



การวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจ กรณีศึกษาธุรกิจบริเวณรอบโรงเรียนอัสสัมชัญลำปาง จังหวัดลำปาง
เพื่อเป็นการสารสนเทศประกอบการพิจารณาวางแผนการลงทุนธุรกิจสปา
นางสาวบุญญา สูงติวงศ์ 5808311010
สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารและรัฐประศาสนศาสตร์

บทนำ/ความเป็นมา/ความสำคัญของปัญหา

สภาพเศรษฐกิจสังคม และการแข่งขันเชิงธุรกิจในปัจจุบันก่อให้เกิดความเครียด และปัญหาด้านสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในสถานะภาพของเจ้าของกิจการ หรือลูกจ้างก็ตาม จึงเป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคเริ่มสนใจและเอาใจใส่สุขภาพจริงจังเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคเหล่านี้มีทางเลือกที่จะดูแลสุขภาพและมีวิธีการผ่อนคลายได้หลายรูปแบบ เช่นการเข้าศูนย์กีฬา การวิ่ง การเดินแอโรบิกตามสวนสาธารณะ การฝึกโยคะ การไปดูหนังสื่อ การเดินช้อปปิ้งตามห้างสรรพสินค้า แต่วิธีการผ่อนคลายที่กำลังมาแรง และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายคือ การเข้ามาใช้บริการในสปา ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้บริโภคคลายความเครียดแล้ว การบริการบางประเภทในสกายังเป็นการเสริมสุขภาพให้แข็งแรงอีกด้วย

ผู้จัดทำได้เล็งเห็นถึงความสำคัญจากประเด็นข้างต้น และสนใจศึกษาตลาดลำปาง โดยการจัดทำสำรวจ และเก็บข้อมูลในพื้นที่ร้านค้าบริเวณโดยรอบโรงเรียนอัสสัมชัญลำปาง เพื่อเก็บข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในด้านความหลากหลายของธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการธุรกิจในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจ และเก็บข้อมูลร้านค้าในพื้นที่โดยรอบโรงเรียนอัสสัมชัญลำปาง
2. เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้านความหลากหลาย และสภาพเศรษฐกิจในบริเวณพื้นที่โดยรอบโรงเรียนอัสสัมชัญลำปาง

สมมติฐาน

1. ประเภทธุรกิจในพื้นที่สำรวจมีหลายธุรกิจ
2. ธุรกิจร้านค้าส่วนใหญ่มีหน้าร้านที่น่าสนใจและตรงต่อความต้องการของลูกค้า
3. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและคนวัยทำงาน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยให้พัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นต้องอย่างให้ผู้บริหารการตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารทราบดีหรือเข้าใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่มีส่วนมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4'Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไหนมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

วิธีดำเนินการ

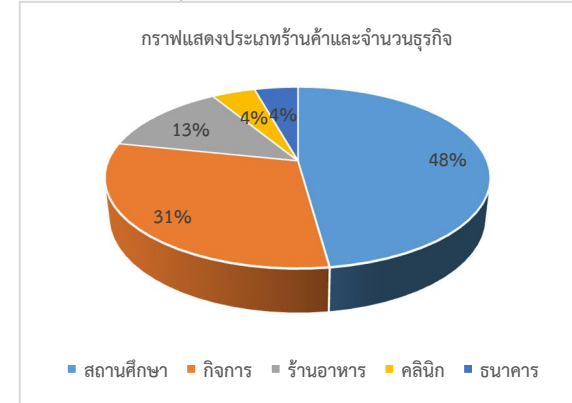
1. การกำหนดหัวข้อการสำรวจข้อมูล
2. การศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. กำหนดและตรวจสอบแบบเอกสารสำรวจข้อมูล
4. รวบรวมข้อมูลในพื้นที่ที่กำหนด
5. วิเคราะห์ข้อมูล
6. สรุปผล
7. จัดทำเอกสาร
8. นำเสนอ

ผลการศึกษา

จากการสำรวจร้านค้าบริเวณพื้นที่โดยรอบโรงเรียนอัสสัมชัญลำปาง พบว่า มีกิจการร้านค้าทั้งหมด 23 ร้าน โดยแบ่งตามประเภทร้านค้า ได้ดังนี้

สถานศึกษา	จำนวน	11 ร้าน
กิจการ	จำนวน	7 ร้าน
ร้านอาหาร	จำนวน	3 ร้าน
คลินิก	จำนวน	1 ร้าน
ธนาคาร	จำนวน	1 ร้าน
รวม	จำนวน	23 ร้าน

1. กราฟแสดงประเภทธุรกิจ



2. คะแนนความน่าลงทุน

ระดับคะแนน	จำนวนร้าน
1	4
2	15
3	4
เฉลี่ยคะแนน	2.98

3. คะแนนความเสี่ยง

ระดับคะแนน	จำนวนร้าน
1	17
2	6
3	0
เฉลี่ยคะแนน	0.33

สรุปผล/อภิปรายผล

1. ประเภทธุรกิจในพื้นที่สำรวจโดยรอบโรงเรียนอัสสัมชัญมีหลากหลายธุรกิจ และมีการให้บริการที่ใกล้เคียงกันจำนวน 5 ธุรกิจ ดังนี้ ธุรกิจสถานศึกษา ธุรกิจเปิดกิจการ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจธนาคาร และรองลงมาคือธุรกิจคลินิก
2. ผลรวมค่าเฉลี่ยความน่าลงทุนร้านค้าในพื้นที่เท่ากับ 2.98 จากคะแนนที่ได้จาก 5 ธุรกิจ ซึ่งอาจไม่ได้บ่งบอกแน่ชัดว่าขนาดความน่าลงทุนจะดีขึ้นอย่างไร เพราะเป็นธุรกิจเดิมของพื้นที่ และมีการเปิดธุรกิจใหม่เพิ่มมากขึ้น
3. ผลรวมค่าเฉลี่ยความเสี่ยงต่อการลงทุนร้านค้าในพื้นที่เท่ากับ 0.33 จากคะแนนที่ได้จาก 5 ธุรกิจ ผลคือจะเกิดความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้นหากจะลงทุนธุรกิจสถานศึกษา เพราะมีการเปิดตามคอร์สต่างๆ อย่างมากและติดกัน ถ้าไม่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือนักเรียนเข้ามาเรียน อาจจะทำให้ต้องปิดกิจการได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการให้บริการที่หลากหลายตามความนิยม
2. ปรับปรุงหน้าร้านให้สะอาด ดึงดูดใจลูกค้า
3. ติดป้ายร้านให้ชัดเจน ให้ลูกค้าสังเกตเห็นได้ง่าย
4. มีการโฆษณาร้านค้า หรือจัดโปรโมชั่นเพิ่มมากขึ้น
5. ทำการสอบถามกลุ่มเป้าหมายโดยการกรอกแบบสอบถาม เพื่อถามว่าต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการพัฒนาโอกาสของกิจการให้เติบโตเพิ่มขึ้น