08	6,687.61

อัตราดอกเบี้ย 15% ต่อปี

ระยะเวลา 5 ปี

ดอกเบี้ยจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินกู้	-	-	-	-	-
ชำระเงินกู้เท่ากันทุกปี	-	-	-	-	-
เงินกู้สุทธิ	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-

ตารางที่ 5.7 : งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	5,640,000.00	6,204,000.00	6,824,400.00	7,506,840.00	8,257,524.00
หัก ต้นทุนผันแปร	1,410,000.00	1,551,000.00	1,706,100.00	1,876,710.00	2,064,381.00
กำไรส่วนเกิน	4,230,000.00	4,653,000.00	5,118,300.00	5,630,130.00	6,193,143.00
หัก ต้นทุนคงที่	1,746,800.00	1,760,460.00	1,774,799.40	1,789,852.10	1,805,653.69
กำไรก่อนการดำเนินงาน	2,483,200.00	2,892,540.00	3,343,500.60	3,840,277.90	4,387,489.31
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	2,483,200.00	2,892,540.00	3,343,500.60	3,840,277.90	4,387,489.31
หัก ภาษี 30%	744,960.00	867,762.00	1,003,050.18	1,152,083.37	1,316,246.79
กำไรสุทธิ	1,738,240.00	2,024,778.00	2,340,450.42	2,688,194.53	3,071,242.52

กำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
ยกยอดไปงวด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	1,564,416.00	3,386,716.20	5,493,121.58	7,912,496.66
บวก กำไรสุทธิ	1,738,240.00	2,024,778.00	2,340,450.42	2,688,194.53	3,071,242.52
หัก เงินปันผล	173,824.00	202,477.80	234,045.04	268,819.45	307,124.25
กำไรสะสมปลายงวด	1,564,416.00	3,386,716.20	5,493,121.58	7,912,496.66	10,676,614.92

ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาษีเงินได้	744,960.00	867,762.00	1,003,050.18	1,152,083.37	1,316,246.79
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	744,960.00	122,802.00	135,288.18	149,033.19	164,163.42

ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินปันผลจ่าย	173,824.00	202,477.80	234,045.04	268,819.45	307,124.25
เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	173,824.00	28,653.80	31,567.24	34,774.41	38,304.80

ตารางที่ 5.8 : งบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	1,738,240.00	2,024,778.00	2,340,450.42	2,688,194.53	3,071,242.52
บวก ค่าเสื่อมราคา	530,000.00	530,000.00	530,000.00	530,000.00	530,000.00
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00
บวก ดอกเบียจ่าย	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	744,960.00	122,802.00	135,288.18	149,033.19	164,163.42
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	173,824.00	28,653.80	31,567.24	34,774.41	38,304.80
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	3,387,024.00	2,906,233.80	3,237,305.84	3,602,002.13	4,003,710.74
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์รวม	- 2,650,000.00	-	-	-	-
ค่าตกแต่ง	- 1,000,000.00	-	-	-	-
ค่ามัดจำสถานที่	- 1,000,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	- 4,650,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก เงินปันผล	- 173,824.00	- 202,477.80	- 234,045.04	- 268,819.45	- 307,124.25
ทุนหุ้นสามัญ	4,750,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	4,576,176.00	- 202,477.80	- 234,045.04	- 268,819.45	- 307,124.25
เงินสดสุทธิ	3,313,200.00	2,703,756.00	3,003,260.80	3,333,182.68	3,696,586.49
บวก เงินสดต้นงวด	-	3,313,200.00	6,016,956.00	9,020,216.80	12,353,399.48
เงินสดปลายงวด	3,313,200.00	6,016,956.00	9,020,216.80	12,353,399.48	16,049,985.97

ตารางที่ 5.9 : งบดุล

งบดุล ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	3,313,200	6,016,956	9,020,217	12,353,399	16,049,986
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,313,200	6,016,956	9,020,217	12,353,399	16,049,986
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	2,120,000	1,590,000	1,060,000	530,000	-
ค่าตกแต่งสุทธิ	800,000	600,000	400,000	200,000	-
ค่ามัดจำสถานที่	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
รวมสินทรัพย์	7,233,200	9,206,956	11,480,217	14,083,399	17,049,986
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	744,960	867,762	1,003,050	1,152,083	1,316,247
เงินปันผลค้างจ่าย	173,824	202,478	234,045	268,819	307,124
หนี้สินหมุนเวียน	918,784	1,070,240	1,237,095	1,420,903	1,623,371
เงินกู้สุทธิ	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	918,784	1,070,240	1,237,095	1,420,903	1,623,371
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	4,750,000	4,750,000	4,750,000	4,750,000	4,750,000
กำไรสะสม	1,564,416	3,386,716	5,493,122	7,912,497	10,676,615
ส่วนของผู้ถือหุ้น	6,314,416	8,136,716	10,243,122	12,662,497	15,426,615
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	7,233,200	9,206,956	11,480,217	14,083,399	17,049,986

