แผนธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ (AFTE)

Business Plan for the Art Institute for the Elderly AFTE

แผนธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ (AFTE)

Business Plan for the Art Institute for the Elderly AFTE

กรวรรณ ทรัพยะโตษก

การศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560

© 2562
กรวรรณ ทรัพยะโตษก
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE

ผู้วิจัย กรวรรณ ทรัพยะโตษก

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา .....[redacted].....

(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)

ผู้เชี่ยวชาญ .....[redacted].....

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

.....[redacted].....

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 16 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2562

กรวรรณ ทรัพยะโตษก. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, พฤษภาคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
แผนธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE (74 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ ของธุรกิจการฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุโดยใช้หลักการศิลปะเป็นส่วนสำคัญในการฟื้นฟูเพื่อตอบสนองกับสังคมไทยที่กำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุ และสามารถสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี

แผนธุรกิจนี้ได้ทำการศึกษาวิจัยการตลาดด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ มีการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคของธุรกิจ เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ จากการวิจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P) จะพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคในด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือหลักสูตรที่ทันสมัยในด้านราคา คือการให้บริการที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ด้านสถานที่จะพบว่าที่ลูกค้าต้องการสถานที่จอดรถเพียงพอและสถานที่มีความสะอาด ปัจจัยด้านการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด ทางสถาบันมีการใช้สื่อโฆษณาทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักและสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็ว ลูกค้ามีความสนใจในกิจกรรมการทดลองเรียนเป็นอย่างมาก ปัจจัยทางด้านบุคลากร บุคลากรของทางสถาบัน มีจิตวิทยาที่ดีในการพูดคุย มีความรู้ความสามารถในด้านศิลปะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในสถาบัน ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ เรื่องความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด ปัจจัยด้านกระบวนการมีระบบจัดการที่ดีและรวดเร็วมีการดูแลความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานทางสถาบันสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจนและเป็นแบบแผน ปัจจัยด้านการฟื้นฟูสมองผู้สูงอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมี การให้ความสนใจระหว่างการผสมผสานระหว่างกิจกรรมเดี่ยวและกิจกรรมกลุ่มสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา เพื่อช่วยกระตุ้นการฟื้นฟูสมองผู้สูงอายุให้ไปในทิศทางที่ดีมากขึ้น

เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของการลงทุนแผนธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE พบว่า มีอัตราผลตอบแทนตลอดโครงการอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะแก่การลงทุน โดยใช้งบลงทุน 2,168,000 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NVP) เท่ากับ 4,697,303.02 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) อยู่ที่ 111 % จะเห็นได้ว่าธุรกิจนี้มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1.046 ปี ดังนั้น โครงการนี้น่าลงทุนเป็นอย่างมาก

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, ผู้สูงอายุ, สถาบันสอนศิลปะ

Sapayatosok, K. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), May 2019, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for the Art Institute for the Elderly AFTE (74 pp.)

Advisor: Sumethee Wongsak, Ph.D.

ABSTRACT

Business plan of Art Institute for the Elderly (AFTE) The objective is to study the possibilities of business By applying art principles as an important part in the restoration to respond to the Thailand is entering an ageing society and can generate more profits for the business every year.

This business plan has conducted market research by distributing online questionnaires and analysis of the strengths, weaknesses, opportunities and obstacles of the business for order to create a strategic plan for business operations from marketing mix research (7P) was found that consumer behaviour of consumers in the products the most important. Product is the modern curriculum on the price of the service is worth the money spent on the premises, it is found that the establishment of the customer requires sufficient parking place and clean Factors in promoting marketing activities. The institute uses various online advertising media to be known and able to communicate with customers easily and quickly. Customers are very interested in the trial activities personnel factors Personnel of the institute Have good psychology to talk have knowledge and ability in the arts, making customers trust in the institution physical factor The cleanliness of the premises and quality equipment is what customers want most process factors have a good and fast management system, with safety standards that the institution can transfer knowledge clearly and in a structured manner. Brain rehabilitation factors, elderly, respondents have Attention between integration between solo activities and group activities encourages the elderly to use creativity all the time. To help stimulate the recovery of the elderly brain in a better direction.

When considering the feasibility of investing in a business plan. The Institute for the Arts for the AFTE found that the rate of return throughout the project is suitable for investment by using an investment budget of 2,168,000 baht. The net present value (NVP) is 4,697,303.02 baht with an internal rate of return (IRR). At 111%, it can be seen that this business has a payback period of 1.046 years. Therefore, this project is very attractive.

Keywords: Business Plan, Art Institute, Elderly

BANGKOK UNIVERSITY
FOUNDED 1962

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยคำแนะนำ คำปรึกษาและความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะท่านอาจารย์ที่ปรึกษาในการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์ ผู้เขียนขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ที่มีเมตตาให้คำปรึกษาเรื่องการศึกษาค้นคว้านี้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณอาจารย์ประจำวิชาและอาจารย์พิเศษ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการแก่ข้าพเจ้า ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ที่ท่านให้ความช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานเรื่องต่าง ๆ เป็นอย่างดี และที่ขาดไม่ได้ผู้เขียนขอขอบพระคุณเพื่อนร่วมชั้นเรียนทุกท่านที่ช่วยเหลือเกื้อกูลกันทั้งเรื่องการเรียนและการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ครอบครัวจริตงามทุกคน รวมถึงพี่ ๆ เพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจแก่ข้าพเจ้าด้วยดีเสมอมา

กรวรรณ ทรัพยะโตษก

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		จ
กิตติกรรมประกาศ		ฉ
สารบัญตาราง		ฌ
สารบัญภาพ		ญ
บทที่ 1	บทนำ	
	1.1 แนะนำธุรกิจ	1
	1.2 สถานที่ตั้ง	1
	1.3 ประเภทของธุรกิจ	2
	1.4 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	2
	1.5 รายละเอียดของการสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ	3
	1.6 วิสัยทัศน์	3
	1.7 พันธกิจ	3
	1.8 เป้าหมาย	4
	1.9 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	4
	1.10 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้	4
บทที่ 2	วิธีการดำเนินงานในแผนธุรกิจ	
	2.1 วิธีการศึกษา	5
	2.2 การดำเนินงานวิจัย	9
	2.3 สรุปผลการวิจัย	12
บทที่ 3	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
	3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment)	28
	3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)	29
	3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม	30
	3.4 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรค เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ	31
	3.5 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ	31

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 โมเดลของธุรกิจใช้ Business Model Canvas	35
4.2 การวิเคราะห์การแข่งขัน	36
4.4 จุดเด่นและความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน	37
4.5 ที่มาของการแข่งขัน	37
4.6 คู่แข่งขันทางธุรกิจ	37
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	39
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์และการให้บริการ	44
5.3 แผนกลยุทธ์ทางการเงินและการลงทุน	47
บรรณานุกรม	64
ภาคผนวก	65
ประวัติผู้เขียน	74
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 3.1:	การวิเคราะห์ (SWOT Analysis)	31
ตารางที่ 3.2:	สรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรค	32
ตารางที่ 5.1:	รายชื่อผู้บริหารและบุคลากร	42
ตารางที่ 5.2:	กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการด้านทรัพยากรบุคคล	43
ตารางที่ 5.3:	กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์และการให้บริการ	46
ตารางที่ 5.4:	แหล่งที่มาของเงินทุน	47
ตารางที่ 5.5:	แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน	48
ตารางที่ 5.6:	แสดงรายละเอียดค่าเสื่อมและค่าตัดจ่าย	49
ตารางที่ 5.7:	แสดงรายละเอียดจำนวนครั้งที่เปิดสอน	50
ตารางที่ 5.8:	แสดงรายละเอียดการประมาณรายได้	51
ตารางที่ 5.9:	แสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ปีที่ 1 ถึง 5	52
ตารางที่ 5.10:	แสดงรายละเอียดการประมาณต้นทุน	53
ตารางที่ 5.11:	แสดงรายละเอียดการประมาณการต้นทุนสินค้าจากการประมาณการยอดขาย 5 ปี	54
ตารางที่ 5.12:	แสดงรายละเอียดประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหาร	55
ตารางที่ 5.13:	แสดงรายละเอียดการประมาณจุดคุ้มทุน	55
ตารางที่ 5.14:	แสดงรายละเอียดงบกำไรขาดทุน	56
ตารางที่ 5.15:	การคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคล	57
ตารางที่ 5.16:	กำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	57
ตารางที่ 5.17:	แสดงรายละเอียดประมาณการงบกระแสเงินสด	58
ตารางที่ 5.18:	แสดงรายละเอียดประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน	59
ตารางที่ 5.19:	แสดงกระแสเงินสดรับตลอดโครงการ	61
ตารางที่ 5.20:	แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)	61
ตารางที่ 5.21:	วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	62

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1:	โลโก้ของสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE	1
ภาพที่ 1.2:	แผนที่ THE CRYSTAL SB RATCHAPRUEK	2
ภาพที่ 5.1:	แสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	39

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 1
บทนำ

1.1 แนะนำธุรกิจ

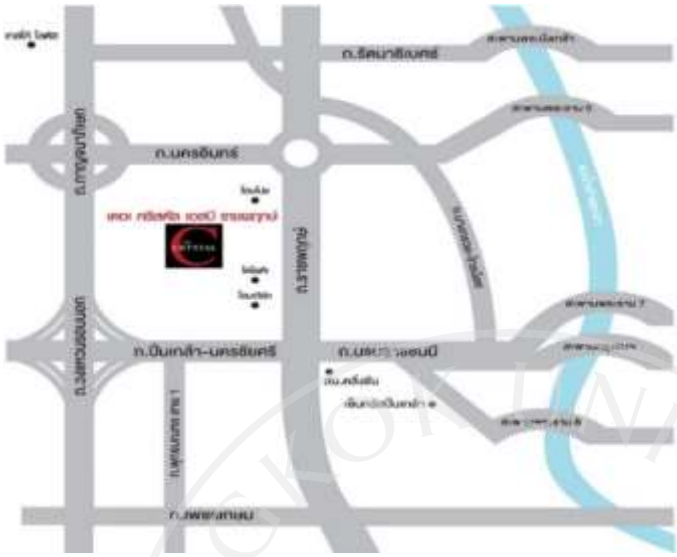
ธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE เป็นการช่วยฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุ โดยการใช้กิจกรรมทางศิลปะในแขนงต่าง ๆ ทั้งวาดภาพ ระบายสี หรือการปั้นดิน เข้าช่วยนั้น จะสามารถทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดได้ ทำให้ความจำดีขึ้น ลดการเกิดโรคทางสมอง เนื่องจากกิจกรรมทางศิลปะสามารถกระตุ้นสมอง บรรเทาและป้องกันอาการสมองเสื่อมได้ รวมถึงการหลั่งสารโดพามีน (Dopamine) ออกมา ซึ่งจะช่วยฟื้นฟูศักยภาพทางสมองของผู้สูงอายุได้อย่างดี

ภาพที่ 1.1: โลโก้ของสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE

1.2 สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE ตั้งอยู่ที่ THE CRYSTAL SB Ratchapruek 555/9 หมู่ 1 ถนนราชพฤกษ์ ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130

ภาพที่ 1.2: แผนที่ THE CRYSTAL SB RATCHAPRUEK



ที่มา: *แผนที่ The Crystal SB*. (2559). สืบค้นจาก http://www.thecrystal.co.th/the-crystal-tcr/about/location/.

1.3 ประเภทของธุรกิจ

สถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ จัดเป็นธุรกิจด้านงานบริการ ทางสถาบันจะเน้นเรื่องการผ่อนคลาย ลดความตึงเครียด และที่สำคัญคือมีส่วนช่วยฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุ โดยการที่ให้ผู้สูงอายุได้ทำกิจกรรมทางด้านงานศิลปะ เช่น การวาดเส้น การปั้นดินต่าง ๆ เพื่อให้ผู้สูงอายุได้เกิดสมาธิและช่วยในเรื่องของกล้ามเนื้อในส่วนมือและแขน มีการพบปะพูดคุยและเปลี่ยนความคิดเห็นกันในชั้นเรียน ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุมีสังคมที่กว้างขึ้น และในปัจจุบันสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการบริการผู้สูงอายุนั้นยังมีไม่ทั่วถึงและมีไม่เพียงพอต่อจำนวนประชากรผู้สูงอายุในปัจจุบันที่มีอัตรามากขึ้นในทุก ๆ ปี

1.4 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ในปี 2561 ประเทศไทยมีผู้สูงอายุมากถึง 1 ใน 5 ของประชากรทั้งหมดและจากการคาดการณ์ในปี 2564 จะมีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป สูงถึงร้อยละ 20 ทำให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แบบ และในปี 2574 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ สังคมสูงอายุระดับสุดยอด เมื่อประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยมีมากขึ้นถึง 28 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนประชากรทั้งหมด จากการจัดอันดับของประเทศในเอเชีย ประเทศไทยมีสัดส่วนของผู้สูงอายุมาเป็นอันดับที่ 2 รองจากประเทศสิงคโปร์ ดังนั้นการที่ประเทศไทยมีจำนวนผู้สูงอายุมากขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้เห็นว่าประเทศ

ไทยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเตรียมความพร้อมรองรับการเป็นสังคมผู้สูงอายุที่กำลังจะมาถึง ทั้งในด้านสินค้าและบริการ

โรคส่วนใหญ่ที่เกิดในผู้สูงอายุจะเป็นโรคที่เกี่ยวข้องกับทางสมอง เช่น โรคอัลไซเมอร์ โรคพากินสัน โรคซึมเศร้า เมื่อพูดถึงผู้สูงอายุ ก็จะต้องนึกถึงอาการหลงๆลืมๆหรืออาการสมองเสื่อม ซึ่งในประเทศไทยพบว่าผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสภาวะสมองเสื่อมถึงร้อยละ 12.4 โดยพบบในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และอายุที่เกิดโรคอัลไซเมอร์ชนิดที่เร็วที่สุดจะเกิดขึ้นเมื่ออายุประมาณ 40 ปี เมื่อทำการศึกษาประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยทำให้ได้ทราบว่าผู้สูงอายุมีอาการตึงเครียดและโรคซึมเศร้าเป็นอย่างมากเนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะอยู่แต่บ้านไม่ค่อยได้พูดคุยกับบุคคลภายนอกและลูกหลานต่างทำงานจึงไม่ค่อยมีเวลาดูแลผู้สูงอายุมากนักจึงได้จัดตั้งสถาบันนี้ขึ้นเพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับการฟื้นฟูทั้งในด้านสมองและทางด้านจิตใจ

1.5 รายละเอียดของการสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ

การเรียนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุผู้สูงอายุนั้น จะนำศิลปะในแขนงต่าง ๆ มาใช้ ทั้งในการวาดรูปลายเส้น การใช้สีไม้ สีน้ำ และการปั้นดินเบา ดินญี่ปุ่น โดยในการเรียนการสอนนั้นจะมีทั้งลักษณะกลุ่มและเดี่ยว มีทั้งในและนอกสถานที่ เวลาเรียน 2 ชั่วโมง/1ครั้ง มีช่วงเวลาให้ผู้สูงอายุนั้นได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน และลูกหลานสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในชั้นเรียนได้อีกด้วย จำกัด 1 ท่านต่อ 1 ผู้สูงอายุ โดยรายละเอียดราคาคอร์สเรียนมี ดังนี้

รับสอนในสถานที่-เดี่ยว	4 ครั้ง/ 2 ชั่วโมง 4,500
รับสอนในสถานที่-กลุ่ม ไม่เกิน 8 คน	4 ครั้ง/ 2 ชั่วโมง 3,500
รับสอนนอกสถานที่-เดี่ยว	4 ครั้ง/ 2 ชั่วโมง 4,500
รับสอนนอกสถานที่-กลุ่ม ขั้นต่ำ 10 คน	4 ครั้ง/ 2 ชั่วโมง 5,500

1.6 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ สร้างความสุขความผ่อนคลายให้แก่ผู้สูงอายุที่ได้เข้ามาเรียน พัฒนาและต่อยอดศาสตร์ทางศิลปะเพื่อการฟื้นฟูให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

1.7 พันธกิจ

1.7.1 จัดทำแผนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

1.7.2 ใช้อุปกรณ์ประกอบการสอนที่ปลอดภัยและใช้งานง่าย มีการใช้เทคโนโลยีเข้าร่วมเพื่อเปิดโลกให้แก่ผู้สูงอายุ

1.7.3 สร้างความพึงพอใจ และซื่อสัตย์ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสังคม

1.7.4 ดำเนินการตามความต้องการของลูกค้าแบบถูกต้องและตามแบบแผนที่ได้วางไว้ทำให้สถาบันมีมารตฐานที่มั่นคงและชัดเจน

1.8 เป้าหมาย

1.8.1 เป้าหมายระยะสั้น (1–5 ปี)

จัดตั้งสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุให้เป็นที่รู้จัก และสร้างฐานลูกค้าโดยใช้วิธีการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ และการออกบูธตามงานกิจกรรมเสริมสร้างครอบครัว การออกบูธตามโรงพยาบาลและศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ

1.8.2 เป้าหมายระยะกลาง (5-10 ปี)

มีการขยายสาขาของสถาบันไปในเขตปริมณฑล เพื่อให้ผู้ที่สนใจที่อาศัยในเขตปริมณฑลหรือใกล้เคียงได้เข้ารับการฟื้นฟู

1.8.3 เป้าหมายระยะยาว (10 ปีขึ้นไป)

เป็นสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุที่ดีและมีมาตรฐานที่สุดในประเทศไทย และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

1.9 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1.9.1 เพื่อสร้างกำไรให้แก่สถาบัน

1.9.2 เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่พึงพอใจในด้านบริการแก่กลุ่มเป้าหมาย

1.10 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้

1.10.1 เพื่อตอบสนองต่อประชากรผู้สูงอายุที่มีเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปีของประเทศไทย

1.10.2 เพื่อฟื้นฟูผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ อย่างถูกวิธีและปลอดภัย

บทที่ 2
วิธีการดำเนินงานในแผนธุรกิจ

ธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ ได้ดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจโดยได้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษาและจัดทำข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 วิธีการศึกษา

2.1.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับศิลปะเพื่อการฟื้นฟู

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโรคทางสมองของผู้สูงอายุ

2.1.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

2.1.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับศิลปะเพื่อการฟื้นฟู

ศิลปะ มีสรรพคุณทำหน้าที่ได้เช่นเดียวกับยาเพื่อการรักษาและบำบัด เป็นอีกแขนงหนึ่งที่ช่วยให้จิตใจเบิกบาน งานศิลปะจึงถือเป็นส่วนช่วยสร้างสมาธิได้เป็นอย่างดี นอกจากจะเป็นตัวเลือกที่ดี ง่าย และสวยงามต่อจิตใจแล้ว ศิลปะยังมีองค์ประกอบอย่าง “สี” ที่เป็นยาชั้นดีของความรู้สึก การสรรสร้างงานศิลปะยังช่วยสร้างสติและสมาธิให้จดจ่อไปกับมือที่เคลื่อนไหวในการลากเส้น ต่อจุด ฝึกการควบคุมแรงของมือในการปั้นดิน เพราะศิลปะไม่ใช่แค่การวาดรูประบายสี แต่รวมไปถึงการกระทำใด ๆ ก็ตามที่ช่วยจรรโลงจิตใจ ศิลปะจึงเป็นไปได้ทั้งดนตรี การเคลื่อนไหวของร่างกาย การพูด การเล่น และสิ่งเหล่านี้ก็เป็นเหมือนยาตามธรรมชาติสำหรับจิตใจและพัฒนาการของมนุษย์มาแต่โบราณ ศิลปะสามารถบำบัดรักษาอาการชองโรงต่าง ๆ ได้ ศิลปะบำบัดจึงเป็นการนำกระบวนการทางศิลปะมาประยุกต์ใช้ในการเยียวยาและปรับสมดุล

ศิลปะบำบัด (Art Therapy) มีประโยชน์ในด้านการพัฒนาอารมณ์ สติปัญญา สมาธิ ความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการช่วยพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก และการประสานงานการเคลื่อนไหวของร่างกาย นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วย กระตุ้นการสื่อสาร และเสริมสร้างทักษะสังคมอีกด้วย กระบวนการทางศิลปะบำบัด คือ การสนับสนุน เสริมสร้างกำลังใจ และการตีความหมายที่ซ้อนเร้นภายในจิตใจ การสนับสนุน เสริมสร้างกำลังใจ ทำได้โดยให้ความสนใจ ให้กำลังใจ และการชมเชยเมื่อทำได้สำเร็จ หรือมีความพยายามเพิ่มขึ้น ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่สงบ ปลอดภัย และท่าทีเป็นมิตร

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโรคทางสมองของผู้สูงอายุ

2.1.2.1 โรคทางสมองของผู้สูงอายุ

หากพูดถึงโรคที่มักจะเกิดในวัยของผู้สูงอายุก็คงหนีไม่พ้นโรคสมองเสื่อมอาการหลง ๆ ลืม ๆ และโรคเครียดโรคซึมเศร้า ในผู้สูงอายุสมองเสื่อมเป็นภาวะความเสื่อมของการทำงานของสมอง ซึ่งส่งผลให้ผู้ป่วยมีปัญหาเกี่ยวกับความทรงจำ การรับรู้ หรือมีการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมและบุคลิกภาพได้ ภาวะสมองเสื่อมไม่ได้เกิดกับคนแก่ทุกคน หรือพูดได้ว่าโรคสมองเสื่อมไม่ได้พบได้ทั่วไปเมื่อคนเรามีอายุมากขึ้น เพราะโรคสมองเสื่อมเป็นโรคที่เกิดขึ้นในบุคคลที่มีความชราภาพ ความสูงอายุอาจทำให้เซลล์สมองเสื่อมสภาพจึงมักส่งผลกระทบให้เกิดโรคทางสมองได้ง่าย

2.1.2.2 การเกิดภาวะสมองเสื่อมสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น

1) สมองเสื่อมเกิดจากการเสื่อมสภาพของสมอง

2) สมองเสื่อมเกิดจากหลอดเลือดสมองทำงานผิดปกติ

3) สมองเสื่อมเกิดจากการติดเชื้อในสมอง

4) สมองเสื่อมเกิดจากการขาดสารอาหารบางชนิด

5) สมองเสื่อมที่เกิดจากการแปรปรวนของระบบเมตาบอลิก

6) สมองเสื่อมเกิดจากการกระทบกระแทกที่ศีรษะอย่างรุนแรง

7) สมองเสื่อมจากเนื้องอกในสมอง

2.1.2.3 ความรุนแรงของโรคสมองเสื่อม ก็สามารถแบ่งตามอาการได้ 3 ระดับ

1) ระดับไม่รุนแรง คือ มีภาวะสมองเสื่อมเล็กน้อย ผู้ป่วยจะหลงลืมเรื่องที่เพิ่งเกิดขึ้น

2) ระดับปานกลาง คือ จะมีภาวะความจำเสื่อมมากขึ้น ความสามารถในการเรียนรู้ความเข้าใจ การแก้ปัญหาและตัดสินใจทำได้ไม่ดี หรือบกพร่อง หลายสิ่งที่เคยทำได้กลับทำไม่ได้

3) ระดับรุนแรง ผู้ป่วยจะไม่สามารถจำสิ่งที่เพิ่งเกิดขึ้นได้ จำญาติพี่น้องหรือแม้แต่ตนเองไม่ได้

การใช้ศิลปะเพื่อการบำบัดกับผู้สูงอายุ ควรจะต้องมีการวางแบบแผนและเป้าหมายให้สอดคล้องกับปัญหาของผู้สูงอายุ จะต้องคำนึงถึงข้อจำกัดทางด้านสภาพร่างกาย ด้านสภาพจิตใจ ด้านอารมณ์ และด้านทักษะในการสื่อสารของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังต้องอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักศิลปะบำบัดและผู้สูงอายุซึ่งเป็นพื้นฐานรองรับการทำศิลปะบำบัด การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ระบายความรู้สึกผ่านกระบวนการสร้างสรรค์อย่างอิสระ ปรับสมดุลของชีวิตและสามารถถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดและตัวตนภายในออกมา อาศัยกระบวนการทางศิลปะบำบัดเป็นเครื่องมือ ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการทำศิลปะบำบัดกับผู้สูงอายุ คือ ความกลัวที่ต้องเริ่มต้นสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่คุ้นเคย นอกจากนี้ ผู้สูงอายุมักคิดว่าการทำงานศิลปะเป็นเรื่องไร้สาระ มีแนวคิดและคาดหวังผลลัพธ์

ของกิจกรรมที่มีประโยชน์ใช้สอยมากน้อยหรือไม่ การทำศิลปะบำบัดกับผู้สูงอายุจึงต้องมีความยืดหยุ่น ให้เวลาในการปรับตัว และเคารพในการตัดสินใจอีกด้วย

ดังนั้นทฤษฎีการนำงานศิลปะเพื่อใช้ในการบำบัดเป็นอย่างหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นสมองผู้สูงอายุได้ดี โดยอาจจะวาดภาพตามแบบ หรือระบายสีลงในหนังสือระบายสีสำหรับผู้ใหญ่ก็ได้ กิจกรรม “ระบายสีในวาดภาพ” ก็ถือเป็นงานศิลปะบำบัดที่ช่วยสร้างความเพลิดเพลิน อีกทั้งลดโรคเครียดโรคซึมเศร้าในผู้สูงอายุได้ค่อนข้างดี ช่วยสร้างสมาธิจากการระบายสีให้อยู่ในกรอบของรูปภาพที่กำหนดไว้ ทำให้จิตใจผ่อนคลาย

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อการใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

ลักษณะของตัวแบบนี้ เริ่มจากการพิจารณาปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้น ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การวางจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย และปัจจัยกระตุ้นอื่นที่แวดล้อม ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและวัฒนธรรม ปัจจัยทางการตลาดจะเป็นตัวกระตุ้นโดยตรง

ส่วนปัจจัยอื่น ได้แก่ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจอาจชี้ให้เห็นอำนาจซื้อของผู้บริโภคหาก เศรษฐกิจเจริญและขยายตัวผู้บริโภคก็จะมีอำนาจซื้อสูง หากเศรษฐกิจอยู่ในสภาวะตกต่ำอำนาจซื้อก็จะลดลง

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการ กล่าวคือ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดใด ยี่ห้อใด ราคาเท่าใด เมื่อไร และจำนวนเท่าใด ก็หลังจากที่ได้ผ่านขั้นตอนกระตุ้นทางการตลาดและอื่น ๆ ผสมผสานกับทัศนคติ และส่งผลไปยังการตัดสินใจซื้อ

องค์ประกอบสามารถอธิบายได้ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นระบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการ (Need) ในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ มีอิทธิพลอิทธิพลทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer’s Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer’s Purchase Decision) โดยสามารถเรียกว่า S-R Theory ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทั้งภายในและภายนอก นักการตลาดจะสนใจ เน้นการสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งควบคุมได้ และสิ่งกระตุ้นอื่นที่ควบคุมไม่ได้

2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3) การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อหรือ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7Ps เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ Philip Kotler ได้วางไว้ ซึ่งใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ที่ต่อยอดมาจาก 4Ps มาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence และ Process ซึ่งนำมาวิเคราะห์ธุรกิจต่อได้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2.1.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทักษิณา สุขพัทธี (2559) การวิจัยเรื่องการศึกษารูปแบบศิลปกรรมบำบัดเพื่อบำบัดภาวะซึมเศร้าในผู้สูงวัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาด้านพฤติกรรมจิตใจและภาวะซึมเศร้าในผู้สูงวัย ศึกษาแนวทางศิลปกรรมการบำบัดเพื่อบำบัดภาวะซึมเศร้าในผู้สูงวัย ซึ่งผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้ดูแลผู้สูงวัยและกลุ่มผู้สูงวัย ซึ่งกลุ่มผู้ดูแลผู้สูงวัยใช้กลุ่มตัวอย่างจากการศึกษาศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ จังหวัดปทุมธานีคลอง 5 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญมี 3 คน กลุ่มผู้ดูแลผู้สูงวัย 5 คน โดยทำการคัดเลือกแบบเจาะจง รวม 8 คนและกลุ่มตัวอย่าง 5 คน เก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และนำการสัมภาษณ์มาถอดข้อความคำต่อคำ (Verbatim Transcription) และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา Content Analysis ผลการวิจัยพบว่าด้านการศึกษาปัญหาด้านพฤติกรรม จิตใจและภาวะซึมเศร้าในผู้สูงวัยปัญหาด้านพฤติกรรมในผู้สูงวัยของศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ จังหวัดปทุมธานี ได้สร้างรูปแบบในการดูแลออกเป็น 3 ระดับ เพื่อให้การช่วยเหลือที่เหมาะสม โดยทั้ง 3 แบบนี้มีความต่างกันทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่งผู้ดูแลจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในการดูแลอย่างใกล้ชิด เนื่องจากสภาพร่างกายนั้นเสื่อมโทรมไปตามอายุขัยส่วนภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุถือเป็นการป่วยทางจิตใจชนิดหนึ่งที่สามารถป้องกันหรือหลีกเลี่ยงได้ด้วยวิธีการปฏิบัติตนทั้งทางร่างกายและจิตใจที่เหมาะสมโดยจัดรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจก่อนที่จะเข้าสู่วัยผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 การดำเนินงานวิจัย

2.2.1 วิธีการดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยสร้างแบบสอบถามนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบให้ข้อแนะนำเพิ่มเติมและแก้ไข โดยข้อมูลแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ พฤติกรรมของผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ โดยผู้ที่จะให้ข้อมูล คือ กลุ่มผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-40 ปี ทั้งชายและหญิง และกลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป เหตุผลในการเลือกกลุ่มประชากรเหล่านี้ เนื่องจาก กลุ่มผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-40 ปี นั้นโดยส่วนใหญ่จะมีพ่อแม่อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อยู่ในเกณฑ์ผู้สูงอายุ บุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ผู้สูงอายุเข้ารับการเรียนศิลปะของผู้สูงอายุ และผู้ที่อายุ 60 ปีขึ้นไป จะเป็นช่วงอายุของผู้ที่จะเข้าเรียนในหลักสูตรศิลปะ กลุ่มละ 50 ชุด รวมเป็น 100 ชุด

2.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

2.2.2.1 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม/ขั้นตอนการวิจัย

1) เริ่มจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องการบำบัดผู้สูงอายุ การบัดบัดโรคทางสมองหรือโรคซึมเศร้าด้วยศิลปะ ศึกษาพฤติกรรมของผู้สูงอายุเพื่อเป็นแนวทางในการทำแบบสอบถาม

2) ทำการทดสอบแบบสอบถามเบื้องต้นเป็นจำนวน 30 ชุด ชุดละ 15 คน เพื่อทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

3) ทำการเก็บข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่าง 100 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 50 คน

4) วิเคราะห์ผลการวิจัยโดยใช้วิธีทางสถิติ

2.2.2.2 ส่วนประกอบของแบบสอบถาม

แบบสอบถามในงานวิจัยนี้ (ดูข้อคำถามในภาคผนวก) เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากความคิดเห็นที่แท้จริงของผู้ผลิตและการทบทวนวรรณกรรม โครงสร้างแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อผู้สูงอายุและพฤติกรรมของผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สของผู้บริโภค ซึ่งใช้การประเมินระดับความคิดเห็นในแต่ละปัจจัยโดยอัตราส่วนประมาณ 5 ระดับแบบ Likert’s Scale (1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด)

2.2.2.3 การทดสอบเครื่องมือ

แบบสอบถามจะได้รับการตรวจสอบความถูกค้าจากอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน แล้วจึงถูกนำไปวิจัยต่อ เมื่อผ่านการทดสอบเบื้องต้นจากการเก็บข้อมูลตัวอย่างชุดละ 15 คนเป็นจำนวน 30 ชุด แล้วนำมาทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวิจัย โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.87

2.2.2.4 การเก็บรวมรวมข้อมูล

ในการเก็บรวมรวมข้อมูลนั้นใช้วิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์ โดยสอบถามแก่บุคคลทั่วไปที่มีอายุอยู่ในเป้าหมาย ที่อาศัยอยู่ย่านปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพมหานครฯ จำนวนทั้งสิ้น 100 คน

2.2.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลในส่วนอื่น ๆ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยซึ่งสามารถวิเคราะห์แบบสอบถามได้ ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อผู้สูงอายุ และพฤติกรรมของผู้สูงอายุ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าลเฉลี่ยนสำหรับการวิเคราะห์

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สของผู้บริโภค ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดวิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยนแต่ละระดับชั้น โดยการใช้สถิติพื้นฐาน คือ การหาค่าพิสัย (ค่ามากสุด-ค่าน้อยสุด) และการใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น และคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด–ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

