



แผนธุรกิจ MAX GYM FITNESS
BUSINESS PLAN : MAX GYM FITNESS



**การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ**

**มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2560**



BUSINESS PLAN: MAX GYM FITNESS



BY

CHAKRIT PLIANSANTHIA

5905715

**INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF MANAGEMENT IN ENTREPRENEURSHIP
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION**

RANGSIT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2017

ใบรับรองการศึกษาค้นคว้าอิสระ

เรื่อง **แผนธุรกิจ MAX GYM FITNESS**
BUSINESS PLAN : MAX GYM FITNESS

โดย **ชาคริต เปลี่ยนสันเทียะ**

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต อนุมัติให้นำวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ประจำปีการศึกษา 2560

.....
(ดร.ณกมล จันทร์สม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

.....กรรมการ
ผศ.ดร.รุจาภา แผงเกษร

.....กรรมการ
ผศ.ดร.พัฒน์ พิธิษฐเกษม

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
ดร.ณกมล จันทร์สม

ลิขสิทธิ์ของหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กิตติกรรมประกาศ

รายงานจากการศึกษาการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้โดยอาศัยความรู้ความสามารถ ความอดทน ฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ จนสามารถมาถึงจุดหมายปลายทางที่ต้องการได้และแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่อาจจะนำมากล่าวได้ทั้งหมด ซึ่งผู้มีพระคุณท่านแรกที่คุณศึกษาใคร่ขอกราบพระคุณคือ ท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ณกมล จันทร์สม และคณะครูผู้สอนที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำตรวจทาน และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอน เพื่อให้การเขียนรายงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ที่สุด ผู้ศึกษาใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ชาคริต เปลี่ยนสันเทียะ
ผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

5905715 : สาขาวิชาเอก: การเป็นผู้ประกอบการ; กจ.ม.(การเป็นผู้ประกอบการ)

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ “MAX GYM FITNESS”

ชาคริต เปลี่ยนสันเทียะ : แผนธุรกิจ “MAX GYM FITNESS” (BUSINESS PLAN: MAX GYM FITNESS) อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. ณกมล จันทร์สม, 63 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

สถานที่ให้บริการออกกำลังกาย หรือฟิตเนส เป็นสิ่งที่ทุกคนรู้จักเป็นอย่างดี ซึ่งได้รับความนิยม และมีกระแสต่อเนื่องในสังคมไทย ในปัจจุบันสังคมไทยให้ความสำคัญกับสุขภาพเป็นอย่างมาก เนื่องจากสภาพความเป็นอยู่และการใช้ชีวิตประจำวันที่ต้องเร่งรีบ โดยที่สังคมในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง สร้างความเครียดในการทำงาน จนอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพตามมา เพราะการมีสุขภาพที่ดีช่วยให้เกิดประสิทธิภาพ และสร้างความแข็งแกร่งของร่างกายในการดำเนินชีวิต โดยในอนาคตคาดว่าจะมีแนวโน้มในการรักษาสุขภาพมากขึ้นเรื่อยๆ มีความต้องการทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันสถานที่ให้บริการออกกำลังกายในเขตชุมชนยังมีไม่มาก โดยเฉพาะสถานที่ให้บริการออกกำลังกายที่ได้มาตรฐาน แม้ว่าธุรกิจที่ให้บริการนี้ยังมีไม่มาก แต่ก็สามารถเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงได้ในอนาคต

ดังนั้น การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จย่อมประกอบด้วยปัจจัยหลายด้าน เช่นทำเลที่ตั้งการให้บริการทั้งมาตรฐานของอุปกรณ์และพนักงาน ราคา การวางแผนการตลาดของธุรกิจ เป็นต้น โดยเป็นฟิตเนสตอบสนองความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย, การให้ข้อมูลความรู้ในการเสริมสร้างทักษะในการเล่น และการสร้างกล้ามเนื้อและสรีระอย่างถูกต้องโดยผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการอบรมทางด้านวิทยาศาสตร์และการกีฬา รวมถึงวางแผนทางการสอนทักษะขั้นพื้นฐานถึงขั้นสูงเพื่อพัฒนาศักยภาพและความสามารถ

MAX GYM FITNESS ประกอบธุรกิจให้บริการฟิตเนส เซนเตอร์ โดยมีชื่อสถานประกอบการว่า MAXGYM เป็นธุรกิจให้บริการด้านอุปกรณ์ออกกำลังกายทั่วไปโดยเครื่องที่ได้รับมาตรฐาน โดยผู้คนส่วนใหญ่ได้หันมาใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น ธุรกิจฟิตเนสเป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพมีอัตราเติบโตสูงและมีแนวโน้มของผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้บริการเพิ่มมากขึ้นทางบริษัทจึงมองเห็นแนวทางและโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุนธุรกิจประเภทนี้

ถึงแม้ว่าจะมีสถานบริการในลักษณะเดียวกันเปิดให้บริการอยู่แล้วจำนวนมากแต่เราเน้นการบริการที่แตกต่างใส่ใจการบริการทุกขั้นตอน

กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของทางบริษัทคือการเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพในราคาที่สมเหตุสมผล โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือกลุ่มคนอายุ 21-30ปี มีรายได้ 15,001-30,000 บาท ต่อเดือน โดยมีปัจจัยแห่งความสำเร็จได้แก่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนของเขตคอนเมือง มีทำเลที่สะดวกในการเดินทาง การบริการโดยพนักงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และได้มีการสร้างความแตกต่างจากฟิตเนสอื่นๆ โดยทางฟิตเนสมีการบริการที่เป็นกันเองและเอาใจใส่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ การแนะนำความรู้เบื้องต้นในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย

จากการวิเคราะห์เงินลงทุนของโครงการบริษัทใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 1,000,000 บาท โดยเป็นเงินของเจ้าของลงทุนเองทั้งหมด มีรายได้ตามการกำหนดสมมติฐานจากยอดขายในปีที่ 1 เป็นจำนวนเงิน 1,397,760 บาท โดยมีกำไรขั้นต้นในปีที่ 1 จำนวน 1,069,290 บาท และเหลือกำไรสุทธิในปีแรกเป็นจำนวนเงิน 167,979บาท

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูป	ณ
บทที่ 1	
บทนำ	1
1.1 บทนำ.	1
1.2 รูปแบบธุรกิจ	2
1.3 วิสัยทัศน์	2
1.4 สัญลักษณ์และคำขวัญ	4
1.5 ทำเลที่ตั้ง	4
1.6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	5
1.7 แผนการดำเนินงาน	7
1.8 รายชื่อเจ้าของผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือครอง	7
บทที่ 2	
การวิเคราะห์สถานการณ์	8
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป	8
2.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ Porter's Five Forces Model	14
2.3 การวิเคราะห์ SWOT	16
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง	17
2.5 ประเด็นการเปรียบเทียบคู่แข่งในด้านต่างๆ	19
บทที่ 3	
แผนการตลาด	21
3.1 การวิเคราะห์ STP	21
3.2 กลยุทธ์ทางการตลาด 7p	23

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 4	แผนการดำเนินงาน	35
	4.1 ทำเลที่ตั้ง	35
	4.2 การบริหารพื้นที่ Layout	37
	4.3 กระบวนการปฏิบัติการให้บริการ	38
	4.4 มารยาทกฎและข้อบังคับในการใช้บริการ	41
	4.5 กำลังการบริการสูงสุดและประมาณการกำลังการให้บริการ	41
	4.6 รายละเอียดผลิตภัณฑ์และราคาค่าเสื่อม	42
	4.7 ต้นทุนการให้บริการแรงงานและค่าใช้จ่ายการให้บริการ	45
บทที่ 5	แผนการจัดการและกำลังคน	47
	5.1 โครงสร้างองค์กร	47
	5.2 คุณสมบัติและลักษณะของพนักงาน	48
	5.3 ตารางสรุปค่าตอบแทนบุคลากร	52
	5.4 ตารางแสดงเวลาปฏิบัติงาน	52
	5.5 การสรรหาบุคลากร	53
	5.6 สวัสดิการของพนักงาน	53
บทที่ 6	แผนการเงิน	54
	6.1 ปริมาณการบริการตามประมาณการยอดขาย	54
	6.2 ราคาขายต่อหน่วย	54
	6.3 ยอดขาย	55
	6.4 แรงงานในการผลิต	55
	6.5 แรงงานในการขายและบริหาร	55
	6.6 ค่าไถ่หุ้ยในการผลิต	56
	6.7 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	56
	6.8 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	56

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.9 ค่าเสื่อมราคา	57
6.10 ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	57
6.11 ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริการ	57
6.12 เงินลงทุนในโครงการ	58
6.13 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	58
6.14 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	59
6.15 ประมาณการงบดุล	60
บทที่ 7	
แผนฉุกเฉิน	61
บรรณานุกรม	62
ประวัติผู้วิจัย	63

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แผนการดำเนินงาน	7
1.2 แสดงรายละเอียดผู้ถือหุ้น	7
2.1 แสดงคู่แข่งชั้น	19
2.2 แสดงชนิดผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้น	20
3.1 ผลิตภัณฑ์ของ MAX GYM	23
3.2 แสดงอัตราค่าบริการ MAX GYM	29
3.3 แสดงกิจกรรมทางการตลาด	33
4.1 แสดงปริมาณกำลังการบริการสูงสุด	42
4.2 การประมาณการให้บริการ	42
4.3 แสดงรายละเอียดเครื่องจักรและตัดราคาต่ำเกินไป	43
4.4 แสดงรายละเอียดอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	44
4.5 แสดงรายละเอียดวัสดุสิ้นเปลือง	44
4.6 แสดงรายละเอียดค่าแรงทางตรง	45
4.7 แสดงค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค	46
5.1 แสดงรายละเอียดค่าตอบแทนบุคลากร	52
5.2 แสดงรายละเอียดตารางแสดงเวลาปฏิบัติงาน	52
6.1 ปริมาณการบริการตามประมาณการยอดขาย	54
6.2 ราคาขายต่อหน่วย	54
6.3 ยอดขาย	55
6.4 แรงงานในการผลิต	55
6.5 แรงงานในการขายและบริหาร	55
6.6 ค่าโสหุ้ยในการผลิต	56
6.7 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	56
6.8 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	56
6.9 ค่าเสื่อมราคา	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
6.10	ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	57
6.11	ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริการ	57
6.12	เงินลงทุนในโครงการ	58
6.13	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	59
6.14	ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	59
6.15	ประมาณการงบดุล	60
7.1	แสดงปัญหา ผลกระทบ แนวทางการแก้ไข	61



สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
1.1 แสดงสัญลักษณ์ MAX GYM	4
1.2 แผนที่ตั้งของ MAX GYM	5
2.1 วิฟิตเนส คอนเมือง	18
2.2 HULK GYM คอนเมือง	19
3.1 เครื่องบริหารอก	24
3.2 เครื่องบริหารหลัง	24
3.3 เครื่องบริหารไหล่	25
3.4 เครื่องบริหารขา	25
3.5 เครื่องบริหารท้อง	26
3.6 บาร์ยกน้ำหนัก	26
3.7 ชุดที่ยกน้ำหนัก	27
3.8 เครื่องจำลองบันได	27
3.9 ลู่วิ่งอัตโนมัติ	28
3.10 จักรยาน	28
3.11 ตู้เดินกึ่งสแต็ป	29
3.12 เสื้อ MAX GYM	30
3.13 เสื้อกลางแจ้ง	31
3.14 สถานที่แจกใบปลิว	31
3.15 สื่อออนไลน์	32
3.16 กิจกรรม Road Show	32
4.1 แสดงแผนที่การเดินทาง	35
4.2 แผนผัง Layout	36
4.3 แผนผังแสดงกระบวนการให้บริการ	38
4.4 แผนผังแสดงกระบวนการบำรุงรักษา	39
4.5 แผนผังแสดงกระบวนการทำความสะอาดสถานที่	40
5.1 โครงสร้างองค์กร MAX GYM	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 บทนำ

ฟิตเนส คือ สถานที่ออกกำลังกายที่รวมการออกกำลังกายหลากหลายรูปแบบ ซึ่งจัดไว้ในพื้นที่ที่จำกัด เช่น การวิ่งบนสายพาน การออกกำลังกายโดยใช้อุปกรณ์ เพื่อช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ ขจัดไขมันส่วนเกิน แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรก Cardioการออกกำลังกายรูปแบบนี้จะเป็นการออกกำลังกายที่ไม่เน้นการใช้พลังจากมัดกล้ามเนื้อในระดับรุนแรง แต่มุ่งเน้นไปที่การขยับเขยื้อนร่างกายซึ่งมีผลต่ออัตราการเต้นของหัวใจที่เร็วขึ้นเป็นเครื่องเล่นที่เป็นเมชชีน มีทั้งลู่วิ่ง สเต็ปเปอร์ เป็นการออกกำลังกายที่อยู่กับที่ ผู้ใช้บริการส่วนนี้จะเป็นพวกที่ต้องการเผาผลาญไขมันส่วนเกิน ก่อนที่จะทำกิจกรรมอย่างอื่นในฟิตเนสต่อไป เพราะถ้าร่างกายได้ทำการคาร์ดิโอแล้วจะทำให้ร่างกายได้ทำการเผาผลาญไขมันได้ดียิ่งขึ้น ส่วนถัดมา Weight Trainingการฝึกด้วยน้ำหนัก ซึ่งเป็นการออกกำลังกายโดยอาศัยแรงต้านจากอุปกรณ์ที่มีน้ำหนัก ไม่ว่าจะเป็นดัมเบลล์ ลูกเหล็ก เครื่องออกกำลังกาย หรือแม้กระทั่งน้ำหนักตัวของเราเอง

ปัจจุบันเทรนด์การดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสภาพสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้น หนึ่งในรูปแบบการออกกำลังกายที่กำลังได้รับความนิยมคือการออกกำลังกายใน “ฟิตเนส” โดยกระแสความนิยมการออกกำลังกายยังได้สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับธุรกิจต่อเนื่องอีกมากมายธุรกิจฟิตเนสเป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพมีอัตราเติบโตสูง และมีแนวโน้มของผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น โดยในย่านคอนเมืองมีสถานที่ออกกำลังกายยังไม่มากนัก จึงมีความคิดที่จะทำธุรกิจและลงทุนในสถานที่ออกกำลังกายหรือฟิตเนส เพื่อตอบสนองความความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจ MAX GYM(ที่มา: www.scbeic.com)

1.2 รูปแบบธุรกิจ

MAX GYM FITNESS ประกอบธุรกิจให้บริการสถานที่ออกกำลังกายหรือฟิตเนส เช่นเตอร์ใช้ชื่อสถานประกอบการว่า MAX GYM ให้บริการด้านสถานที่ออกกำลังกาย โดยมีอุปกรณ์ออกกำลังกายที่ได้รับมาตรฐาน ภายในยิมมี 2 โซนคือ 1. โซนเวท เทรนนิ่งหรือการยกน้ำหนักซึ่งเป็นการออกกำลังกายให้เสริมสร้างกล้ามเนื้อและกระชับกล้ามเนื้อ 2. โซนคาร์ดิโอ การออกกำลังกายที่จะช่วยเผาผลาญพลังงานไขมันในร่างกายออกไป เป็นประเภทเดียวกันกับแอโรบิก แต่จะต่างกันตรงที่ความหนักในการเล่น โดยสถานบริการฟิตเนสจะมีการออกแบบให้เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย เน้นความสะอาดและความปลอดภัยเป็นหลัก สถานที่ตั้งของฟิตเนส 22 ซอยโกสุมรวมใจ 15 แขวงดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210 เป็นฟิตเนสขนาดเล็ก ราคาถูก มีขนาดพื้นที่กว้าง 13 เมตร ยาว 20 เมตร รวมเป็นพื้นที่ทั้งหมด 260 ตารางเมตร มีที่จอดรถสาธารณะ จอดรถยนต์ได้ถึง 6 คัน รถจักรยานยนต์ 20 คัน ภายในมีลักษณะโล่ง เน้นกระจกโดยรอบ เพื่อให้แสงสว่างจากภายนอกเข้ามาสู่ตัวอาคารได้อย่างเต็มที่

สถานออกกำลังกายมีการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นกันเอง ความเอาใจใส่ในการบริการ มีความปลอดภัย เพื่อให้รู้สึกผ่อนคลาย ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ภายใต้บรรยากาศที่มีความสนุกสนานอย่างพี่น้อง เพื่อให้เป็นศูนย์รวมของผู้ที่รักสุขภาพได้มาพบปะและพูดคุย สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการออกกำลังกายและทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีเทรนเนอร์และผู้ดูแลยิมคอยให้คำปรึกษาในเรื่องการใช้งานเครื่องเล่นและการโภชนาการ