ตารางที่ 5.10 : NPV, IRR

กระแสเงินสดตลอดโครงการ	
ปีที่	
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	- 4,750,000.00
1 กระแสเงินสดรับ	3,313,200.00
2 กระแสเงินสดรับ	2,703,756.00
3 กระแสเงินสดรับ	3,003,260.80
4 กระแสเงินสดรับ	3,333,182.68
5 กระแสเงินสดรับ*	4,796,586.49

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยใช้อัตราคิดลด	30%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	฿7,974,353.73
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	- 4,750,000.00
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	฿3,224,353.73
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	61%

* กระแสเงินสดรับในปีที่ 5 = เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด+เงินทุนหมุนเวียน+เงินมัดจำร้าน

ตารางที่ 5.11 : Ratio

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	3.61	5.62	7.29	8.69	9.89
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	3.61	5.62	7.29	8.69	9.89
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราการผลิตสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	2.66	3.90	6.44	14.16	
อัตราการผลิตสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.78	0.67	0.59	0.53	0.48
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.15	0.13	0.12	0.11	0.11
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย(เท่า)	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.24	0.22	0.20	0.19	0.18
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.28	0.25	0.23	0.21	0.20
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	75	75	75	75	75
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	44.03	46.62	48.99	51.16	53.13
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	30.82	32.64	34.30	35.81	37.19
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	฿3,224,353.73				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	61%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	1.531				

บรรณานุกรม

- คู่แข่งทางตรง และทางอ้อมในธุรกิจ คืออะไร ไปดู. (2558). สืบค้นจาก <https://www.all2sale.com/article/content/39-คู่แข่งทางตรง-และทางอ้อมในธุรกิจ-คืออะไร-ไปดู.html>.
- บริบูรณ์ พรพิบูลย์. (2550). ความหมายของผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก <http://www.ptu.ac.th/StudentServe/input/thesis/%5B10%5D%5B210916121939%5D.%BA%B7%B7%D5%E8%202.pdf>.
- ปี 2561 ไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แห่งชาติประจำปี. (2561). สืบค้นจาก <http://www.autofocusnews.com/16602867/ปี-2561-ไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แห่งชาติประจำปี>.
- รักษาพนักงานอย่างไรไม่ให้เปลี่ยนงานบ่อย. สืบค้นจาก http://www.impressionconsult.com/web/index.php?option=com_content&view=article&id=755.
- วิลาวรรณ รพีพิศาล. (2554). ความรู้พื้นฐานในการบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: วิจิตรหัตถการ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศรีทัฬหิม รัตนโกศลพานิชพันธ์. (2550). การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก <http://www.ptu.ac.th/StudentServe/input/thesis/%5B10%5D%5B210916121939%5D.%BA%B7%B7%D5%E8%202.pdf>.
- ศูนย์บริการผู้สูงอายุดินแดง. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/social/page/3604>.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2550). แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก <http://www.ptu.ac.th/StudentServe/input/thesis/%5B10%5D%5B210916121939%5D.%BA%B7%B7%D5%E8%202.pdf>.
- หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงาน มี 7 ประการ. (2559). สืบค้นจาก <http://203.131.219.167/km2559/2016/02/24/>.
- BDMS เตรียมเปิด BDMS Wellness Clinic ปักหมุดเป็นศูนย์กลางสุขภาพในอาเซียน. (2561). สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/bdms-wellness-clinic/>.
- MGR Online. (2559). เมกะเทรนด์ โอกาสเจาะตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/smes/detail/9590000039260>.

Monchai. (2017). เจาะลึกตลาด “ผู้สูงวัย” รู้ก่อนรวยก่อน+ไม่ตกขบวน. สืบค้นจาก

<http://oknation.nationtv.tv/blog/monchai83/2015/11/19/entry-1>.

The Mind of Strategy : หัวใจของการจัดการกลยุทธ์. (2553). สืบค้นจาก

<http://themindofstrategy.blogspot.com/2010/09/002.html>.





คำถามแบบสอบถาม

แบบสอบถามเกี่ยวกับศูนย์บริการผู้สูงอายุ

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระในระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เรื่อง "ศูนย์บริการผู้สูงอายุ" โดยมีจุดประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงทัศนคติ ความคิดเห็นและความต้องการในอนาคตต่อบริการศูนย์บริการผู้สูงอายุ ข้อมูลของท่านทั้งหมดจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และใช้สำหรับการศึกษาวิจัยเท่านั้น ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือ

*จำเป็น

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ชาย
 หญิง

2. อายุ

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- 20-30
 31-40
 41-50
 51ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- โสด
 สมรส
 ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน
 พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
 ธุรกิจส่วนตัว
 อื่นๆ: _____

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมทุกคนในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน)
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ไม่เกิน 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท
 30,001 – 50,000 บาท
 50,001 – 80,000 บาท
 80,001 – 100,000 บาท
 100,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้สูงอายุ

7. ในครอบครัวของท่านมีจำนวนสมาชิกที่เป็นผู้สูงอายุ
จำนวนกี่คน (รวมตัวท่านเอง)

8. หากครอบครัวท่านมีผู้สูงอายุอยู่ในครอบครัว ท่านมีความสนใจในศูนย์บริการผู้สูงอายุหรือไม่
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- สนใจอย่างยิ่ง
 สนใจ
 ไม่สนใจ
 ไม่สนใจ

9. ปัจจุบันท่านคิดว่าผู้สูงอายุนิยมออกกำลังกายเพื่อสุขภาพด้วยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

- เดิน
 รังเหยาะ ๆ
 เต้นแอโรบิค
 โยคะ
 ศึกษารยานอยู่กับที่
 อื่นๆ: _____

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นต่อศูนย์บริการผู้สูงอายุ

10. ท่านคิดว่าถ้ามาใช้บริการศูนย์บริการผู้สูงอายุ ท่านสะดวกมาใช้โครงการของเราในช่วงเวลาไหน
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- 9.00-12.00 น.
 13.00-16.00 น.
 17.00-19.00 น.

11. เหตุผลอะไรที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการ
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ใกล้บ้าน
 ใกล้ที่ทำงาน
 ไม่มีเวลาดูแลผู้สูงอายุ
 ไม่อยากให้ผู้สูงอายุอยู่โดยลำพัง

12. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์บริการผู้สูงอายุ
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ที่ตั้ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความน่าเชื่อถือ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ค่าบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความสะอาด ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความสะอาด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. ค่าบริการสำหรับผู้สูงอายุที่ใช้บริการรายวัน 120บาท/วัน รายเดือน3,000บาท/เดือน เหมาะสมหรือไม่ หากไม่เหมาะสม โปรดระบุจำนวนที่ท่านคิดว่าเหมาะสม ในช่องอื่นๆ *
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

- เหมาะสม
 ไม่เหมาะสม
 อื่นๆ: _____

14. หากท่านต้องการหาข้อมูลศูนย์บริการผู้สูงอายุ ท่านจะหาข้อมูลจากแหล่งใด
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

- อินเทอร์เน็ต
 นิตยสาร
 หนังสือพิมพ์
 อื่นๆ: _____

15. ท่านคิดว่าควรส่งเสริมผู้สูงอายุที่มีความสามารถให้มาทำประโยชน์ต่อสังคมให้เป็นที่ยอมรับหรือไม่
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

- ควร
 ไม่ควร

16. ท่านสนใจที่ต้องการจะสร้างรายได้เพิ่มหรือไม่
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

- สนใจ
 ไม่สนใจ

17. ท่านสนใจการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับผู้สูงอายุหรือไม่
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

- สนใจ
 ไม่สนใจ

18. ถ้ามีสถานที่ให้ท่านแสดงความสามารถหรือนำความรู้ต่างๆให้กับคนรุ่นหลังท่านยินดีที่จะให้คำแนะนำหรือไม่
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

- ยินดี
 ไม่ยินดี

19. ท่านต้องการสถานที่ให้ผู้สูงอายุมีการรวมตัวเพื่อพูดคุยหรือทำกิจกรรมร่วมกันหรือไม่
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ต้องการ
 ไม่ต้องการ

20. ท่านใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมทำอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

- อ่านหนังสือ ดูหนัง ฟังเพลง
 ปลูกต้นไม้
 เรียนทำอาหาร ทำขนม เรียนจัดดอกไม้ วาดรูป เล่นดนตรี หรือทำงานประดิษฐ์ต่างๆ อื่นๆ
 จัดกิจกรรมให้ความรู้แก่คนทั่วไปในสิ่งที่ตนเองมีความรู้ความสามารถ รวมไปถึงกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่างๆ
 งานบ้าน
 เลี้ยงหลาน
 อื่นๆ: _____