ดังนั้น สามารถกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคาดหวังได้ดังนี้ ช่วงชั้นของค่าคะแนนคำอธิบายสำหรับการแปลผล ดังนี้

1.00-1.80 ชอบน้อยที่สุด

1.81-2.61 ชอบน้อย/เห็นด้วยน้อย

3.43-4.23 ชอบปานกลาง/เห็นด้วยปานกลาง

3.43-4.23 ชอบมาก/เห็นด้วยมาก

4.24-5.00 ชอบมากที่สุด/เห็นด้วยมากที่สุด

2.3 สรุปผลการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ได้วิเคราะห์และนำเสนอโดยเรียงลำดับหัวข้อ ดังนี้

2.3.1 ตอนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ทำแบบสอบถาม

1) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ (สำหรับผู้ที่มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 28

2) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ (สำหรับผู้ที่มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ72 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ28

3) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ (สำหรับผู้ที่มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด 11 คนคิดเป็นร้อยละ 22 สมรส 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 หม้าย 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และสถานภาพหย่าร้าง 5 คิดเป็นร้อยละ 10

4) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ (สำหรับผู้ที่มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด 6 คนคิดเป็นร้อยละ12 สมรส 25 คนคิดเป็นร้อยละ 50 หม้าย 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 และสถานภาพหย่าร้าง 9 คิดเป็นร้อยละ 18

5) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-30 ปีจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 24 31-40 ปี มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54 และอายุ 41-50 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22

6) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 60-71 ปีจำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 62 อายุ 71-80 ปี มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และอายุ 81 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10

7) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับชั้น ประถมศึกษาจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ชั้นมัธยมศึกษา 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ชั้นปวช/ปวส/อนุปริญญา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 จบชั้นปริญญาตรีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ปริญญาโทจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และปริญญาเอก 9 คน คิดเป็นร้อยละ18

8) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับชั้น ประถมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ชั้นมัธยมศึกษา 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ชั้นปวช/ปวส/อนุปริญญา จำนวน8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 จบชั้นปริญญาตรีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ปริญญาโท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และปริญญาเอก 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

9) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามทำอาชีพนักเรียนนักศึกษาจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 พนักงานบริษัท/ลูกจ้างจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อื่น ๆ (อหังสาฯ) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

10) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัว (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 20,000-30,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 30,000–40,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 40,000–50,000 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34

11) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6 20,000-30,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 30,000–40,000 บาท จำนวน 9 คน

คิดเป็นร้อยละ 18 40,000–50,000 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48

2.3.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนะคติและพฤติกรรม

1) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุ มีผู้ให้ความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 2 น้อย จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 6 ปานกลาง จำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 20 มาก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 มากที่สุด จำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 36

2) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุ การให้ความสำคัญน้อยที่สุด จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 6 น้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ปานกลาง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 มาก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 มากที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44

3) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุของผู้สูงอายุในครอบครัว (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอายุของผู้สูงอายุภายในครอบครัวผู้สูงอายุภายในครอบครัวมีอายุอยู่ระหว่าง 60 ถึง 70 ปี จำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 62 อายุ 71 ถึง 80 ปี จำนวน 14 คนคิดเป็นร้อยละ 28 อายุ 81 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 10

4) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกงานอดิเรกของผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องงานอดิเรกของผู้สูงอายุผู้สูงอายุที่มีงานอดิเรก มีจำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 46 ที่ไม่มีงานอดิเรก จำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 54

5) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงานอดิเรกของผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่องงานอดิเรก ผู้มีงานอดิเรกทำมีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 ที่ไม่มีงานอดิเรก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7

6) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาการหลงลืมของผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอาการหลงลืมของผู้สูงอายุผู้สูงอายุมีอาการหลงลืม จำนวน 37 คนคิดเป็นร้อยละ 74 ไม่มีอาการ จำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 26

7) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาการหลงลืมของผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอาการหลงลืม ที่มีอาการหลงลืม จำนวน 28 คนคิดเป็นร้อยละ 56 ไม่มีอาการ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44

8) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาการซึมเศร้าของผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอาการซึมเศร้าของผู้สูงอายุผู้สูงอายุมีอาการซึมเศร้า จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 38 ไม่มีอาการซึมเศร้า จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 64

9) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาการซึมเศร้าของผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอาการซึมเศร้าผู้ที่มีอาการซึมเศร้า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ไม่มีอาการซึมเศร้า จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72

10) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเข้าสังคมพบปะพูดคุยกับคนรอบข้างของผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการเข้าสังคมพบปะผู้คนรอบข้างของผู้สูงอายุน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4 น้อย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ปานกลาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 มาก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 มากที่สุด จำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 26

11) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกการเข้าสังคมพบปะพูดคุยกับคนรอบข้างของผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามการเข้าสังคมพบปะพูดคุยกับคนรอบข้างน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 น้อยจำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 10.2 ปานกลางจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 มาก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 จุด 4 มากที่สุดจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9

12) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นว่าการเรียนศิลปะมีส่วนช่วยในการฟื้นฟูสมองมากน้อยเพียงใด (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็น ว่าการเรียนศิลปะมีส่วนช่วยในการฟื้นฟูสมองมากน้อยเพียงใดเห็นด้วยน้อยที่สุด 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 น้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ปานกลาง จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 38 มาก จำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 34 มากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26

13) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นว่าการเรียนศิลปะมีส่วนช่วยในการฟื้นฟูสมองมากน้อยเพียงใด (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นว่าจะเรียนศิลปะมีส่วนช่วยฟื้นฟูสมองมากน้อยเพียงใด เห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 เห็นด้วยน้อย จำนวนศูนย์คน คิดเป็นร้อยละ 0 เห็นด้วยปานกลาง จำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 44.9 เห็นด้วยมาก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7

14) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นของระยะเวลาเรียนแต่ละครั้ง (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็น ของระยะเวลาการเรียนในแต่ละครั้ง 1 ชั่วโมง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6 1 ชั่วโมง 30 นาทีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 บาท 2 ชั่วโมง 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60 2 ชั่วโมง 30 นาที จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 3 ชั่วโมง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18

15) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นของระยะเวลาเรียนแต่ละครั้ง (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นของระยะเวลาในการเรียนแต่ละครั้งหนึ่งชั่วโมง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10 2.2 1 ชั่วโมง 30 นาที จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 2 ชั่วโมง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 18 2 ชั่วโมง 30 นาที จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 บาท 2-3 ชั่วโมง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4

16) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการซื้อคอร์ส (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเลือกซื้อ ตัวท่านเอง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 คนรัก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ครอบครัว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 บุตรหลาน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ผู้สูงอายุภายในครอบครัวจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32

17) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการซื้อคอร์ส (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเรื่องการ เลือกซื้อตัวท่านเอง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50 บาทคนละ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ครอบครัวจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 บุตรหลาน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14

2.3.3 ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความหลากหลายของหลักสูตรและกิจกรรม (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความหลากหลายของหลักสูตรและกิจกรรม ให้คะแนน 5 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ให้คะแนน 4 จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54 ให้คะแนน 3 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8

2) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำแนกตามความหลากหลายของหลักสูตรและกิจกรรม (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความหลากหลายของหลักสูตรและกิจกรรม ให้คะแนน 5 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ให้คะแนน 4 จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54 ให้คะแนน 3 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8

3) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีหลักสูตรที่ทันสมัย (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องหลักสูตรที่ทันสมัย ให้คะแนน 5 จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ให้คะแนน 4 จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ให้คะแนน 3 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12

4) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการมีหลักสูตรที่ทันสมัย (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่องหลักสูตรที่ทันสมัย ให้คะแนน 5 จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 ให้คะแนน 4 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ให้คะแนน 3 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12

5) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการมีระยะเวลาเรียนที่เหมาะสม (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระยะเวลาการเรียนที่เหมาะสม ให้ 5 คะแนน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ให้ 4 คะแนน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ให้ 3 คะแนน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ให้ 2 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

6) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีระยะเวลาเรียนที่เหมาะสม (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระยะเวลาการเรียนที่เหมาะสมให้คะแนน 5 จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ให้คะแนน 4 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ให้คะแนน 11 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ให้คะแนน 2 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

7) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือ ให้คะแนน 5 จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 42 ให้คะแนน 4 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ให้คะแนน 3 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ให้คะแนน 2 จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 2 ให้คะแนน 1 จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 2

8) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือให้คะแนน 5 จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54 ให้คะแนน 4 จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ให้คะแนน 3 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

9) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของหลักสูตร (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความเหมาะสมกับคุณภาพของหลักสูตรให้คะแนน 5 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ให้คะแนน 4 จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ให้คะแนน 3 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ให้คะแนน 2 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

10) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของหลักสูตร (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความเหมาะสมกับคุณภาพของหลักสูตรให้ 5 คะแนน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 54 คะแนน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 3 คะแนน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16

11) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคามีความเหมาะสมต่อระยะเวลาเรียน (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความเหมาะสมต่อระยะเวลาเรียนให้ 5 คะแนน จำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 46 ให้ 4 คะแนน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ให้ 3 คะแนน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12

12) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกจำแนกตามราคามีความเหมาะสมต่อระยะเวลาเรียน (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องราคามีความเหมาะสมต่อระยะเวลาเรียนให้ 5 คะแนน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ให้ 4 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 3 คะแนน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18

13) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหากท่านต้องจ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์เอง ท่านยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์นั้น (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์เองให้ 5 คะแนน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 34 คะแนน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 3 คะแนน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 คะแนน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 คะแนน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12

14) ท่านต้องจ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์เอง ท่านยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์นั้น (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์เองให้ 5 คะแนน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 40 40 คะแนน จำนวน 5 คน อีกเป็นร้อยละ 43 คะแนน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 2 คะแนน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 1 คะแนน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12

15) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคามีความเหมาะสมกับประสิทธิภาพที่ท่านจะได้รับ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความเหมาะสมกับประสิทธิภาพที่ท่านจะได้รับ ให้ 5 คะแนน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ให้ 4 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ให้ 3 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ให้ 2 คะแนน จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 2

16) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคามีความเหมาะสมกับประสิทธิภาพที่ท่านจะได้รับ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่องความเหมาะสมกับประสิทธิภาพที่จะได้รับให้ 5 คะแนน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 ให้ 4 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ให้ 3 คะแนน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ให้ 2 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

17) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่าน (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถาม การเดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่านให้ 5 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ให้ 4 คะแนนจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ให้ 3 คะแนน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ให้ 2 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ให้ 1 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

18) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกจำแนกตามเดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่าน (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการเดินทางสะดวกมีรถประจำทางให้ 5 คะแนน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ให้ 4 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ให้ 3 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ให้ 2 คะแนน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10

19) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีบริการจอดรถเพียงพอ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องบริการที่จอดรถเพียงพอ ให้ 5 คะแนน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ให้ 4 คะแนน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ให้ 3 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22

20) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีบริการจอดรถเพียงพอ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องบริการที่จอดรถเพียงพอให้ 5 คะแนน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ให้ 4 คะแนน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ให้ 3 คะแนน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14

21) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตั้งอยู่ในย่านชุมชน (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ให้ 5 คะแนน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ให้ 4 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ให้ 3 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ให้ 2 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

22) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตั้งอยู่ในย่านชุมชน (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ให้ 5 คะแนน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ให้ 4 คะแนน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ให้ 3 คะแนน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ให้ 2 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

23) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่มีความสะอาดและมีความเหมาะสม (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องสถานที่มีความสะอาดและเหมาะสมให้ 5 คะแนน จำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 68 ให้ 4 คะแนน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ให้ 3 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ

24) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกจำแนกตามสถานที่มีความสะอาดและมีความเหมาะสม (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องสถานที่มีความเหมาะสมให้ 5 คะแนน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ให้ 4 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

25) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีการใช้สื่อโฆษณาทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Website (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการใช้สื่อโฆษณาทางโซเชียลมีเดียให้ 5 คะแนน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ให้ 4 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ให้ 3 คะแนน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ให้ 2 คะแนน จำนวน 2 คนคิด เป็นร้อยละ 4 ให้ 1 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

26) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีการใช้สื่อโฆษณาทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Website (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการใช้สื่อโฆษณาทางโซเชียลมีเดียให้ 5 คะแนน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ให้ 4 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ให้ 3 คะแนน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ให้ 1 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

27) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีกิจการส่งเสริมการขาย เช่นการทดลองเรียน (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการส่งเสริมการขาย โดยการทดลองเรียน ให้ 5 คะแนน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 66 ให้ 4 คะแนน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ให้ 3 คะแนน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ให้ส่งคะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

28) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีกิจการส่งเสริมการขาย เช่นการทดลองเรียน (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง การส่งเสริมการขายเช่นการทดลองเรียนให้ 5 คะแนน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ให้ 4 คะแนน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

28) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีความปลอดภัยด้านสถานที่ เช่น มีถังดับเพลิง,มีการจัดวางอุปกรณ์เครื่องมืออย่างเป็นสัดส่วน (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความปลอดภัยด้านสถานที่ให้ 5 คะแนน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 62 ให้ 4 คะแนนจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

29) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีความปลอดภัยด้านสถานที่ เช่น มีถังดับเพลิง มีการจัดวางอุปกรณ์เครื่องมืออย่างเป็นสัดส่วน (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความปลอดภัยด้านสถานที่ให้ 5 คะแนน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ให้ 4 คะแนน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

30) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมีของสมนาคุณเมื่อแรกเข้า (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการมีของสมนาคุณเมื่อแรกเข้า ให้ 5 คะแนน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 76 ให้ 4 คะแนน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ให้ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4

31) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกจำแนกตามมีของสมนาคุณเมื่อแรกเข้า (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการมีของสมนาคุณเมื่อแรกเข้า ให้ 5 คะแนน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 62 ให้ 4 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ให้ 3 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5

32) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคลากรมีความรู้ความสามารถในด้านศิลปะ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่องบุคลากรมีความรู้ความสามารถในด้านศิลปะ ให้คะแนน 5 จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 84 ให้คะแนน 4 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ให้คะแนน 3 จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 4

33) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคลากรมีความรู้ความสามารถในด้านศิลปะ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องบุคลากรมีความรู้ความสามารถในด้านศิลปะให้ 5 คะแนน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 78 ให้ 4 คะแนน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ให้ 3 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

34) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่มาติดต่อสอบถามอย่างครบถ้วนชัดเจน (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าให้ 5 คะแนน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ให้ 4 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

36) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่มาติดต่อสอบถามอย่างครบถ้วนชัดเจน (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าให้ 5 คะแนน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 64 ให้ 4 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็น

ร้อยละ 4

37) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีจิตวิทยาที่ดีในการดูแลผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการมีจิตวิทยาที่ดี ต่อลูกค้า ให้ 5 คะแนน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ให้ 4 คะแนนจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

38) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกจำแนกตามการมีจิตวิทยาที่ดีในการดูแลผู้สูงอายุ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการมีจิตอยุธยาที่ดีต่อลูกค้าให้ 5 คะแนน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 65 จุด 3 ให้ 4 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 17 ให้ 3 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

39) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการแต่งกายเรียบร้อยของบุคลากรให้ 5 คะแนน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ให้ 4 คะแนน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ให้ 3 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

40) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการแต่งกายเรียบร้อยของบุคลากรให้ 5 คะแนน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ให้ 4 คะแนน จำนวน 11 คน คิดร้อยละ 22.9 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

41) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามการตกแต่งบรรยากาศของสถานที่ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องบรรยากาศของสถานที่ให้ 5 คะแนน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74 ให้ 4 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

42) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสะอาดของสถานที่ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องบรรยากาศของสถานที่ให้ 5 คะแนน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 70.6 ให้ 4 คะแนนจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ให้ 3 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

43) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสะอาดของสถานที่สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความสะอาดของสถานที่ให้ 5 คะแนน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 78 ให้ 4 คะแนน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

44) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกจำแนกตามความสะอาดของสถานที่ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความสะอาดของสถานที่ให้ 5 คะแนน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ให้ 4 คะแนน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ให้ 3 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

45) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอุปกรณ์มีคุณภาพมาตรฐานในด้านความปลอดภัยที่ดี (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง อุปกรณ์ที่มีคุณภาพให้ 5 คะแนน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 84 ให้ 4 คะแนน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 4

46) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอุปกรณ์มีคุณภาพมาตรฐานในด้านความปลอดภัยที่ดี (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอุปกรณ์ที่มีคุณภาพให้ 5 คะแนน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ให้ 4 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ให้ 3 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

47) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีการต้อนรับชี้แจ้งรายละเอียดต่อผู้เข้าร่วมการฟื้นฟู (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการต้อนรับชี้แจงรายละเอียดต่อผู้เข้าร่วมการฟื้นฟูให้ 5 คะแนน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ให้ 4 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

48) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีการต้อนรับชี้แจ้งรายละเอียดต่อผู้เข้าร่วมการฟื้นฟู (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง การต้อนรับชี้แจงรายละเอียดต่อผู้เข้าร่วมการฟื้นฟู ให้ 5 คะแนน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ให้ 4 คะแนน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ให้ 3 คะแนน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10

49) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีระบบจัดการที่ดีและรวดเร็ว (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องมีระบบจัดการที่ดีและรวดเร็วให้ 5 คะแนน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ให้ 4 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

50) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีระบบจัดการที่ดีและรวดเร็ว (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระบบจัดการที่ดีและรวดเร็วให้ 5 คะแนน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 62 ให้ 4 คะแนน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

51) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีระบบดูแลความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องระบบความรู้และปลอดภัยที่ได้มาตรฐานให้ 5 คะแนน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74 ให้ 4 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ให้สั่งคะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

52) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีระบบดูแลความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง ระบบความรู้และปลอดภัยที่ได้มาตรฐานให้ 5 คะแนน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68 ให้ 4 คะแนน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ให้ 3 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

53) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีการถ่ายทอดความรู้อย่างชัดเจน (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องมีการถ่ายทอดความรู้อย่างชัดเจน ให้ 5 คะแนน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 88 ให้ 4 คะแนน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

54) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีการถ่ายทอดความรู้อย่างชัดเจน (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องมีการถ่ายทอดความรู้อย่างชัดเจนให้ 5 คะแนน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74 ให้ 4 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ให้ 3 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

55) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีการผสมผสานระหว่างกิจกรรมเดี่ยวและกิจกรรมกลุ่ม (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง การมีกิจกรรมเดี่ยวและกิจกรรมกลุ่มให้ 5 คะแนน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ให้ 4 คะแนน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ให้ 3 คะแนน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8

56) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีการผสมผสานระหว่างกิจกรรมเดี่ยวและกิจกรรมกลุ่ม (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการมีกิจกรรมเดี่ยวและกิจกรรมกลุ่มให้ 5 คะแนน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ให้ 4 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ให้ 3 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

57) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีการเรียนรู้ที่ต้องใช้ความจำที่ต่อยอดจากกิจกรรมต่าง ๆ (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง การใช้ความจำต่อยอดจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้ 5 คะแนน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68 ให้ 4 คะแนน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ให้ 3 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

58) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกจำแนกตามมีการเรียนรู้ที่ต้องใช้ความจำที่ต่อยอดจากกิจกรรมต่าง ๆ (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการใช้ความจำต่อยอดในกิจกรรมต่าง ๆ ให้ 5 คะแนน จำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 60 ให้ 4 คะแนน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ให้ 3 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

58) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการใช้ความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลาให้ 5 คะแนน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ให้ 4 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ให้ 3 คะแนน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

59) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการใช้ความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลาให้ 5 คะแนน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 78 ให้ 4 คะแนน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ให้ 3 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

60) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับความพร้อมในช่วงอายุของผู้สูงวัย (สำหรับผู้มีอายุ 20-50 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง การจัดกิจกรรมที่เหมาะสม กับช่วงอายุของผู้สูงอายุให้ 5 คะแนน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 78 ให้ 4 คะแนน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ให้ 3 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

61) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการมีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับความพร้อมในช่วงอายุของผู้สูงวัย (สำหรับผู้มีอายุ 60-100 ปี)

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง การจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับช่วงอายุของผู้สูงอายุให้ 5 คะแนน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ให้ 4 คะแนน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ให้ 3 คะแนนจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

บทที่ 3
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ สภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดผลในเชิงบวกและเชิงลบต่อการดำเนินงานในปัจจุบัน ก่อให้เกิดจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค์ (Threat) ต่อองค์กร ถือว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนาธุรกิจและเป็นส่วนช่วยในการกำหนดกลยุทธ์สำหรับองค์กร สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทแต่ละประเภทมีองค์ประกอบ คือ

1) สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment) ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านบุคลากร ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการบริการ ด้านเทคโนโลยี

2) สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Environment) ด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านประชากร ด้านสังคมและวัฒนธรรมด้านลูกค้า ด้านคู่แข่ง ซัพพลายเออร์

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment)

3.1.1 ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร

1) สถานการณ์ สถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE เป็นสถาบันขนาดเล็กมีเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว และมีพนักงานเพียงไม่กี่คน ผู้บริหารจึงต้องควบคุมบริการกิจการอย่างใกล้ชิดและเข้าถึงการทำงานของพนักงาน

2) ผลต่อธุรกิจ สถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE มีโครงสร้างการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน ทำให้ผู้บริหารสามารถดูแลงานในส่วนต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง ระบบการสั่งงานมีการคล่องตัว

3.1.2 ปัจจัยด้านบุคลากร

1) สถานการณ์ สถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านศิลปะและผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุซึ่งมีบุคลากรทั้งหมด จำนวน 9 คน

2) ผลต่อธุรกิจ การที่ทางสถาบันมีจำนวนพนักงานจำนวนน้อยนั้น ทำให้การดูแลบริหารงานเป็นไปได้อย่างทั่วถึง

3.1.3 ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร

สถานการณ์ สถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE เป็นสถาบันขนาดเล็กมีเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว และมีพนักงานเพียงไม่กี่คน ผู้บริหารจึงต้องควบคุมบริการกิจการอย่างใกล้ชิดและเข้าถึงการทำงานของพนักงานผลต่อธุรกิจ สถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ มีโครงสร้างการ

บริหารงานที่ไม่ซับซ้อน ทำให้ผู้บริหารสามารถดูแลงานในส่วนต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง ระบบการสั่งงานมีการคล่องตัว

3.1.4 ปัจจัยด้านบุคลากร

1) สถานการณ์ สถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านศิลปะและผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งมีบุคลากรทั้งหมด จำนวน 5 คน

2) ผลต่อธุรกิจ การที่ทางสถาบันมีจำนวนพนักงานจำนวนน้อยนั้นทำให้การดูแลบริหารงานเป็นไปได้อย่างทั่วถึง

3.1.5 ปัจจัยด้านการตลาด

สถานการณ์ ในปัจจุบันการตลาดมีการแข่งขันและการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาและการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทางสถาบันจึงต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนากลยุทธ์ให้เข้ากับยุคสมัยอยู่เสมอ ทั้งด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อมากขึ้น

3.1.6 ปัจจัยด้านการเงิน

1) สถานการณ์ หากเป็นสถาบันที่มีขนาดใหญ่และต้องมีการก่อสร้างจะต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงซึ่งจะได้รับการสนับสนุนแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่มาจากการกูยืมธนาคาร

2) ผลต่อธุรกิจ ธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE เป็นสถาบันขนาดเล็กจึงใช้เงินลงทุนไม่มากนัก การลงทุนจึงใช้เงินส่วนตัวในการทำกิจการ ทำให้ไม่มีภาระดอกเบี้ยจากธนาคาร

3.1.7 ปัจจัยด้านการบริหาร

1) สถานการณ์ ในปัจจุบันการบริหารของสถาบันฟื้นฟูผู้สูงอายุด้วยศิลปะนั้นยังมีการแข่งขันกันไม่มากนัก โดยแต่ละสถาบันจะมีวิธีการนำเสนอการฟื้นฟูที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีกับการบริการของสถาบัน

2) ผลต่อธุรกิจ ทางสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE นั้นมีการนำเสนอรูปแบบการฟื้นฟูด้วยการใช้ศิลปะ เป็นการเรียนแบบเป็นกันเอง ทำให้ผู้สูงอายุได้ผ่อนคลายได้เข้าสังคมและพบเจอเพื่อนใหม่ ๆ ทำให้จิตใจแจ่มใส และเมื่อลูกค้าทั้งบุตรหลานและผู้เข้ารับการฟื้นฟูเองเกิดความประทับใจต่อสถาบันจะทำให้เกิดการบอกต่อและใช้บริการซ้ำ

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)

3.2.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

1) สถานการณ์ ในปัจจุบันธุรกิจสถาบันฟื้นฟูผู้สูงอายุในประเทศไทยเกิดการขาดแคลนเป็นอย่างมาก สถานบริการบางแห่งยังไม่ได้มาตรฐานและยังคงเกิดข้อร้องเรียนจำนวนมาก

2) ผลต่อธุรกิจ ส่งผลให้ลูกค้ามีตัวเลือกน้อยซึ่งส่งผลดีกับสถาบัน

3.2.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

1) สถานการณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ทำให้ค่านิคมในการสื่อสารผ่านอินเตอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน

2) ผลต่อธุรกิจ การพัฒนาเทคโนโลยีทำให้การสื่อสารต่อลูกค้าเป็นสิ่งที่ง่ายขึ้น ทางสถาบันต้องเร่งพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อใช้ร่วมกับสื่อการสอนและเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

3.2.3 ปัจจัยด้านประชากร

1) สถานการณ์ ในปัจจุบันโครงสร้างของประชากรมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ประชากรผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์

2) ผลต่อธุรกิจ การที่สั่งคมไทยเข้าสู่สังคมผูสูงอายุนั้น แสดงว่าในประเทศต้องมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้สูงอายุเหล่านี้นั้น คือ กลุ่มเป้าหมายของสถาบัน ส่งผลให้มีผู้สนใจเข้ารับการฟื้นฟูเป็นจำนวนมาก

3.2.4 ปัจจัยด้านสังคม

1) สถานการณ์ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักอยู่บ้านไม่ค่อยได้ออกไปพบปะผู้คน โดยเฉพาะเวลากลางวันที่ลูกหลานออกไปทำงาน ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีแนวโน้มเป็นโรคซึมเศร้าเพิ่มมากขึ้น

2) ผลต่อธุรกิจ ส่งผลให้ผู้คนให้ความสนใจกับสถาบันเป็นอย่างมากเนื่องจากมีความแปลกใหม่และทำให้ผู้สูงอายุได้พบปะผู้คนได้เจอเพื่อนใหม่ ๆ ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องราวต่าง ๆ มีสังคมที่กว้างขึ้นและรู้จักโลกภายนอกมากยิ่งขึ้น

3.2.5 ปัจจัยด้านคู่แข่ง

1) สถานการณ์ ในปัจจุบันสถาบันฟื้นฟูผู้สูงอายุด้วยศิลปะนั้นนั้นยังมีอยู่ไม่มากนักส่วนใหญ่จะเน้นไปทางดูแลผู้สูงอายุโดยเป็นคู่แข่งรายใหญ่ ซึ่งจะมีแผนการฟื้นฟูในหลายรูปแบบแต่ในแผนการดูแลผู้สูงอายุจะมีศิลปะเข้ามาร่วมด้วยในบางสถานบริการ

2) ผลต่อธุรกิจ การที่ทางสถาบันมีคู่แข่งจำนวนน้อยนั้นจะส่งผลดีต่อธุรกิจเนื่องจากส่วนแบ่งทางการตลาดในการแข่งขันไม่สูงมากนัก ทำให้มีโอกาสในการสร้างและขยายฐานลูกค้ามากขึ้น**ข**

3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

ธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE นั้น เป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นเพื่อผู้สูงอายุ โดยตอบสนองต่อสังคมของประเทศไทย เนื่องจากในประเทศไทยนั้นมีผู้สูงอายุอยู่เป็นจำนวนมาก และโรคที่เกิดกับผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่นั้นจะเป็นโรคเกี่ยวกับทางสมอง ซึ่งส่งผลไปถึงด้านอารมณ์ การเข้าสังคม และก่อให้เกิดภาวะซึมเศร้า ทางสถาบันจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการฟื้นฟูสมองของ

ผู้สูงอายุ โดยการใช้ศิลปะมาเป็นตัวฟื้นฟูและเยียวยาทั้งในด้านสมองและด้านจิตใจ ซึ่งผู้สูงอายุในประเทศไทยนั้นในปัจจุบันได้มีการรับสิ่งใหม่ ๆ ความคิดใหม่ ๆ เปิดใจมากยิ่งขึ้น ไม่ได้หัวโบราณอย่างคนสมัยก่อน ทางเราจึงเชื่อมั่นว่าการทำธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุนั้นจะได้รับเสียงตอบรับที่ดีอย่างแน่นอน

3.4 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรค เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ

จุดแข็งที่จะนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา จุดอ่อน และอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ คือ การที่สร้างหลักสูตรให้เข้าถึงง่าย เน้นการใช้ความคิดในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ และมีบริการสอนทั้งในและนอกสถานที่ เพื่อสะดวกในการเดินทางของผู้สูงอายุที่ลูกหลานอาจไม่สะดวกรับ-ส่ง เพราะการเดินทางของผู้สูงอายุโดยลำพังนั้น ไม่ปลอดภัยและอาจเกิดอันตรายได้

3.5 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ

การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) การประกอบธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ

ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์ (SWOT Analysis)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีหลักสูตรแผนการฟื้นฟูที่ทันสมัย และหลากหลาย 2. ทำเลที่ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้ามีความสะดวกสบายในการเดินทาง และมีที่จอดรถเพียงพอ 3. มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในด้านศิลปะและด้านการดูแลผู้สูงอายุ 4. มีบริการรถสอนทั้งในและนอกสถานที่	1. มีราคาค่าเช่าที่สูงเนื่องจากตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า 2. สถานที่ตั้งไม่ได้ตั้งอยู่กรุงเทพมหานคร เป็นเส้นที่รถประจำทางผ่านเพียงไม่กี่สาย 3. มีบุคลากรในการทำงานน้อย 4. การดูแลผู้สูงอายุเป็นเรื่องยากเนื่องจากต้องคอยระมัดระวังในทุกกิจกรรม 5. การหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและมีความใจเย็นมีใจรักผู้สูงอายุอย่างแท้จริงนั้นหาได้ยาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): การวิเคราะห์ (SWOT Analysis

โอกาส	อุปสรรค
1. สังคมไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุเนื่องจากมีผู้สูงอายุตั้งแต่60ปีขึ้นไปเป็นจำนวนมาก 2. ในยุคปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจและใส่ใจกับผู้สูงอายุมากขึ้น 3. เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีส่วนช่วยในการขยายตลาดและสื่อสารกับลูกค้าได้ง่ายขึ้น 4. เป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งขันน้อย 5. มีการสอนทั้งในและนอกสถานที่	1. คู่แข่งขันมีน้อยแต่เป็นคู่แข่งขันรายใหญ่ 2. ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะชินกับการอยู่แต่บ้านอาจจะไม่กล้าออกมาทำกิจกรรมนอกบ้านโดยไม่มีลูกหลาน 3. การเดินทางของผู้สูงอายุนั้นลำบากหากไม่มีลูกหลาน หรือรถรับ-ส่ง

การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรค เพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ การวิเคราะห์สถานการณ์ (TOWS Matrix) การประกอบธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ

ตารางที่ 3.2: สรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรค

ภายใน / ภายนอก	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
	1. มีหลักสูตรแผนการฟื้นฟูที่ทันสมัย และหลากหลาย 2. ทำเลที่ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้ามีความสะดวกสบายในการเดินทางและมีที่จอดรถเพียงพอ 3. มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในด้านศิลปะและด้านการดูแลผู้สูงอายุ 4. มีบริการทั้งในและนอกสถานที่	1. มีราคาค่าเช่าที่สูงเนื่องจากตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า 2. สถานที่ตั้งไม่ได้ตั้งอยู่กรุงเทพมหานครเป็นเส้นที่รถประจำทางผ่านเพียงไม่กี่สาย 3. มีบุคลากรในการทำงานน้อย 4. การดูแลผู้สูงอายุเป็นเรื่องยากเนื่องจากต้องคอยระมัดระวังในทุกกิจกรรม 5. การหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและมีความใจเย็นมีใจรักผู้สูงอายุอย่างแท้จริงนั้นหาได้ยาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): สรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรค์

โอกาส (O) 1. สังคมไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุเนื่องจากมีผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปเป็นจำนวนมาก 2. ในยุคปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจและใส่ใจกับผู้สูงอายุมากขึ้น 3. เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีส่วนช่วยในการขยายตลาดและสื่อสารกับลูกค้าได้ง่ายขึ้น 4. เป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งขันน้อย	SO S1O3 มีหลักสูตรแผนการฟื้นฟูที่ทันสมัยซึ่งใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อช่วยสร้างสรรค์กิจกรรมและแรงบันดาลใจ S1O4 ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งขันน้อย หากมีแผนการฟื้นฟูที่โดดเด่นจะเป็นจุดสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเห็นได้ชัด S1O1 การสร้างหลักสูตรให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้อะไรใหม่ ๆ ใส่ความทันสมัยเข้าไปไม่ใช่การใช้ศิลปะแบบเดิม ๆ	WO W1O3 ใช้เทคโนโลยีในการขยายตลาดและโฆษณาเพื่อลดต้นทุน W5O2 ในปัจจุบันผู้คนหันมาใส่ใจผู้สูงอายุมากขึ้นการหาบุคลากรที่มีคุณภาพและมีใจรักในผู้สูงอายุจึงหาไม่ยาก
อุปสรรค (T) 1. คู่แข่งขันมีน้อยแต่เป็นคู่แข่งขันรายใหญ่ 2. ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะชินกับการอยู่แต่บ้านอาจจะไม่กล้าออกมาทำกิจกรรมนอกบ้านโดยไม่มีลูกหลาน 3. การเดินทางของผู้สูงอายุนั้นลำบากหากไม่มีลูกหลานหรือรถรับ-ส่ง	ST S4T3 มีการจัดกิจกรรมทั้งในและนอกสถานที่ทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุได้ง่าย S3T1 มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านศิลปะโดยตรงเป็นด้านเฉพาะทาง	WT W5T1 ทางสถาบันเป็นการฟื้นฟูแบบเฉพาะทาง ผู้แข่งขันรายใหญ่ที่มีจึงไม่สามารถ

บทที่ 4
โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

นิยามของโมเดลธุรกิจ (Business Model) คือ เป็นโมเดลทางธุรกิจที่จะอธิบายที่มาที่ไปของวิธีการที่องค์กรใช้เพื่อสร้าง ส่งมอบ และคงไว้ซึ่งคุณค่า

Alexander & Yves (2014) Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจผ่านส่วนประกอบทั้งเก้าด้าน ที่ครอบคลุมสี่ด้านหลักของธุรกิจ ได้แก่ ลูกค้า ข้อเสนอ โครงสร้างพื้นฐาน และการสร้างรายได้ โมเดลธุรกิจนี้เปรียบเสมือนพิมพ์เขียวสำหรับขับเคลื่อนกลยุทธ์ผ่านโครงสร้าง กระบวนการ และระบบต่าง ๆ ขององค์กร จึงเครื่องมือนี้เป็นที่ยอมรับและถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายของเหล่านักการตลาด SMEs หรือ Startups ส่วนประกอบทั้งเก้าของ Business Model คือ

1) Customer Segments (กลุ่มลูกค้า) องค์กรตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเดียวหรือหลายกลุ่ม ลูกค้าของเราเป็นคนแบบไหน

2) Value Propositions (การเสนอคุณค่า) บริษัทพยายามแก้ไขปัญหาของลูกค้าและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าด้วยการเสนอคุณค่า

3) Channels (ช่องทางการเข้าถึง) การเสนอคุณค่าถูกส่งไปถึงลูกค้าผ่านการสื่อสาร การกระจายสินค้าและบริการและช่องทางการขาย

4) Customer Relationships (ความสัมพันธ์กับลูกค้า) ความสัมพันธ์ถูกสร้างขึ้นและรักษาไว้กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

5) Revenue Streams (กระแสรายได้) กระแสรายได้เป็นผลของการเสนอคุณค่าที่ประสบความสำเร็จ

6) Key Resources (ทรัพยากรหลัก) คือสิ่งที่ต้องใช้ในการเสนอและส่งมอบส่วนประกอบอื่น ๆ ที่กล่าวมา

7) Key Activities (กิจกรรมหลัก) สิ่งที่ต้องทาเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจนี้

8) Key Partners (พันธมิตรหลัก) กิจกรรมบางอย่างถูกส่งไปให้คนอื่นทำและทรัพยากรบางอย่างก็ถูกนำเข้ามาจากภายนอกองค์กร

9) Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน) ส่วนประกอบต่าง ๆ ของโมเดลธุรกิจส่งผลให้เกิดโครงสร้างต้นทุน

4.1 โมเดลของธุรกิจใช้ Business Model Canvas

ตารางที่ 4.1: Business Model Canvas

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Key Partner
- สถานดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ยูเอ็น เอ็ชเนอร์สซิ่งโฮม
- ศูนย์สมองและระบบประสาทโรงพยาบาลกรุงเทพ</td>
<td>Key Activities
- ฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุ โดยใช้กิจกรรมทางด้านศิลปะเป็นส่วนสำคัญ
- พัฒนาหลักสูตรให้เข้ากับผู้สูงอายุ
- สร้างสถาบันให้เป็นที่รู้จักผ่านพนักงานและสื่อออนไลน์
- สังเกตพฤติกรรมของลูกค้าว่า มีการพัฒนาได้มากน้อยเพียงใด</td>
<td rowspan="2">Values Propositions
- บุคลากรผู้สอนศิลปะมีความเชี่ยวชาญ
- มีหลักสูตรที่มีประโยชน์ใช้ได้จริง
- ราคาไม่แพง
- ผู้สูงอายุที่ได้รับการฟื้นฟูด้วยศิลปะจะเกิดความผ่อนคลายลดความตึงเครียด</td>
<td>Customer Relationships
- บริการลูกค้าด้วยความใส่ใจ
- ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลได้หลายช่องทางผ่านออนไลน์ หรือผ่านเบอร์โทรศัพท์ได้
- เผยแพร่รูปภาพและวีดิโอผลงานศิลปะของผู้สูงอายุผ่านทางเฟซบุ๊ก</td>
<td rowspan="2">Customer
- กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป
- ลูกหลานและผู้ที่ใกล้ชิดกันผู้สูงอายุ ที่สนับสนุนให้เข้ารับการพื้นฟู</td>
</tr>
<tr>
<td>Key Resources
- บุคลกร
- เงินทุน
- สถานที่</td>
<td>Channels
- ออฟไลน์ สำนักงาน เบอร์โทรติดต่อ
- ออนไลน์ทางเฟซบุ๊ก ไลน์</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">Cost Structure
ต้นทุนเงินเดือนพนักงาน 20%
ต้นทุนอุปกรณ์การสอน 20%
ต้นทุนการโฆษณา 10%
อาคารสถานที่ ของตกแต่ง 50%</td>
<td colspan="3">Revenue Streams
รายได้หลัก สัดส่วนรายได้ (%)
รายได้จากการขายคอร์สในสถานที่ 40%
รายได้จากการขายคอร์สนอกสถานที่ 57%
รายได้จากการจำหน่ายเครื่องดื่ม 3%</td>
</tr>
</table>

วิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดล ได้แก่

4.1.1 ลูกค้า/กลุ่มเป้าหมาย

4.1.1.1 วิธีการจัดกลุ่มลูกค้า: เราจำแนกลูกค้าสองประเภท คือ

1) ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป

2) ลูกหลานหรือบุคคลใกล้ชิดกับผู้สูงอายุที่จะสนับสนุนให้เข้ารับการฟื้นฟู

4.1.1.2 คุณลักษณะของลูกค้า

ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชายหญิงหรือผู้สูงอายุที่อยากฟื้นฟูสมองของตนเองไม่ให้เสื่อมถอยไปตามกาลเวลา และบุคคลที่มีผู้สูงอายุอยู่ในครอบครัว

4.1.1.3 พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า

ลูกค้ามีพฤติกรรมเลือกการบริการที่มีประโยชน์และส่งผลดีในการเข้ารับการฟื้นฟู เน้นทางด้านการใช้ศิลปะมาเป็นส่วนสำคัญในการฟื้นฟูให้ได้ผลอย่างดีเยี่ยม

4.2 การวิเคราะห์การแข่งขัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์คู่แข่งและสภาพแวดล้อมของการแข่งขันนั้น ผู้ศึกษาได้ใช้แบบจำลอง Five Force Model ซึ่งเป็นแนวคิดของ Michael E. Porter ที่ได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยกดดันทั้ง 5 ด้าน เพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

1) การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่

2) การต่อรองของลูกค้า

3) สินค้าทดแทน

4) ช่องทางผู้จัดหาวัตถุดิบ

5) การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

4.3 สถานภาพการแข่งขัน

การแข่งขันของสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุนั้น มีคู่แข่งขันทางอ้อมอยู่จำนวนมากแต่คู่แข่งขันทางตรงนั้นแทบไม่มีให้เห็นเลยเนื่องจากส่วนใหญ่ การฟื้นฟูผู้สูงอายุด้วยการใช้ศิลปะบำบัดนั้นจะเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกิจกรรมตามองค์กรใหญ่ต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล บ้านพักคนชรา หรือสถาบันเพื่อการฟื้นฟู โดยที่กิจกรรมหรือหลักสูตรอาจจะมีใกล้เคียงกันอยู่บ้าง แต่ทางสถาบันของเรานั้นจะเน้นเฉพาะเจาะจงไปทางด้านศิลปะโดยตรง

4.4 จุดเด่นและความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

ในปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่มีสถาบันที่สอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุโดยตรง แต่จะมีสถาบันสอนศิลปะที่เปิดรับสอนผู้สูงอายุ มีโรงพยาบาล บ้านพักคนชรา และสถาบันเพื่อการฟื้นฟู ที่จะมีการใช้ศิลปะมาเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการฟื้นฟูเท่านั้นแต่ไม่ใช่กิจกรรมหลักอย่างที่สถาบันของเราทำ จึงทำให้สถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุของเรานั้น มีความโดดเด่นถึงแม้ว่าจะเป็นสถาบันที่มีขนาดเล็กกว่าโรงพยาบาลหรือบ้านพักคนชราอยู่มากแต่มีจุดเด่นและจุดยืนที่ชัดเจน

4.5 ที่มาของการแข่งขัน

เมื่อก้าวเข้าสูงช่วงอายุ60ปีหือที่เรียกว่าวัยผู้สูงอายุนั่น จะเกิดการเปลี่ยนแปลงมากมายทั้งด้านกายภาพ ด้านจิตใจ ด้านสมอง โดยผู้สูงอายุทุกคนมีความเสี่ยงต่อภาวะสมองเสื่อม โดยประเทศไทยพบว่า ผู้สูงอายุมรภาวะสมองเสื่อมถึงร้อยละ 12.4 และการฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุนั้นสามารถฟื้นฟูด้วยการใช้ศิลปะซึ่งเป็นผลวิจัยที่มีมานานแล้ว แต่ยังไม่มีใครนำมาจัดตั้งเป็นสถาบันโดยตรงถึงจะมีอัตตราคู่แข่งขันที่น้อยแต่ก็ต้องแข่งขันกับผู้แข่งขันทางอ้อมรายใหญ่อยู่มาก

4.6 คู่แข่งขันทางธุรกิจ

4.6.1 คู่แข่งขันทางตรง

จะเป็นสถานดูแลและฟื้นฟูผู้สูงอายุ ที่มีกิจกรรมทางด้านศิลปะด้วย ไอลดา เนอร์สซิ่งโฮม เป็นศูนย์ดูแลผู้สูงอายุแบบที่พักอาศัย โดยมีกิจกรรมต่าง ๆ ภายในศูนย์ดูแล ทั้งดนตรี กีฬา ร้องเพลง และหนึ่งในนั้นคือศิลปะบำบัด ซึ่งไอลดาเนอร์สซิ่งโฮมนี้ตั้งอยู่ที่ซอยจรัญสนิทวงศ์ 32

จุดแข็ง

1) เป็นศูนย์ดูแลผู้สูงอายุครบวงจร

2) มีการรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุเป็นอย่างดี

3) มีกิจกรรมฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุที่หลากหลาย

จุดอ่อน

1) มีกิจกรรมที่หลากหลายแต่เรียนรู้แค่ผิวเผิน

2) ราคาสูง

3) กิจกรรมต่าง ๆ จัดเพื่อผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ที่ศูยน์เท่านั้น

4.6.2 คู่แข่งรอง

จะเป็นสถาบันสอนศิลปะทั่วไปที่เปิดรับสอนผู้สูงอายุด้วย

จุดแข็ง

1) มีอยู่ทั่วไปเพราะส่วนใหญ่จะไม่จำกัดอายุ

2) เน้นการสอนแบบเจาะลึกมีเทคนิคที่หลากหลาย

3) สามารถเลือกเฉพาะด้านได้ว่าอยากเรียนรู้ศิลปะแบบไหน เช่น สีน้ำ หรือการวาดเส้น

จุดอ่อน

1) เนื่องจากไม่ได้เปิดรับสอนผู้สูงอายุโดยตรงจึงไม่มีอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ

2) หาคนวัยเดียวกันในสถาบันสอนศิลปะยาก

3) เป็นการสอนเน้นเทคนิคไม่ได้ผสมผสานการบำบัด

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 5
แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ในบทนี้จะนำเสนอการจัดการกลยุทธ์และแผนการปฏิบัติการและทรัพยากรบุคค แผนด้านการเงินและงบประมาณจากแหล่งเงินทุน แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ แผนกลยุทธ์ทางการตลาดของของธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE ซึ่งทางสถาบันได้ทำการจัดทำกลยุทธ์โดยอยู่บนความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นการนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค์ในธุรกิจ รวมถึงการวิเคราะห์การแข่งขันรวมถึงผลการวิจัยตลาด เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ภายใต้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.1: แสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

5.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กร

Barnard (1970 อ้างใน รัตน์ชา เปล่งอุดมกิจ, 2561) กล่าวว่า องค์การ คือ ระบบที่บุคคลสองคนหรือ มากกว่าร่วมแรงร่วมใจกันทำงานอย่างมีจิตสำนึก

Hicks (1972 อ้างใน รัตน์ชา เปล่งอุดมกิจ, 2561) กล่าวว่าองค์การ คือ กระบวนการจัดโครงสร้างให้บุคคลเกิดปฏิสัมพันธ์ในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

องค์การ คือ กลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปรวมกันเพื่อที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยที่บุคคลคนเดียวไม่สามารถดำเนินการให้สำเร็จได้โดยลำพัง ซึ่งเราจะพบว่า องค์การจะเกิดขึ้นและมีอยู่ในสังคมมนุษย์ทั่วไปทุกหนทุกแห่งและองค์การเป็นเครื่องมือสำหรับการดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายและความสำเร็จ

องค์ประกอบขององค์การ (Elements Organization) ที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1) บุคคล องค์การจะประกอบด้วยคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่องค์การจะมีคนเป็นจำนวนมากปฏิบัติงานร่วมกันหรือแบ่งงานกันทำ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดโดยคนที่จะปฏิบัติงานร่วมกันได้จำเป็นต้องอาศัยความรู้ทางพฤติกรรมศาสตร์ เพื่อทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน

2) เทคนิค การบริหารองค์การต้องอาศัยเทคนิควิทยาการ หรือที่เรียกว่าเทคโนโลยีเพื่อการแก้ไขปัญหาหรือตัดสินใจ หรืออาจกล่าวได้ว่า ในปัจจุบันนี้องค์การไม่สามารถจะบริหารงานได้โดยอาศัยเฉพาะประสบการณ์ความเฉลียวฉลาดของนักบริหารเท่านั้น ในหลายกรณีที่ผู้บริหารต้องอาศัยเทคนิคการบริหารร่วมกับการใช้ประสบการณ์ของผู้บริหาร เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาหรือการตัดสินใจในขณะเดียวกันก็เป็นการลดความเสี่ยงด้วย

3) ความรู้ข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ ในการปฏิบัติงานและการแก้ไขปัญหาอาศัยเทคนิคการบริหารยังไม่เพียงพอสำหรับการบริหารองค์การนักบริหารยังต้องอาศัยความรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อความเข้าใจ เพื่อการวิเคราะห์ตลอดจนคาดคะเนแนวโน้มในอนาคตอีกด้วย ดังนั้นเทคนิคเพื่อการบริหารจึงควบคู่ไปกับความรู้ข้อมูลข่าวสาร