1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย

1.3.1 วิสัยทัศน์

MAX GYM มุ่งมั่นที่จะเป็นสถานออกกำลังกายอันดับหนึ่งในด้านราคาที่ข่อมเยาว์ย่านดอนเมือง

1.3.2 พันธกิจ

1. ให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและการโภชนาการ
2. พัฒนาองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อใช้ในสถานที่ประกอบการ

3. มุ่งเน้นให้พนักงานและเทรนเนอร์มีองค์ความรู้ทางด้านการออกกำลังกาย มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

1.3.3 เป้าหมายของธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. เมื่อเปิดตัวMAX GYM มีลูกค้าให้ความสนใจและสมัครสมาชิก
2. สร้างแบรนด์ MAX GYM ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและสมาชิก
3. มีผู้สมัครสมาชิก 1 ปีแรก 500 ราย

เพิ่มขึ้น

เป้าหมายระยะกลาง 1.มีอัตรารายได้เพิ่มขึ้น 10% ต่อปีจากยอดขายสมาชิกที่เพิ่มขึ้น

1. เป็นตัวแทนจำหน่ายอาหารเสริม
2. อบรมและพัฒนาเทรนเนอร์ประจำสถานประกอบการ

เป้าหมายระยะยาว 1.ขยายสถานที่ให้บริการให้มีขนาดใหญ่ขึ้น

1. เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดเป็น 90%ในย่านคอนเมือง
2. ให้คำปรึกษาออนไลน์เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย

1.4 สัญลักษณ์และคำขวัญ

1.4.1 สัญลักษณ์



รูปที่ 1.1 แสดงสัญลักษณ์ MAX GYM

จากภาพข้างต้น คือสัญลักษณ์ของ MAX GYM ได้ทำการออกแบบสัญลักษณ์ของร้านให้มีลักษณะโดดเด่นให้สามารถสังเกตเห็นได้ชัดเจนเพื่อนำมาใช้ในการสร้างการจดจำแก่ลูกค้า ลักษณะของสีพื้นหลังสีขาวตัวอักษรสีดำในภาพมีแขนที่กำลังยกดัมเบลสีแดง ให้ความรู้สึกดูคึกคักมีพลังในการสร้างแรงจูงใจในการออกกำลังกาย เพื่อให้รู้สึกถึงการมีสุขภาพที่ดีและกล้ามเนื้อที่แข็งแรง

1.4.2 คำขวัญ

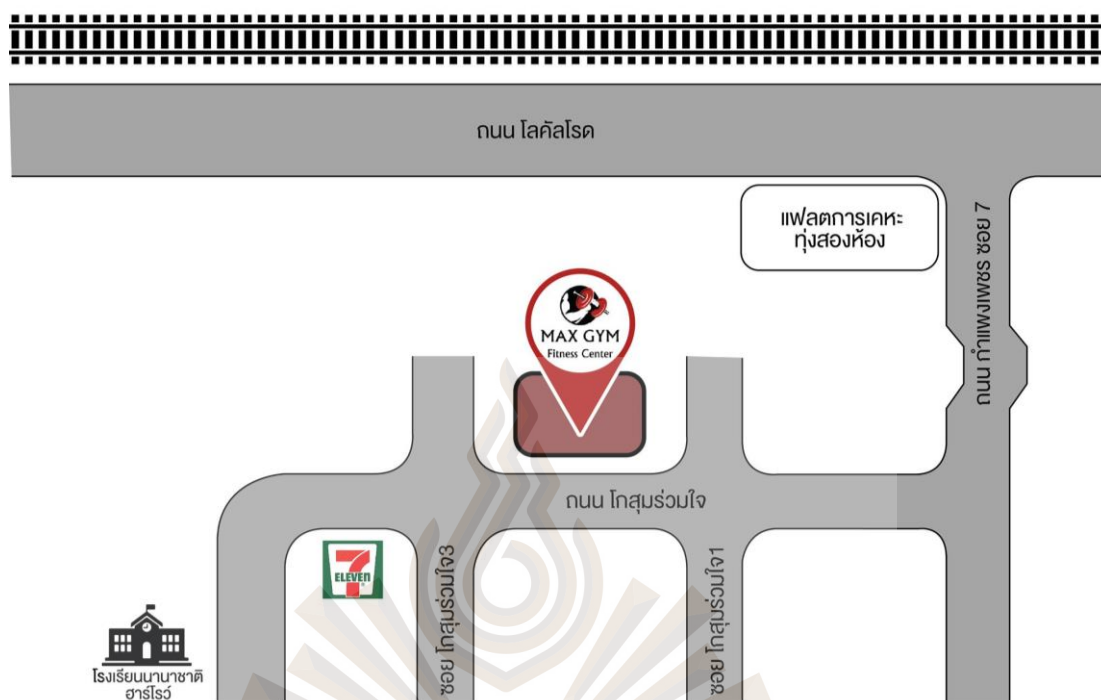
สุขภาพที่ดี เริ่มต้นที่ MAX GYM

1.5 ทำเลที่ตั้ง

ที่ตั้ง : 22 ซอย โกสุมรวมใจ 15 แขวงดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210

โทรศัพท์ : 02 982 0768

E-mail Address : maxgym@gmail.com



รูปที่ 1.2 แผนที่ตั้งของ MAX GYM

1.6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1.6.1 ทำเลที่ตั้ง

เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจฟิตเนส เพราะตั้งอยู่ในเขตชุมชนระหว่างดอนเมืองและหลักสี่ ที่มีสถานศึกษาอพาร์ทเมนท์และเคหะทึงสองห้อง โดยบริเวณของทำเลที่ตั้งนั้นมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวนมาก ทั้งยังตั้งอยู่ชุมชนจะทำให้เกิด โอกาสที่จะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

1.6.2 การส่งเสริมการตลาด

ได้มีการบริการส่งเสริมการตลาดกับลูกค้า คือเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการและมีการแนะนำหรือเชิญชวนเพื่อนมาเล่น ก็จะได้ส่วนลด 5% ในการต่อสมาชิกครั้งถัดไป ซึ่งจะทำให้เกิดการบอกต่อและสร้างความประทับใจ

1.6.3 การบริการ

มีการบริการ โดยผู้เชี่ยวชาญหรือเทรนเนอร์ที่คอยให้ความรู้ในการเล่นที่ถูกต้อง สอนวิธีการเล่น ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกายเฉพาะส่วนหรือแบบคาคิโ การแนะนำในเรื่องโภชนาการ เป็นต้น รวมถึงการบริการในเรื่องของผ้าขนหนูสำหรับการนำไปเช็ดเหงื่อ เสื้อล็อกเกอร์ และชั้นวางรองเท้า

1.6.4 ปัจจัยทางด้านราคา

ได้มีการส่งเสริมการตลาดด้านราคาที่มีค่าใช้จ่ายในการให้บริการไม่แพง เมื่อเทียบกับเครื่องออกกำลังกายที่มีเทียบเท่ากับฟิตเนสชั้นนำทั่วไป

1.6.5 การออกแบบโครงสร้างอาคาร

มีการออกแบบให้เพดานสูงการตกแต่งโดยรอบเน้นการใช้กระจกเพื่อให้แสงสว่างจากภายนอกเข้ามาสู่ตัวอาคารลดการใช้พลังงาน มีการระบายอากาศได้ดี

1.6.6 ความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ

เป็นยิมตากอากาศที่ไม่มีเครื่องทำความเย็นหรือแอร์ ทำให้มีค่าสมาชิกที่ถูก เหมาะสำหรับผู้ที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ก็สามารถเข้าถึงการออกกำลังกายที่มีมาตรฐานได้โดยทางฟิตเนสมีการบริการที่เป็นกันเองและเอาใจใส่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ มีการแนะนำความรู้เบื้องต้นในการใช้อุปกรณ์ต่างๆฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย

1.7 แผนการดำเนินงาน

ตารางที่ 1.1 แผนการดำเนินงาน

ปี 2560													
ลำดับ	กิจกรรม	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	ศึกษาความเป็นไปได้โครงการ	■	■										
2	จัดหาที่ตั้งสถานที่			■	■								
3	ตรวจสอบความเรียบร้อยของสถานที่					■	■						
4	จัดหาเครื่องออกกำลังกาย จัดหาเทอร์เนอร์							■	■				
5	จัดทำโปรแกรมชั้นและทำการตลาด									■	■		
6	นำเสนอบริการ										■	■	■

1.8 รายชื่อเจ้าของผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือครอง

ตารางที่ 1.2 แสดงรายชื่อเจ้าของและสัดส่วนผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	สัดส่วนการถือครอง(%)	จำนวนเงินทุน
1	นายชาคริต เป็ลียนสันเทียะ	100%	1,000,000

บทที่ 2

การวิเคราะห์สถานการณ์

2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์

2.1.1 ปัจจัยทางด้านกฎหมาย

หนึ่งในปัญหาที่ถูกนำมาปรึกษากับทนายความ หรือมาเขียนแฉกันในเว็บไซต์พันทิปกันอยู่บ่อยๆ คือปัญหาที่เกิดขึ้นในฟิตเนส ไม่ว่าจะมาในรูปแบบสัญญาที่ถูกต่ออัตโนมัติหรือไม่เป็นธรรม หลายคนเงิบเอาแต่เงินแล้วปล่อยให้ถูกเก็บเงินเปล่า เราสามารถรักษาสិทธิของตนเองทุกครั้งได้ด้วยการ “อ่านก่อนเซ็น” และมาทำความเข้าใจกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 รวมถึงประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาเรื่อง ให้ธุรกิจการให้บริการออกกำลังกายเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2554

ความหมายจากมาตรา 3 ในพระราชบัญญัติฉบับนี้ กล่าวไว้ว่า “ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยตรง แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

“สัญญา” หมายความว่า ความตกลงกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจเพื่อซื้อและขายสินค้า หรือให้และรับ

บริการ “ธุรกิจการให้บริการออกกำลังกาย” หมายความว่า ธุรกิจ ให้บริการใช้สถานที่และอุปกรณ์ออกกำลังกายเพื่อประโยชน์ในทางการค้าที่ผู้ประกอบการทำสัญญาให้บริการออกกำลังกายกับผู้บริโภคให้เป็นสมาชิก แต่ไม่หมายความรวมถึงธุรกิจให้บริการเฉพาะโยคะ ศิลปะการป้องกันตัว และกีฬา

สัญญาการให้บริการ สัญญาการให้บริการออกกำลังกายที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำกับ ผู้บริโภค ต้องมีข้อความภาษาไทยที่สามารถเห็นและอ่านได้ชัดเจน มีขนาดตัวอักษรไม่เล็กกว่า สองมิลลิเมตร โดยมีจำนวนไม่เกินสิบเอ็ดตัวอักษรในหนึ่งนิ้วและจะต้องใช้ข้อสัญญา ที่มี สาระสำคัญและเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

- รายละเอียดเกี่ยวกับขนาดพื้นที่ของสถานที่ให้บริการออกกำลังกาย จำนวนประเภทและจำนวนอุปกรณ์ออกกำลังกาย สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และการให้บริการ อื่นๆ ที่ผู้บริโภคมีสิทธิพึงได้รับตามสัญญา

- รายละเอียดอัตราค่าสมาชิกและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เรียกเก็บจากสมาชิก เช่น ค่าใช้บริการออกกำลังกาย ค่าฝึกสอน ค่าธรรมเนียม เป็นต้น เงื่อนไขและวิธีการชำระเงิน วัน เริ่มต้นและสิ้นสุดการเป็นสมาชิก

การผิดสัญญา การผิดสัญญาเรื่องใดของผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการธุรกิจมีสิทธิเลิกสัญญา หรือไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อหนึ่งข้อใด ผู้ประกอบการธุรกิจ จะต้องระบุเหตุในเรื่องนั้นๆ ไว้เป็นการ เฉพาะด้วยตัวอักษรสีแดงหรือตัวดำหรือตัวเอนที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไปและก่อนการบอก เลิกสัญญาต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่าสามสิบวัน เว้นแต่การ ผิดสัญญา ในข้อสาระสำคัญดังนี้

1. กระทำการอันเป็นความผิดกฎหมายอาญาโดยเจตนา
2. มีพฤติกรรมรบกวนการใช้บริการของสมาชิกอื่น
3. เป็นโรคติดต่อร้ายแรง

สิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภค

- ผู้ประกอบการธุรกิจไม่มีประเภทอุปกรณ์ออกกำลังกาย หรือบริการอื่น ๆ ตามที่ระบุในสัญญา หรือประเภทอุปกรณ์ดังกล่าว ชำรุดบกพร่องหรือให้บริการได้ไม่เหมาะสมและ เพียงพอ เมื่อเทียบกับจำนวนสมาชิกและพื้นที่ออกกำลังกาย โดยผู้ ประกอบธุรกิจไม่จัดหาอุปกรณ์ ออกกำลังกายหรือบริการนั้น ๆ ที่มีคุณภาพไม่ต่ำกว่ามาทดแทนได้ ภายในเจ็ดวัน นับแต่วันที่ได้รับ แจ้ง

- มีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรจากแพทย์ยืนยันว่า การใช้บริการออก กำลังกายต่อไปอาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพหรือสภาพร่างกายหรือจิตใจผิดปกติ

- ได้รับการบาดเจ็บเนื่องจากผู้ฝึกสอนของผู้ประกอบการธุรกิจไม่มีความรู้ ความชำนาญหรือ อุปกรณ์ออกกำลังกายที่ไม่มี คำเตือนว่าชำรุดบกพร่อง

การคืนเงินการคืนเงินสด หรือเช็ค หรือนำเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของผู้บริโภคเป็นจำนวนเงินตามที่เหลือจากค่าสมาชิก และค่าใช้จ่าย ต่าง ๆ และจากระยะเวลาที่ยังไม่ได้ใช้บริการ ออกกำลังกาย ภายในสามสิบวันนับแต่วันเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้บริโภค เป็นฝ่ายบอกเลิกสัญญา ไม่ตัดสิทธิผู้บริโภคที่เรียกเบี้ยปรับในอัตราเดียวกันกับอัตราเบี้ยปรับ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจกำหนด ให้ผู้บริโภคต้องชำระในกรณีผิดนัดชำระตามสัญญา

ในกรณีที่ผู้บริโภคชำระค่าสมาชิกและค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้วยบัตรเครดิต ผู้ประกอบการธุรกิจ มีหน้าที่ต้องแจ้งระบบการเรียกเก็บเงิน จากบัตรเครดิตทันทีเมื่อสัญญาสิ้นสุดลง

คำบอกกล่าวตามกฎหมาย หรือตามสัญญา ต้องส่งทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ ให้แก่ผู้บริโภคตามที่อยู่ที่ระบุไว้ในสัญญา หรือที่อยู่ของผู้บริโภคได้แจ้งการเปลี่ยนแปลงไว้เป็นลายลักษณ์อักษรครั้งสุดท้าย

สิทธิของผู้บริโภคในการ โอนสิทธิตามสัญญาให้บุคคลที่สามซึ่งมีคุณสมบัติเป็นสมาชิกได้เมื่อได้มีการบอกกล่าว เป็นลายลักษณ์อักษร โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ประกอบการธุรกิจ

สิทธิของผู้บริโภคในการต่อระยะเวลาการใช้บริการออกกำลังกายเมื่อครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญา โดยผู้ประกอบการธุรกิจ มีหน้าที่แจ้งการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าสมาชิก และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เรียกเก็บจากสมาชิก เช่น ค่าใช้บริการออกกำลังกาย ค่าฝึกสอน ค่าธรรมเนียม เป็นต้น เป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่าสามสิบวัน (บริษัท เอซี.คอนซัลแท้นท์ จำกัด, <http://www.accon.co.th>, 1 มิถุนายน 2560)

ปัจจัยทางด้านกฎหมายไม่มีผลกระทบต่อ การเปิดบริการธุรกิจฟิตเนสเนื่องจากกฎหมายไม่มีความซับซ้อนเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ โดย MAX GYM จะปฏิบัติตามกฎหมายเพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่กฎหมายกำหนดไว้

2.1.2 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

อีไอซีประเมินเศรษฐกิจไทยปี 2017 แกรับความเสี่ยงภายนอกที่ต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า แนวโน้มการขยายตัวต้องพึ่งพาการใช้จ่ายในประเทศ ปัญหาที่ยืดเยื้อจากปีก่อนหน้าจะยังคงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในปีนี้ ทั้งการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่เปราะบาง ปัญหาในภาคการเงินของยุโรปและจีน กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองระหว่างประเทศและนโยบายเศรษฐกิจทั้งในยุโรปและสหรัฐฯ และแรงกดดันในภาคการท่องเที่ยวจากการเติบโตที่ช้าลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจีน อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยจะได้ปัจจัยหนุนจากการใช้จ่ายจากภาคครัวเรือนในประเทศที่มีโอกาสเติบโตจากการฟื้นตัวของราคาสินค้าโภคภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นผลดีต่อรายได้ของกลุ่มผู้ส่งออกและครัวเรือนภาคเกษตรในหลายกลุ่มสินค้า อีกทั้งครัวเรือนไทยบางส่วนยังมีภาระรายจ่ายที่ลดลงจากการผ่อนชำระค่าซื้อรถยนต์จาก โครงการรถยนต์คันแรกที่หมดลงและจากภาระภาษีเงินได้ที่ลดลงตามการปรับเพิ่มค่าลดหย่อน ด้านการใช้จ่ายจากภาครัฐก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการขยายการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ โดยคาดว่าจะการลงทุนในโครงการดังกล่าวในปี 2017 จะมีเม็ดเงินเพิ่มขึ้นเท่าตัวจากมูลค่าการลงทุนในปีก่อนหน้า นอกจากนี้ เศรษฐกิจไทยยังมีโอกาสได้รับอานิสงส์เพิ่มเติมจากภาครัฐที่มีแนวโน้มในการออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจมาสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง อีไอซีคาดว่า การใช้จ่ายในประเทศจากภาคครัวเรือนและการขยายการลงทุนของภาครัฐจะส่งผลให้เศรษฐกิจไทยในปี 2017 สามารถขยายตัวได้ที่ 3.3%YOY (กวิพล พันธุ์เพ็ง. <https://www.scbeic.com>, 1 มิถุนายน 2560.)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจไม่มีผลกระทบต่อการบริการธุรกิจ MAX GYM เพราะได้รับอานิสงส์จากการขยายที่ลดลงจากโครงการรถยนต์คันแรกและจากภาระภาษีเงินได้ที่ลดลงตามการปรับเพิ่มค่าลดหย่อน ทำให้ภาคครัวเรือนมีกำลังซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น และภาครัฐมีแนวโน้มในการออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจมาสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

2.1.3 ปัจจัยทางด้านสังคม

ปัจจุบันเทรนด์การรักษาสุขภาพและการออกกำลังกายกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากท่ามกลางสภาพสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้น หนึ่งในรูปแบบการออกกำลังกายที่กำลังได้รับความนิยมคือการออกกำลังกายใน “ฟิตเนส” สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ที่มีมลพิษการแข่งขันการทำงาน ปัจจัยและปัญหาต่างๆ ทำให้มีความเครียด ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดโรคร้ายต่างๆ บางคนจะมีอาการปวดเรื้อรัง ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในทางการแพทย์เพื่อรักษาและเสียค่าใช้จ่ายอื่นๆอีก

ไม่น้อยที่จะทำให้เราหายดีและมีสภาพร่างกายที่แข็งแรงพร้อมที่จะทำงาน ทำให้ผู้คนในปัจจุบันตระหนักถึงความสำคัญต่อสุขภาพที่ดี ไม่เจ็บป่วย ด้วยการหันมารักสุขภาพ ด้วยการกินอาหารที่มีประโยชน์ตลอดจน การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอเพื่อหลีกเลี่ยงการเจ็บไข้ได้ป่วย พร้อมทั้งมีบุคลิกภาพที่ดีและทำให้รู้สึกกระชุ่มกระชวยทุกครั้งที่ออกกำลังกาย จะหลังสารแห่งความสุขออกมา ทำให้เรามีความสุขในการออกกำลังกาย

กระแสรักสุขภาพถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนส เช่นเตอร์ก่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นอิทธิพลที่สามารถกระตุ้นความต้องการภายในของผู้บริโภคให้เกิดการใส่ใจรักษาสุขภาพของตนเอง ซึ่งกระแสรักสุขภาพได้เกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

โรคร้ายไข้เจ็บที่ประชาชนเผชิญมีเพิ่มมากขึ้น ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ได้มีการค้นพบโรคร้ายไข้เจ็บแปลกใหม่ที่สามารถทำให้ประชาชนเสียชีวิตได้มากขึ้น อีกทั้งโรคร้ายที่มีอยู่เดิมก็ได้พัฒนาไปมากจนสามารถทำให้ประชาชนเสียชีวิตได้มากขึ้น ซึ่งอัตราการเสียชีวิตของคนไทยด้วยโรคร้ายไข้เจ็บที่ไม่สามารถรักษาให้หายขาดได้ทั้งโรคมะเร็ง โรคหัวใจ และโรคอื่นๆ ล้วนมีส่วนสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากสุขภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง และมีความเครียดสะสมในปริมาณมาก ซึ่งประชาชนเริ่มเข้าใจและพยายามหาหนทางที่จะป้องกันตนเองไม่ให้เป็นผู้เสี่ยงต่อการเกิดโรคต่างๆ เหล่านี้ วิธีการหนึ่งที่ประชาชนได้ปฏิบัติก็คือการหันมาออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันของร่างกายและรักษาสุขภาพให้แข็งแรงอยู่ตลอดเวลา

การณรงค์และสนับสนุนการออกกำลังกายจากหน่วยงานภาครัฐ รัฐบาล โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้จัดกิจกรรมและเผยแพร่โฆษณาเชิญชวนให้ประชาชนหันมาออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ และวิทยุ หรือการจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการออกกำลังกายและกระตุ้นให้ประชาชนหันมาออกกำลังกายกันมากขึ้น

รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป ปัจจุบันการทำงานของประชาชนมักอยู่ในอาคารสำนักงานต่างๆ โดยใช้เวลาในการทำงานตั้งแต่ 8.00 – 17.00 น. หรืออาจยาวนานมากกว่านั้น อีกทั้งสวนสาธารณะ หรือลานกีฬาตามบริเวณต่างๆ ที่ใช้สำหรับออกกำลังกายก็อยู่ห่างไกลและใช้เวลาในการเดินทางค่อนข้างมาก และการออกกำลังกายด้วยตนเองทั้งที่บ้านหรือตามสวนสาธารณะหรือลานกีฬาอาจจะเกิดอุบัติเหตุระหว่างออกกำลังกายได้ง่าย ฟิตเนส เช่นเตอร์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับความต้องการออกกำลังกายในสถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก

มีอุปกรณ์การออกกำลังกายที่ถูกออกแบบให้มีความเหมาะสมกับการบริหารร่างกายในส่วนต่างๆ โดยเฉพาะ อีกทั้งมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำและควบคุมการออกกำลังกายอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถออกกำลังกายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และลดอาการบาดเจ็บที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการออกกำลังกาย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. www.positioningmag.com, 1 มิถุนายน 2560.)

ปัจจัยทางด้านสังคมไม่มีผลกระทบต่อ การเปิดบริการธุรกิจ MAX GYM โดยมีปัจจัยเกื้อหนุน คือปัจจุบันประชาชนหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพและหาแนวทางในการป้องกันรักษาตนเอง

2.1.4 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี

การใช้สื่อเทคโนโลยีต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการดูทีวี การเล่นเกม การใช้คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ทำให้พลาดสิ่งสำคัญในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย การทำการบ้าน หรืออาจละเลยงานที่รับผิดชอบ เป็นต้น จากรายงานของมูลนิธิครอบครัวสถาบันไคร้เซอร์ของสหรัฐอเมริกา ระบุว่า มากกว่า 5 ปีมาแล้ว ที่เด็กอายุ 8 - 18 ปีเพิ่มปริมาณการเสพสื่อเทคโนโลยีต่างๆ จากการใช้เวลา 1 ชั่วโมง 17 นาทีต่อวัน เพิ่มขึ้นเป็น 6 ชั่วโมง 21 นาที ถึง 7 ชั่วโมง 38 นาทีต่อวัน ซึ่งเทียบเท่ากับการทำงานซึ่งเราใช้ใน 1 วันที่เดียว แต่ที่แย่งกันนั้นคือ เด็กๆ ใช้เวลาถึง 7 วัน ในการเสพสื่อต่างๆ เหล่านี้ หมอทางด้านเด็กกล่าวว่า การจ้องจอภาพเป็นเวลานานทำให้เด็กขาดความกระตือรือร้น และไม่กระฉับกระเฉงตามวัยที่ควรเป็น ซึ่งการทำกิจกรรมต่างๆ ในการขยับเขยื้อนร่างกายนั้นช่วยให้เด็กมีความรู้สึกดีกับตัวเอง นอนหลับสบาย และมีการเรียนรู้ที่ดีขึ้น จอภาพต่างๆ ที่กล่าวถึงในที่นี้คือ คอมพิวเตอร์ ทีวี โทรศัพท์มือถือ รวมทั้งการเล่นเกมต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต (สุภาพร เทพยสุวรรณ. www.manager.co.th, 1 มิถุนายน 2560)

ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อธุรกิจ MAX GYM เป็นอย่างมากเนื่องจากปัจจุบันประชาชนหันมาสนใจในส่วนและเทคโนโลยีที่เรียกว่าสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต มีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ทำให้ธุรกิจ MAX GYM มีการทำการตลาดผ่านทางช่องทางออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างเป็นระบบ โดยทาง MAX GYM มีกระบวนการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารก่อนที่จะทำการเผยแพร่ออกไป

2.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ Porter's Five Forces Model

2.2.1 Intensity of Rivalry among Existing Firms ความเข้มข้นของการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันระหว่างธุรกิจเดียวกันในปัจจุบันนี้ ถือว่ามีมากขึ้นเรื่อยๆ การแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีเงินทุนมาก มีสาขาในห้างใหญ่ๆ ทำให้ลูกค้าที่มีรายได้ระดับสูงสามารถเข้าใช้บริการได้ แต่สำหรับในย่านคอนเมืองที่ตั้งของ MAX GYM แล้วถือว่าสภาพการแข่งขันยังไม่รุนแรงมากนักเนื่องจากยังมีธุรกิจประเภทนี้เปิดบริการอยู่จำนวนไม่มาก เนื่องจากพื้นที่มีจำกัดและระดับรายได้ผู้คนในชุมชนไม่สูงมากนัก โดยทาง MAX GYM จะใช้กลยุทธ์ด้านราคาทำเลที่ตั้ง รวมถึงการให้บริการ การพัฒนารูปแบบของการบริการให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและชื่อเสียงในระยะยาว

2.2.2 Threats of New Entrants การคุกคามของผู้มาใหม่

ธุรกิจฟิตเนสมีการเติบโตอย่างสูงส่งผลให้การเข้ามาของกลุ่มแข่งไม่ว่าจะเป็นรายใหญ่หรือเล็กเกิดขึ้นมากมายตามห้างสรรพสินค้า โรงแรมอาคารสำนักงานหรือตามที่พักอาศัย เป็นต้น จากการสังเกตการณ์ในย่านคอนเมืองมีสถานที่ให้บริการฟิตเนสอยู่ 2 แห่ง ซึ่งมีพื้นที่ขนาดเล็กกว่าเรามาก มีขนาด 1 คูหาเท่านั้น มีค่าเช่าพื้นที่สูง มีราคาสมาชิกที่สูง ซึ่งฟิตเนสที่อยู่ตามอาคารสำนักงานหรือคูหาจะเป็นฟิตเนสขนาดใหญ่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากซึ่งยากที่คู่แข่งรายใหม่ทั่วไปจะสามารถเข้ามาแข่งได้เพราะต้องลงทุนด้านสถานที่และการทำการตลาดแข่งกับผู้เล่นรายใหญ่ที่ครองตลาดแต่การบริการของฟิตเนสของ MAX GYM เป็นมิตร ราคาประหยัด ซึ่งมีขนาดถึง 2 คูหาให้ความรู้สึกกับผู้ใช้บริการได้อย่างมีความสุขมีการบริการที่มีมาตรฐานอย่างไรก็ตามวิธีการที่คู่แข่งจะสามารถเข้ามาแข่งขันได้ต้องหาช่องว่างทางการตลาดทำเลที่ตั้งที่สุดยอด โดยตั้งศูนย์ฟิตเนสในตำแหน่งที่คู่แข่งรายใหญ่ยังเข้าไม่ถึงซึ่งอยู่ชุมชนย่านคอนเมืองที่มีพื้นที่จำกัด

2.2.3 Pressure from Substitute Products แรงกดดันจากสินค้าทดแทน

MAX GYM เป็นธุรกิจที่ให้บริการเกี่ยวกับการออกกำลังกาย สินค้าทดแทนที่ตอบสนองความต้องการแบบเดียวกันนั้นก็คือการออกกำลังกายแบบเป็นกลุ่มประกอบไปด้วยสนามฟุตบอล สนามเบตมินตัน ฟิตเนสสวนสาธารณะ การมาใช้บริการสนามฟุตบอลและสนามเบตมินตันนั้นจำเป็นต้องมีกลุ่มคนที่รู้จักกันมาก่อนแล้วจึงสามารถมาเล่นได้ซึ่งแตกต่างกับ MAX GYM ที่ไม่จำเป็นต้องรู้จักกันมาก่อนในการเข้ามาใช้บริการในครั้งแรกแต่ด้วยการบริการของ MAX GYM จะทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีเพื่อนจากการบริการให้การแนะนำจากเทรนเนอร์ การช่วยเหลือให้เพื่อนก็

มีส่วนช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ในสถานที่ให้บริการเช่นกัน ในส่วนของสวนสาธารณะนั้นสามารถเล่นคนเดียวหรือสร้างความรู้จักกับบุคคลอื่นๆ ได้ แต่จะแตกต่างกันตรงที่มีข้อจำกัดในเรื่องของการบริการที่ไม่ได้มาตรฐานและไม่มีเครื่องมือที่ทันสมัยซึ่งแตกต่างกับ MAX GYM สรุปได้ว่าแรงกดดันจากสินค้าทดแทนนั้นมีระดับในการทดแทนที่ไม่สูงมากนัก

2.2.4 Bargaining Power of Buyer อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

ธุรกิจฟิตเนสเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงโดยอุปกรณ์หรือสถานที่ของฟิตเนสแต่ละแห่งมีความคล้ายคลึงกัน โดยผู้ใช้บริการไม่เห็นถึงความแตกต่างมากนักแต่จะแตกต่างกันทางด้านกรให้บริการถ้าผู้ใช้บริการได้ให้ความไว้วางใจกับฟิตเนสที่ใดแล้วจะมีความจงรักภักดีต่อแบรนด์และยากที่จะเปลี่ยนสถานที่ให้บริการ แต่ถ้าฟิตเนสที่ใดที่ให้การบริการที่ไม่เป็นที่พอใจต่อผู้ใช้บริการมีโอกาสที่ผู้ใช้บริการจะเปลี่ยนสถานที่ได้สูงเนื่องจากมี ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงไปใช้สถานที่อื่นต่ำ และมีการสื่อสารออนไลน์สมัยใหม่โดยมีแรงในการบอกต่อที่สูงมาก อาจทำให้สูญเสียลูกค้าในอนาคตได้ ดังนั้นอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อที่อยู่สูงดังนั้นทาง MAX GYM จึงเน้นการให้บริการที่สุดยอดและมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

2.2.5 Bargaining Power of Suppliers อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

ในการดำเนินธุรกิจฟิตเนสในในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจจะมีการซื้ออุปกรณ์ออกกำลังกายเป็นจำนวนมากในการเริ่มต้นธุรกิจโดยปริมาณที่สั่งซื้อนั้นขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจฟิตเนสที่มีอย่างจำกัด โดยสามารถสั่งซื้อจากซัพพลายเออร์ซึ่งมีอยู่เป็นปริมาณมากทำให้อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์มีไม่มากนักอีกทั้งอำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ปริมาณการสั่งซื้อของอุปกรณ์ออกกำลังกายโดยถ้าปริมาณการสั่งซื้อมีปริมาณมากทำให้ผู้ดำเนินการธุรกิจฟิตเนสมีอำนาจในการต่อรองกับซัพพลายเออร์สูง ปัจจุบันมีการให้เช่าเครื่องออกกำลังกายซึ่งเราไม่ต้องจำเป็นต้องซ่อมเองสามารถเรียกตัวแทนจำหน่ายมาบริการได้ ส่วนใหญ่จะเป็นพวกลู่วิ่ง หรืออุปกรณ์ที่ใช้ไฟฟ้า ทำให้สามารถลดต้นทุนในการดูแลได้

2.3 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment Analysis)

2.3.1 จุดแข็ง (Strengths)

1) สถานที่และทำเลที่ตั้งของ MAX GYM ตั้งอยู่ใจกลางชุมชน ใกล้สถานที่พักอาศัย เช่น หมู่บ้าน คอนโดเคหะที่ผู้คนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและยังเดินทางสะดวกสบายเพราะทำเลเป็นถนนตัดผ่านระหว่างทางไปหลักสี่และดอนเมือง ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวกเมื่อมาใช้บริการ ประหยัดเวลา และลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

2) MAX GYM มีต้นทุนการสร้างและค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคที่ต่ำ เนื่องจากเป็นยิมร้อน จึงสามารถคิดค่าสมาชิกได้ถูกกว่าสำหรับคนมีรายได้น้อยถึงปานกลางจะนิยมมาก

3) มีพื้นที่ให้บริการที่กว้าง โล่ง และเป็นกระจกส่วนใหญ่ มีเพดานสูงทำให้อากาศถ่ายเทสะดวก ไม่รู้สึกอึดอัดเกินไป มีการวางอุปกรณ์มีระบบและแบบแผนมีอุปกรณ์ออกกำลังกายที่เป็นที่นิยมอย่างครบครัน โดยมีการบำรุงรักษาป้องกันทำให้เครื่องออกกำลังกายที่ให้บริการมีคุณภาพและมาตรฐานอยู่ตลอดเวลา แบ่งเป็นโซนคาร์ดิโอและเวทเทรนนิ่ง

4) บุคลากรหรือเทรนเนอร์ใส่ใจในการบริการและเน้นการบริการที่สนุก เป็นกันเองแบบครอบครัว

5) มีการใช้เทคโนโลยีออนไลน์ในด้านการจัดเก็บฐานข้อมูลสมาชิก ทำให้สามารถเก็บข้อมูลต่างๆที่สำคัญของลูกค้า สามารถดูแลลูกค้าผ่านทางสื่อออนไลน์โดยการติดตามการเปลี่ยนแปลงของร่างกายของลูกค้า

6) มีห้องน้ำแยกเพศชายและหญิง ผ้าขนหนูสำหรับซับเหงื่อแยกสีตามเพศ ล็อกเกอร์และชั้นวางรองเท้าสำหรับเก็บของผู้โดยแยกเพศอย่างชัดเจน เพื่อความปลอดภัยของทรัพย์สินส่วนตัวท่านเวลาออกกำลังกาย และมีบริการจำหน่ายเครื่องดื่มต่างๆ

2.3.2 จุดอ่อน (Weakness)

1) เงินทุนมีไม่มาก

2) เนื่องจากเป็นยิมร้อน เมื่อลูกค้ามาใช้บริการในช่วงกลางวันอาจเป็นลมได้

3) รูปแบบการให้บริการสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย

4) ผู้บริหารประสบการณ์ในการจัดการยังไม่มาก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (Internal Environment Analysis)

2.3.3 โอกาส (Opportunity)

- 1) ภาครัฐมีการส่งเสริมนโยบายในเรื่องการออกกำลังกาย เช่น โครงการออกกำลังกาย เพื่อส่งเสริมสุขภาพข้าราชการ ผ่านทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นต้น
- 2) ท่าเลที่ตั้งมีประชากรหรือผู้คนอาศัยอยู่ในย่านชุมชนจำนวนมาก
- 3) แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค มีแนวโน้มที่จะใส่ใจสุขภาพเพิ่มมากขึ้น การกินอาหารที่มีประโยชน์ และการออกกำลังกายจะทำให้เกิดเทรนด์รักษาสุขภาพเพราะการดำเนินชีวิตในปัจจุบันมีความเครียด ค่ารักษาพยาบาลที่สูงทำให้เกิดการตระหนักถึงการรักษาสุขภาพมากขึ้น

2.3.4 อุปสรรค (Threat)

- 1) MAX GYM เป็นธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็ก ใช้เงินลงทุนไม่มาก อาจทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ๆ ในอนาคตได้เนื่องจากเขตพื้นที่อยู่ในชุมชนที่มีผู้คนอาศัยเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการรายอื่นๆ สนใจ
- 2) คู่แข่งรายใหญ่ที่มีเงินทุนที่สูงกว่า ทำการตลาดและใช้งบประชาสัมพันธ์เข้าถึงลูกค้าได้ดีกว่า
- 3) เครื่องออกกำลังกายบางประเภท เช่น Home gym ผู้ใช้บริการสามารถซื้อไปตั้งไว้ที่บ้านเพื่อความสะดวกของผู้ในการใช้บริการเอง และไม่ออกมาใช้บริการที่ MAX GYM

2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

เนื่องจากคู่แข่งในสถานที่ให้บริการออกกำลังกายมีจำนวนมาก ต้องจำแนกคู่แข่งตามผลกระทบที่จะส่งผลต่อธุรกิจ MAX GYM โดยเลือกใช้ธุรกิจหลักของคู่แข่งในการแบ่งระดับของความสำคัญของคู่แข่ง โดยคู่แข่งทางตรงของ MAX GYM พิจารณาจากธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจฟิตเนสเหมือนกันและมีทำเลที่ตั้งในบริเวณใกล้เคียงกันดังนี้

วีฟิตเนส เป็นฟิตเนส 1 คูหา ย่านดอนเมืองมีตั้งแต่ รายวัน รายเดือน ที่ตั้ง 161/45 ประชาอุทิศ แขวงดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210 ถ้าลูกค้าไม่สังเกตจาก

ปากซอยอาจจะพบเห็นได้ยากเพราะต้องเข้าซอยมา สถานที่มีขนาดเล็ก เครื่องเล่นมีจำนวนน้อย และค่าสมาชิกไม่สูง



รูปที่ 2.1 ฟิตเนส คอนเมือง

HULK GYM ร้านฟิตเนสชุมชน ขนาด 1 คูหาที่ตั้ง 307/68 ถนน สรงประภา แขวง สีกัน เขต ดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210 สถานที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก มีการบริการและบริหารจากผู้มีประสบการณ์ เครื่องเล่นมีจำนวนมาก มีค่าสมาชิกสูง



รูปที่ 2.2 HULK GYM คอนเมือง

2.5 ประเด็นการเปรียบเทียบคู่แข่งในด้านต่างๆ

ตารางที่ 2.1 แสดงคู่แข่ง

ตารางวิเคราะห์คู่แข่ง			
ประเด็นต่างๆ	วี ฟิตเนส	HULK GYM	MAX GYM
ค่าบริการรายวัน (บาท)	100	200	80
ค่าบริการรายเดือน (บาท)	800	1,500	800
ค่าบริการราย 6 เดือน (บาท)	-	7,000	-
ค่าบริการรายปี (บาท)	-	12,000	6,000
จำนวนพนักงาน(คน)	1	2	3
จำนวนเทรนเนอร์ (คน)	1	4	2
บริการเวท เทรนนิ่งและคาดีโอ	มี	มี	มี
เวลาทำการเปิด-ปิด (น.)	15.00-21.00	06.00-22.00	9.00-21.00
ระยะห่างจากถนนใหญ่ (กม.)	1.6	3.5	1.6

ตารางที่ 2.2 แสดงชนิดผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

ตารางวิเคราะห์จำนวนผลิตภัณฑ์คู่แข่ง			
ประเด็นต่างๆ	วี ฟิตเนส	HULK GYM	MAX GYM
เครื่องบริหารอก	1	4	3
เครื่องบริหารหลัง	1	3	4
เครื่องบริหารไหล่	1	2	1
เครื่องบริหารขา	1	3	3
เครื่องบริหารหน้าท้อง	1	3	1
บาร์ยกน้ำหนัก	2	4	3
ชุดที่ยกน้ำหนัก	1	1	1
เครื่องจำลองบันได	-	2	2
ลู่วิ่งอัตโนมัติ	4	4	5
จักรยาน	1	3	3
ลู่อินกิ้งสเต็ป	-	3	2

บทที่ 3

แผนการตลาด

3.1 การวิเคราะห์ STP

3.1.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Segmentation)

สถานที่บริการออกกำลังกาย MAX GYM ให้เกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด และเลือกกลุ่มเป้าหมายให้มีความเหมาะสมกับสถานที่บริการออกกำลังกาย ซึ่งสามารถใช้เกณฑ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. แบ่งส่วนตลาดตามลักษณะประชากรศาสตร์
 - อายุต่ำกว่า 20 ปี
 - อายุระหว่าง 21-30 ปี
 - อายุระหว่าง 31-40 ปี
 - อายุ 40 ปีขึ้นไป
2. แบ่งส่วนตลาดตามรายได้
 - รายได้ 9,000 - 15,000 บาท
 - รายได้ 15,001 - 30,000 บาท
 - รายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป
3. แบ่งส่วนตลาดตามลักษณะภูมิศาสตร์
 - กลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในเขตคอนเมือง
 - กลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่นอกเขตคอนเมือง
4. แบ่งส่วนตลาดตามเกณฑ์พฤติกรรม
 - ผู้ที่ชื่นชอบการออกกำลังกายและใช้บริการฟิตเนส
 - ผู้ที่ไม่ชื่นชอบการออกกำลังกายและไม่มีความต้องการใช้บริการฟิตเนส

เนส

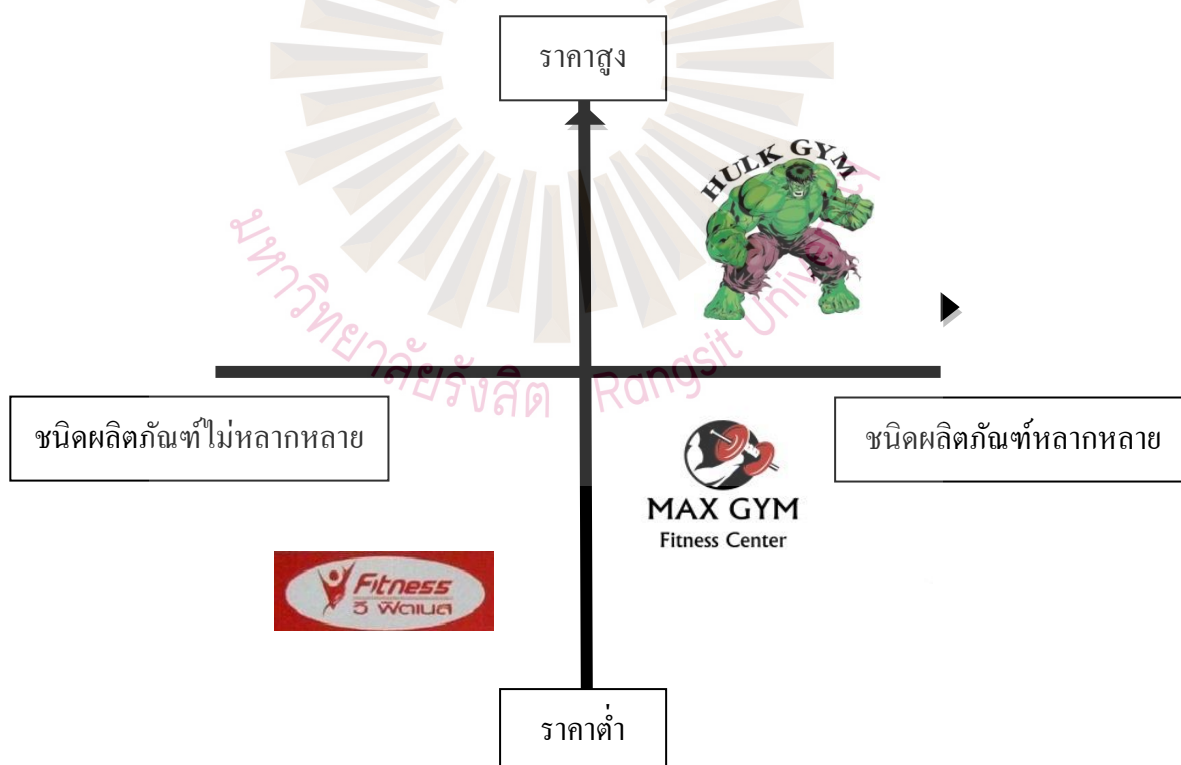
3.1.2 กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Market Targeting)

จากเกณฑ์ต่างๆ ในการแบ่งส่วนครองตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่สถานที่ให้บริการออกกำลังกายต้องการแล้วทำให้สามารถกำหนดเป้าหมายของผู้บริโภคได้ดังนี้

ทาง MAX GYM ได้ทำการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดโดยเลือกเอากลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในเขตตอนเมืองอายุระหว่าง 21-30ปี เป็นกลุ่มที่มีรายได้ 15,001 - 30,000 บาท ที่มีความต้องการและชื่นชอบในการใช้บริการฟิตเนส ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ปลอดภัย มีความเป็นมาตรฐาน และเดินทางสะดวกติดถนนใหญ่เพียง 1.6 กิโลเมตร

3.1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

สถานที่ให้บริการออกกำลังกาย MAX GYM ได้ทำการวางตำแหน่งทางการตลาดไว้ในระดับที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ในทุกระดับ ราคาที่ถูกเพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายมีกำลังในการซื้อหรือสมัครค่าบริการสมาชิก MAX GYM ได้มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการออกกำลังกายในเรื่องจำนวนเครื่องที่มากกว่าคู่แข่ง บนพื้นที่ที่มีขนาดกว้าง โปร่งและโล่งเมื่อมาใช้บริการ



3.2 กลยุทธ์ทางการตลาด (7P)

3.2.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and service)

MAX GYM ให้บริการด้านสถานที่ออกกำลังกาย โดยมีอุปกรณ์ออกกำลังกายที่ได้รับมาตรฐาน ภายในยิมมี 2 โซนคือ 1. โซนเวท เทรนนิ่งหรือการยกน้ำหนักซึ่งเป็นการออกกำลังกายให้เสริมสร้างกล้ามเนื้อและกระชับกล้ามเนื้อ 2. โซนคาร์ดิโอ การออกกำลังกายที่จะช่วยเผาผลาญพลังงานไขมันในร่างกายออกไป เป็นประเภทเดียวกันกับแอโรบิค แต่จะต่างกันตรงที่ความหนักในการเล่นด้านผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับMAX GYM เป็นสถานที่ให้บริการด้านการออกกำลังกาย โดยมีเครื่องเล่นที่หลากหลายและจำนวนมากสามารถรองรับลูกค้าได้มากกว่าเจ้าอื่นทาง MAX GYM ได้ให้คำแนะนำกับลูกค้ารายใหม่ทุกครั้งที่มาใช้บริการ โดยให้คำแนะนำพร้อมทั้งสอนวิธีการเล่นพื้นฐานของแต่ละเครื่องเล่น และแนะนำอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับการออกกำลังกายเฉพาะส่วน พร้อมทั้งให้คำปรึกษาในเรื่องของการออกกำลังกายอย่างถูกวิธีและหลักการทานอาหารที่เหมาะสมตามหลักโภชนาการ ทำให้มีประสิทธิภาพและเห็นผล ซึ่งเครื่องเล่นที่ให้ในการบริการของ MAX GYM ประกอบไปด้วย

ตารางที่ 3.1 ผลิตภัณฑ์ของ MAX GYM

ประเภท	Product	No.
Machine Weight	เครื่องบริหารอก	3
Machine Weight	เครื่องบริหารหลัง	4
Machine Weight	เครื่องบริหารไหล่	1
Machine Weight	เครื่องบริหารขา	3
Machine Weight	เครื่องบริหารหน้าท้อง	1
Free Weight	บาร์ยกน้ำหนัก	3
Free Weight	ชุดที่ยกน้ำหนัก	1
Cardio	เครื่องจำลองบันได	2
Cardio	ลู่วิ่งอัตโนมัติ	5
Cardio	จักรยาน	3
Cardio	ลู่วิ่งกึ่งสแต็ป	2

Machine Weightsจะเป็นการใช้เครื่องออกกำลังกายขนาดใหญ่ การเล่นประเภทนี้จะปลอดภัยสูงกว่า เพราะเครื่องแมชชีนถูกออกแบบมาจำกัดในการเคลื่อนที่และสามารถปรับน้ำหนักได้ง่าย เป็นอุปกรณ์การฝึกแรงต้าน โดยใช้หลักของคานและรอก ออกแบบมาให้สามารถใช้งานได้ ง่าย สะดวก และปลอดภัย



รูปที่ 3.1 เครื่องบริหารอก



รูปที่ 3.2 เครื่องบริหารหลัง



รูปที่ 3.3 เครื่องบริหารไหล่



รูปที่ 3.4 เครื่องบริหารขา



รูปที่ 3.5 เครื่องบริหารท้อง

Free Weights เป็นอุปกรณ์การฝึกที่เป็นน้ำหนักอิสระการออกกำลังกายแบบนี้จะเป็นการใช้น้ำหนักของอุปกรณ์ มีท่าฝึกหลากหลายจากการใช้อุปกรณ์ สามารถประยุกต์ได้หลากหลาย และนำไปเล่นได้หลายส่วน ช่วยในการสร้างกล้ามเนื้อ กระชับสัดส่วนและสร้างความทนทานของกล้ามเนื้อได้ดี



รูปที่ 3.6 บาร์ยกน้ำหนัก



รูปที่ 3.7 ชุดที่ยกน้ำหนัก

Cardio เป็นเครื่องออกกำลังกายใช้ในการเผาผลาญพลังงาน อุปกรณ์ประเภทบริหารหัวใจ โดยส่วนนี้จะมีเป็นส่วนตัวในการเล่น การเล่นแบบ Cardio จะเผาผลาญไขมันได้ดีที่สุด



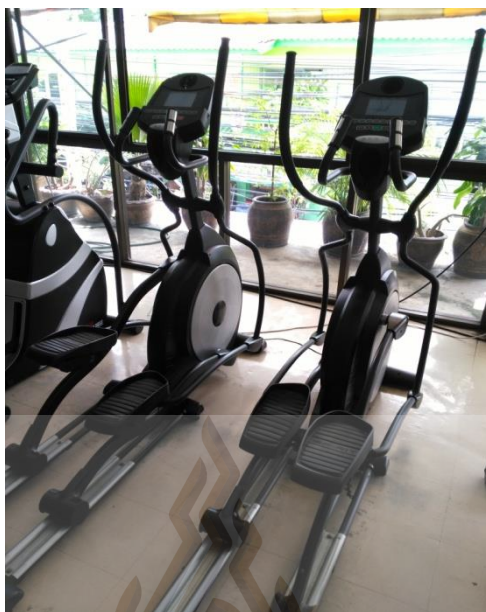
รูปที่ 3.8 เครื่องจำลองบันได



รูปที่ 3.9 ตู้วิ่งอัตโนมัติ



รูปที่ 3.10 จักรยาน



รูปที่ 3.11 ตู้เดินกึ่งสตีป

3.2.2 กลยุทธ์ราคา (Price)

กลยุทธ์การตั้งราคาของ MAX GYM จะใช้การตั้งราคาที่ไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของกลุ่มแข่งขันรายอื่น ทาง MAX GYM ให้บริการที่มีคุณภาพสูง ราคาถูกเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย โดยทาง MAX GYM จะใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ Good value strategy เนื่องจากการให้บริการของทาง MAX GYM เป็นฟิตเนสที่ไม่ได้มีเครื่องปรับอากาศเหมือนกับคู่แข่งรายอื่นๆ แต่มีพัดลม เครื่องระบายอากาศ และเป็นสถานที่ที่อากาศถ่ายเทสะดวก มีหน้าต่างรับลม ทำให้ MAX GYM มีค่าสมัครสมาชิกถูกกว่าคู่แข่ง

ตารางที่ 3.2 แสดงอัตราค่าบริการ MAX GYM

อัตราค่าบริการ			
สถานที่	รายวัน	รายเดือน	รายปี
MAX GYM	80	800	6,000

3.2.3 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สถานที่ให้บริการออกกำลังกาย MAX GYM ตั้งอยู่ที่ ซอย โกสุมรวมใจ 15 เปิดทำการ ตั้งแต่ 9:00-21:00 น. ของทุกวัน มีช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยตรงผ่าน 2 ช่องทาง คือ

1. เข้ามาสมัครด้วยตนเองที่ MAXGYM
2. สมัครทางออนไลน์ผ่าน Facebookapp, Line app และ E mail



3.2.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ทาง MAX GYM ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่ดอนเมืองได้ทราบถึงการให้บริการฟิตเนสเพื่อเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ได้จัดขึ้นมีดังต่อไปนี้

1. เสื้อยืดของทาง MAX GYM สำหรับผู้ที่มาสมัครสมาชิก 300 ท่านแรก จะมีการให้เสื้อของทาง MAX GYM จำนวนคนละหนึ่งตัว โดยใช้เงินลงทุนตัวละ 100 บาทต่อตัว เป็นจำนวนเงิน 30,000 บาท



รูปที่ 3.12 เสื้อ MAX GYM

2. การโฆษณาโดยใช้สื่อกลางแจ้ง สื่อโฆษณาที่นำไปติดตั้งไว้ในที่ที่มีผู้คนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก ให้มองเห็นได้ในระยะไกลและสามารถจดจำได้ เช่น ตามสี่แยก

ถนนที่มีการจราจรคับคั่ง ย่านคอนเมือง โดยใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 2 เดือน นับตั้งแต่เปิดกิจการ ค่าใช้จ่ายในการลงโฆษณาในระบบป้ายขนาดใหญ่ เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 50,000 บาท



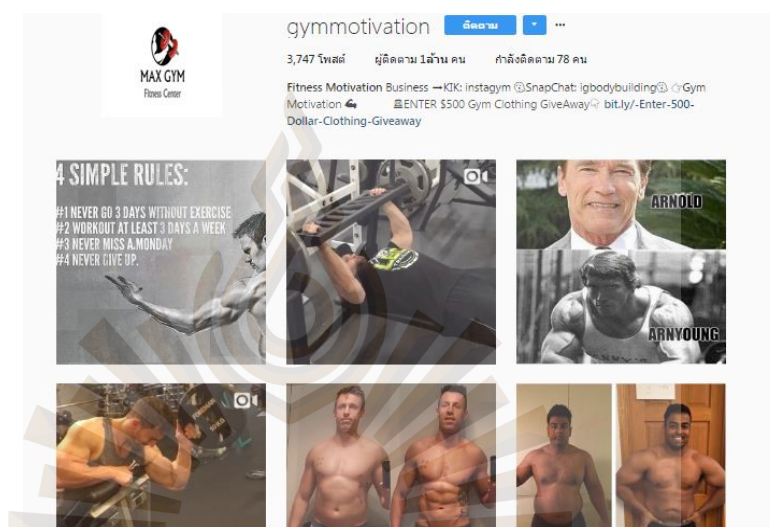
รูปที่ 3.13 สื่อกลางแจ้ง

3. มีการแจกใบปลิวในช่วงเริ่มเปิดกิจการบริเวณตลาดโกสุ่ม ตลาดฝั่งโจง เพื่อสร้างการจดจำในแบรนด์ MAX GYM จำนวน 1,200 ใบ ราคา 2 บาทต่อใบ เป็นเงิน 2,400 บาท



รูปที่ 3.14 สถานที่แจกใบปลิว

4. ใช้สื่อออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นการให้ข่าวสารแก่กลุ่มลูกค้าและสมาชิกของทางฟิตเนสและทำให้ลูกค้าสามารถติดต่อผ่านทางFacebook,E-mail, Line, Instagramและเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข่าวสารของทางฟิตเนสเดือนละ 10,000 บาทเป็นเวลา 1 ปี



รูปที่ 3.15 สื่อออนไลน์

5. การจัดกิจกรรม Road Show เป็นกิจกรรมวิ่งการกุศลทุกปี เพื่อให้ประชาชนทั่วไปหรือกลุ่มลูกค้าเห็นประโยชน์ถึงการออกกำลังกาย โดยเป็นการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ไปในตัว โดยใช้งบลงทุนในการจัดกิจกรรม 1 ครั้งต่อปี เป็นเงินจำนวน 20,000 บาท



รูปที่ 3.16 กิจกรรม Road Show

ตารางที่ 3.3 แสดงกิจกรรมทางการตลาด

กิจกรรมทางการตลาด	ระยะเวลาปี 2561-2562											ค่าใช้จ่าย (บาท)	
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.		ธ.ค.
1.แจกเสื้อยืด MAX GYM													30,000
2.โฆษณาโดยใช้สื่อกลางแจ้ง													50,000
3.แจกใบปลิว													2,400
4.สร้างสื่อออนไลน์และทำตลาดออนไลน์													120,000
5. จัดกิจกรรม Road show													20,000
รวม													222,400

3.2.5 กลยุทธ์บุคคล (People)

MAX GYMจะให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์กรเป็นอย่างมาก โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดสรรพนักงานเข้ามาทำงานเน้นพนักงานที่มีใจรักในงานบริการ ทำให้ลูกค้ารับรู้และเกิดความประทับใจในงานบริการทางMAX GYMจะมีเทรนเนอร์ที่มีใบรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือเท่านั้นจะมีการจัดอบรมพนักงานอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ละมีการสอนงานให้กับพนักงานอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทาง MAX GYMยังมีสวัสดิการให้พนักงานเล่นฟิตเนสฟรี แต่ต้องอยู่ในช่วงนอกเวลาทำงานของตนเองเพื่อให้พนักงานมีสุขภาพที่ดีและพร้อมให้บริการลูกค้าต่อไปเพื่อจะได้คู่เป็นสถานที่ออกกำลังกายที่ได้รับมาตรฐาน

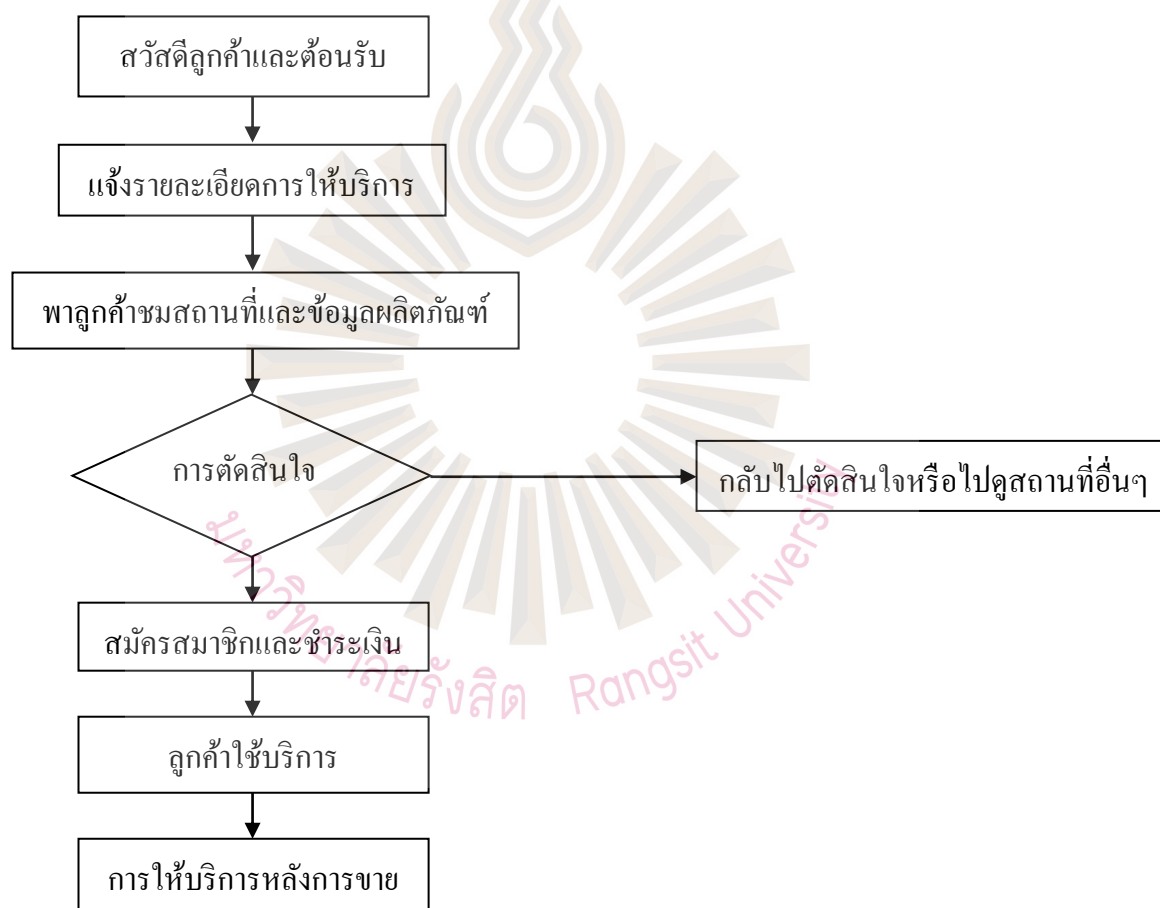
3.2.6 กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)

ที่ตั้งของ MAX GYMในเขตชุมชน โกสุมย่านดอนเมือง ให้ความรู้สึกที่เหมือนกับการมาออกกำลังกายแบบผ่อนคลาย มีการออกแบบตัวอาคารโปร่งโล่ง เพดานที่สูง ไม้รู้สึกอึดอัดเกินไป แม้วันที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก สามารถรับลมจากภายนอกตัวอาคารได้อย่างสะดวกและถ่ายเท การออกแบบตกแต่งภายในของMAX GYMมีแนวคิดด้านการออกแบบของตัวภายใน ฟิตเนส ที่เน้นอากาศถ่ายเทเป็นพิเศษ การตกแต่งที่เน้นมีรูปภาพนักเพาะกายต่างๆ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างกล้ามเนื้อ มีเพลงประกอบการออกกำลังกาย เน้นใช้ผนังเป็นกระจกเพื่อให้แสงสว่างจาก

ภายนอกตัวอาคารสามารถผ่านเข้ามาได้ ด้านในเป็นกระจกส่องตัวเองเพื่อให้เห็นกล้ามเนื้อเวลาเล่น ช่วยในการดึงดูดลูกค้ำและเพิ่มสมาชิกใหม่ให้เข้ามาใช้บริการของทาง MAX GYM

3.2.7 กลยุทธ์ในการให้บริการ (Process)

การให้บริการของ MAX GYM จะเน้นในเรื่องของความสะดวกรวดเร็วและเข้าใจง่าย เข้าถึงกลุ่มลูกค้ำได้รวดเร็วที่สุดเพื่อสร้างความมั่นใจในการให้บริการให้เกิดขึ้นกับลูกค้ำ โดยให้ข้อมูลที่ครบถ้วน ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้



บทที่ 4

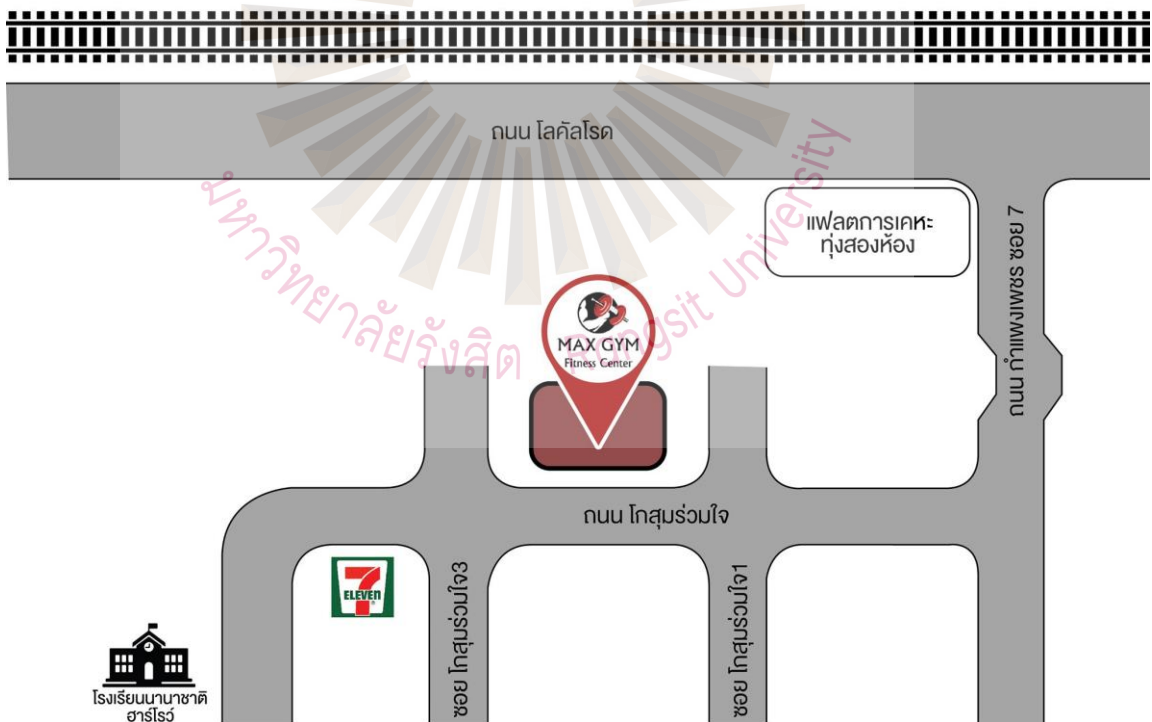
แผนการดำเนินการ

4.1 ทำเลที่ตั้ง

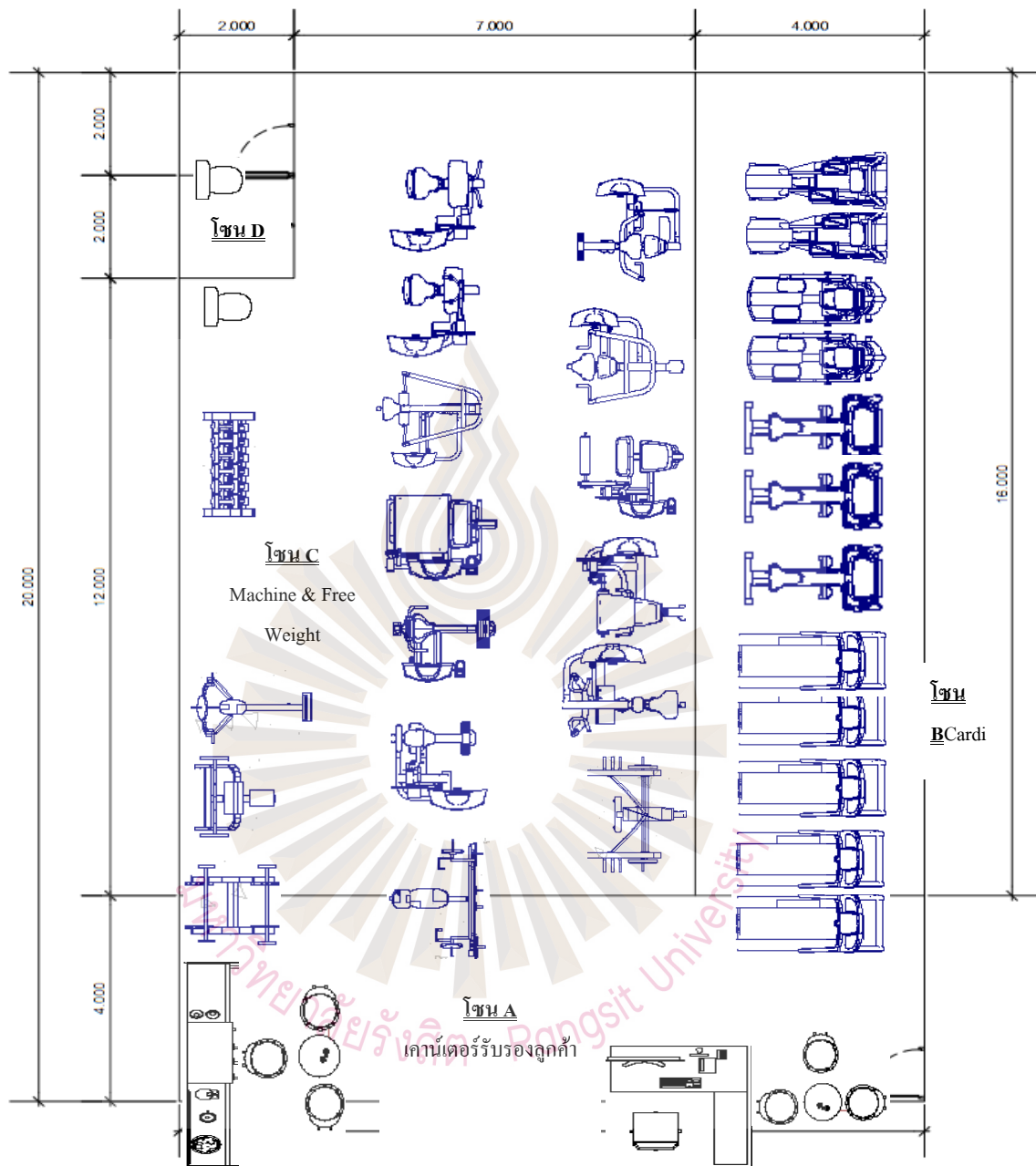
ที่ตั้ง : 22 ซอยโกสุมร่วมใจ 15 แขวงดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210
เป็นสถานที่ออกกำลังกายติดถนนที่มีผู้คนสัญจรไปมาและเป็นแหล่งชุมชนที่ผู้อาศัยจำนวนมาก เช่น
ชุมชนโกสุม ชุมชนหลักสี่ และการเคหะ

โทรศัพท์ : 02 982 0768

E-mail Address : maxgym@gmail.com



รูปที่ 4.1 แสดงแผนที่การเดินทาง



รูปที่ 4.2 แผนผัง Layout

4.2 การบริหารพื้นที่ Layout

MAX GYM ตั้งอยู่ในชั้น 2 ของอาคารพาณิชย์ มีพื้นที่กว้าง 13 เมตร ยาว 20 เมตร รวมเป็นพื้นที่ทั้งหมด 260 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็นพื้นที่ใช้งานเป็นโซนๆ ดังนี้

4.2.1 โซน A เป็นพื้นที่สำหรับรับรองลูกค้าและเข้ามาติดต่อของใช้บริการ มีพื้นที่กว้าง 13 เมตร ยาว 4 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 52 ตารางเมตร ใช้ในการวางเคาเตอร์ติดต่อลูกค้าที่นั่งรับรองลูกค้า

4.2.2 โซน B เป็นพื้นที่ใช้สำหรับออกกำลังกายแบบ Cardio ใช้พื้นที่กว้าง 4 เมตร ยาว 16 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 64 ตารางเมตร สำหรับวางเครื่องจักรยานลู่วิ่ง เครื่องจำลองบันได ลูกเดินกึ่งสตีป

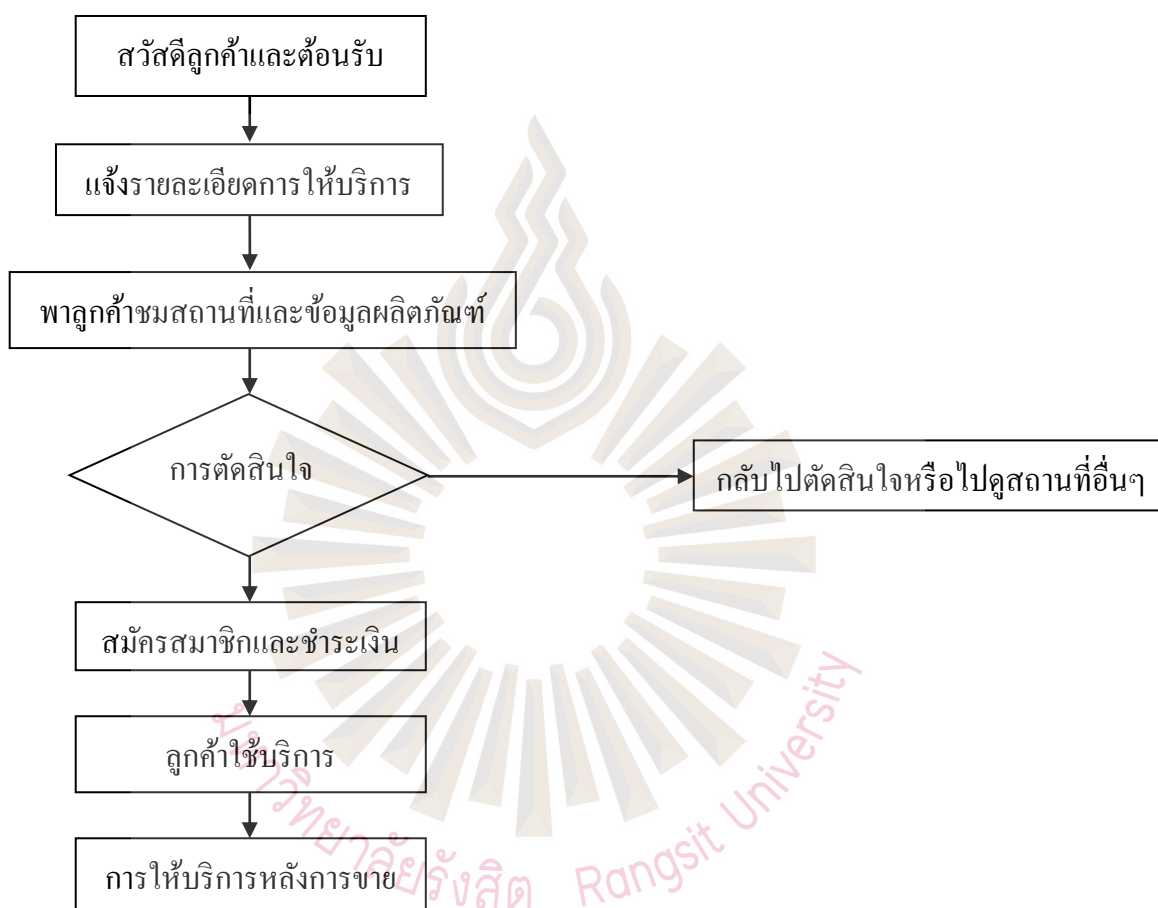
4.2.3 โซน C เป็นพื้นที่สำหรับออกกำลังกายแบบ Machine Weight และ Free Weight ใช้พื้นที่กว้าง 9 เมตร ยาว 16 เมตร ลบพื้นที่ห้องน้ำ 8 ตารางเมตร เหลือเป็นพื้นที่ 136 ตารางเมตร วางเครื่องอุปกรณ์ออกกำลังกายต่างๆ ของฟิตเนส

4.2.4 โซน D เป็นพื้นที่สำหรับห้องน้ำ ใช้พื้นที่ กว้าง 2 เมตร ยาว 4 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 8 ตารางเมตร ซึ่งเป็นห้องน้ำของลูกค้าแยกตามเพศและพนักงานจะใช้ห้องน้ำร่วมกัน

4.3 กระบวนการผลิตและปฏิบัติการ

4.3.1 กระบวนการในการบริการลูกค้า

เมื่อมีลูกค้าสนใจเดินเข้ามาที่สถานที่ให้บริการออกกำลังกาย พร้อมผังการให้บริการ



รูปที่ 4.3 แผนผังแสดงกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ MAX GYM มีขั้นตอนกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1. เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาใช้บริการพนักงานกล่าวคำทักทายต้อนรับด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม
2. พนักงานทำการแจ้งรายละเอียดต่างๆ ของทางฟิตเนสให้ลูกค้าได้ทราบ
3. พนักงานพาลูกค้าที่เข้าชมเดินชมในฟิตเนสโดยรอบและให้ข้อมูลของการเล่นแต่ละเครื่อง
4. ลูกค้าทำการตัดสินใจว่าจะตกลงทำสัญญาเพื่อเป็นสมาชิกหรือไม่

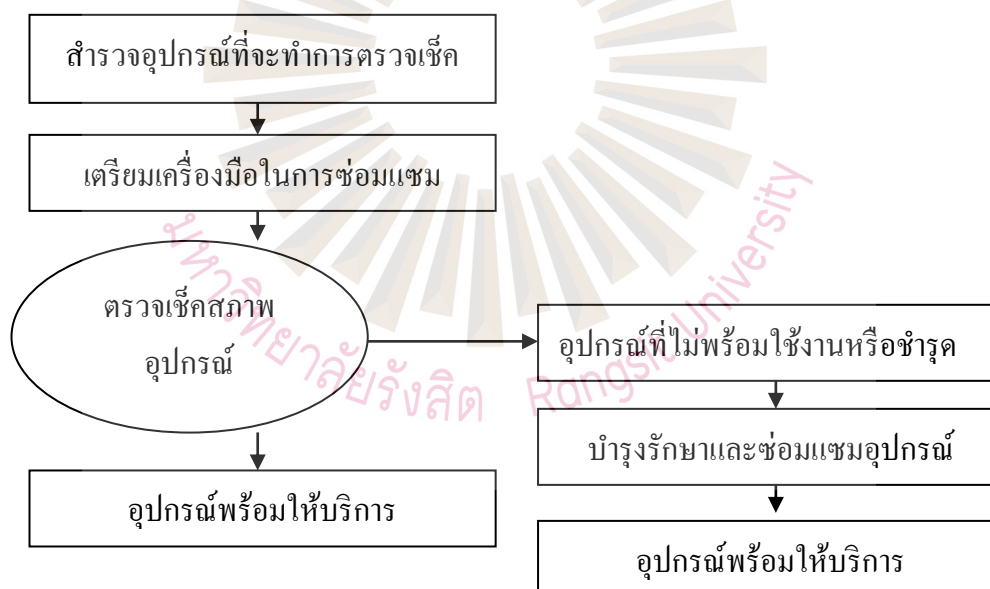
5. พนักงานทำสัญญาระหว่างทางฟิตเนสกับลูกค้าเป็นลายลักษณ์อักษรและให้ลูกค้าอ่านรายละเอียดของสัญญา และชำระเงิน

6. ลูกค้าเข้าใช้บริการต่างๆ ของทาง MAX GYM

7. บริการหลังการให้บริการพนักงานกล่าวคำอำลาลูกค้าที่เดินออกจากฟิตเนสด้วยสีหน้ายิ้มแย้มและติดตามการเปลี่ยนแปลงของร่างกายลูกค้า

MAX GYM มีความคิดว่าการบริการให้เกิดความประทับใจในครั้งแรกจะมีส่วนช่วยในการขยายฐานลูกค้า ด้วยพลังการบอกต่ออย่างมีประสิทธิภาพ เพราะส่วนใหญ่แล้วลูกค้าที่มาใช้บริการมักจะชวนเพื่อนมาเล่นด้วยเสมอ ถ้าพนักงานทุกคนมีใจรักบริการก็จะทำให้ MAX GYM ประสบความสำเร็จในธุรกิจ

4.3.2 กระบวนการรักษาเครื่องเล่นออกกำลังกาย และอุปกรณ์ต่างๆ



รูปที่ 4.4 แผนผังแสดงกระบวนการบำรุงรักษา

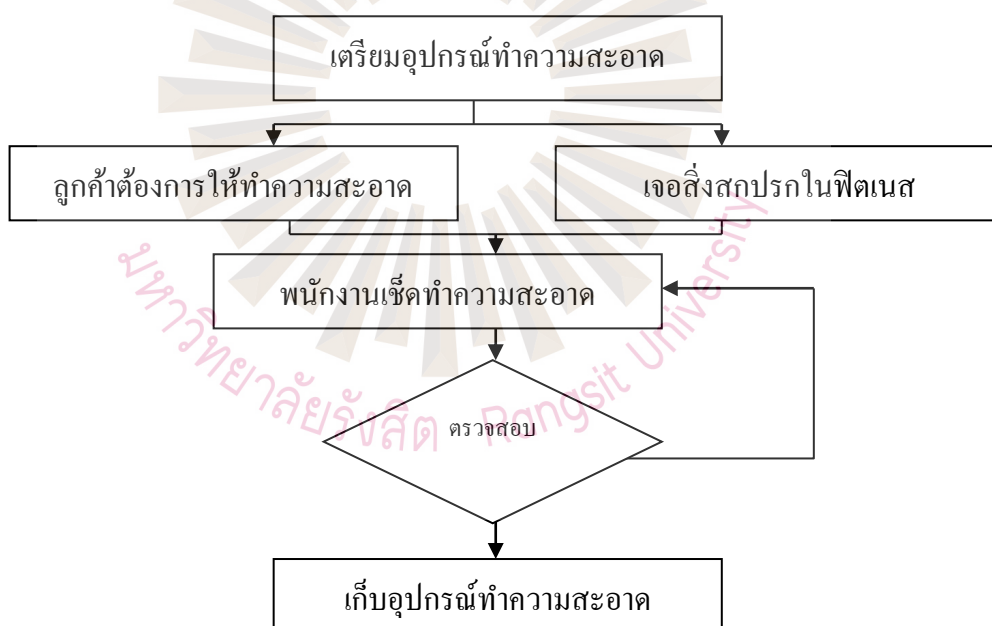
กระบวนการบำรุงรักษา MAX GYM มีขั้นตอนกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1. ทำการเลือกอุปกรณ์ที่จะทำการตรวจเช็ค
2. เตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ช่างที่จะทำการซ่อมแซม

3. ทำการตรวจเช็คสภาพความพร้อมใช้งาน
4. พบเจออุปกรณ์ที่ไม่พร้อมใช้งาน
5. ทำการบำรุงรักษาซ่อมแซมเครื่อง
6. เครื่องอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน

MAX GYM มีความมั่นใจว่าความพร้อมของเครื่องเล่นหรืออุปกรณ์เป็นสิ่งสำคัญ ช่วงซ่อมแซมควรปฏิบัติตามกระบวนการต่างๆ ตามขั้นตอนที่กำหนด จะทำให้ฟิตเนสมีความพร้อมที่จะให้บริการและทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความปลอดภัยและได้รับความพึงพอใจ สิ่งสำคัญคือความพร้อมใช้งานต้องมาคู่กับความปลอดภัยเสมอ ทำให้ลูกค้ามีการบอกต่อในกลุ่มเพื่อน ทำให้มีลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ เข้ามาใช้บริการของทางร้านเพิ่มขึ้น

4.3.3 กระบวนการทำความสะอาดสถานที่ให้บริการออกกำลังกาย



รูปที่ 4.5 แผนผังแสดงกระบวนการทำความสะอาดสถานที่

กระบวนการทำความสะอาด MAX GYM มีขั้นตอนกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ทำความสะอาด
2. พบเจอสิ่งไม่พึงประสงค์หรือพบเจอสิ่งสกปรกในฟิตเนส

3. ลูกค้าต้องการให้พนักงานทำความสะอาด
4. พนักงานเช็ดทำความสะอาดอุปกรณ์และทำความสะอาดสถานที่
5. ตรวจสอบเช็คความสะอาดให้เหมาะสม
6. เก็บอุปกรณ์ทำความสะอาดเข้าที่

MAX GYM จะทำความสะอาดตามกระบวนการต่างๆ ตามขั้นตอนที่กำหนด เพื่อให้ MAX GYM ีตเนสมีความสะอาดทุกครั้งที่คุณลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ เพราะฟิตเนสเป็นสถานที่ที่มีสิ่งสกปรกพอสมควร เนื่องจากมีลูกค้ามาใช้บริการมากมาย ทำให้ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญลำดับต้นๆ เพื่อรักษามาตรฐาน

4.4 มารยาทกฎและข้อบังคับในการใช้บริการใน MAX GYM

1. ต้องแสดงบัตรสมาชิกทุกครั้งที่ใช้บริการ
2. อย่าจ้องตียกน้ำหนักหรืออุปกรณ์
3. ถิ่นที่ยกน้ำหนักและวางไว้ในที่ถูกต้องหลังจากการใช้งาน
4. ใช้งานที่ยกน้ำหนักอย่างระมัดระวัง
5. ตอบสนองหรือให้ความช่วยเหลือ หากพบมีคนที่ดูเหมือนว่าจะมีปัญหา
6. เมื่อรู้สึกไม่สบาย อย่าออกกำลังกาย
7. โปรดหลีกเลี่ยงคำพูดและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม
8. อย่าใส่รองเท้าแตะ หรือกางเกงยีนส์มาเล่น
9. กรุณารักษาความสะอาดระหว่างใช้บริการ

4.5 กำลังการบริการสูงสุดและประมาณการกำลังการให้บริการ

MAX GYM สถานที่ให้บริการออกกำลังกาย เปิดเวลา 09.00-21.00 รวม 12 ชม. / วัน
 ความสามารถในการรองรับการให้บริการลูกค้าโดยนับจากจำนวนล็อกเกอร์ 40 ช่อง โดย 1 ช่อง ล็อกเกอร์ ีรับได้ 6 คนต่อวัน (แบ่งเป็นคนละ 2 ชม / ล็อกเกอร์)

ตารางที่ 4.1 แสดงปริมาณกำลังการบริการสูงสุด

กำลังการให้บริการสูงสุด / วัน (คน)	กำลังการให้บริการสูงสุด / สัปดาห์ (คน)	กำลังการให้บริการสูงสุด / ปี (คน)
240	$240 * 7 = 1,680$	$1,680 * 52 = 87,360$

ปริมาณการให้บริการวันจันทร์-อาทิตย์ มีผู้มาใช้บริการวันละ 120 คน เท่ากับ 840 คน/สัปดาห์และเท่ากับ 43,680 คน/ปี คิดเป็น 50 % ในปีแรก

ตารางที่ 4.2 การประมาณการให้บริการ

จำนวนปี	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำลังการให้บริการสูงสุด (คน/ปี)	87,360	87,360	87,360	87,360	87,360
ปริมาณการบริการ (คน/ปี)	43,680	45,427	47,174	48,922	50,669
คิดเป็น %	50%	52%	54%	56%	58%

4.6 รายละเอียดผลิตภัณฑ์และราคาค่าเสื่อม

4.6.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

MAX GYM ได้ทำการจัดซื้อเครื่องออกกำลังกายแบบ Weight training ings ทั้งหมด 16 เครื่องซึ่งประกอบไปด้วย เครื่องบริหารส่วนอก เครื่องบริหารหลัง เครื่องบริหารหัวไหล่ เครื่องบริหารขา เครื่องบริหารหน้าท้อง บาร์ยกน้ำหนักชุดที่ยกน้ำหนัก เครื่องเล่น Cardio จำนวน 12 เครื่อง ซึ่งประกอบด้วย เครื่องจำลองบันไดลู่วิ่งอัตโนมัติจักรยานคู่เดินกึ่งสตีปซึ่งแต่ละเครื่องจะมีอายุเฉลี่ยการใช้งานแตกต่างกันไปและมีค่าเสื่อมดังภาพในตาราง

ตารางที่ 4.3 แสดงรายละเอียดเครื่องจักรและตัดราคาค่าเสื่อม

ผลิตภัณฑ์พร้อมราคาและการตัดค่าเสื่อม						
ลำดับ	ผลิตภัณฑ์	จำนวน	ราคา	ราคา รวม	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมต่อปี / เครื่อง (10%)
1	เครื่องบริหารอก	3	25,000	75,000	5	2,500
2	เครื่องบริหารหลัง	4	20,000	80,000	5	2,000
3	เครื่องบริหารไหล่	1	25,000	25,000	5	2,500
4	เครื่องบริหารขา	3	15,000	45,000	5	1,500
5	เครื่องบริหารหน้าท้อง	1	14,000	14,000	5	1,400
6	บาร์ยกน้ำหนัก	3	9,000	27,000	5	900
7	ชุดที่ยกน้ำหนัก	1	20,000	20,000	3	2,000
8	เครื่องจำลองบันได	2	10,000	20,000	3	1,000
9	ลู่วิ่งอัตโนมัติ	5	25,000	125,000	3	2,500
10	จักรยาน	3	10,000	30,000	3	1,000
11	ลู่ออกกึ่งสเต็ป	2	20,000	40,000	3	2,000
	รวม	28	193,000	501,000		19,300

4.6.2 อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน

อุปกรณ์เครื่องใช้ภายใน MAX GYM มีดังต่อไปนี้

1. คอมพิวเตอร์พีซี 1 เครื่อง เครื่องละ 17,000 บาท
2. เครื่องคิดเลข 2 เครื่อง เครื่องละ 200 บาท
3. เค้าเตอร์รับแขก 1 ชุด ชุดละ 6,000 บาท
4. ชุดโต๊ะนั่ง 2 ชุด ชุดละ 7,000 บาท
5. โทรศัพท์สำนักงาน 1 เครื่อง เครื่องละ 500 บาท
6. ชุดเครื่องเขียน 1 ชุด ชุดละ 500 บาท
7. ตู้ล็อกเกอร์ 40 ช่อง 1 ตู้ ชุดละ 25,000 บาท

8. พัดลม 6 เครื่อง เครื่องละ 900 บาท

9. โทรทัศน์ 1 เครื่อง เครื่องละ 12,000 บาท

ตารางที่ 4.4 แสดงรายละเอียดอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน

ลำดับ	รายการ	ราคา	จำนวน	ราคารวม	อายุการใช้งาน/ปี	ค่าเสื่อม / ปี(10%)
1	คอมพิวเตอร์พีซี	17,000	1	17,000	5	1,700
2	เครื่องคิดเลข	200	2	400	5	20
3	เก้าอี้ตัวรับแขก	6,000	1	6,000	5	600
4	ชุดโต๊ะนั่ง	7,000	2	14,000	5	700
5	โทรศัพท์สำนักงาน	500	1	500	5	50
6	ชุดเครื่องเขียน	500	1	500	1	50
7	ตู้สี่ล้อเกอร์	25,000	1	25,000	5	2,500
8	พัดลม	900	6	5,400	5	90
9	โทรทัศน์	12,000	1	12,000	5	1,200
	รวม	69,100	9	80,800		6,910

4.6.3 วัสดุสิ้นเปลือง

วัสดุสิ้นเปลืองใน MAX GYMมีดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงรายละเอียดวัสดุสิ้นเปลือง

ลำดับ	รายการ	ราคา	จำนวน	หน่วย	ราคารวม (ปี)	ค่าเสื่อมราคา / ปี(10%)
1	น้ำยาเช็ดเครื่องเล่น	40	200	ลิตร	8,000	800
2	น้ำยาซักผ้า	30	300	ลิตร	9,000	900
3	น้ำยาเช็ดกระจก	20	200	ลิตร	4,000	400
4	น้ำยาทำความสะอาดพื้น	30	180	ลิตร	5,400	540

ตารางที่ 4.5 แสดงรายละเอียดวัสดุสิ้นเปลือง (ต่อ)

ลำดับ	รายการ	ราคา	จำนวน	หน่วย	ราคารวม (ปี)	ค่าเสื่อมราคา / ปี(10%)
5	ผ้าเช็ดแห้ง	60	60	ผืน	3,600	360
6	ทิชชู	80	12	โหล	960	96
7	สบู่เหลวล้างมือ	250	50	ลิตร	12,500	1,250
รวม					43,460	4,346

4.7 ต้นทุนในการให้บริการ แรงงานและค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

4.7.1 ค่าแรงทางตรง

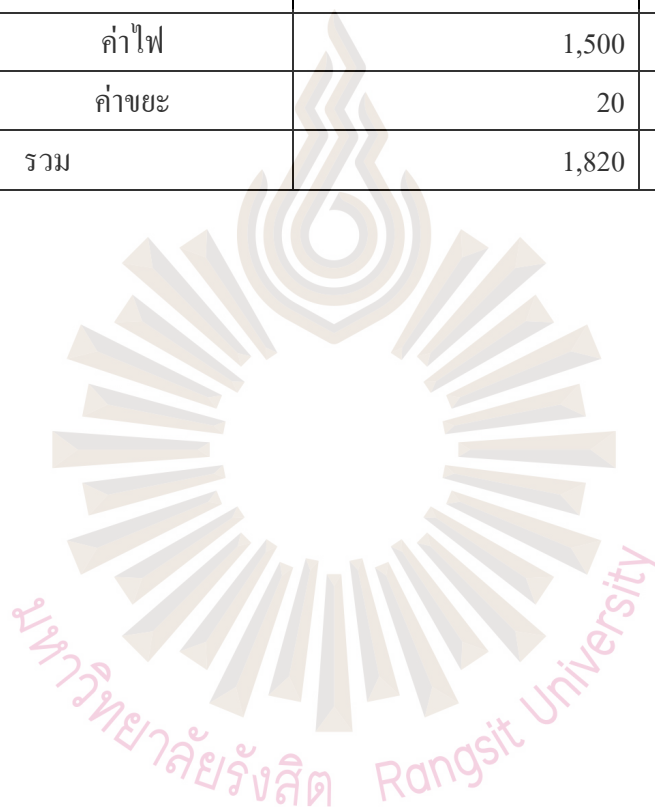
ตารางที่ 4.6 แสดงรายละเอียดค่าแรงทางตรง

รายละเอียดค่าแรงทางตรง					
ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน	รวมเงิน / เดือน	รวมเงิน / ปี
1	ผู้จัดการ	1	15,000	15,000	180,000
2	เทรนเนอร์	2	12,000	24,000	288,000
3	พนักงานขาย	1	9,000	9,000	108,000
4	พนักงานทำความสะอาด	1	9,000	9,000	108,000
5	พนักงานซ่อมบำรุง	1	10,000	10,000	120,000
รวม		6	55,000	67,000	804,000

4.7.2 ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค

รายละเอียดค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค			
ลำดับ	รายการ	ค่าใช้จ่าย / เดือน	ค่าใช้จ่าย / ปี
1	ค่าน้ำ	300	3,600
2	ค่าไฟ	1,500	18,000
3	ค่าขยะ	20	240
รวม		1,820	21,840

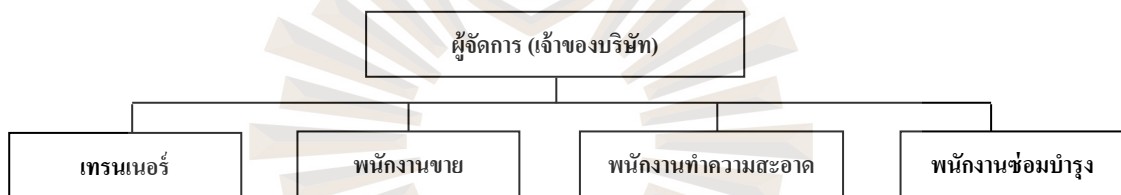


บทที่ 5

แผนการจัดการและกำลังคน

5.1 โครงสร้างองค์กร

โครงการ MAX GYM ได้มีการออกแบบโครงสร้างองค์กรซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมบริหารงานโดยผู้จัดการหรือเจ้าของบริษัทเพื่อให้บุคลากรได้ดำเนินงานปฏิบัติตามที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของงาน โดยมีโครงสร้างองค์กรดังนี้



รูปที่ 5.1 โครงสร้างองค์กร MAX GYM

โครงสร้างองค์กรของ MAX GYM ประกอบด้วยบุคคล 6 คน ดังนี้

1. ผู้จัดการ (เจ้าของบริษัท) 1 ตำแหน่ง
2. เทรนเนอร์ 2 ตำแหน่ง
3. พนักงานชาย 1 ตำแหน่ง
4. พนักงานทำความสะอาด 1 ตำแหน่ง
5. พนักงานซ่อมบำรุง 1 ตำแหน่ง

5.2 คุณสมบัติและลักษณะงานของพนักงาน

5.2.1 ตำแหน่งผู้จัดการ จำนวน 1 ตำแหน่ง

ลักษณะงาน

1. ควบคุมดูแลการบริหารงาน จัดการเกี่ยวกับ MAX GYM ทั้งหมด
2. ควบคุมดูแลการทำงานของฝ่ายต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปตามแผนที่วางไว้
3. ดำเนินการทางด้านธุรกรรมต่างๆ เช่น ทำสัญญา จัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย
4. จัดสรรเงินและอนุมัติการจ่าย กำหนดงบประมาณทางการตลาดของ Max Gym
5. จัดทำรายงานให้เจ้าของธุรกิจทราบถึงความก้าวหน้าและสถานะของธุรกิจ

คุณสมบัติ

1. วุฒิการศึกษาปริญญาตรี สาขาบริหารหรือที่เกี่ยวข้อง
2. มีความเข้าใจในการวิจัยตลาด การจัดทำแบบสำรวจ การประมวลผล
3. มีความรับผิดชอบ อดทน เป็นผู้ใหญ่
4. มีความสามารถในการสื่อสารได้อย่างดี รับฟังลูกค้า สื่อสารกับผู้อื่นได้
5. มีความคิดสร้างสรรค์ หาแนวทางใหม่ๆ ทางการตลาดได้
6. สามารถใช้งาน Application ต่างๆ ในคอมพิวเตอร์ได้เป็นอย่างดี
7. มีความเข้าใจในการใช้งานเว็บไซต์ เว็บบอร์ด และ Social Network ต่างๆ เป็นอย่างดี

ระยะเวลาในการทำงาน

วันจันทร์ – วันเสาร์ เวลา 9.00 – 18.00น โดยมีการทำงานเป็นช่วงเวลา 8 ชั่วโมงต่อวันพัก 1 ชม.

เงินเดือน 15,000 บาท

5.2.2 ตำแหน่งเทรนเนอร์ จำนวน 2 ตำแหน่ง

ลักษณะงาน

1. ให้ความรู้พื้นฐานการออกกำลังกายแก่สมาชิก
2. ดูแลเรื่องความปลอดภัยขณะลูกค้าใช้บริการ
3. แนะนำเทคนิคต่างๆ ในการออกกำลังกายแก่สมาชิก

คุณสมบัติ

1. อายุไม่เกิน 35 ปี
2. มีประสบการณ์สอนฟิตเนสมาก่อนจะได้รับพิจารณาเป็นพิเศษ
3. มีใจรักงานบริการ
4. มีบุคลิกภาพดี
5. สามารถทำงานล่วงเวลาได้
6. ยินดีรับนักศึกษาจบใหม่
7. ยินดีรับนักศึกษาฝึกงานผู้ที่จบด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา

ระยะเวลาในการทำงาน

วันจันทร์- วันเสาร์ เวลา 13.00 – 21.00 น. โดยมีการทำงานเป็นช่วงเวลา 7 ชั่วโมงต่อวันพัก 1 ชม.

เงินเดือน 12,000บาท

5.2.3 ตำแหน่งพนักงานขาย จำนวน 1 ตำแหน่ง

ลักษณะงาน

1. มีหน้าที่ต้อนรับลูกค้าที่มาติดต่อทั้งทางโทรศัพท์และเดินเข้ามาเอง เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับข้อมูล MAX GYM

ในขั้นต้น

อนุมัติ

2. พาลูกค้าเดินชมโดยรอบของสถานที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์
3. มีหน้าที่รับทำสัญญากับลูกค้าและทำสัญญาเพื่อให้ผู้จัดการเซ็น
4. จัดทำเอกสารต่างๆ เกี่ยวกับข้อมูลของลูกค้า
5. รับแจ้งและแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในฟิตเนส

6. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดการค้า
7. ให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า เช่น การตรวจสอบความพึงพอใจ

หลังการใช้บริการ

คุณสมบัติ

1. วุฒิกการศึกษาปริญญาตรี, ปวช, ปวส สาขาบริหารหรือที่เกี่ยวข้อง
2. ต้องเป็นผู้มีศิลปะในการเจรจา
3. ให้ข้อมูลสินค้าที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อลูกค้ามากที่สุด

ข้อดีต่อลูกค้า

4. ต้องเป็นผู้มีทัศนคติดี เป็นผู้รับฟังที่ดี
5. รู้จักการจัดเก็บข้อมูล เพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและการขาย
6. ปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการ

ขาย

ระยะเวลาในการทำงาน

วันจันทร์- วันศุกร์ เวลา 10.00 – 19.00 น โดยมีการทำงานเป็นช่วงเวลา 8

ชั่วโมงต่อวันพัก 1 ชม

เงินเดือน 9,000 บาท และจะได้รับค่าคอมมิชชั่นจากราคาในการเซ็น

สัญญาของลูกค้า 10 %

5.2.4 ตำแหน่งพนักงานทำความสะอาด จำนวน 1 ตำแหน่ง

ลักษณะงาน

1. ตรวจสอบดูแลความสะอาดเครื่องให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน
2. ดูแลความสะอาดของพื้นที่โดยรอบ
3. ดูแลจัดการเรื่องขยะ

คุณสมบัติ

1. เพศหญิง
2. ไม่จำกัดวุฒิ
3. มีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน
4. สามารถทำงานล่วงเวลาได้

ระยะเวลาในการทำงาน

วันอังคาร- วันเสาร์ เวลา 9.00 – 17.00 น โดยมีการทำงานเป็นช่วงเวลา 7 ชั่วโมงต่อวันพัก 1 ชม.

เงินเดือน 9,000 บาท

5.2.5 ตำแหน่งช่างซ่อมบำรุงจำนวน 1 ตำแหน่ง

ลักษณะงาน

1. ตรวจสอบดูแลเครื่องให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน
2. ซ่อมบำรุงเครื่องอุปกรณ์ต่างๆ ให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์
3. ดำเนินการป้องกัน บันทึกการซ่อมบำรุงงานที่ดำเนินการ
4. ให้ความรู้พื้นฐานในการแก้ไขปรับปรับอุปกรณ์ให้แก่พนักงาน

คุณสมบัติ

1. มีความรู้ทางด้านช่าง
2. หากมีประสบการณ์จะพิจารณาเป็นพิเศษ
3. มีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน

ระยะเวลาในการทำงาน

วันจันทร์- วันเสาร์ เวลา 13.00 - 21.00 น โดยมีการทำงานเป็นช่วงเวลา 7 ชั่วโมงต่อวันพัก 1 ชม.

เงินเดือน 10,000 บาท

5.3 ตารางสรุปค่าตอบแทนบุคลากร

ตารางที่ 5.1 แสดงรายละเอียดค่าตอบแทนบุคลากร

รายละเอียดค่าแรงทางตรง					
ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน	รวมเงิน / เดือน	รวมเงิน / ปี
1	ผู้จัดการ	1	15,000	15,000	180,000
2	เทรนเนอร์	2	12,000	24,000	288,000
3	พนักงานขาย	1	9,000	9,000	108,000
4	พนักงานทำความสะอาด	1	9,000	9,000	108,000
5	พนักงานซ่อมบำรุง	1	10,000	10,000	120,000
รวม		6	55,000	67,000	804,000

5.4 ตารางแสดงเวลาปฏิบัติงาน

ตารางที่ 5.2 แสดงรายละเอียดตารางแสดงเวลาปฏิบัติงาน

ตำแหน่ง	วัน	เวลา
ผู้จัดการ	จันทร์ - เสาร์	9.00 – 18.00 น.
เทรนเนอร์	จันทร์-เสาร์	13.00 – 21.00 น.
พนักงานขาย	จันทร์-ศุกร์	10.00 – 19.00 น.
พนักงานทำความสะอาด	อังคาร - เสาร์	9.00 – 17.00 น.
พนักงานซ่อมบำรุง	จันทร์-เสาร์	13.00 - 21.00 น.

5.5 การสรรหาบุคลากร

ทางMAX GYMมีการสรรหาบุคลากรดังนี้

1. คัดเลือกจากประวัติใบสมัครทั้งหมดโดยเน้นดูที่ประสบการณ์
2. สัมภาษณ์ดูความเหมาะสม บุคลิกภาพ ความตั้งใจจริง การตรงต่อเวลา
3. ตรวจสอบผู้อ้างอิง
4. ทดสอบความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับฟิตเนส การออกกำลังกาย
5. สัมภาษณ์โดยผู้บริหาร

5.6 สถิติการของพนักงาน

5.6.1 การจ่ายโบนัส

การจ่ายโบนัสโดยจะจ่ายตามอัตราเงินเดือนของแต่ละคน คนละ 1 เดือนพิจารณาจาก

1. ความรับผิดชอบต่อหน้าที่
2. อัตราการขาด ลา มาสายในการทำงาน
3. การจ่ายโบนัสจะจ่ายกรณีที่ธุรกิจสามารถทำกำไรได้เท่านั้นจากจำนวนสมาชิกใหม่

5.6.2 การลางาน วันหยุด

การลากิจ ลาป่วย สามารถทำได้ตามระเบียบที่กรมแรงงานได้กำหนดเอาไว้ โดยพนักงานทุกคนจะมีวันหยุดงานสัปดาห์ละ 1 วัน โดยทางบริษัทจะกำหนดวันตามเหมาะสม

5.6.3 อื่นๆ

1. การตรวจสุขภาพประจำปี
2. เสื้อสกรีน โลโก้MAX GYM

บทที่ 6

แผนการเงิน

6.1 ปริมาณการบริการตามประมาณการยอดขาย (คน)

ตารางที่ 6.1 ปริมาณการบริการตามประมาณการยอดขาย

คิดเป็นร้อยละของปริมาณการผลิตสูงสุด	50%	52%	54%	56%	58%
ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การบริการพิเศษ	43,680	45,427	47,174	48,922	50,669
รวม	43,680	45,427	47,174	48,922	50,669

6.2 ราคาขายต่อหน่วย

ตารางที่ 6.2 ราคาขายต่อหน่วย

ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
ค่าบริการรายวัน	80	คน
ค่าบริการรายเดือน	800	คน
ค่าบริการรายปี	6,000	คน

6.3 ยอดขาย (บาท)

ตารางที่ 6.3 ยอดขาย

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าบริการฟิตเนส	1,397,760	1,453,670	1,509,581	1,565,491	1,621,402
รวม	1,397,760	1,453,670	1,509,581	1,565,491	1,621,402

6.4 แรงงานในการผลิต

ตารางที่ 6.4 แรงงานในการผลิต

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
9000	พนักงานทำความสะอาด	1	1	1	1	1
10000	พนักงานซ่อมบำรุง	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการผลิต(บาท)		228,000	239,400	251,370	263,939	277,135

6.5 แรงงานในการขายและบริหาร

ตารางที่ 6.5 แรงงานในการขายและบริหาร

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
15000	ผู้จัดการ	1	1	1	1	1
12000	เทรนเนอร์	2	2	2	2	2
9000	พนักงานขาย	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการขายและบริหาร(บาท)		576,000	604,800	635,040	666,792	700,132

6.6 ค่าโสหุ้ยในการผลิต (บาท)

ตารางที่ 6.6 ค่าโสหุ้ยในการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	6,910	7,048	7,260	7,550	7,928
วัสดุสิ้นเปลือง	43,460	44,329	45,659	47,485	49,860
รวม	50,370	51,377	52,919	55,035	57,787

6.7 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (บาท)

ตารางที่ 6.7 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เสื้อยืด Max Gym	30,000	-	-	-	-
โฆษณาโดยใช้สื่อกลางแจ้ง	50,000	-	-	-	-
แจกใบปลิว	2,400	-	-	-	-
สื่อออนไลน์	120,000	-	-	-	-
วีงการกุศล	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวม	222,400	20,000	20,000	20,000	20,000

6.8 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (บาท)

ตารางที่ 6.8 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าสาธารณูปโภคเดือนละ 1,820 บาท	21,840	22,932	24,079	25,283	26,547
รวม	21,840	22,932	24,079	25,283	26,547

6.9 ค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 6.9 ค่าเสื่อมราคา

เครื่องจักรอุปกรณ์	10	ปี
อุปกรณ์สำนักงาน	10	ปี
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	10	ปี

6.10 ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)

ตารางที่ 6.10 ค่าเสื่อมราคาในการผลิต

ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เครื่องจักรอุปกรณ์	50,100	50,100	50,100	50,100	50,100
รวม	50,100	50,100	50,100	50,100	50,100

6.11 ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริการ (บาท)

ตารางที่ 6.11 ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริการ

ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อุปกรณ์สำนักงาน	8,080	8,080	8,080	8,080	8,080
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
รวม	9,080	9,080	9,080	9,080	9,080

6.12 เงินลงทุนในโครงการ (บาท)

ตารางที่ 6.12 เงินลงทุนในโครงการ

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
เครื่องจักรอุปกรณ์	501,000	501,000	-
อุปกรณ์สำนักงาน	80,800	80,800	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	10,000	10,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	408,200	408,200	-
รวม	1,000,000	1,000,000	-

6.13 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (บาท)

ตารางที่ 6.13 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,397,760	1,453,670	1,509,581	1,565,491	1,621,402
ต้นทุนขาย					
- แรงงานในการผลิต	228,000	239,400	251,370	263,939	277,135
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	50,100	50,100	50,100	50,100	50,100
- ค่าเสียหายในการผลิต	50,370	51,377	52,919	55,035	57,787
รวมต้นทุนขาย	328,470	340,877	354,389	369,074	385,023
กำไรขั้นต้น	1,069,290	1,112,793	1,155,192	1,196,417	1,236,379
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	576,000	604,800	635,040	666,792	700,132
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	9,080	9,080	9,080	9,080	9,080
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	222,400	20,000	20,000	20,000	20,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	21,840	22,932	24,079	25,283	26,547
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	829,320	656,812	688,199	721,155	755,758

ตารางที่ 6.13 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	239,970	455,981	466,993	475,263	480,621
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	239,970	455,981	466,993	475,263	480,621
ภาษีเงินได้	71,991	136,794	140,098	142,579	144,186
กำไรสุทธิ	167,979	319,187	326,895	332,684	336,434

6.14 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน (บาท)

ตารางที่ 6.14 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	1,000,000	-	-	-	-
- ยอดขาย	1,397,760	1,453,670	1,509,581	1,565,491	1,621,402
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	2,397,760	1,453,670	1,509,581	1,565,491	1,621,402
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	591,800	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	278,370	290,777	304,289	318,974	334,923
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	820,240	647,732	679,119	712,075	746,678
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	71,991	136,794	140,098	142,579	144,186
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	1,762,401	1,075,304	1,123,505	1,173,627	1,225,787
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	635,359	1,013,726	1,399,801	1,791,665
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	635,359	378,367	386,075	391,864	395,614
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	635,359	1,013,726	1,399,801	1,791,665	2,187,279

6.15 ประมาณการงบดุล (บาท)

ตารางที่ 6.15 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	635,359	1,013,726	1,399,801	1,791,665	2,187,279
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	635,359	1,013,726	1,399,801	1,791,665	2,187,279
สินทรัพย์ถาวร					
- เครื่องจักรอุปกรณ์	501,000	501,000	501,000	501,000	501,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	80,800	80,800	80,800	80,800	80,800
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	591,800	591,800	591,800	591,800	591,800
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	59,180	118,360	177,540	236,720	295,900
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	532,620	473,440	414,260	355,080	295,900
รวมสินทรัพย์	1,167,979	1,487,166	1,814,061	2,146,745	2,483,179
ส่วนของเจ้าของ					
- เงินลงทุน	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
- กำไรสะสม	167,979	487,166	814,061	1,146,745	1,483,179
รวมส่วนของเจ้าของ	1,167,979	1,487,166	1,814,061	2,146,745	2,483,179
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	1,167,979	1,487,166	1,814,061	2,146,745	2,483,179

บทที่ 7

แผนฉุกเฉิน

7.1 แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan)

เพื่อให้บริษัทสามารถปรับตัวรับสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ตามแผนหลักได้ทันเวลาเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 7.1 แสดงปัญหา ผลกระทบ แนวทางการแก้ไข

ปัญหา	ผลกระทบ	แนวทางการแก้ไข
กรณีที่ 1 การปรับลดราคา หรือการตัดราคา ของกลุ่มแข่งขัน	ทำให้เกิดแรงจูงใจไปใช้ สถานบริการออกกำลัง กายที่อื่น	บริษัทจะทำการประเมินราคาที่ถูกค่าที่ได้รับจากคู่แข่งแล้วพิจารณาถึงสัดส่วนกำไรที่บริษัทได้รับและชนิดของการบริการ เนื่องจากการบริการเมื่อลูกค้าประทับใจแล้วจะเป็นผลทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกในครั้งถัดไป
กรณีที่ 2 การเข้ามาของ คู่แข่งรายใหม่	ทำให้บริษัทสูญเสียรายได้ และกำไร	จะทำการพิจารณาถึงสาเหตุที่ลูกค้าหันไปใช้บริการสถานที่แห่งนั้นและปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
กรณีที่ 3 ลูกค้าได้รับ บาดเจ็บ	ลูกค้าได้รับบาดเจ็บ เกิด การฟ้องร้องเรื่อง มาตรฐานการเล่น	พนักงานเทรนเนอร์จะได้รับความรู้พื้นฐานในการปฐมพยาบาล และนำลูกค้าส่งโรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุด

บรรณานุกรม

- กวีพล พันธุ์เพ็ง. (2560) กระแสนิยมการออกกำลังกายกับโอกาสของธุรกิจฟิตเนสไทยที่ไม่ควรมองข้าม สืบค้น 1 มิถุนายน 2560 จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1347>.
- บริษัท เอซี.คอนซัลแท็นท์ จำกัด. (2560) กฎหมายสำหรับฟิตเนส. สืบค้น 1 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.accon.co.th/N18fitness.html>.
- ภัทรภร รัตนสินทวีกุล. (2558). แผนธุรกิจสนามบาสเก็ตบอลและสนามวอลเลย์บอลให้เช่า. หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560) ฟิตเนส เซ็นเตอร์มูลค่าตลาดปีหนู 6,000 ล้านบาทขยายตัว 7 %. สืบค้น 1 มิถุนายน 2560 จาก <http://positioningmag.com/38786>.
- สุภาพร เทพยสุวรรณ. (2560) วิธีแก้ปัญหาลูกติดทีวี ไอแพด คอมพิวเตอร์ มือถือ. สืบค้น 1 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.manager.co.th/qol/viewnews.aspx?NewsID=9580000058821>.
- บริษัท เอซี.คอนซัลแท็นท์ จำกัด (2560) กฎหมายสำหรับฟิตเนส. สืบค้น 1 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.accon.co.th/N18fitness.html>.