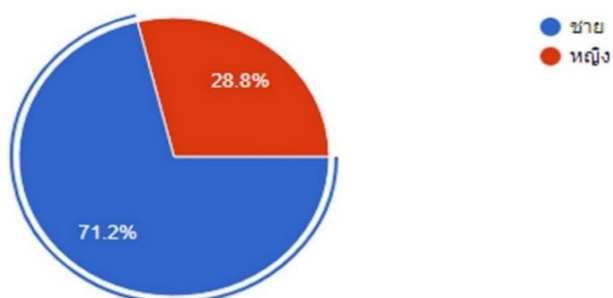
ขับเคลื่อนโดย
Google Forms

ผลสำรวจจากแบบสอบถาม

จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย

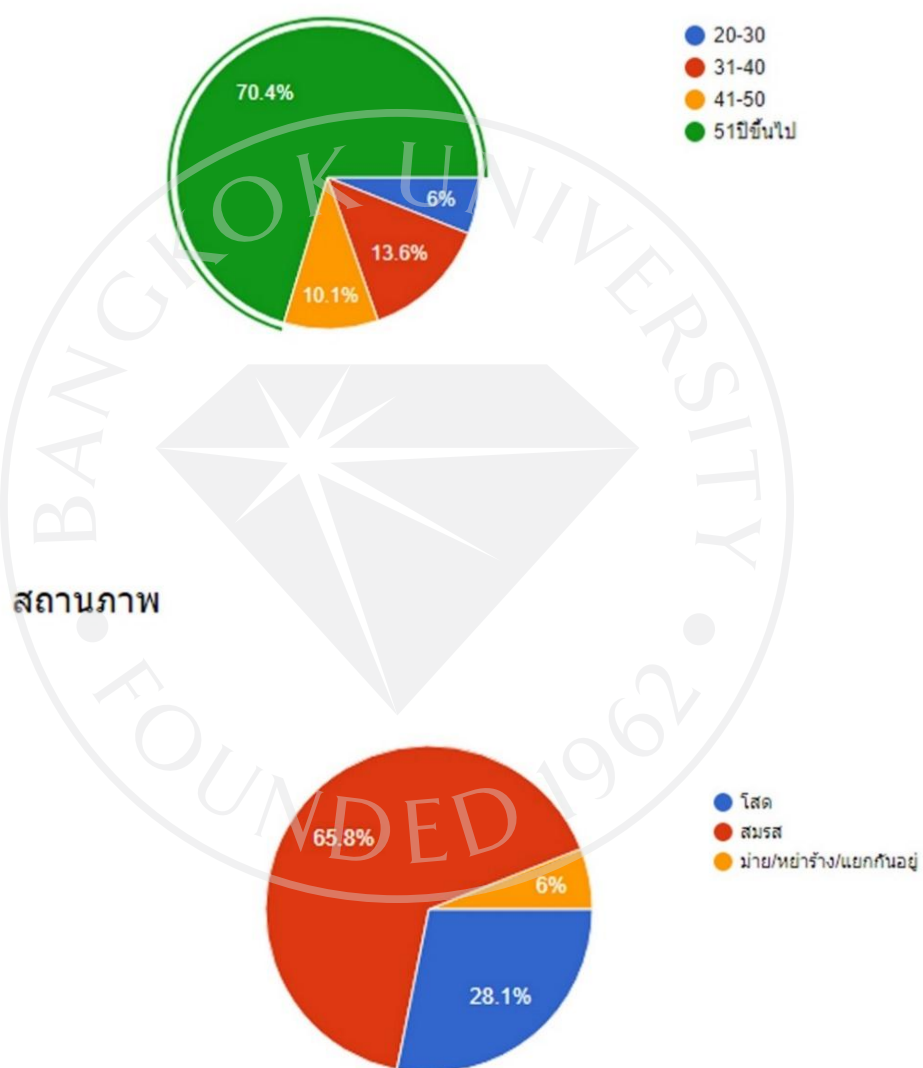
ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ



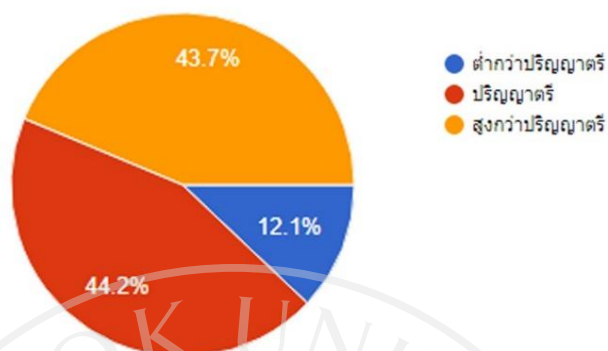
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการให้บริการ

อายุ



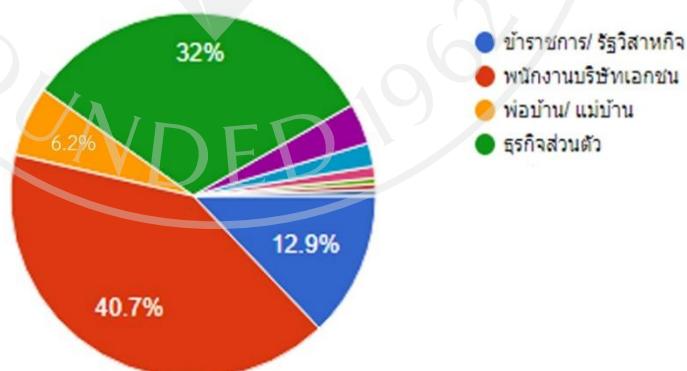
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ทำให้ทางโครงการเรามีโอกาสที่จะมาใช้บริการเป็นครอบครัว (มากกว่า 1 คน)

ระดับการศึกษาสูงสุด



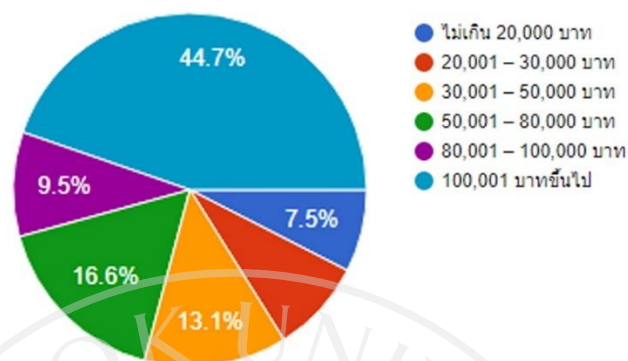
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ



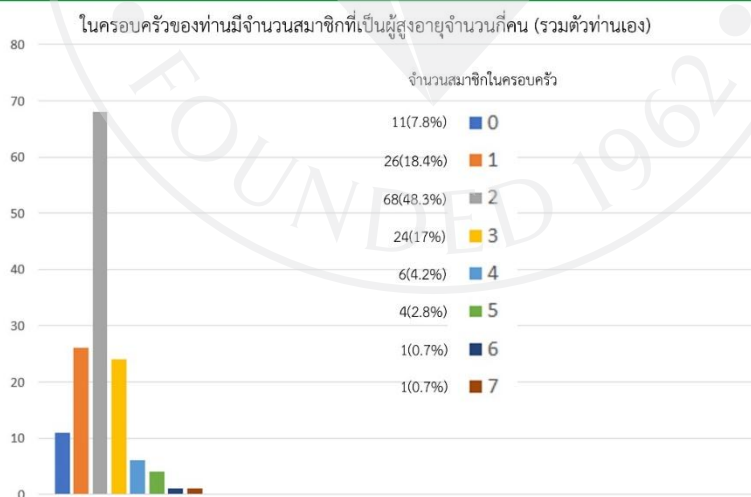
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนและทำธุรกิจส่วนตัว ซึ่งกลุ่มคนที่ทำอาชีพเหล่านี้ค่อนข้างที่จะมีรายได้ที่สูงและสามารถมาใช้บริการของเราได้อย่างสะดวกและสบายใจ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมทุกคนในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน)



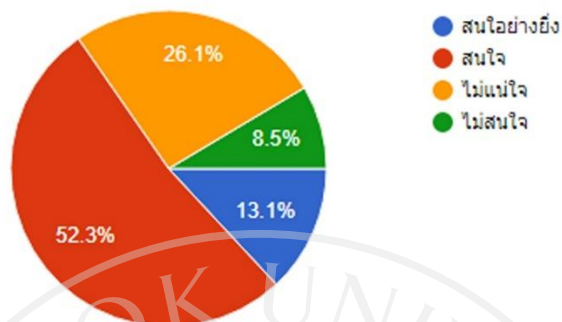
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้รวมมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไปทำกำลังพอที่จะมาสมัครสมาชิกกับโครงการเรา

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้สูงอายุ



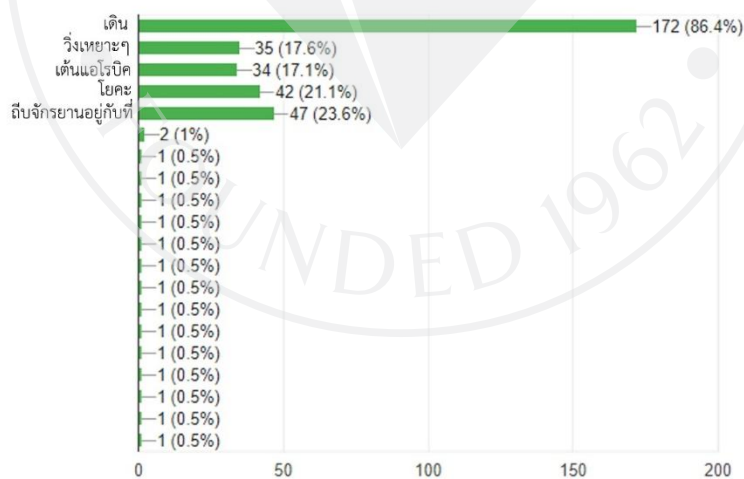
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนผู้สูงอายุอยู่ในครอบครัวจำนวน 2 คน

หากครอบครัวท่านมีผู้สูงอายุอยู่ในครอบครัว ท่านมีความสนใจในศูนย์บริการผู้สูงอายุหรือไม่



จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในศูนย์บริการผู้สูงอายุ

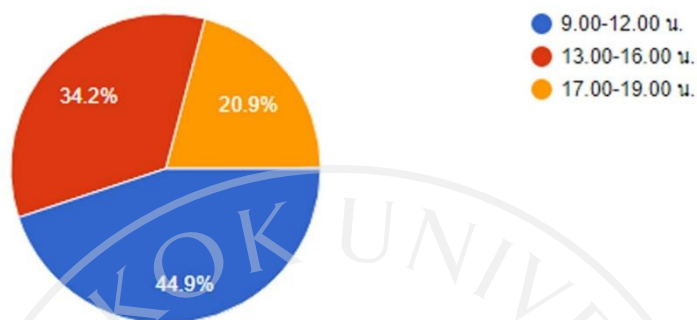
ปัจจุบันท่านคิดว่าผู้สูงอายุนิยมออกกำลังกายเพื่อสุขภาพด้วยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้วิธีการเดินในการออกกำลังกาย