4) โครงสร้าง เป็นองค์ประกอบที่สำคัญไม่น้อยขององค์การ ซึ่งนักบริหารจะต้องจัดการโครงสร้างให้สอดคล้องกับงานเพื่อกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่เหมาะสมเพื่อให้งานขององค์การบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5) เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เพื่อให้ดำเนินงานได้ตรงตามแผนที่วางไว้ การจัดการ Management คือการจัดการภารกิจภายในองค์การให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป็นไปตามนโยบายหรือแผนงานที่ได้กำหนดไว้หรืออาจหมายถึงการประสานงานให้การทำงานของแต่ละฝ่ายสามารถบรรลุผลได้สำเร็จ

พสุ เดชะรินทร์ (2560) กล่าวว่า องค์กร 4.0 หมายถึง องค์กรที่มีความหลากหลายเกิดขึ้นเนื่องจากมีบุคลากรหลาย Generation มาร่วมทำงาน แนวทางการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็น 4.0 มี 5 ประการ ดังนี้

1) องค์กร 4.0 จะต้องมีความสามารถในการบริหารที่หลากหลายและแตกต่าง เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

2) องค์กร 4.0 จะต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตของบุคลากร เพื่อเป็นการพัฒนาบุคลากรอยู่ตลอดเวลาทั้งการพัฒนาความรู้และพัฒนาทักษะวิธีการคิดสำหรับยุค 4.0 เช่น การเรียนรู้อยู่ร่วมกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ การคิดเชิงวิพากษ์ ความคิดสร้างสรรค์ การทำงานร่วมกับผู้อื่นและความฉลาดทางด้านอารมณ์ เป็นต้น

3) องค์กร 4.0 จะต้องไม่ทำงานแบบสมัย 2.0 หรือ 3.0 ได้อีกต่อไปนั่น คือ การทำงานในรูปแบบใหม่ โดยนำแนวคิดแบบ Halacracy คือ การทำงานแบบไม่มีเจ้านายหรือลูกน้อง ไม่มี

โครงสร้างและไม่ยึดติดกับตำแหน่งมาปรับใช้มากขึ้น โดยบุคลากรต้องมีการบริหารกันเองในลักษณะของ Safe-managed หรือ Safe-movtivated Teames (เจษฎา สุขทิศ, 2560)

4) องค์กร 4.0 จะต้องสามารถนำดิจิทัลใหม่ ๆ เข้ามาปรับใช้กับการทำงานขององค์กรมากขึ้นหรืออาจนำมาเปลี่ยนองค์กรเลยก็ได้ เช่น การปรับกระบวนการภายในองค์กร การสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับลูกค้า การสร้าง Business Model แบบใหม่ เป็นต้น

5) องค์กร 4.0 จะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร เพื่อไม่ให้ช้ากว่าการเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กร

พสุ เดชะรินทร์ (2560) กล่าวถึงคุณลักษณะผู้นำ4.0 ไว้ ดังนี้

1) ความถ่อมตัวหรือ Humble การที่ผู้นำพร้อมที่จะยอมรับว่า บุคคลอื่นมีความรู้ความเชี่ยวชาญมากกว่าตนเองและพร้อมที่จะรับความรู้ รับฟังผู้อื่นทั้งภายในและภายนอกองค์กรรวมทั้งรู้จักที่จะใช้ประโยชน์จากความรู้ของผู้อื่นเพื่อประโยชน์ขององค์กร

2) การปรับตัว หรือ Adaptable ซึ่งหมายถึง การยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้การตัดสินใจที่ผ่านมาอาจเกิดความผิดพลาดผู้นำจะต้องพร้อมที่จะเปลี่ยนการตัดสินใจจากข้อมูลใหม่ ๆ ที่ได้รับโดยไม่มองว่าเป็นจุดอ่อนหรือเรื่องที่น่าอายจึงกลายเป็นคุณสมบัติของผู้นำยุค 4.0

3) มีวิสัยทัศน์หรือ Visionary หมายถึงความสามารถในการมองเห็นทิศทางในระยะไกลไม่ว่าจะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงหรือความไม่แน่นอนในระยะสั้น

4) การมีส่วนร่วมหรือ Engaged การที่ผู้นำพร้อมสื่อสารรับฟังพูดคุยกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเร็วอาจทำให้การสื่อสารและการมีส่วนร่วมการเป็นกลไกที่ผู้นำจะได้รับทั้งข้อมูลและความรู้ใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้นำได้สื่อสารถึงทิศทางและการตัดสินใจที่เกิดขึ้น

5.1.2 การจัดสร้างองค์กร และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

ธุรกิจ สถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE มีการบริหารงานแบบธุรกิจของครอบครัว ซึ่งมีบุลลากรทั้งหมด ดังนี้

ตารางที่ 5.1: รายชื่อผู้บริหารและบุคลากร

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นส. กรวรรณ ทรัพยะโตษก	ผู้บริหาร
2	นส. กัลยาณี ศรีวิชัย	ธุรการและประชาสัมพันธ์
3	นายณัฐพล มีศิลป์	ผู้ทำสารสอนและฟื้นฟู
4	น.ส. ปุณณภา ไกรจงวัฒนา	ผู้ทำสารสอนและฟื้นฟู
5	น.ส. หนึ่งฤทัย สิทธิรส	ผู้ทำสารสอนและฟื้นฟู
6	น.ส. ปาริตา น้อยนาค	ผู้ช่วย
7	น.ส. จันทร์จิรา วงษ์คำ	ผู้ช่วย

หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของผู้ทำงานในแต่ละตำแหน่ง

1) ผู้บริหารมีหน้าที่กำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจกำหนดกลยุทธ์และแผนการบริหารทั้งหมดซึ่งเป็นผู้นำที่มีความกว้างขวาง ความรู้ความสามารถ ในเรื่องของการฟื้นฟูผู้สูงอายุด้วยศิลปะ

2) ฝ่ายธุรการและประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ดูแล ทางสถาบัน และแจกแจงงาน ให้แก่พนักงานคนอื่น จดรายรับรายจ่ายรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ต้องเป็นบุคคลที่มีประสบการณ์ในด้านการบริการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

3) ผู้ทำการสอนและฟื้นฟูมีหน้าที่ถ่ายทอดความรู้และเทคนิคทางด้านศิลปะให้แก่ผู้สูงอายุที่เข้ามาทำการฟื้นฟูต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านศิลปะโดยตรง มีบุคลิกที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เข้ากับผู้สูงอายุได้ง่าย มีทัศนคติที่ดี เพื่อที่จะทำให้ผู้สูงอายุผ่อยคลายลดความตึงเครียด

4) ผู้ช่วย ผู้ช่วยมีหน้าที่ในการ เตรียมสื่อการเรียนการสอน ช่วยผู้สอนในการดูแลผู้สูงอายุ ต้องเป็นผู้ที่ใจเย็นและมีประสบการณ์ด้านการดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะ

5.1.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 5.2: กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการด้านทรัพยากรบุคคล

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์
กลยุทธ์การสร้างศักยภาพของผู้สอนและผู้ช่วยสอน	วัตถุประสงค์ 1. เพื่อเพิ่มศักยภาพแก่ผู้สอนและผู้ช่วยให้มีความรู้ความเข้าใจในผู้สูงอายุมากขึ้น 2. เพื่อเพิ่มความรู้ในการรับมือกับพฤติกรรมและอารมณ์ของผู้สูงอายุ 3. เพื่อเข้าใจในตัวผู้สูงอายุที่มีโรคเกี่ยวกับทางสมอง
	งบประมาณ 15,000 บาท
	การดำเนินงานของกลยุทธ์ 1. การให้ผู้สอนและผู้ช่วยเข้ารับการอบรมเรื่องศิลปะบำบัดกับโรงพยาบาล 2. เข้ารับการอบรมในเรื่องระบบประสาทและโรคทางสมองที่เกิดแก่ผู้สูงอายุกับสถาบันระบบประสาทและสมอง 3. เข้ารับการอบรมเรื่องแนวคิดและทษฎีผู้สูงอายุกับกรมสุขภาพจิต
กลยุทธ์การดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุ	วัตถุประสงค์ 1. เพื่อเตรียมพร้อมในการรับมือกับเหตุการที่จะเกิดขึ้นเพราะอุบัติเหตุเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาแม้ในสถานที่ปลอดภัย เช่น การเป็นลม การล้ม หรือลื่น 2. เพื่อสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้แก่ลูกค้า
	งบประมาณ 12,000 บาท
	การดำเนินงานของกลยุทธ์ 1. จัดซื้ออุปกรณ์การปฐมพยาบาลเบื้องต้น รถเข็น จำนวน 1 อัน เตียงจำนวน 1 เตียง 2. ให้บุคลากรทั้งหมดเข้าอบรมเรื่องการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ): กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการด้านทรัพยากรบุคคล

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์
กลยุทธ์การดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุ	3. ให้บุคลากรทุกคนมีเบอร์โรงพยาบาลใกล้เคียงและเบอร์หน่วยแพทย์ฉุกเฉิน
กลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจและรักษาบุคลากร	วัตถุประสงค์ 1. เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ให้การทำงานออกมาอย่างประสิทธิภาพ 2. เพื่อเป็นขวัญกำลังใจในการทำงานของบุคลากร 3. เพื่อสร้างความจงรักภักดีของพนักงานต่อองค์กร
	งบประมาณ ประเมินค่าไม่ได้
	การดำเนินงานของกลยุทธ์ 1. มีโบนัสประจำปี 2. มีการจัดกิจกรรมประจำปีต่าง ๆ เช่น งานเลี้ยงปีใหม่

5.2 แผนกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์และการให้บริการ

5.2.1 แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนด้านการตลาด ซึ่งเป็นพัฒนาการส่วนหนึ่งของด้านการประชาสัมพันธ์และเป็นที่นิยมมากในยุคปัจจุบันการสื่อสารไร้พรมแดน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้องค์กรต้องปรับกลยุทธ์การตลาดการประชาสัมพันธ์ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

Kotler (1999 อ้างใน จุฑารัตน์ โสดาศรี, 2558) ปรมาจารย์ชื่อดังด้านการตลาดได้เสนอและขุดเครื่องมือสำหรับการประชาสัมพันธ์การตลาดที่เรียกว่า P E N C I L ซึ่งประกอบด้วย

P = Publication หมายถึง การประกาศบอกกล่าวเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางวิธีการต่าง ๆ เช่น นิตยสารเอกสารแผ่นพับสำหรับแจกลูกค้า เป็นต้น

E = Event หมายถึง การจัดเหตุการณ์หรือกิจกรรมพิเศษ เช่น การเปิดตัวสินค้าการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการบันเทิงกีฬา หรืองานศิลปะ รวมถึงมหกรรมการแสดงสินค้า เป็นต้น

N = News หมายถึง การนำเสนอข่าวสารความเปลี่ยนแปลงและความเคลื่อนไหวของผลิตภัณฑ์และบริษัทผ่านทางสื่อมวลชน เช่น การส่งข่าวเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การ

ปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร หรือกิจกรรมทางธุรกิจไปยังสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เช่น วิทยุโทรทัศน์ หรือสื่อพิมพ์

C = Community Involvement Activities หมายถึง การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับชุมชนที่มุ่งเน้นให้คนในชุมชนต่าง ๆ มีส่วนร่วม

I = Identity Media หมายถึง การใช้สื่อเฉพาะที่สามารถสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร เช่น เครื่องเขียนนามบัตร การแต่งกาย ของขวัญของชำร่วย เป็นต้น

L = Lobbying Activity หมายถึง กิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความพยายามในการโน้มน้าวใจ เพื่อจูงใจให้มีการออกกฎหมายและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจรวมทั้งการยับยั้งกฎหมายและกฎระเบียบที่ขัดต่อการดำเนินธุรกิจหรือผลประโยชน์ของธุรกิจ

S = Social Responsibility หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำที่แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่จะสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรว่า มีประสิทธิภาพด้านการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง

การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดเชิงรุกเป็นการมุ่งสร้างโอกาสมากกว่าการแก้ปัญหาด้วยการมุ่งเน้นให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี ได้รับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้บริโภค เพราะเป็นการช่วยตอกย้ำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้เกิดความสนใจและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

2) การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดเชิงรัฐเป็นการมุ่งเน้นการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับสินค้าบุคลากรหรือชื่อเสียงขององค์กร โดยการอาศัยการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง เพื่อทำความเข้าใจแก้ปัญหาและควบคุมข่าวลือให้หมดไป ทำให้องค์กรสามารถจัดการกับภาวะวิกฤตที่กำลังเผชิญอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้องค์กรหรือผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้สื่อ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ได้หลายรูปแบบและหลายประเภทในเวลาเดียวกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อเป็นหลัก

5.2.2 แนวคิดและทฤษฎีการให้บริการ

Kotler & Armstrong (2007 อ้างใน พรทิพย์ วิวิธธนาภรณ์, 2557) บริการ Service หมายถึงกิจกรรมใด ๆ หรือผลประโยชน์ที่ฝ่ายหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งไม่มีตัวตนและไม่ส่งผลในการเป็นเจ้าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2549) "การบริการ" ไม่ใช่สิ่งที่ไม่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกันผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผล

สำเร็จความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ๆ

การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่งของผู้ให้บริการที่จัดทำขึ้นร่วมกับการขายสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการจึงเกิดความประทับใจที่มีต่อบุคลากรและองค์กรซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจซื้อเกิดการซื้อซ้ำและเกิดความภักดีองค์กรรวมไปถึงการบวกต่อที่ส่งผลดีต่อองค์กรในการขยายฐานลูกค้าใหม่อีกด้วย

5.2.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 5.3: กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์และการให้บริการ

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	วัตถุประสงค์ 1. เพื่อให้สถาบันเป็นที่รู้จัก 2. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า 3. เพื่อสร้างโอกาสในการขายสินค้า 4. เพื่อกระจายข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ของสถาบัน
	งบประมาณ: 250,000 บาท
	การดำเนินงานของกลยุทธ์ 1. การจัดแผ่นพับแจกในบริเวณใกล้เคียงของสถาบัน 2. จัดทำเว็บไซต์ให้ข้อมูลและลงรูปกิจกรรมต่าง ๆ ของทางสถาบัน 3. ทำสื่อโฆษณาลงบน Face book
กลยุทธ์การบริการที่ดีต่อลูกค้า	วัตถุประสงค์ 1. เพื่อสร้างความภักดีในการมาใช้บริการซ้ำ 2. เพื่อเพิ่มยอดขาย 3. เพื่อที่จะได้รับความพึงพอใจจากลูกค้า
	งบประมาณ: ไม่มีค่าใช้จ่าย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ): กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์และการให้บริการ

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์
กลยุทธ์การบริการที่ดีต่อลูกค้า	การดำเนินงานของกลยุทธ์ 1. ใช้คำพูดสุภาพอ่อนหวานรู้จักกาลเทศะ 2. ใส่ใจดูแลลูกค้าให้เหมือนคนในครอบครัว 3. สังเกตุพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อให้คำแนะนำได้อย่างตรงเป้าหมาย
	วัตถุประสงค์ 1. เพื่อรักษาฐานลูกค้าเก่า 2. เพื่อเพิ่มยอดขาย 3. เพื่อการแนะนำและบอกต่อ
	งบประมาณ: ไม่มีค่าใช้จ่าย
	กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

5.3 แผนกลยุทธ์ทางการเงินและการลงทุน

5.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน/ประเภทของการลงทุน (ที่จะเกิดขึ้น)

ตารางที่ 5.4: แหล่งที่มาของเงินทุน

ประเภทของแหล่งเงินทุน	การวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย-	
	ข้อดี	ข้อเสีย
แหล่งเงินทุนภายใน	ไม่มีภาระหนี้สิน	1. สูญเสียโอกาสนำเงินไปลงทุนกับชนิดที่ทำกำไรสูงกว่า 2. เกิดความเสี่ยงจากการลงลทุนกรณีธุรกิจมีปัญหา 3. อาจเกิดภาวะขาดเงินหมุนเวียนในกิจการ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ): แหล่งที่มาของเงินทุน

ประเภทของแหล่งเงินทุน	การวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย-	
	ข้อดี	ข้อเสีย
แหล่งเงินทุนภายนอก	ลดความเสี่ยงในการลงทุน	มีภาระหนี้สิน พร้อมดอกเบี้ยที่ต้องชำระภายในระยะเวลาที่กำหนด อาจส่งผลต่อสภาพคล่องของธุรกิจ ทำให้ธุรกิจเกิดความชะลอตัว

5.3.2 งบประมาณการลงทุน

ตารางที่ 5.5: แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
รถกระบะ	900,000.00	900,000.00	
เครื่องใช้สำนักงาน	70,000.00	70,000.00	
เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน	28,000.00	28,000.00	
เครื่องปรับอากาศ	70,000.00	70,000.00	
		0	
		0	
สินทรัพย์รวม	1,068,000.00	1,068,000.00	
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	200,000.00	200,000.00	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ): แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
ค่ามัดจำสถานที่	600,000.00	600,000.00	0
			0
เงินทุนหมุนเวียน	300,000.00	300,000.00	0
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	2,168,000.00	2,168,000.00	
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน(%)	100.00	100	

จากตารางที่ 5.5 งบประมาณการลงทุนของธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE มีการใช้เงินลงทุนจากเจ้าของกิจการ 100% รวมเงินลงทุนทั้งหมด 2,168,000 บาท โดยที่มาของเงินลงทุนได้แจกแจงไว้ ดังตารางข้างต้น

5.3.3 ค่าเสื่อมและค่าตัดจ่าย

ตารางที่ 5.6: แสดงรายละเอียดค่าเสื่อมและค่าตัดจ่าย

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์รวม	1,068,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	213,600	213,600	213,600	213,600	213,600
ค่าเสื่อมราคาสะสม	213,600	427,200	640,800	854,400	1,068,000

โอนไปงบดุล

สินทรัพย์รวม	1,068,000	1,068,000	1,068,000	1,068,000	1,068,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	213,600	427,200	640,800	854,400	1,068,000
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	854,400	640,800	427,200	213,600	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.6 (ต่อ): แสดงรายละเอียดค่าเสื่อมและค่าตัดจ่าย

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	200,000				
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งตัดจ่าย	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ตัดจ่ายสะสม	40,000	80,000	120,000	160,000	200,000

โอนไปงบดุล

ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
หักตัดจ่ายสะสม	40,000	80,000	120,000	160,000	200,000
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	160,000	120,000	80,000	40,000	-

หมายเหตุ: การคำนวณค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจ่าย

กรมสรรพากร (2551) ตามมาตรา 65 ทวิ ระบุว่า ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน เป็นการหักค่าใช้จ่ายสินทรัพย์ถาวรในแต่ละปี เนื่องจากสินทรัพย์ถาวรมีต้นทุนสูง และใช้งานได้เกินกว่า 1 รอบระยะเวลาบัญชี โดยหลักการจึงสามารถตัดเป็นรายจ่ายได้ในแต่ละปีเป็นค่าเสื่อมราคา

จากตารางที่ 5.6 การดำเนินงานของธุรกิจตลอด 5 ปี สินทรัพย์ถาวรมีการหักค่าเสื่อมเท่ากันทุกปีตามระยะเวลาที่ใช้งาน โดยมูลค่าของสินทรัพย์จะลดลงทุกปี และในส่วนของการตัดค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน ซึ่งตัดจ่ายตลอด 5 ปีเท่า ๆ กัน คือ ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง

5.3.4 ประมาณการรายได้

ตารางที่ 5.7: แสดงรายละเอียดจำนวนครั้งที่เปิดสอน

ตารางเรียน	วันเปิดทำการ	รอบ/วัน	รอบ/สัปดาห์	รอบ/เดือน	รอบ/ปี
รับสอนในสถานที่-เดี่ยว	อังคาร-อาทิตย์ (10.00-19.00 น.)	4	24	100	1,200

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.7 (ต่อ): แสดงรายละเอียดจำนวนครั้งที่เปิดสอน

ตารางเรียน	วันเปิดทำการ	รอบ/วัน	รอบ/สัปดาห์	รอบ/เดือน	รอบ/ปี
รับสอนในสถานที่-กลุ่ม ไม่เกิน 8 คน	อังคาร-อาทิตย์ (10.00-19.00 น.)	4	24	100	1,200
รับสอนนอกสถานที่-เดี่ยว	ตามนัดหมาย	2	12	50	600
รับสอนนอกสถานที่-กลุ่มขั้นต่ำ 10 คน	ตามนัดหมาย	2	12	50	600
	รวม	12	72	300	3,600

จากตารางที่ 5.7 การแสดงรายละเอียดจำนวนครั้งการสอนทั้งในและนอกสถานที่ ที่ทางสถาบันสามารถเปิดสอนได้อย่างเต็มที่

ตารางที่ 5.8: แสดงรายละเอียดการประมาณรายได้

ประเภท	จำนวน	ค่าบริการสอน/คอร์ส	ค่าบริการสอน/ครั้ง
รับสอนในสถานที่-เดี่ยว	4 ครั้ง/2 ชั่วโมง	4,500	1,125
รับสอนในสถานที่-กลุ่มไม่เกิน 8 คน	4 ครั้ง/2 ชั่วโมง	3,500	875
รับสอนนอกสถานที่-เดี่ยว	4 ครั้ง/2 ชั่วโมง	4,500	1,125
รับสอนนอกสถานที่-กลุ่มขั้นต่ำ 10 คน	4 ครั้ง/2 ชั่วโมง	5,500	1,375

จากตารางที่ 5.8 การแสดงรายละเอียดจำนวนครั้งที่เรียน จำนวนชั่วโมงต่อครั้ง และราคาค่าเรียนต่อคอร์สต่อครั้ง

ตารางที่ 5.9: แสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ปีที่ 1 ถึง 5

การประมาณการยอดขาย/คอร์ส	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4	ยอดขายต่อปี
รับสอนในสถานที่-เดียว	40	50	60	70	220
ยอดขาย	180,000	225,000	270,000	315,000	990,000
รับสอนในสถานที่-กลุ่มไม่เกิน 8 คน	72	120	168	216	576
ยอดขาย	252,000	420,000	588,000	756,000	2,016,000
รับสอนนอกสถานที่-เดียว	1	10	8	12	31
ยอดขาย	4,500	45,000	36,000	54,000	139,500
รับสอนนอกสถานที่-กลุ่ม ขั้นต่ำ 10 คน	12	18	30	33	93
ยอดขาย	66,000	99,000	165,000	181,500	511,500
รวมจำนวนการซื้อคอร์สต่อปี	125	198	266	331	920
ยอดขายรวม	502,500	789,000	1,059,000	1,306,500	3,657,000

การประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมจำนวนการซื้อคอร์สต่อปี	920	1,012	1,113	1,225	1,347
รวมจำนวนครั้งต่อปี	3,680	4,048	4,453	4,898	5,388
รับสอนในสถานที่-เดียว	990,000	1,089,000	1,197,900	1,317,690	1,449,459
รับสอนในสถานที่-กลุ่มไม่เกิน 8 คน	2,016,000	2,217,600	2,439,360	2,683,296	2,951,626

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.9 (ต่อ): แสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ปีที่ 1 ถึง 5

การประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รับสอนนอกสถานที่-เดียว	139,500	153,450	168,795	185,675	204,242
รับสอนนอกสถานที่-กลุ่มขั้นต่ำ 10 คน	511,500	562,650	618,915	680,807	748,887
ยอดขายเฉลี่ยต่อปี	3,657,000	4,022,700	4,424,970	4,867,467	5,354,214
รวมยอดขายเฉลี่ยต่อวัน	12,190	13,409	14,750	16,225	17,847
ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน (25 วัน)	304,750	335,225	368,748	405,622	446,184
ยอดขายเฉลี่ยต่อไตรมาส	914,250	1,005,675	1,106,243	1,216,867	1,338,553

จากตารางที่ 5.9 การประมาณรายได้ทั้ง 5 ปี มาจากการรายได้ในปีที่ 1 มียอดขายที่ 3,657,000 บาท ซึ่งจากการเป็นที่รู้จักและเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ คาดว่าจะสามารถทำให้ทียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของรายได้ปีก่อน

5.3.5 ประมาณการต้นทุนสินค้า

ตารางที่ 5.10: แสดงรายละเอียดการประมาณต้นทุน

ต้นทุนสินค้า			
รายละเอียดอุปกรณ์ในการสอน	ราคาต้นทุน/6 เดือน	จำนวนครั้ง	ราคาต้นทุนเฉลี่ย/ครั้ง
สีไม้	2,400	400	6
สีน้ำ	845	80	11
ดินน้ำมัน	325	17	20
ดินเบา	2,500	25	100
พู่กัน	2,000	333	6
ดินสอ+ยางลบ	900	150	6

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.10 (ต่อ): แสดงรายละเอียดการประมาณต้นทุน

ต้นทุนสินค้า			
รายละเอียดอุปกรณ์ในการสอน	ราคาต้นทุน/6 เดือน	จำนวนครั้ง	ราคาต้นทุนเฉลี่ย/ครั้ง
กระดาษต่าง ๆ	750	125	6
อื่น ๆ	400	67	6
ต้นทุนเฉลี่ยต่อครั้ง	10,120	1,197	160
ในสถานที่-เดียว	220	160	35,214
ในสถานที่-กลุ่ม ไม่เกิน 8 คน	576	160	92,196
นอกสถานที่-เดียว	31	160	4,962
นอกสถานที่-กลุ่ม ขั้นต่ำ 10 คน	93	160	14,886
รวมต้นทุนเฉลี่ยต่อปี	920		147,258

ตารางที่ 5.11: แสดงรายละเอียดการประมาณการต้นทุนสินค้าจากการประมาณการยอดขาย 5 ปี

การคำนวณต้นทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมจำนวนการซื้อคอร์สต่อปี	920	1,012	1,113	1,225	1,347
รวมจำนวนการใช้บริการต่อปี	3,680	4,048	4,453	4,898	5,388
ต้นทุนเฉลี่ยต่อครั้ง	160	160	160	160	160
ต้นทุนสินค้าโดยเฉลี่ยต่อปี	589,030	647,933	712,726	783,999	862,399
ต้นทุนสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน	49,086	53,994.42	59,393.86	65,333.24	71,866.57
ต้นทุนสินค้าโดยเฉลี่ยต่อวัน	1,636	1,799.81	1,979.80	2,177.77	2,395.55

5.3.6 ประมาณการค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 5.12: แสดงรายละเอียดประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหาร

การประมาณการค่าใช้จ่าย					
ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน (เพิ่ม 5%)	99,000	103,950	109,148	114,605	120,335
ค่าเช่าสำนักงานและสถานที่พักรถ	1,200,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าน้ำประปา คงที่	1,800	6,000	6,000	6,000	6,000
ค่าไฟฟ้า (เพิ่ม 3%)	42,000	43,260	44,558	45,895	47,271
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่ม 5%)	35,376	37,145	39,002	40,952	43,000
ค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองสำนักงาน และอื่น ๆ	24,000	25,200	26,460	27,783	29,172
ค่าเดินทาง (10%)	24,800	27,280	30,008	33,009	36,310
ค่าเสื่อมราคา	213,600	213,600	213,600	213,600	213,600
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
รวมต้นทุนคงที่	1,581,576	632,485	639,628	647,238	655,353

จากตารางที่ 5.12 แสดงรายละเอียดประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหาร มาจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งสิ้น จะเห็นว่าค่าไฟฟ้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ของทุกปี ค่าโทรศัพท์ เงินเดือนพนักงานจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ จะเท่ากันทุกปี

5.3.7 การประมาณการจุดคุ้มทุน

ตารางที่ 5.13: แสดงรายละเอียดการประมาณจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้นทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขาย	3,657,000	4,022,700	4,424,970	4,867,467	5,354,214
หัก ต้นทุนขาย	589,030	647,933	712,726	783,999	862,399

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.13 (ต่อ): แสดงรายละเอียดการประมาณจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้นทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	3,067,970	3,374,767	3,712,244	4,083,468	4,491,815
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.84	0.84	0.84	0.84	0.84
จุดคุ้มทุนต่อปี	1,885,228	753,918	762,432	771,504	781,176
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	157,102	62,826	63,536	64,292	65,098
จุดคุ้มทุนต่อวัน	5,237	2,094	2,118	2,143	2,170

จากตารางที่ 5.13 การประมาณจุดคุ้มทุน จะเห็นว่าอัตรากำไรส่วนเกิน การนำกำไรส่วนเกินหารด้วยยอดขาย โดยผลลัพธ์จะบ่งบอกถึงความสามารถของกิจการในการทำกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.8 ประมาณงบกำไรขาดทุน และงบกำไรสะสม

ตารางที่ 5.14: แสดงรายละเอียดงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,657,000	4,022,700	4,424,970	4,867,467	5,354,214
หัก ต้นทุนสินค้า	589,030	647,933	712,726	783,999	862,399
กำไรส่วนเกิน	3,067,970	3,374,767	3,712,244	4,083,468	4,491,815
หัก ต้นทุนคงที่	1,581,576	632,485	639,628	647,238	655,353
กำไรก่อนการดำเนินงาน	1,486,394	2,742,282	3,072,616	3,436,230	3,836,462
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	1,486,394	2,742,282	3,072,616	3,436,230	3,836,462
หัก ภาษีเงินได้	222,959	411,342	464,523	537,246	617,292
กำไรสุทธิ	1,263,435	2,330,940	2,608,093	2,898,984	3,219,170

หมายเหตุ: การคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการในรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 30 ล้านบาท ต่อเนื่องกัน ตั้งแต่รอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา โดยในรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 เป็นต้นไป ให้คำนวณภาษีในอัตรา ดังนี้

ตารางที่ 5.15: การคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคล

กำไรสุทธิ	อัตราภาษีร้อยละ			
ไม่เกิน 300,000 บาท	ยกเว้น	เริ่มปีที่ 3	เริ่มปีที่ 4	เริ่มปีที่ 5
เกิน 300,000 บาท แต่ไม่เกิน 3,000,000 บาท	15	450,000	450,000	450,000
เกิน 3,000,000 บาท ขึ้นไป	20	14,523	87,246	167,292
		464,523	537,246	617,292

ตารางที่ 5.16: กำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

กำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
ยกยอดไปงบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	1,263,435	3,594,375	6,202,467	9,101,451
บวก กำไรสุทธิ	1,263,435	2,330,940	2,608,093	2,898,984	3,219,170
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-
กำไรสะสมปลายงวด	1,263,435	3,594,375	6,202,467	9,101,451	12,320,621
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาษีเงินได้	222,959	411,342	464,523	537,246	617,292
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	222,959	188,383	53,181	72,723	80,046

จากตารางที่ 5.16 การแสดงกำไรสะสม ในปีแรกมีกำไรสะสมปลายงวด 1,263,435 บาท ในปีที่ 2 มีกำไรสะสมปลายงวด 3,594,375 บาท ในปีที่ 3 มีกำไรสะสมปลายงวด 6,202,467 บาท ในปีที่ 4 มีกำไรสะสมปลายงวด 9,101,451 บาท และในปีที่ 5 มีกำไรสะสมปลายงวด 12,320,621 บาท

5.3.9 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 5.17: แสดงรายละเอียดประมาณการงบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	1,263,435	2,330,940	2,608,093	2,898,984	3,219,170
บวก ค่าเสื่อมราคา	213,600	213,600	213,600	213,600	213,600
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	222,959	188,383	53,181	72,723	80,046
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
หัก สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	1,739,994	2,772,923	2,914,874	3,225,306	3,552,816
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน	-	-	-	-	-
สินทรัพย์รวม	1,068,000	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	200,000	-	-	-	-
ค่ามัดจำสถานที่	600,000	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.17 (ต่อ): แสดงรายละเอียดประมาณการงบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการลงทุน	1,868,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา	-	-	-	-	-
ทุน	2,168,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	2,168,000	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	2,039,994	2,772,923	2,914,874	3,225,306	3,552,816
บวก เงินสดต้นงวด	-	2,039,994	4,812,917	7,727,791	10,953,097
เงินสดปลายงวด	2,039,994	4,812,917	7,727,791	10,953,097	14,505,913

จากตารางที่ 5.17 การประมาณการงบกระแสเงินสด เป็นการคำนวณคิดหามูลค่าของกิจการที่เพิ่มขึ้นในทุกปี ในปีที่ 1 มีเงินสดปลายงวด 2,039,994 บาท ในปีที่2มีเงินสดปลายงวด 4,812,917 บาท ในปีที่ 3 มีเงินสดปลายงวด 7,727,791 บาท ในปีที่ 4 มีเงินสดปลายงวด 10,953,097 บาท และในปีที่ 5 มีเงินสดปลายงวด 14,505,913 บาท

5.3.10 ประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน

ตารางที่ 5.18: แสดงรายละเอียดประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	2,039,994	4,812,917	7,727,791	10,953,097	14,505,913
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.18 (ต่อ): แสดงรายละเอียดประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,039,994	4,812,917	7,727,791	10,953,097	14,505,913
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	854,400	640,800	427,200	213,600	-
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	160,000	120,000	80,000	40,000	-
ค่ามัดจำสถานที่	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
รวมสินทรัพย์	3,654,394	6,173,717	8,834,991	11,806,697	15,105,913
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	222,959	411,342	464,523	537,246	617,292
เงินปันผลค้างจ่าย	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะสั้น	222,959	411,342	464,523	537,246	617,292
รวมหนี้สิน	222,959	411,342	464,523	537,246	617,292
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	2,168,000	2,168,000	2,168,000	2,168,000	2,168,000
กำไรสะสมสุทธิ	1,263,435	3,594,375	6,202,467	9,101,451	12,320,621
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,431,435	5,762,375	8,370,467	11,269,451	14,488,621
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	3,654,394	6,173,717	8,834,991	11,806,697	15,105,913

จากตารางที่ 5.18 การประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน จะเห็นว่ามูลค่าของบริษัทเพิ่มขึ้นทุกปี ในปีที่ 1 มีสินทรัพย์รวม 3,654,394 บาท ในปีที่ 2 มีสินทรัพย์รวม 6,173,717 บาท ในปีที่ 3 มีสินทรัพย์รวม 8,834,991 บาท ในปีที่ 4 มีสินทรัพย์รวม 11,806,697 บาท และในปีที่ 5 มีสินทรัพย์รวม 15,105,913 บาท

5.3.11 แสดงกระแสเงินสดรับตลอดโครงการ

ตารางที่ 5.19: แสดงกระแสเงินสดรับตลอดโครงการ

การวิเคราะห์โครงการลงทุน		
ปีที่	กระแสเงินตลอดโครงการ	กระแสเงินสด
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	- 2,168,000
1	กระแสเงินสดรับ	2,039,994
2	กระแสเงินสดรับ	2,772,923
3	กระแสเงินสดรับ	2,914,874
4	กระแสเงินสดรับ	3,225,306
5	กระแสเงินสดรับ*	4,452,816

หมายเหตุ *กระแสเงินสุทธิจากงบกระแสเงินสด+เงินทุนหมุนเวียน+เงินมัดจำร้าน

ตารางที่ 5.20: แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันในอัตราผลคิดลด	30.00%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	6,865,303
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	2,168,000
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	4,697,303
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	111.06%

จากตารางที่ 5.20 จะเห็นว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีเท่ากับ 4,697,303 บาท และมีค่าอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) เท่ากับ 111.06% แสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนจากการลงทุนมีค่าสูง กำไรสูงเหมาะแก่การลงทุนเป็นอย่างมาก

5.3.12 แสดงอัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 5.21: วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน					
รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	9.15	11.70	16.64	20.39	23.50
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	9.15	11.70	16.64	20.39	23.50
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราการหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)					
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)					
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	4	6	10	23	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	1.00	0.65	0.50	0.41	0.35
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.06	0.07	0.06	0.05	0.04
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย(เท่า)					
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.35	0.38	0.30	0.25	0.21
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.37	0.40	0.31	0.26	0.22
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	16.11	16.11	16.11	16.11	16.11

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.21 (ต่อ): วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	40.65	68.17	69.44	70.60	71.65
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	34.55	57.94	58.94	59.56	60.12
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	฿4,697,303.02				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	111%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	1.046				

จากตารางที่ 5.21 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NVP) เท่ากับ 4,697,303.02 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนของโครงการอยู่ที่ 37% จะเห็นได้ว่าระยะเวลาการคืนทุนเท่ากัน 1.046 ปี ดังนั้นโครงการนี้น่าที่จะลงทุน

บรรณานุกรม

กรมสรรพากร. (2551). *ความรู้เรื่องภาษี*. สืบค้นจาก https://www.rd.go.th/publish/828.0.html.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2549). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จุฑารัตน์ โสดาศรี. (2558). *การประชาสัมพันธ์และช่องทางในการประชาสัมพันธ์*. สืบค้นจาก http://www.prd.go.th/download/article/article_20150610154150.pdf.

เจษฎา สุขทิศ. (2560). *การบริหารองค์กรยุคใหม่ด้วยระบบอะมีบา (Holacracy)*. สืบค้นจาก https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/642963.

ทักษิณา สุขพัทธี. (2559). การศึกษารูปแบบศิลปกรรมบำบัดสำหรับผู้สูงวัยเพื่อบำบัดภาวะซึมเศร้า. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *11*(1), 11-22.

แผนที่ The Crystal SB. (2559). สืบค้นจาก http://www.thecrystal.co.th/the-crystal-tcr/about/location/.

พรทิพย์ วิวิธธนาภรณ์. (2557). *ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้าและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อยูเซอรินในโรงพยาบาลเอกชนเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พสุ เดชะรินทร์. (2560). *ผู้นำในยุค 4.0*. สืบค้นจาก http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641042.

รัตน์ชา เปล่งอุดมกิจ. (2561*). แผนธุรกิจเครื่องหนังจระเข้แบรนด์ "RATCHA"*. การค้นคว้าอิสระ. ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Alexander, O., & Yves, P. (2014). *Business model generation*. Retrieved from https://canvanizer.com/book/business-model-generation.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม (ชุดที่1)

แบบสอบถามชุดนี้ สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบ การทำแผนธุรกิจ เรื่อง ธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุเพื่อการฟื้นฟูสมอง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนประกอบของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบุคคลทั่วไป

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. สถานภาพ

☐ โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย ☐ หย่าร้าง

3. อายุ

☐ 20-30ปี ☐ 31–40 ☐ 41–50

4. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา ☐ ปวช/ปวส/อนุปริญญา

☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว

☐ ไม่ได้ประกอบอาชีพ ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 20,000 บาท ☐ 20,001–30,000 บาท

☐ 30,001–40,000 บาท ☐ 40,001–50,000บาท

☐ มากกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจในการให้ผู้สูงอายุเข้ารับการฟื้นฟู

7. ท่านมีการให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุมากน้อยเพียงใด

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง

☐ มาก ☐ มากที่สุด

8. ผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านอยู่ในช่วงอายุใด

☐ 60-70 ปี ☐ 71-80 ปี ☐ 81 ปีขึ้นไป

9. ผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านมีงานอดิเรกทำยามว่างหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

10. ผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านมีอาการหลงลืมบ้างหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

11. ผู้สูงอายุในครอบครัวของท่านมีอาการซึมเศร้าบ้างหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

12. ผู้สูงอายุของท่านมีการเข้าสังคมพบปะพูดคุยกับเพื่อนๆหรือคนรอบข้างมากน้อยเพียงใด

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง

☐ มาก ☐ มากที่สุด

13. ท่านคิดว่าการเรียนศิลปะจะมีผลช่วยส่งเสริมฟื้นฟูสมองและจิตใจของผู้สูงอายุได้มากน้อยเพียงใด

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง

☐ มาก ☐ มากที่สุด

14. ระยะเวลาในการเรียนแต่ละครั้งควรมีระยะเวลาเท่าใด

☐ 1 ชม. ☐ 1 ชม. 30 น. ☐ 2 ชม.

☐ 2 ชม. 30 น. ☐ 3 ชม.

15. กรณีที่ท่านจะต้องตัดสินใจให้ผู้สูงอายุภายในครอบครัวของท่านเข้ารับการเรียนศิลปะเพื่อการฟื้นฟูสมอง ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่าน

☐ ตัวท่านเอง ☐ คนรัก ☐ ครอบครัว

☐ บุตรหลาน ☐ ผู้สูงอายุภายในครอบครัว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อคอร์สหลักสูตรการสอนศิลปะเพื่อฟื้นฟูสมองสำหรับผู้สูงอายุ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมายลงในช่อง ☐ โดยเรียงระดับความคิดดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด

4 = เห็นด้วยมาก

3 = เห็นด้วนปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

รายการประเมิน		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						
16.	มีความหลากหลายของหลักสูตรและกิจกรรม					
17.	มีหลักสูตรที่ทันสมัย					
18.	มีระยะเวลาเรียนที่เหมาะสม					
19.	มีความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือ					
ปัจจัยด้านราคา						
20.	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของหลักสูตร					
21.	ราคามีความเหมาะสมต่อระยะเวลาเรียน					
22.	หากท่านต้องจ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์ฯเอง ท่านยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์ฯ นั้น					
23.	ราคามีความเหมาะสมกับประสิทธิภาพที่ท่านจะได้รับ					
ปัจจัยด้านสถานที่						
24.	เดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่าน					
25.	มีบริการจอดรถเพียงพอ					
26.	ตั้งอยู่ในย่านชุมชน					
27.	สถานที่มีความสะอาดและมีความเหมาะสม					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด						
28.	มีการใช้สื่อโฆษณาทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook Website					
29.	มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การทดลองเรียน					
30.	มีความปลอดภัยด้านสถานที่ เช่น มีถังดับเพลิง,มีการจัดวางอุปกรณ์เครื่องมือที่เป็นสัดส่วน					
31.	มีของสมนาคุณเมื่อแรกเข้า					
ปัจจัยด้านบุคลากร						
32.	มีความรู้ความสามารถในด้านศิลปะ					
33.	การบริการสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส					
34.	มีจิตวิทยาที่ดีในการดูแลผู้สูงอายุ					
35.	การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย					

รายการประเมิน		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ						
36.	การตกแต่งบรรยากาศของสถานที่					
37.	ความสะอาดของสถานที่					
38.	อุปกรณ์มีคุณภาพมาตรฐานในด้านความปลอดภัยที่ดี					
39	การต้อนรับ/ชี้แจงรายละเอียดต่อผู้เข้าร่วมการฟื้นฟู					
ปัจจัยด้านกระบวนการ						
40.	มีระบบจัดการที่ดีและรวดเร็ว					
41.	มีระบบดูแลความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน					
42.	มีการเรียนการสอนที่เป็นแบบแผน					
43.	มีการถ่ายทอดความรู้อย่างชัดเจน					
ปัจจัยด้านการฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุ						
44.	มีการผสมผสานระหว่างกิจกรรมเดี่ยวและกิจกรรมกลุ่ม					
45.	มีการเรียนรู้ที่ต้องใช้ความจำที่ต่อยอดจากกิจกรรมต่าง ๆ					
46.	มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา					
47.	มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับความพร้อมในช่วงอายุของผู้สูงวัย					

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

แบบสอบถาม (ชุดที่2)

แบบสอบถามชุดนี้ สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบ การทำแผนธุรกิจ เรื่อง ธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุเพื่อการฟื้นฟูสมอง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนประกอบของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ ประกอบ ด้วย 3 ส่วนหลักได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบุคคลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจในการเข้ารับการฟื้นฟู

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อคอร์สหลักสูตรการสอนศิลปะเพื่อฟื้นฟูสมองสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบุคคลทั่วไป

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. สถานภาพ

☐ โสด ☐ สมรส

3. อายุ

☐ 60-70ปี ☐ 71–80 ☐ มากกว่า 81 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา ☐ ปวช/ปวส/อนุปริญญา

☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 20,000 บาท ☐ 20,001–30,000 บาท

☐ 30,001–40,000 บาท ☐ 40,001–50,000บาท

☐ มากกว่า50,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจในการเข้ารับการฟื้นฟู

6. ท่านมีการให้ความสำคัญกับเรื่องการฟื้นฟูสมองมากน้อยเพียงใด

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง

☐ มาก ☐ มากที่สุด

7. ท่านมีงานอดิเรกทำยามว่างหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

8. ท่านมีอาการหลงลืมบ้างหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

9. ท่านมีอาการซึมเศร้าบ้างหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

10. ท่านมีการเข้าสังคมพบปะพูดคุยกับเพื่อนๆหรือคนรอบข้างมากน้อยเพียงใด

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง

☐ มาก ☐ มากที่สุด

11. ท่านคิดว่าการเรียนศิลปะจะมีผลช่วยส่งเสริมฟื้นฟูสมองและจิตใจได้มากน้อยเพียงใด

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง

☐ มาก ☐ มากที่สุด

12. ระยะเวลาในการเรียนแต่ละครั้งควรมีระยะเวลาเท่าใด

☐ 1 ชม. ☐ 1 ชม. 30 น. ☐ 2 ชม.

☐ 2 ชม. 30 น. ☐ 3 ชม.

13. กรณีที่ท่านจะต้องตัดสินใจเข้ารับการเรียนศิลปะเพื่อการฟื้นฟูสมอง ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่าน

☐ ตัวท่านเอง ☐ คนรัก ☐ ครอบครัว

☐ บุตรหลาน ☐ ผู้สูงอายุภายในครอบครัว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อคอร์สหลักสูตรการสอนศิลปะเพื่อฟื้นฟูสมองสำหรับผู้สูงอายุ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมายลงในช่อง ☐ โดยเรียงระดับความคิดดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด

4 = เห็นด้วยมาก

3 = เห็นด้วนปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

รายการประเมิน		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						
14.	มีความหลากหลายของหลักสูตรและกิจกรรม					
15.	มีหลักสูตรที่ทันสมัย					
16.	มีระยะเวลาเรียนที่เหมาะสม					
17.	มีความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือ					
ปัจจัยด้านราคา						
17.	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของหลักสูตร					
18.	ราคามีความเหมาะสมต่อระยะเวลาเรียน					
19.	หากท่านต้องจ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์ฯเอง ท่านยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์ฯนั้น					
20.	ราคามีความเหมาะสมกับประสิทธิภาพที่ท่านจะได้รับ					
ปัจจัยด้านสถานที่						
21.	เดินทางสะดวกมีรถประจำทางผ่าน					
22.	มีบริการจอดรถเพียงพอ					
23.	ตั้งอยู่ในย่านชุมชน					
24.	สถานที่มีความสะอาดและมีความเหมาะสม					

ปัจจัยด้านการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด						
25.	มีการใช้สื่อโฆษณาทางโซเชียลมีเดียเช่น Facebook Website					
26.	มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่นการทดลองเรียน					
27.	มีความปลอดภัยด้านสถานที่ เช่น มีถังดับเพลิง มีการจัดวางอุปกรณ์เครื่องมือที่เป็นสัดส่วน					
28.	มีของสมนาคุณเมื่อแรกเข้า					
ปัจจัยด้านบุคลากร						
29.	มีความรู้ความสามารถในด้านศิลปะ					
30.	การบริการสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส					
31.	มีจิตวิทยาที่ดีในการดูแลผู้สูงอายุ					
32.	การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย					
ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ						
33.	การตกแต่งบรรยากาศของสถานที่					
34.	ความสะอาดของสถานที่					
35.	อุปกรณ์มีคุณภาพมาตรฐานในด้านความปลอดภัยที่ดี					
36.	การต้อนรับ/ชี้แจงรายละเอียดต่อผู้เข้าร่วมการฟื้นฟู					
ปัจจัยด้านกระบวนการ						
37.	มีระบบจัดการที่ดีและรวดเร็ว					
38.	มีระบบดูแลความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน					
39.	มีการเรียนการสอนที่เป็นแบบแผน					
40.	มีการถ่ายทอดความรู้อย่างชัดเจน					
ปัจจัยด้านการฟื้นฟูสมองของผู้สูงอายุ						
41.	มีการผสมผสานระหว่างกิจกรรมเดี่ยวและกิจกรรมกลุ่ม					
42.	มีการเรียนรู้ที่ต้องใช้ความจำที่ต่อยอดจากกิจกรรมต่าง ๆ					
43.	มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา					
44.	มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับความพร้อมในช่วงอายุของผู้สูงวัย					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	กรวรรณ ทรัพยะโตษก
อีเมล	noy_ks@hotmail.com
การศึกษา	โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัยนนทบุรี ศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี
ประสบการณ์การทำงาน	ดีไซน์เนอร์ บริษัทบางกอกรับเบอร์ ครูสอนศิลปะ โรงเรียนอนุบาลปาริชาต

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 3 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) กรวรรณ ทรัพย์โสภา อยู่บ้านเลขที่ 173

ซอย 3 ถนน พิบูลสงคราม ตำบล/แขวง สวนใหม่

อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11000

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600201581

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 แผนธุรกิจสถาบันสอนศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ AFTE

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า **"สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์"**)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ [redacted] ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(น.ส.กรังรรณ ทรัพย์โกษก)

ลงชื่อ [redacted] ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(อาจารย์อัฏฐิภา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ [redacted] พยาน

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ [redacted] พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร