

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจให้บริการด้านสุขภาพได้ขยายตัวและเติบโตขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจสปา ซึ่งเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะความเครียดและความกดดันจากการดำเนินชีวิตสมัยใหม่ที่นับวันจะเพิ่มพูนขึ้น ทำให้ผู้คนมองหาทางเลือกรูปแบบใหม่ในการพักผ่อนและใส่ใจกับสุขภาพกันเพิ่มมากขึ้น มีการดูแลสุขภาพก่อนที่จะเกิดโรคร้ายไข้เจ็บมากขึ้น โดยเน้นการป้องกันและการเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ทำให้ธุรกิจบริการสุขภาพหรือสปาได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย สำหรับธุรกิจ สปานั้นเป็นธุรกิจที่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้รักสุขภาพและความงาม และ สปาเป็นอีกวิธีหนึ่งในการขับสารพิษ(detox)ออกจากร่างกาย สปากำเนิดเกิดจากการแช่ตัวในบ่อน้ำแร่ธรรมชาติในประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากความร้อนของน้ำเป็นตัวขับสารพิษที่มีอยู่ในร่างกายออกให้หมด และยังทำให้ร่างกายได้รับการผ่อนคลายและสร้างความสดชื่นให้ร่างกายอีกด้วย การแช่ตัวในบ่อน้ำแร่ร้อนนั้นคุณจะได้สัมผัสได้ถึงความสุข สดชื่น และความสงบที่ธรรมชาติสร้างสรรค์มาให้พร้อมกับไอแห่งความร้อนจากน้ำแร่ สิ่งเหล่านี้เองที่ทำให้ร่างกายของเรารับรู้ได้ถึงความผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและจิตใจ เมื่อร่างกาย จิตใจ สดชื่นแล้วเซลล์และระบบการทำงานของร่างกายก็จะทำงานได้ดีและเต็มประสิทธิภาพ นอกจากการแช่ตัวในบ่อน้ำแร่แล้ว"สปา"ยังมีความหมายรวมถึงการทำชาวน้ำ การอบไอน้ำ และการนวดตามส่วนต่างๆของร่างกายด้วยน้ำมันหอมระเหย (aromatherapy) อีกด้วย (สปา – spa ออนไลน์, 7 มีนาคม 2555)

ปัจจุบันธุรกิจสปาธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพยังมีแนวโน้มเติบโตน่าสนใจ แม้ที่ผ่านมาจะมีการเปิดตัว สปาขึ้นมาเป็นจำนวนมาก แต่โอกาสธุรกิจนี้ยังคงมีต่อเนื่อง โดยเฉพาะปัจจุบันกำลังเดินมาถึงยุคของการปรับตัวที่เน้นจุดเด่น เรื่องเอกลักษณ์และบริการที่แตกต่าง โดยในปี 2554 ตลาดสปายังมีโอกาสเติบโตสูงถึง ร้อยละ 35 เนื่องจากประเทศไทยสร้างความเชื่อมั่นด้านชื่อเสียงของสปาอันดับ 1 ในเอเชียมาแล้วระยะหนึ่ง รวมถึงการพัฒนาในอุตสาหกรรมทั้งในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ และสินค้าสำหรับสปาที่มีการเติบโตและ ขยายธุรกิจสู่การส่งออกไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง แนวโน้มการพัฒนาธุรกิจสปาเพื่อการแข่งขันในปี 2555 ผู้ประกอบการจะนำจุดเด่นที่มีมานำเสนอ เป็นจุดขาย หรือสร้างเอกลักษณ์ให้ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้เกิดสปารูปแบบใหม่ๆ นอกจากนี้การขยายฐานลูกค้าสปาไปยังผู้ชาย หรือในกลุ่มเมโทรเซ็กช่วล ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอัตราการเติบโตสูงนั้น จะเป็นอีกปัจจัยที่กระตุ้นให้ตลาดสปาเติบโตมาก โดยเฉพาะ

โรงแรมต่างๆ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าผู้ชายเมโทรเช็ทซ์วล์ที่มัก อยู่ในอาชีพผู้บริหารเป็นหลัก ปัจจุบันสปาไทยมีการเติบโตปีละกว่า ร้อยละ 30 จากสปาที่ได้มาตรฐานทั้งหมด 500 แห่งทั่วประเทศ แต่ ขณะเดียวกันในจำนวนดังกล่าวยังมีประมาณ 200 แห่งที่ยังมีปัญหาในเรื่องของการบริหารจัดการที่ถูกต้องเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพ (ภาพรวมธุรกิจสปาออนไลน์, 1 มีนาคม 2555)

จากการแข่งขันธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาถึงหลักในเรื่องของการบริหารจัดการร้านอย่างไรให้อยู่รอด ดังนั้นเรื่องของการบริหารจัดการร้าน จึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่จะต้องนำมาใช้ในการดำเนินกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทกิจการสปา นอกจากเรื่องของการบริหารจัดการแล้วการที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จนั้นตัวผู้ประกอบการเองก็ต้องพยายามแข่งขันให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของลูกค้าในหลายๆ ด้าน เช่น การให้บริการ บรรยากาศ การตกแต่ง ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการจนนำไปสู่การชักชวนให้คนรู้จักเข้ามาใช้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำด้วย เป็นสาเหตุให้มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น (ธีรา ฤทธาภรณ์, 2553) อีกทั้งจะต้องมีขีดความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมสปาให้สามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้ามีการพัฒนารูปแบบการบริการอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อสร้างความประทับใจให้พวกเขากลับมาใช้บริการอีก ปกติแล้วผู้ใช้บริการสปาหรือลูกค้าจะคาดหวังถึงผลการเข้ารับบริการสปาว่าจะต้องได้รับประโยชน์อย่างที่เขาคาดหวังและได้รับความพึงพอใจกลับไปเสมอ เช่น การมีสุขภาพดีขึ้น การมีความสุขมากขึ้น ความปลอดภัยขณะเข้ารับบริการและการบริการอย่างที่ดีเยี่ยมของพนักงาน ดังนั้นสถานประกอบการสปาจึงจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสิ่งที่พวกเขาประสงค์จะได้รับเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจของสถานประกอบการ ได้สามารถดำเนินกิจการได้ก้าวหน้าต่อไป (สรารุท หนูเงิน, 2548)

สำหรับการประกอบธุรกิจ SMEs ด้านสปาเพื่อสุขภาพในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีนั้นพบว่าผู้ประกอบการจำนวนมากในการดำเนินธุรกิจ ถือว่าเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ผู้ที่มีต้นทุนการดำเนินงานที่สูงเท่านั้นที่จะยังคงอยู่รอด ส่วนผู้ประกอบการที่มีต้นทุนการดำเนินงานที่ไม่สูงมากก็ต้องออกจากตลาดไป เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการที่มีต้นทุนสูงได้ เช่น เรื่องของการ โฆษณาประชาสัมพันธ์หรือเรื่องของการส่งเสริมการขาย ดังนั้นการนำการบริหารจัดการเข้ามาใช้ในการบริหารธุรกิจจึงมีความสำคัญอย่างมากในการที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ (นิชาภา พิงรัตน์มงคลและพิมพ์ วิโนทัย, 2550)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการบริหารจัดการร้านของธุรกิจSMEs ด้านสปาเพื่อสุขภาพ ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

เพื่อให้ทราบถึงการบริหารจัดการร้านของธุรกิจSMEs ด้านสภาของผู้ประกอบการ คุณภาพการบริการและรูปแบบการให้บริการ รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ อันจะนำไปปรับปรุงและพัฒนาการบริการของธุรกิจSMEs ด้านสภาเพื่อสุขภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการบริหารจัดการร้านของธุรกิจSMEs ด้านสภาเพื่อสุขภาพ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อการบริหารจัดการร้านของธุรกิจSMEs ด้านสภาเพื่อสุขภาพ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. สถานภาพ

ปัจจัยการประกอบธุรกิจ

1. ทุนจดทะเบียนของกิจการ
2. ความรู้ทางธุรกิจ
3. ประสบการณ์ในธุรกิจ
4. จำนวนพนักงานของกิจการ
5. รายได้ต่อเดือนหลังหักค่าใช้จ่าย

การบริหารจัดการ

1. ด้านการบริหารการตลาด
 - ด้านบริการ
 - ด้านราคา
 - ด้านจัดจำหน่าย
 - ด้านการส่งเสริมการตลาด
 - ด้านพนักงาน
 - ด้านกระบวนการให้บริการ
 - ด้านลักษณะทางกายภาพ
 - ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ
2. ด้านบริหารจัดการ
3. ด้านการบริหารการเงินและการบัญชี
4. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงการบริหารจัดการร้านของธุรกิจSMEs ด้านสปาเพื่อสุขภาพ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และพัฒนาการบริหารจัดการร้านของธุรกิจSMEs ด้านสปาเพื่อสุขภาพ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการแสวงหาโอกาสการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดของธุรกิจSMEs ด้านสปาเพื่อสุขภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้จัดการร้าน หรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจSMEs ด้านสปาเพื่อสุขภาพ ที่ผู้ประกอบการเป็นคนไทยเท่านั้น ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยที่ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและมีการกำหนดประชากร จำนวน 85 ร้าน (ชัยรัตน์ รัตโนภาส ประธานชมรมสปาพัทยา, 2555)
2. พื้นที่การวิจัย อยู่ในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ผู้จัดการร้าน หรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ อันประกอบไปด้วย ทุนจดทะเบียน ความรู้ทางธุรกิจ ประสบการณ์ในธุรกิจ จำนวนพนักงานของกิจการและรายได้ต่อเดือนหลังหักค่าใช้จ่าย

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การบริหารจัดการ อันประกอบด้วย ด้านการบริหารการตลาด (ด้านบริการ ด้านราคา ด้านจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ) ด้านบริหารจัดการ ด้านการบริหารการเงินและการบัญชี และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

นิยามศัพท์เฉพาะ

สปา หมายถึง การบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ด้วยวิธีทางธรรมชาติ ที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดควบคู่ไปกับการบำบัดด้วย วิธีการแพทย์ ทางเลือกอื่นๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่าง

ร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ แบ่งได้เป็น สปาที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะ โรงแรมและรีสอร์ทสปา เดย์สปาหรือซัตี้สปา เมคคอสปา น้ำพุร้อนสปา คลับสปา สปาบนเรือสำราญ และโฮมสปา

ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการการบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ด้วยวิธีทางธรรมชาติ ที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดควบคู่ไปกับการบำบัดด้วย วิธีทาง การแพทย์ ทางเลือกอื่นๆ และการบริการที่สัมผัสต่อร่างกาย โดยใช้ส่วนของร่างกายหรือเครื่องมือ ต่าง ๆ มีจุดมุ่งหมายเพื่อบรรเทาความไม่สบาย มีพนักงานบริการไม่เกิน 50 คน ที่เจ้าของกิจการเป็น คนไทยเท่านั้น

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง ธุรกิจขนาดย่อมที่มีทุนจดทะเบียน หรือสินทรัพย์อยู่ระหว่าง 2 – 5 ล้านบาท มีคนงานไม่เกิน 50 คน ยอดขายปีหนึ่งๆ ไม่เกิน 20 ล้าน บาท ครอบคลุมกิจการทั้งด้านการผลิต การค้าปลีก และบริการ

ทุนจดทะเบียน หมายถึง มูลค่าของหุ้นทั้งหมดของกิจการที่ผู้ถือหุ้นทุกคนถือกรรมสิทธิ์ อยู่

ความรู้ทางธุรกิจ หมายถึง การได้รับความรู้ด้านธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพมาจากสถานศึกษา หรือจากสถาบันอื่นๆ

ประสบการณ์การทำธุรกิจ หมายถึง ระยะเวลาในการทำงานธุรกิจเกี่ยวกับธุรกิจสปาเพื่อ สุขภาพ

การบริหารการตลาด หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติงาน และ การควบคุมการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของความคิด สินค้าและบริการ ผ่านการกำหนดราคา การสื่อสารและการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ผลิตและผู้ บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่ทำให้ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์หรือบริการ หมายถึง ในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารการตลาดไม่ว่าจะเป็นใน ธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือบริการก็ตามต้องพิจารณาถึงลูกค้า กล่าวคือ ในการวางแผนเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึง ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า (customer's needs or wants) ที่มี ต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นหลัก เพื่อธุรกิจสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ได้มากที่สุด ซึ่งการบริการก็คือการให้บริการเกี่ยวกับการนวดสปาเพื่อสุขภาพ

ราคา หมายถึง นักการตลาดใช้กลยุทธ์ราคาเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การตลาดที่แตกต่าง เช่นการกำหนดราคาเพื่อเน้นการทำกำไร การกำหนดราคาเพื่อเน้นการขายและมูลค่าการขาย การ กำหนดราคาเพื่อสร้างเสถียรภาพของตลาด การกำหนดราคาเพื่อเน้นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

การจัดจำหน่าย หมายถึง ความสะดวกสบาย (convenience) ในการรับบริการ การส่งมอบสู่ลูกค้า สถานที่ และเวลาในการส่งมอบ กล่าวคือลูกค้าควรจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าเกิดความสะดวกที่สุด

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การส่งเสริมการตลาดจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าทำตามในสิ่งที่เราคาดหวัง ได้แก่ การรู้จักและตระหนักถึงตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้ และตัดสินใจซื้อและซื้อมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่แตกต่างกันในการส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้า ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย และการตลาดทางตรง

กระบวนการ หมายถึง เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการคือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ

ประสิทธิภาพและคุณภาพ หมายถึง โดยปกติแล้วคำว่า "ประสิทธิภาพ" และ "คุณภาพ" มักจะถูกแยกออกจากกัน ซึ่งในมุมมองของธุรกิจขณะที่ การเพิ่มประสิทธิภาพ จะเป็นความพยายามในการทำให้ต้นทุนรวมของการบริการต่ำลง โดยการตัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หรือลดกระบวนการบางอย่างลง แต่ธุรกิจต้องระลึกไว้เสมอว่าจะต้องไม่ตัดในส่วนที่อาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจได้ สำหรับ การสร้างคุณภาพ เป็นความพยายามในการสร้างความแตกต่างและสร้างความภักดีของลูกค้า

พนักงาน หมายถึง การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคนทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ คนเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้ บริษัทต้องเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับคนหรือบุคลากรเป็นสำคัญตั้งแต่ การสรรหา ฝึกอบรม และกระตุ้นพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานในส่วนที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

สิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ หมายถึง เป็นองค์ประกอบของธุรกิจบริการที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการได้ ตัวอย่างของสิ่งที่มีมองเห็นได้ เช่น อาคารสำนักงานของบริษัท ท่าเลที่ตั้ง รถยนต์ของบริษัท การตกแต่งสำนักงานของบริษัท เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้

การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการมุ่งสู่เป้าหมายองค์กรโดยการประสานงานและร่วมมือกันระหว่างบุคลากรทุกฝ่ายในองค์กรในการใช้ทรัพยากรต่างๆที่เกี่ยวข้องการนวดสปาเพื่อสุขภาพ โดยมีผู้บริหารเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงานนั้นบรรลุจุดมุ่งหมายโดยใช้กระบวนการ

ด้านการบริหารการเงินและการบัญชี หมายถึง แนวคิดทางการเงินนั้น มีความแตกต่างออกไปจากแนวคิดทางบัญชี กล่าวคือ วิธีการทางการเงินนั้น สนใจเรื่องของ “กระแสเงินสด” (Cash flow) มากกว่าที่จะสนใจ “กำไรทางบัญชี” หมายความว่าทางการเงินนั้น จะรับรู้ “กระแสเงินสดรับ” และ “กระแสเงินสดจ่าย” มากกว่าที่จะสนใจการบันทึกรายได้และค่าใช้จ่ายให้ถูกต้องตามรอบระยะเวลาบัญชี ส่วนคำ การบัญชีนั้นใช้เพื่อการวัดผลการดำเนินงาน หรือมีเป้าประสงค์เป็นไปเพื่อการรวบรวมข้อมูลที่เกิดขึ้นแล้วในอดีต (Ex post) แล้วนำข้อมูลเหล่านั้น มาจัดทำรายงานเพื่อแสดงถึงผลการดำเนินงาน ฐานะของกิจการ ความเปลี่ยนแปลงในเรื่องต่างๆ เช่น ความเปลี่ยนแปลงในกระแสเงินสด ความเปลี่ยนแปลงในเงินทุน เป็นต้น

ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรได้บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ เข้ามาปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความเจริญเติบโตก้าวหน้าให้แก่องค์กร และพร้อมจะรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจยุคปัจจุบันได้ ดังจะเห็นได้จากขอบข่ายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่กว้างครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ในองค์กรและเกี่ยวข้องกับทุกขั้นตอนของการบริหารงาน นับตั้งแต่การวางแผนเพื่อสรรหามูลค่ากรเข้ามาปฏิบัติงาน การดูแลบำรุงรักษา จนกระทั่งบุคลากรพ้น ไปจากการปฏิบัติงาน