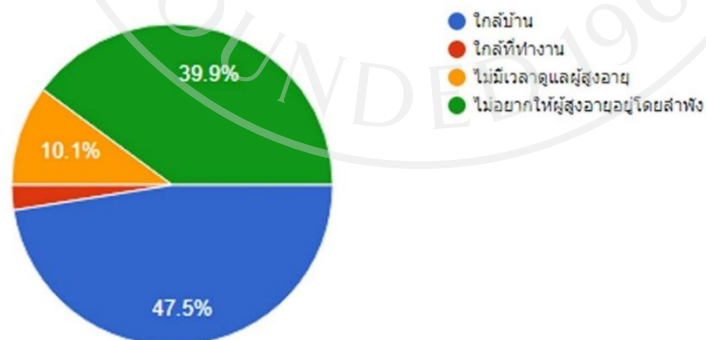
ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นต่อศูนย์บริการผู้สูงอายุ

ท่านคิดว่าถ้ามาใช้บริการศูนย์บริการผู้สูงอายุ ท่านสะดวกมาใช้โครงการของเราในระยะเวลาไหน



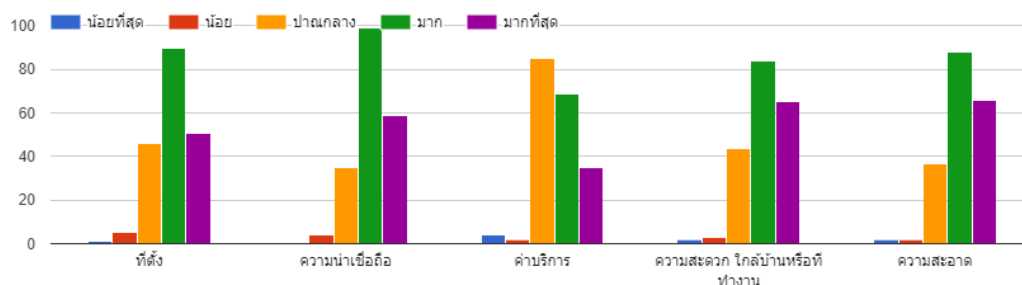
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ สะดวกที่จะมาใช้บริการในตอนเช้า ทำให้เราสามารถที่จะนำไปปรับคอร์สเรียนต่างๆได้

เหตุผลอะไรที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการ



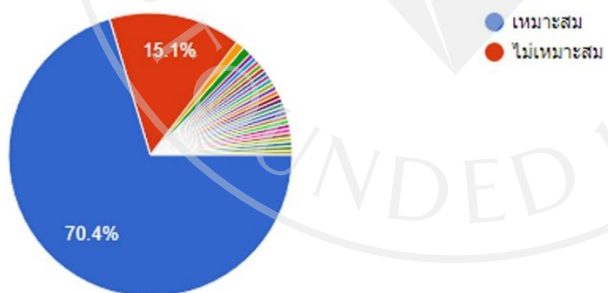
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเพราะใกล้บ้านและไม่อยากให้ผู้สูงอายุอยู่โดยลำพัง ซึ่งที่ตั้งที่เราเลือกสามารถตอบโจทย์นี้ได้เพราะมีหมู่บ้านล้อมรอบ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์บริการผู้สูงอายุ



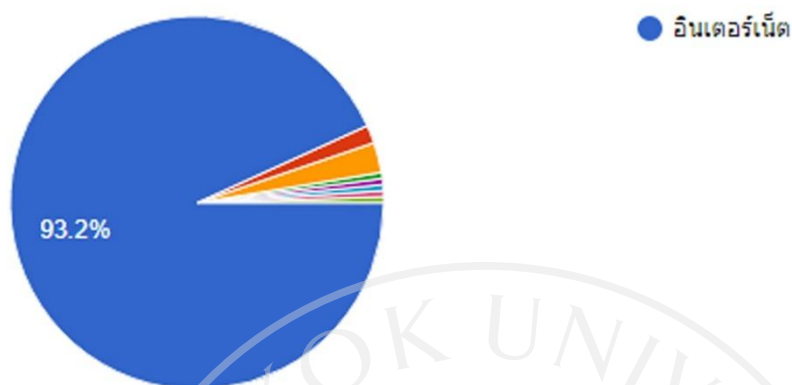
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คือความน่าเชื่อถือซึ่งทางเรา ได้มีนายแพทย์ จรุงญ จันทรดำรงกุล มาเป็นหุ้นส่วนและที่ปรึกษาให้กับโครงการ

ค่าบริการสำหรับผู้สูงอายุที่ใช้บริการรายวัน 120บาท/วัน รายเดือน3,000บาท/เดือน เหมาะสมหรือไม่ หากไม่เหมาะสม โปรดระบุจำนวนที่ท่านคิดว่าเหมาะสม ในช่องอื่นๆ



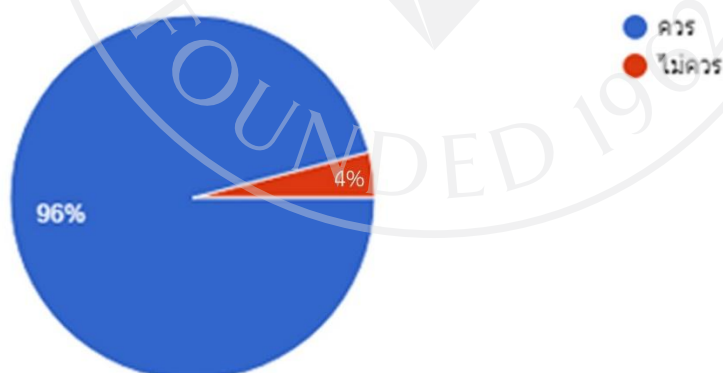
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่าเป็นราคาที่เหมาะสม

หากท่านต้องการหาข้อมูลศูนย์บริการผู้สูงอายุ ท่านจะหาข้อมูลจากแหล่งใด



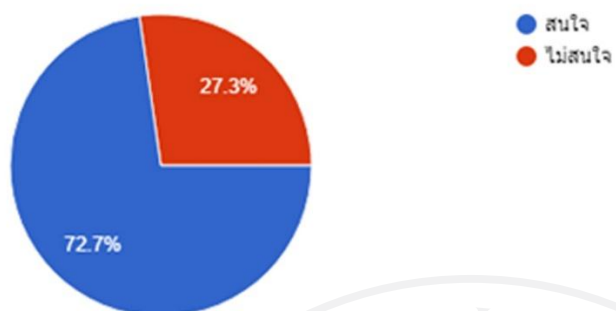
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่วนนี้ทำให้เราสามารถที่จะทำการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงเราได้ดียิ่งขึ้น

ท่านคิดว่าควรส่งเสริมผู้สูงอายุที่มีความสามารถให้มาทำประโยชน์ต่อสังคมให้เป็นที่ยอมรับหรือไม่



จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมาทำประโยชน์ให้สังคมส่วนนี้ก็จะทำให้เราสามารถจัดกิจกรรมต่างๆขึ้นมาได้

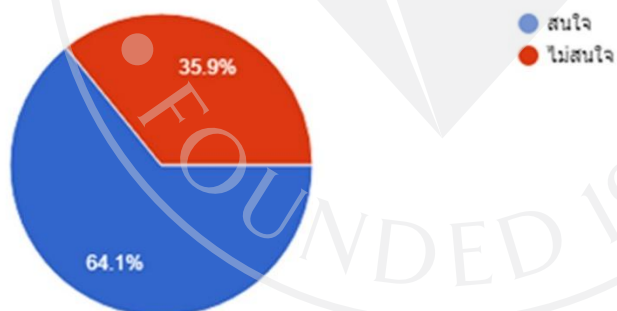
ท่านสนใจที่ต้องการจะสร้างรายได้เพิ่มหรือไม่



จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจที่จะสร้างรายได้เพิ่ม

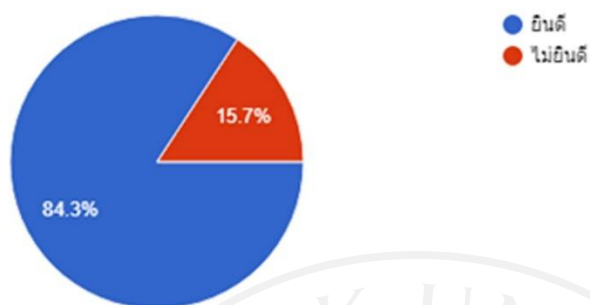
ท่านสนใจการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับผู้สูงอายุหรือไม่

โอ



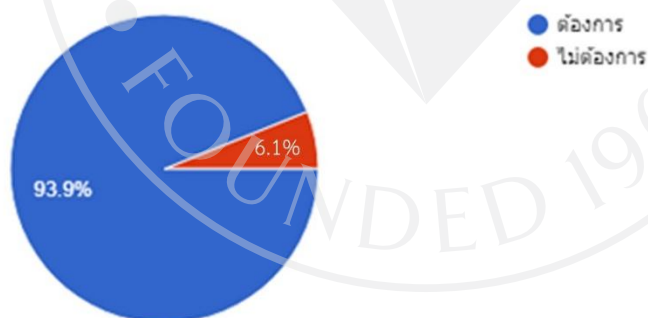
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับผู้สูงอายุ ทำให้ทางเราสามารถให้คำปรึกษาและรับออกแบบตกแต่งภายในเพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจำนวนมาก

ถ้ามีสถานที่ให้ท่านแสดงความสามารถหรือแนะนำความรู้ต่างๆให้กับคนรุ่นหลัง ท่านยินดีที่จะให้คำแนะนำหรือไม่



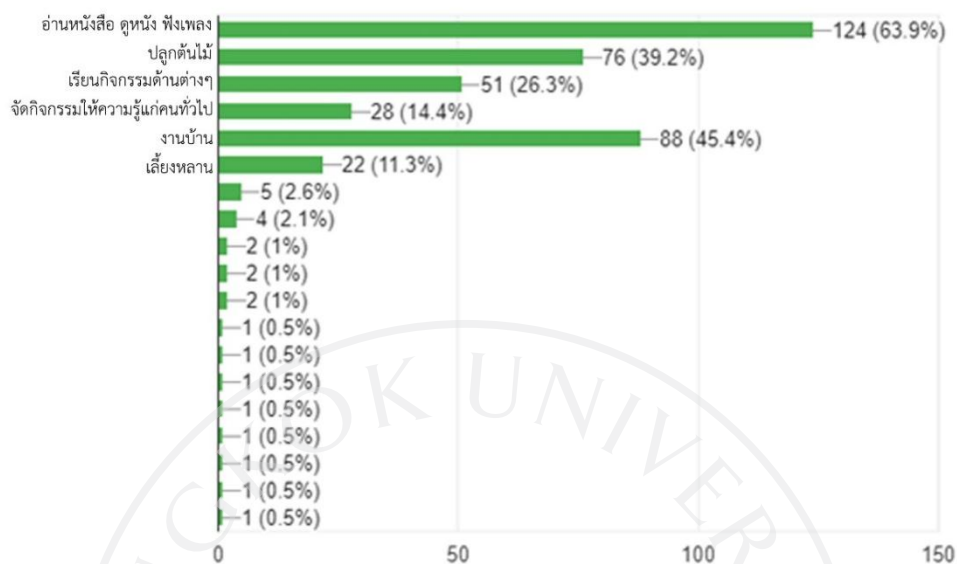
จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ยินดีที่จะแนะนำความรู้ต่างๆให้คนรุ่นหลัง

ท่านต้องการสถานที่ให้ผู้สูงอายุมีการรวมตัวเพื่อพูดคุยหรือทำกิจกรรมร่วมกันหรือไม่



จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการที่รวมตัวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อพูดคุยหรือทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งตรงกับที่โครงการเราต้องการที่จะทำ

ท่านใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมทำอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



จากแบบสอบถามสรุปได้ว่า ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือ ดูหนัง ฟังเพลง ส่วนนี้ทำให้เราสามารถที่จะนำไปพัฒนาหรือเพิ่มเติมฟังก์ชันต่างๆภายในโครงการของเรา เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าได้

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-นามสกุล**

ปิยะพันธ์ บุญประเสริฐ

อีเมล

auu29506@hotmail.com

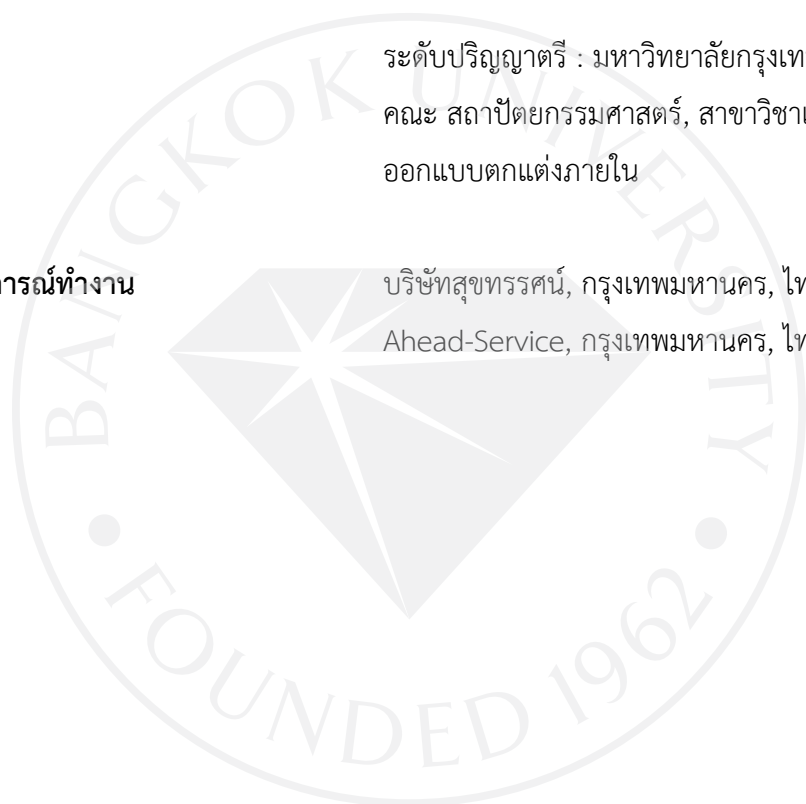
ประวัติการศึกษา

ระดับมัธยมศึกษา : โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย

ระดับปริญญาตรี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์, สาขาวิชาเอก
ออกแบบตกแต่งภายใน

ประสบการณ์ทำงาน

บริษัทสุขทรศน์, กรุงเทพมหานคร, ไทย
Ahead-Service, กรุงเทพมหานคร, ไทย



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ ๙ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อโยธยา อโยธยา อโยธยา อโยธยา อยู่บ้านเลขที่ 185/17
ซอย วิภาวดี 6 ถนน วิภาวดี ตำบล/แขวง ทุ่งมหาเมฆ
อำเภอ/เขต วิภาวดี จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10120
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600 203579
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ แนวธุรกิจ วิสาหกิจขนาดย่อมในยุค

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..... พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..... พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร