

แผนธุรกิจ ของโรงเรียนสอนการสักคิ้วลายเส้นสามมิติและจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับการสักคิ้ว U cute Academy

Business Plan of U-Cute Academy, Permanent Eyebrow School and Permanent Eyebrow Product

พิชยา เปรมพูลสวัสดิ์

นักศึกษา ปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจของ U cute Academy ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจเกี่ยวกับโรงเรียนสอนการสักคิ้วลายเส้นสามมิติและจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับการสักคิ้ว ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคของธุรกิจ รวมทั้ง การวิเคราะห์ความเสี่ยง ความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ ได้มีการทำการวิจัยตลาด

จากการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมพบว่า สังคมทั่วไปยังมีความกลัวในเรื่องของการสัก ว่ามีความเสี่ยงและไม่ปลอดภัย และบุคลากรผู้สอนในโรงเรียนที่มีความชำนาญนั้นหายาก ในด้านการลงทุนและผลตอบแทน U cute Academy ใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 1,270,000 บาท โดยเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด โดยคาดการณ์รายรับในปีแรก 10,936,364.40 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 7,690,795.43 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 114.67% โดยใช้ระยะเวลาในการคืนทุน 0.614 ปี

คำสำคัญ การสักคิ้ว แผนธุรกิจ

Abstract

The objective of business Plan is to develop the guideline for U cute Academy ,3D Permanent Eyebrows school and 3D Permanent Eyebrows product. In preparing this business plan, analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats of the business, including a risk analysis and the advantages of competition were conducted. In addition, market research was done by conducting a survey.

The analysis resulting from environment factor indicate some people are more vulnerable and insecure for tattoo and the experience teachers are very difficult to find. The rewards are found. 1,270,000 bath investment projects started as a part of all owners. The expected to generate revenue in the first year is 10,936,364.40 baths. Net present value (NPV) is 7,690,795.43 baths. Internal rate of return (IRR) is 43.52% with a payback period of 0.614 year.

Key words: Permanent Eyebrows, Business Plan

1. บทนำ

ในปัจจุบัน ความสวยความงามเป็นสิ่งจำเป็นทั้งสุภาพสตรี และสุภาพบุรุษ ต่างก็ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ หน้าตา ผิวพรรณมากขึ้น ซึ่งแม้ว่ารูปพรรณภายนอกไม่ได้เป็นหนึ่งในความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ตามทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of human needs) ก็ยังเป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของใบหน้าของเรา แต่สามารถทำให้ใบหน้าดูดี ดูมีมิติขึ้นมาได้ บางคนแค่เขียนคิ้วให้สวยๆ ไม่ต้องเติมแต่งอะไรมากมายก็ดูสวยเป็นธรรมชาติ แต่ทว่าการเขียนคิ้วให้สวยนั้นเป็นเรื่องยากสำหรับคนที่ไม่ถนัดในการเขียนคิ้ว การเขียนคิ้วครั้งหนึ่งอาจใช้เวลานาน เขียนไปแล้วก็ไม่ได้อย่างที่ต้องการ ก็จำเป็นต้องลบเขียนใหม่ ทำให้เสียเวลามากแล้วยังเสียอารมณ์ด้วย การใช้บริการสักคิ้วจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ได้รับความสะดวกเป็นจำนวนมาก สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการได้มากพอสมควร

U cute Academy ตั้งอยู่ที่ ชั้น 2 อาคารศูนย์การค้า @ Park ถนนสุขุมวิท 101/1 ซอย วชิรธรรมสาริต 46 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260 โดยมีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 160 ตารางเมตร เหตุผลที่เลือกทำเลที่ตั้ง เนื่องจาก สถาบันได้คำนึงถึงระบบการขนส่งมวลชนที่สะดวกสบาย เช่น รถไฟฟ้า BTS และความสะดวกสบายในเรื่องของที่จอดรถ อาคารศูนย์การค้า @ Park ตั้งอยู่ในซอยสุขุมวิท ซึ่งใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า ปุณณวิถี และมีรถเข้าออกในซอยสุขุมวิท 101/1 แนวความคิดที่ชัดเจนของสถาบันสอน U cute Academy คือ เป็นสถาบันสอนสักคิ้วลายเส้นสามมิติ ที่ตอบสนองแก่ช่างเสริมสวยหรือผู้ที่สนใจที่จะทำธุรกิจด้านการสักคิ้วลายเส้นสามมิติ หรือต้องการขยายงานที่แต่ละคนได้มีอยู่แล้ว โดยทางสถาบันจะใช้ผู้เชี่ยวชาญมีความรู้ความสามารถ จบการศึกษาเฉพาะทางจากต่างประเทศ มาเป็นผู้สอนให้ความรู้แก่ผู้เรียนของสถาบัน รวมทั้งอุปกรณ์การเรียนการสอนจะใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเป็นอุปกรณ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานจากประเทศสหรัฐอเมริกา และเทคนิคการสักคิ้วในรูปแบบใหม่ๆ หลักสูตรที่ใช้สอนจะมีความทันสมัยจากประเทศสหรัฐอเมริกา เน้นให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติได้จริง ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ ในวัตกรรมการสอนแบบใหม่ๆ ได้แก่ การสอนเทคนิคลายเส้น 6 มิติ สร้างความเป็นธรรมชาติ เสมือนขนคิ้วจริงมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

เพื่อเปิดสอนให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจสักคิ้วลายเส้น หรือ เรียนรู้เพื่อเป็นช่างคิ้วโดยตรง สร้างความน่าสนใจให้กับผู้ที่กำลังมองหาอาชีพและขยายตลาดด้านธุรกิจความงาม

3. ระเบียบวิธีวิจัย

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคของธุรกิจ รวมทั้ง การวิเคราะห์ ความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ ได้มีการทำการวิจัยตลาด โดยการสำรวจจาก กลุ่มตัวอย่าง คือ ช่าง จำนวน 102 คน และบุคคลทั่วไปจำนวน 404 คน

4. อุปกรณ์และวิธีการ

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับช่างซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของช่าง ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการสถาบันสอนสักคิ้วลายเส้นสามมิติ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสความเป็นไปได้ของ

ธุรกิจ แบบสอบถามสำหรับบุคคลทั่วไปแบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคคลทั่วไป ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการสถาบันสอนสักคิ้วลายเส้นสามมิติ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการกลุ่มเป้าหมาย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

นอกจากนี้ยังใช้การเก็บข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการค้นคว้ารวบรวม รายงานประจำปีของบริษัท วารสาร เอกสารอ้างอิง บทความ ต่างๆ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยมีระยะเวลา ที่ทำการศึกษารวม เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2556 จนถึงเดือน พฤศจิกายน 2556

5. ผลการวิจัย

5.1 พฤติกรรมของช่างต่อการใช้บริการสถาบันสอนสักคิ้วลายเส้นสามมิติ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี และมีการศึกษาสูงสุดระดับต่ำกว่าปริญญาตรี นอกจากนี้มีส่วนใหญ่ประกอบอาชีพช่างเสริมสวย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท สำหรับการใช้บริการสถาบันสอนสักคิ้วลายเส้นสามมิติ พบว่า ส่วนใหญ่รู้จักการสักคิ้วลายเส้นสามมิติ และรู้จักสถาบันสอนศิลปะการตกแต่งคิ้วสามมิติ ลายเส้น เชิงธุรกิจครบวงจรมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มักจะรู้จักการสักคิ้วประเภทการสักคิ้วถาวร และมีความสนใจเกี่ยวกับการสักคิ้วแบบสามมิติ เมื่อพิจารณาโอกาสความเป็นไปได้ของธุรกิจ พบว่า มีความต้องการและสนใจเรียนเกี่ยวกับการสักคิ้วแบบสามมิติ แต่สำหรับผู้ที่ไม่สนใจการเรียนการสักคิ้วลายเส้นสามมิติเพราะ คิดว่าตนเองไม่ถนัดด้านงานฝีมือ และเมื่อพิจารณาโดยเฉพาะผู้ที่สนใจเรียนการสักคิ้วลายเส้นสามมิติในโปรแกรม การสอนสักคิ้ว แบบพิเศษ เป็นอันดับแรก

5.2 พฤติกรรมของบุคคลทั่วไปต่อการใช้บริการสถาบันสอนสักคิ้วลายเส้นสามมิติ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-20 ปี และมีการศึกษาสูงสุดระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และเป็นนักเรียน หรือนักศึกษา มีรายได้ประมาณ 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน สำหรับการใช้บริการสถาบันสอนสักคิ้วลายเส้นสามมิติ พบว่า ส่วนใหญ่รู้จักการสักคิ้วลายเส้นสามมิติ และไม่เคยสักคิ้วมาก่อน และสำหรับบุคคลที่เคยทำคิ้วส่วนใหญ่เคยสักคิ้วถาวร โดยใช้บริการจากร้านเสริมสวย นอกจากนี้สำหรับบุคคลทั่วไปที่ไม่ทำคิ้ว เพราะชอบคิ้วตนเอง เมื่อพิจารณาถึงความต้องการกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ต้องการคิ้วแบบที่เป็นทรงได้รูปตามโครงหน้า และคิดว่าคิ้วเป็นส่วนสำคัญบนใบหน้ามากที่สุด นอกจากนี้ยังมีความเชื่อและเคยได้ยินเรื่องคิ้วโหวงเฮ้ง นอกจากนี้ พบว่า ระดับความสำคัญของคุณสมบัติร้านสักคิ้ว เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของความสะอาดของเครื่องมือและอุปกรณ์สักคิ้ว รองลงมา คือ การรับประกันผลงาน รองลงมา คือ การดูแลลูกค้าและความน่าเชื่อถือของช่างที่สักคิ้ว ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประสมการตลาดบริการ (Lovell, Wirtz, and Lui, 2005).

5.3 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคของธุรกิจ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจพบว่า จุดแข็งของโรงเรียน คือ ผลผลิตทันทีที่ใช้ในการ เรียนการสอนนำเข้ามาจากต่างประเทศ มีมาตรฐานรับรอง จุดอ่อนได้แก่ เป็นโรงเรียนสอนสักคิ้วใหม่ จึงทำให้นักเรียนอาจยังไม่แน่ใจในสถาบัน โอกาสทางธุรกิจ คือ ภาวะเศรษฐกิจที่มีสัญญาณดีขึ้น นโยบายการสนับสนุนธุรกิจ รายย่อยของรัฐบาล การยอมรับของสังคมเรื่องการสักคิ้ว ในขณะที่ อุปสรรคทางธุรกิจ คือ จำนวนคู่แข่ง

5.4 การวิเคราะห์การแข่งขัน

คู่แข่งหลักได้แก่ โรงเรียนสอนสักคิ้วสถาบันต่างๆ เช่น สถาบันออกแบบคิ้ว อาจารย์ โรสสถาบัน Eyebrow Studio Academy และสถาบันสอนสักคิ้วลายเส้นสามมิติอื่นๆอีกมากมาย โดยการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด กำหนดโดยอาศัยปัจจัย 3 ประเภท คือ ความหลากหลายด้านหลักสูตรการสอน ปัจจัยทางการตลาด และราคาหลักสูตรการเรียน อย่างไรก็ตามทางโรงเรียนมีความได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะ หลักสูตรที่ใช้ในการเรียนการสอนรวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงานเป็นมาตรฐานเดียวกับประเทศสหรัฐอเมริกา จึงมั่นใจได้ว่า นักเรียนที่เรียนกับทางสถาบันไปสามารถความความรู้ความสามารถไปประกอบอาชีพได้อย่างมีอาชีพ นอกจากนี้ อุปกรณ์ที่ใช้การเรียนการสอนเป็นอุปกรณ์คุณภาพดี ใช้งานง่าย ทนทาน แข็งแรง ไม่พังง่าย นำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกาอาจารย์ผู้สอนได้ผ่านการรับรองจากต่างประเทศแล้วว่าผ่านมาตรฐานการสอน ตามหลักสูตรของ Bio Touch จากประเทศสหรัฐอเมริกา

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

U cute Academy เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งมีเจ้าของคนเดียว (Single Proprietorships) ใช้เงินทุนไม่มาก มีผู้ลงทุนคนเดียวทำงานหน้าที่บริหารงานของธุรกิจทั้งหมดด้วยตัวเอง เจ้าของจึงมีสิทธิในทรัพย์สิน กำไรขาดทุนทั้งหมด และรับผิดชอบในหนี้สินโดยไม่จำกัดจำนวน จากแผนการดำเนินงานในกิจการ U cute Academy มีความจำเป็นที่ต้องใช้เงินลงทุน จำนวนทั้งสิ้น 1,275,400 บาท ซึ่งมาจากส่วนของผู้เป็นเจ้าของกิจการทั้งหมด โดยคาดการณ์รายรับในปีแรก 10,936,364.40 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 7,690,795.43 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 114.67% โดยใช้ระยะเวลาในการคืนทุน 0.614 ปี

สำหรับแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ขอเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ โรงเรียนควรมีการนำหลักสูตรของการเรียนการสอนจากสถาบัน Bio Touch ประเทศสหรัฐอเมริกาเข้ามา เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ทางโรงเรียน ควรสร้าง สร้าง มาตรฐานการเรียนการสอน ภายในโรงเรียนให้เดินไปในทิศทางเดียวกัน
2. ด้านราคา ควรเน้น การตั้งราคาคอร์สเรียนที่เหมาะสมกับแผนการเรียนการสอน เพื่อให้นักเรียนได้ประโยชน์และคุ้มค่าที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ตั้ง ของกิจการซึ่งตั้งอยู่ที่ ศูนย์การค้า @ Park ชั้น 2 (บน Lotus express) ซอย วชิรธรรม 46 ถนนสุขุมวิท 101/1 บางจาก พระโขนง กทม. 10260 สถานที่ตั้ง ตั้งอยู่ใจกลาง ศูนย์การค้า นับเป็นช่องทางการจำหน่ายที่ดี ตั้งอยู่ใจกลางเมือง เดินทางสะดวก มีรถไฟฟ้า BTS สถานีปทุมณวิถี ผ่าน สถานที่ตั้งเข้าถึงได้ง่าย
4. ด้านส่งเสริมการตลาด ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ ได้แก่ การเข้าเว็บไซต์ชื่อ [www. U cute.edu](http://www.Ucute.edu) เว็บไซต์โรงเรียน ,สื่อ Facebook และกลุ่มโซเชียลต่างๆ
5. ด้านบุคลากร ควรมุ่งเน้นสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาในองค์กร มีการฝึกอบรมครูผู้สอนเพื่อพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานที่ทางสถาบันกำหนด สร้างแรงจูงใจรักวิชาการคนเก่งคนดี และการบริหารค่าตอบแทนเป็นแรงจูงใจให้กับบุคคลเหล่านั้น

6. กลยุทธ์กระบวนการให้บริการ ควรเน้นการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้นักเรียนเกิดความสะดวกสบาย และผ่อนคลายในการมาเรียน มีอาจารย์ผู้สอนที่ดูแลและสอนอย่างใกล้ชิดทุกชั้นตอน สามารถถามข้อสงสัยได้ตลอด เพื่อให้นักเรียนได้ความรู้อย่างเต็มที่

7. ด้านสิ่งกายภาพการให้บริการ ควรเน้นสร้างภาพลักษณ์และความประทับใจให้กับนักเรียนที่มาใช้บริการ โดยมีประจำโรงเรียนคือแดง-ขาว เป็นสัญลักษณ์ของทางโรงเรียน มีการจัดบรรยากาศภายในร้านเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะความสะอาดสำคัญที่สุด ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ในการเรียนหรือปฏิบัติงาน ต้องผ่านการฆ่าเชื้อโรค ด้วยเครื่อง Sterile ทุกครั้งก่อนใช้งาน เข็มสัก ปอกเข็ม มีดโกนกันคิ้วต้องเปลี่ยนใหม่ทุกครั้ง ทุกคน ทุกอย่างดูทันสมัย สวยงาม เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้สึกสบายๆและเป็นกันเอง

7. เอกสารอ้างอิง

Lovelock, C., Wirtz, J., Ken, H.T., and Lui, X. (2005). Service Marketing in Asia (2th ed.). Singapore: Prentice Hall.

