

โครงการจัดตั้งสตูดิโอฟิตเนสสมัยใหม่

Ultimate body



โครงการจัดตั้งสตูดิโอพิตเนสสมัยใหม่

Ultimate body



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2557



© 2558

สันติภาพ รุ่งกิจเจริญการ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาระและการสร้างคุณค่า

เรื่อง โครงการจัดตั้งสตุติโอพีตเนสสมัยใหม่ (Ultimate body)

ผู้วิจัย สันติภาพ รุ่งกิจเจริญการ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ณัฐธนิชา ณ นคร)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ปีเตอร์ กั้น)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 19 มกราคม 2558

สันติภาพ รุ่งกิจเจริญการ. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต, พุทธศักราช 2557, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โครงการจัดตั้งสตูดิโอไมโครฟิตเนส (125 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ณัฐธนิชา ณ นคร

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของชายแบบ เมโทรเซ็กส์ชวล และกลุ่มคนที่ดูแลตัวเองดี ที่มีฟิตเนสเซ็นเตอร์ในปัจจุบัน 2) เพื่อทราบถึงสิ่งที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองในฟิตเนสเซ็นเตอร์ของชายแบบ เมโทรเซ็กส์ชวล และกลุ่มคนที่ดูแลตัวเองดี 3) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำธุรกิจฟิตเนสสมัยใหม่ที่ตอบโจทย์กลุ่มคนที่ไม่มีความพร้อมและใช้เวลาน้อยที่สุดในการใช้บริการ

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุช่วง 20-36 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เข้าใช้บริการฟิตเนสคาดหวังต้องการมีรูปร่างที่ดี และต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง เรียงตามลำดับ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 4 ครั้งต่อสัปดาห์ เวลาที่ใช้บริการส่วนใหญ่ 2 ชั่วโมงต่อครั้ง สะดวกช่วงเวลาบ่าย-เย็น ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกายจากเพื่อนหรือคนรู้จัก

ในแง่ของความพึงพอใจต่อระบบการบริหาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คะแนน ความทันสมัยหรือคุณภาพของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางไปสะดวก เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดี และห้องน้ำมีความสะอาด

ผลลัพธ์จากการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาปรับปรุงสตูดิโอไมโครฟิตเนสต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เช่น คุณภาพของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับจากทางสตูดิโอ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียงและเป็นผู้นำในการให้บริการแบบสะดวกและรวดเร็วในด้านการพัฒนาร่างกายในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: ฟิตเนสสมัยใหม่, พฤติกรรมผู้บริโภค, ความพึงพอใจ

Rungkijareerkan, S. M.Com.Arts. (Entertainment Management and Production),
November 2014, Graduate School, Bangkok University.

The project to Modern fitness Studio (125 pp.)

Advisor: Nattanicha Na Rakorn, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this research are to 1) To learn the behavior of metrosexual men and the people who take care of themselves the fitness center today. 2) To know the things that have not received a response in a fitness center about metrosexual men and who take care of themselves 3) To study the feasibility to establish a modern fitness center business A group of people who do not respond in time and less time in the service

The result of the study shows that the majority of the samples, who are predominantly male age range 20-36 years and are employees working for private business the average income per month is more than 30,000 baht, the majority of the expected fitness needs a good shape and want to be healthy. Most have a frequency of 4 times per week 2 hour per time, convenience afternoon – evening, most information about the place out from the friend or acquaintance

In terms of customer satisfaction management system most sample group to score modernization or quality of service, It's location provides easy access to services, Officers or employees has good interpersonal and hospitable and the bathrooms are clean

The result of the study shows that improve the fitness studio to take into consideration the needs of customers for example, the quality of device the satisfaction of our customers get from the studio so business can continue business success with the reputation as a leader in providing fast and convenient service in the development of the body in Bangkok

Keywords: The modern Fitness Studio, Consumer Behavior, Satisfaction

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้างานวิจัยฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงยิ่งของ ดร. ณีฐธัญญา ณ นคร อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ดร.ปีเตอร์ กัน ประธานที่ปรึกษาหลักสูตร ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด ที่กรุณาให้คำแนะนำให้คำปรึกษา ตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระ ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ และ ดร.จุฑา เทียนไท บุคคลผู้จุดประกายให้เกิดแรงบันดาลใจในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยเล่มนี้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ ให้แนวทางการศึกษา ตลอดจนแนวคิดต่างๆ ที่ได้นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบคุณคุณ สิทธิ เจริญฤทธิ์ เจ้าของกิจการ Power zone gym คุณสุนทร หวังเจริญ ผู้จัดการFitness 7 คุณวงษ์เดช เอี้ยวสานุรักษ์ ผู้บริหารThe bodytec ในการให้ความอนุเคราะห์ ข้อมูลต่างๆ ให้การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ สำหรับโครงการนี้จนสำเร็จลุล่วง

ขอขอบคุณ พี่ๆ น้องๆ ทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ จนทำให้งานวิจัย ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ ครอบครัว รุ่งกิจเจริญการ โดยมี บิดา มารดา ที่คอยอบรม เลี้ยงดูส่งเสริมให้ข้าพเจ้าได้ประสบความสำเร็จจนมาถึง ณ จุดนี้

สันติภาพ รุ่งกิจเจริญการ 20 มกราคม 2558

สันติภาพ รุ่งกิจเจริญการ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	5
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดความเป็นชายเมโทรเซ็กส์ชวล (Metrosexual Men)	8
2.2 วิทยาศาสตร์การกีฬา	11
2.3 แนวคิดและหลักการจัดการ ทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่	18
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์การ หน้าที่ของการจัดการ	32
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	46
3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	47
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	48
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	48
3.6 การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล	48
บทที่ 4 การวิเคราะห์ผลการวิจัย	
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์	50
4.2 ความต้องการที่มีผลต่อธุรกิจ	52
4.3 ปัจจัยด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ	56

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) การวิเคราะห์ผลการวิจัย	
4.4 การสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ พิเศษ จำนวน 3 คน	63
บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ	
5.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	65
5.2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ	67
5.3 สถานที่ตั้งโครงการ	68
5.4 รายละเอียดการบริการ	70
5.5 การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร	75
บทที่ 6 งบการเงิน	
6.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน	81
6.2 การประมาณเงินลงทุน	81
6.3 การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุน	83
6.4 การประมาณรายได้	84
6.5 การประมาณรายจ่าย	86
6.6 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	89
6.7 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	99
6.8 ประมาณการงบกระแสเงินสด	103
6.9 ข้อสมมติฐานในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	105
บทที่ 7 สรุปประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ	
7.1 บทสรุปการวิจัย	111
7.2 บทสรุปทางธุรกิจ	112
บรรณานุกรม	114
ภาคผนวก	117
ภาคผนวก ก บทสรุปผู้บริหาร (EXECUTIVE SUMMARY)	118
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	119
ประวัติผู้เขียน	125
เอกสารว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: รายชื่อเขต	47
ตารางที่ 4.1: จำนวนร้อยละตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
ตารางที่ 4.2: จำนวนร้อยละตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม	51
ตารางที่ 4.3: จำนวนร้อยละตามอาชีพ	51
ตารางที่ 4.4: จำนวนร้อยละตามรายได้ต่อเดือน	52
ตารางที่ 4.5: จำนวนร้อยละแบ่งตามเคยหรือไม่เคยมาออกกำลังกาย	52
ตารางที่ 4.6: จำนวนร้อยละตามเคยใช้บริการสถานออกกำลังกายทั่วไป	53
ตารางที่ 4.7: จำนวนร้อยละตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกาย	53
ตารางที่ 4.8: จำนวนร้อยละตามที่คนสะดวกมาออกกำลังกาย...ครั้ง/สัปดาห์	54
ตารางที่ 4.9: จำนวนร้อยละตามเวลา...ชั่วโมง/ครั้งที่มาเล่น	54
ตารางที่ 4.10: จำนวนร้อยละช่วงเวลาที่สะดวกไปใช้สถานที่ออกกำลังกาย	55
ตารางที่ 4.11: จำนวนร้อยละการคาดหวังให้รูปแบบการฝึกสอนเป็นแบบใด	55
ตารางที่ 4.12: จำนวนร้อยละได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกายจากทางใด	56
ตารางที่ 4.13: แสดงความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	57
ตารางที่ 4.14: แสดงความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้านราคาสินค้า (Price)	58
ตารางที่ 4.15: ความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	59
ตารางที่ 4.16: ความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	60
ตารางที่ 4.17: ความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้านบุคลากร (People)	61
ตารางที่ 4.18: ความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้าน กระบวนการให้บริการ (Process)	62
ตารางที่ 5.1: ตารางแสดงเป้าหมายระดับองค์กร	66
ตารางที่ 5.2: ตารางแสดงเป้าหมายระดับธุรกิจ	66
ตารางที่ 5.3: ตารางแสดงเป้าหมายทางการตลาด	67
ตารางที่ 5.4: ตารางแสดงรายละเอียดบริการทั่วไป	71
ตารางที่ 5.5: ตารางแสดงรายละเอียดตำแหน่งและอัตราเงินเดือน	73
ตารางที่ 6.1: แสดงมูลค่าอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในบริการลูกค้า	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 6.2: แสดงมูลค่าอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	82
ตารางที่ 6.3: แสดงสรุปประมาณการเงินลงทุน	83
ตารางที่ 6.4: แสดงสัดส่วนเงินลงทุนและอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง	83
ตารางที่ 6.5: แสดงอัตราค่าบริการ	84
ตารางที่ 6.6: แสดงประมาณการรายได้ในปีที่ 1	85
ตารางที่ 6.8: แสดงประมาณการรายได้ในปีที่ 1 – 5	85
ตารางที่ 6.9: แสดงประมาณการรายจ่ายในปีที่ 1	86
ตารางที่ 6.10: แสดงประมาณการรายจ่ายในปีที่ 1 – กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	88
ตารางที่ 6.11: แสดงประมาณการรายจ่ายในปีที่ 1 – กรณีที่แย่มากที่สุด	89
ตารางที่ 6.12: แสดงประมาณการกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานในปีที่ 1 – 5	105
ตารางที่ 6.13: แสดงประมาณกำไรสุทธิในปีที่ 1 – 5	105
ตารางที่ 6.14: การคำนวณต้นทุนเงินลงทุนถัวเฉลี่ย	106
ตารางที่ 6.15: แสดงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในปีที่ 1 – 5	107
ตารางที่ 6.16: แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่ดีที่สุด	107
ตารางที่ 6.17: แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	108
ตารางที่ 6.18: แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่แย่มากที่สุด	108
ตารางที่ 6.19: แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่ดีที่สุด	109
ตารางที่ 6.20: แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	109
ตารางที่ 6.21: แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่แย่มากที่สุด	110
ตารางที่ 6.22: แสดงสรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	110

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 5.1: ภาพแสดงตึก เทรนดี้ออฟฟิศ	69
ภาพที่ 5.2: ภาพแสดงแผนที่ตึกเทรนดี้ออฟฟิศ	69
ภาพที่ 5.3: ภาพแสดงแผนผังของตึก	70
ภาพที่ 5.4: ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรของศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body	71
ภาพที่ 5.5: ภาพแสดงการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์	76
ภาพที่ 5.6: ภาพแสดงขั้นตอนการผลิตและการดำเนินงาน	78



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ในปัจจุบันประชาชนให้ความสนใจทางด้านสุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากว่าสุขภาพเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับมนุษย์ หากว่ามนุษย์นั้นเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีย่อมบ่งชี้ถึงการมีคุณภาพชีวิตไปในแนวทางที่ดี เมื่อเป็นเช่นนี้การให้ประชาชนตระหนักถึงความเอาใจใส่ในด้านสุขภาพโดยการใช้การออกกำลังกายเป็นยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมสุขภาพของบุคคลเพื่อให้เป็นผู้ที่มีสุขภาพดีและสมบูรณ์แข็งแรง จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นเนื่องจากการออกกำลังกายอย่างเหมาะสมและสม่ำเสมอเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลต่อสุขภาพให้ไปในแนวทางที่ดี ภาระที่สำคัญของทางภาครัฐคือการสนับสนุนให้ประชาชนได้มีการออกกำลังกาย โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บรรลุถึงภาวะที่สมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ สิ่งที่สามารถสัมผัสได้อย่างเป็นรูปธรรมก็คือการให้การสนับสนุนในเรื่องของการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัยให้ได้มีการออกกำลังกายกันอย่างทั่วถึง เช่น โครงการลานกีฬาต้านยาเสพติด ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากประชาชนภายในหมู่บ้าน ทั้งนี้เนื่องจากว่าในปัจจุบันปัญหาสุขภาพนั้นวันจะมีความรุนแรงและเพิ่มมากขึ้น (วิสาข์ สุขเกษม, 2550) พฤติกรรมของประชาชนในการเลือกใช้บริการสถานบริการออกกำลังกายในอำเภอเชียงใหม่)

ปัจจุบันการออกกำลังกายได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายว่าสามารถช่วยส่งเสริม ป้องกันรักษา และฟื้นฟูสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระทรวงสาธารณสุขได้รณรงค์และส่งเสริมให้ประชาชนดูแลสุขภาพของตนเอง โดยแนะนำให้ประชาชนออกกำลังกายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วัน ๆ ละ 30 นาที และด้วยความสำคัญของการออกกำลังกายจึงทำให้กระแสการออกกำลังกายมีมากขึ้นเป็นลำดับ ภาครัฐแลภาคเอกชนได้จัดให้มีสถานที่และเครื่องมือออกกำลังกายไว้บริการเพื่อเป็นสวัสดิการและเพื่อดำเนินการด้านธุรกิจอย่างแพร่หลายทั่วประเทศ โดยใช้ชื่อต่าง ๆ กันว่า ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ฟิตเนสคลับ ศูนย์ออกกำลังกาย สपोर्टคลับ สโมสรกีฬาและนันทนาการ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์วิจัยกสิกรไทย (Kasikorn Research Online) ที่กล่าวว่าจากกระแสความสนใจในการดูแลสุขภาพที่เพิ่มขึ้นของคนไทย ธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยเฉพาะจากประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตอยู่บนความเร่งรีบ และมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ในการออกกำลังกาย จึงทำให้ฟิตเนสเซ็นเตอร์เป็นทางเลือกหนึ่งของการออกกำลังกายที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจนี้จึงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องและทำให้ความเข้มข้นของการแข่งขันนั้นมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ทั้งจากการแข่งขันของผู้ประกอบการภายในกลุ่มธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ด้วยตัวเอง และผลกระทบทางอ้อมจากการขยายตัวของธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีการเปิดดำเนินการ

เพิ่มมากขึ้นเพื่อช่วงชิงโอกาสในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่หลากหลาย ทรัพยากรมนุษย์นั้นถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในปัจจัยการดำเนินงานขององค์กร การบริหารจัดการ เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กรนั้น ก็จะส่งผลต่อความเจริญเติบโตและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรได้สำหรับฟิตเนสเซ็นเตอร์แล้ว คุณสมบัติหรือคุณลักษณะของผู้นำการออกกำลังกายนั้นมีความสำคัญมากในการให้บริการสมาชิก ดังคำกล่าวของ กองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (Exercise for Health, Department of Health, Ministry of Public Health, 2010) ที่ว่า การให้บริการในสถานออกกำลังกายจำเป็นต้องมีผู้ให้บริการที่มีความรู้ ทักษะ และความสามารถหลาย ๆ ด้าน อาทิความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย การตรวจเช็คประวัติสุขภาพ การให้คำแนะนำการออกกำลังกายที่ถูกต้องและปลอดภัย การทดสอบร่างกาย การออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกาย ทักษะการเคลื่อนไหวของร่างกายที่มีแรงมาเกี่ยวข้อง การควบคุมดูแลอุปกรณ์การดูแลการบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย เป็นต้นและเนื่องจากสมาชิกถือเป็นเส้นเลือดใหญ่ของธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ ผู้บริหารส่วนใหญ่จึงต้องเน้นที่ทัศนคติและความต้องการของสมาชิกเป็นหลัก (เกษศิริรินทร์ กิตติพิงษ์ภรณ์ และ จุฑา ดิงศภัทย์, 2555)

จากความสนใจดูแลสุขภาพที่มากขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 4-5 ปีที่ผ่านมา ทำให้ธุรกิจฟิตเนสได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ไม่เพียงเฉพาะตลาดในกรุงเทพฯ ที่เติบโตเนื่องจากความเร่งรีบและมีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่เริ่มและเวลาในการออกกำลังกาย แต่ยังรวมถึงตลาดในต่างจังหวัดที่มีไลฟ์สไตล์และกำลังซื้อไม่ต่างจากกรุงเทพฯ เป็นส่วนผลักดันตลาดฟิตเนสให้เติบโต โดยตั้งแต่ช่วงกลางปีที่ผ่านมาตลาดนี้เริ่มมีผู้เล่นใหม่อย่าง "วี ฟิตเนส" ธุรกิจของนายวิชา พูลวรลักษณ์ เข้ามารุกขยายสาขา โดยใช้พื้นที่เดิมของแคลิฟอร์เนีย ว้าวที่ปิดกิจการลง จากศักยภาพของตลาดฟิตเนสในเมืองไทยที่มีผู้เล่นรายใหญ่เหลือเพียง 2 รายใหญ่ คือ ฟิตเนส เฟิร์สดี และทรูฟิตเนส จึงเป็นแรงจูงใจให้มีค่ายใหม่ ๆ เข้ามาเปิดให้บริการเพิ่มซึ่กัก่อนนี้

แหล่งข่าวจากวงการฟิตเนสเปิดเผย ("สมรรภูมิ"ฟิตเนส", 2556) ว่า ปีหน้าตลาดจะมีสี่สั่นและการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะการเข้ามาของแบรนด์ระดับโลก "เวอร์จิ้น แอคทีฟ" เฮลท์คลับ และฟิตเนส ที่จะเข้ามาเปิดเป็นแฟล็กชิปส์โตร์แห่งแรกที่ตึกเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ย่านสีแยกสาทร-นราธิวาส ของกลุ่มทีซีซี แลนด์ ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการรีโนเวต และเตรียมเปิดตัวอย่างเป็นทางการในเดือนมีนาคมปีหน้า และยังมีแผนจะเปิดสาขา 2 ที่เอ็มควอเทียร์ ปลายปีหน้าอีกด้วย

จากคำสัมภาษณ์ของนายริชาร์ด แบรินต์สัน เจ้าของธุรกิจเวอร์จิ้น แอคทีฟ ได้กล่าวถึงแผนการลงทุนในต่างประเทศว่า ต้องการที่จะเข้ามาลงทุนในเอเชียมากขึ้น โดยหลังจากได้เปิดสาขาแรกในเอเชียที่ประเทศสิงคโปร์ ในช่วงไตรมาสที่ 3 ที่ผ่านมามีแผนจะเปิดสาขาเพิ่มอีก 6 สาขาใน

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และไทยก็เป็นเป้าหมายหนึ่ง ที่ผ่านมา เวอร์จิน แอคทีฟ มีธุรกิจอยู่ในสหราชอาณาจักร อิตาลี สเปน โปรตุเกส แอฟริกาใต้ ออสเตรเลีย รวมกว่า 296 สาขา

อรรวรรณ เกลียวปฏิภินันท์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ฟิตเนส เฟิร์สท (ประเทศไทย) จำกัดเปิดเผย ("สมรภูมิ"ฟิตเนส", 2556) ว่า ปัจจุบันตลาดยังมีความต้องการอยู่มาก การเกิดคู่แข่งรายใหม่ ๆ เข้ามาในตลาดมากขึ้น ผลประโยชน์ก็จะตกเป็นของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามการทำธุรกิจฟิตเนส ไม่ใช่เพียงแค่การลงทุนเปิดสาขาหรือซื้ออุปกรณ์เท่านั้น สิ่งสำคัญคือโน้มน้าว การให้บริการของเทรนเนอร์ ซึ่งฟิตเนส เฟิร์สท มีพนักงานเกือบ 1,000 คน และมีอัตราการเทิร์นโอเวอร์น้อยกว่า 1% จึงทำให้เป็นเรื่องยากสำหรับคู่แข่งรายใหม่ ๆ ที่เข้ามา จากนี้จะเปิดที่เซ็นทรัล อุดรธานี ซึ่งเป็นทำเลทองในภาคอีสาน ในช่วงเดือนมกราคมปีหน้า เพิ่มอีก 2-3 สาขา ปัจจุบันมี 3 แห่ง คือ เดอะมอลล์โคราช, เซ็นทรัล ชลบุรี และขอนแก่น นอกจากนี้มีแผนจะเปิดรูปแบบแฟลทินัม แห่งที่ 5 ที่ สาทรสแควร์ และได้เริ่มเปิดฟรีเซลไปเมื่อ 2-3 สัปดาห์ที่ผ่านมา

สอดคล้องกับนายมาร์ค บูคานันท์ กรรมการบริหาร ฟิตเนส เฟิร์สท ฉายภาพก่อนหน้านี้ว่า สาขาสาทรสแควร์เป็นคลับที่ 24 ด้วยพื้นที่กว่า 2,500 ตร.ม. ลงทุน 150 ล้านบาท โดยคาดว่าจะสามารถขยายฐานสมาชิกได้อีกกว่า 4,000 คน จากอุปกรณ์ออกกำลังกายนวัตกรรมใหม่ และรองรับกลุ่มลูกค้าโดยรอบไม่ต่ำกว่า 50,000 คน ผู้สื่อข่าวรายงานว่า สำหรับวีฟิตเนสมีแผนจะขยายสาขาผ่านการใช้พื้นที่ของแคลิฟอร์เนีย ว้าว ที่ได้ปิดกิจการลง โดยในปีแรกจะเปิดสาขาภายในศูนย์การค้าของกลุ่มเมเจอร์ ซีเนิเพล็กซ์ 4 สาขา และมีแผนจะเปิดให้ครบ 10 แห่ง ภายใน 3 ปี ส่วนแหล่งข่าวจากทรูฟิตเนสระบุว่า เร็ว ๆ นี้ เตรียมเปิดสาขาที่ 4 ในบริเวณใกล้เคียงกับเมเจอร์ฯ รัชโยธินอีกด้วย จากเดิมที่มีอยู่ 3 สาขา

แหล่งข่าวจากวงการฟิตเนสแสดงความเห็นว่า จากความต้องการของตลาดและกำลังซื้อที่มีมากขึ้น การมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาด โดยเฉพาะการเข้ามาของแบรนด์ใหญ่ "เวอร์จิน" จะยิ่งส่งผลให้ภาพของการแข่งขันดุเดือดยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของการจับจองทำเลทองเพื่อขยายสาขาใหม่ ๆ รวมถึงโปรโมชั่นเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ปัจจุบันประเมินกันว่า ตลาดฟิตเนสในเมืองไทยมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 7-8 พันล้านบาท และมีการเติบโตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 9-10% และตลาดยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้อีกมาก เพราะปัจจุบันคนไทยเพียง 1% เท่านั้นที่เป็นสมาชิกของฟิตเนสในประเภทต่าง ๆ ทั้งโรงแรม ห้องแถว รวมถึงฟิตเนสที่มีแบรนด์ทั้งหมดกว่า 1,000 แห่งในประเทศ โดยฟิตเนสที่มีแบรนด์ในประเทศมีอยู่หลัก ๆ 3 แบรนด์ ได้แก่ ฟิตเนส เฟิร์สท, ทรูฟิตเนส และวีฟิตเนส และเวอร์จิน แอคทีฟ ที่จะเข้ามาบุกตลาดในอนาคต ("สมรภูมิ"ฟิตเนส", 2556)

ในยุคปัจจุบัน ยุคโลกาภิวัตน์ที่สังคมเป็นสังคมแห่งการบริโภค ผู้คนต่างใช้สินค้าและรูปแบบการบริโภคเป็นเครื่องมือในการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนหรือการเข้ากลุ่ม จึงทำให้เกิดความหมายใหม่ของความเป็นชายขึ้น คือความเป็นชายแบบ "เมโทรเซ็กส์ชวล" โดยคำว่า "เมโทรเซ็กส์ชวล" นั้น

เป็นคำที่ Mark Simpson นักหนังสือพิมพ์ และคอลัมนิสต์ชาวอังกฤษ เขียนไว้ในบทความของเขาที่ชื่อ “Here come the mirror men” ซึ่งตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ The Independent ฉบับวันที่ 15 พฤศจิกายน 2537

โดยความเป็นชายแบบ “เมโทรเซ็กส์ชวล” นั้นถือได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ความเป็นชายในอีกรูปแบบหนึ่ง ที่นับวันจะยังมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทั่วโลก และสามารถพบเห็นได้เกือบจะทั่วไปในสังคมเมืองใหญ่ อย่างเช่น นิวยอร์ก ลอนดอน ปารีส โตเกียว หรือ กรุงเทพมหานคร เพราะสังคมเมืองมีสภาพที่เอื้อให้ผู้ชายมีโอกาส ไปจับจ่ายใช้สอย บริโภคสินค้า และบริการที่ประณีตพิถีพิถัน เนื่องจากประกอบไปด้วยบรรดาร้านรวงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ,Spa, Fitness, คลับ หรือร้านเสริมสวย

Mark Simpson ได้อธิบายถึงผู้ชายที่มีความเป็นชายแบบ “เมโทรเซ็กส์ชวล” ไว้ว่า เป็นผู้ชายที่มีฐานะ ความรู้ และการศึกษาดี มีด้านของความเป็นผู้หญิง (Feminineside) มากขึ้น และจะใช้เงินส่วนใหญ่หมดไปกับเรื่องของ แฟชั่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและให้ความสำคัญกับรสนิยมการใช้ชีวิตในทุกๆเรื่องทั้งเรื่องการกิน การดื่ม การพักผ่อน หรือการเข้าสังคม อีกทั้งยังใส่ใจเป็นพิเศษกับการดูแลภาพลักษณ์ ความสวยงามของร่างกาย โดยมีการใช้เครื่องสำอางเพื่อบำรุง ดูแลผิวพรรณ หรือใช้เพิ่มสีสันให้กับใบหน้า

ซึ่งถ้าเป็น 20 ปีก่อนหน้านี้ แฟชั่นเสื้อผ้าของผู้ชาย เครื่องประทีนผิว และเครื่องสำอาง จะถูกมองว่าเป็นเรื่องของผู้ชายที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ หรือเป็นเรื่องของผู้หญิงกระทำกัน แต่ในปัจจุบันนั้นกลายเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับผู้ชาย

เมื่อปี 2546 ศัพท์คำว่า "Metro Sexual" ถูกจัดให้เป็น Word of the Year จาก The American Dialect Society ซึ่งให้ความหมายถึงผู้ชายที่สนใจในเรื่องการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ สนใจเรื่องแฟชั่นมากขึ้น รักสวยรักงามและดูแลบุคลิกภาพซึ่งดูไปจะมีส่วนคล้ายกับผู้หญิงและเกย์มาก อย่างไรก็ตามนักสังคมศาสตร์ได้แสดงความคิดเห็นถึงผู้ชายสายพันธุ์ใหม่นี้ว่าพวกเขาคือกระแสความเปลี่ยนแปลงของผู้ชายในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องการประกาศสถานะทางสังคมให้เทียบเท่าผู้หญิง มาร์ก เริ่มมองเห็นถึงกระแสความเปลี่ยนแปลงของผู้ชายทั่วโลกที่เด่นชัดขึ้นมา ว่ามีผู้ชายโสดกลุ่มหนึ่งที่ทำงานหรือมีวิถีชีวิตอยู่ในเมืองใหญ่ เป็นคนมีรายได้สูงและให้ความสำคัญกับเสื้อผ้า หน้า ผมและผิวพรรณ ผู้ชาย Metro Sexual นิยมเข้ายิมเพื่อออกกำลังกายมากกว่าจะเล่นกีฬากลางแจ้งแบบผู้ชายทั่วไปเพราะกลัวแสงแดดจะไหม้ผิวให้เสียได้

ส่วนใครที่ยังสงสัยอยู่ว่าหนุ่ม Metro Sexual ที่นิยามมาจะหน้าตาเป็นเช่นไรนั้น มาร์ก ได้ยกตัวอย่าง เดวิด แบคแฮม นักฟุตบอลชื่อดังของโลกที่หลังจากแต่งงานกับวิตอเรีย นักร้องสาวในวงสไปซ์เกิร์ลแล้ว เขาก็เริ่มจะมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนที่เด่นชัดออกมา เพราะทุกครั้งไม่ว่าแบคแฮมเปลี่ยนทรงผม ทาเล็บมือ หรือใส่ต่างหูเพชร จะสร้างความฮือฮาให้กับวงการแฟชั่นมาก ๆ แน่แน่นอนว่า

เบกแฮมไม่ใช่เกย์ เพราะนอกจากเขาจะแต่งงานมีลูกแล้ว เขายังได้ชื่อว่าเป็นนักรักตัวยงที่มีข่าวกับสาว ๆ ไม่เลือกหน้าอีกด้วย

ผู้ทำการวิจัยเห็นว่าการออกกำลังกายเพื่อดูแลรูปร่างของชายแบบ “เมโทรเซ็กซ์ชวล” นั้นเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับชายแบบ “เมโทรเซ็กซ์ชวล” ซึ่งจะสอดคล้องกับหัวข้อที่จะนำเสนอต่อไป

ปัญหาที่เห็นในปัจจุบันนี้คือ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ทั่วไปคำนึงถึงผลประโยชน์มากกว่าสิ่งที่ลูกค้าควรจะได้รับ เช่น เรื่องขาดความใส่ใจเบื้องต้นในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ถูกต้อง ค่าบริการของเทรนเนอร์ต่อคอร์สมีราคาแพงถ้าเทียบกับการดูแลเอาใจใส่ต่อจำนวนเงินที่จ่ายไป การเร่งรีบในการให้บริการของเทรนเนอร์ที่จะรับลูกค้าคนถัดไปโดยไม่คำนึงถึงลูกค้าที่กำลังเทรนอยู่ว่าจะรับการฝึกอยู่ และการชำระค่าสัญญาที่ต้องติดสัญญาขั้นต่ำเป็นระยะเวลานาน เน้นการขายมากจนเกินไป รวมไปถึงพนักงานขายที่มักจะกดดันลูกค้าทำให้เกิดการไม่ยอมสอบถามหรือใช้บริการฟิตเนส อีกทั้งผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงปัญหาของผู้บริโภคที่เกิดจากการขาดความรู้ความเข้าใจ จากความไม่เป็นที่มืออาชีพของเทรนเนอร์ เช่น การเข้าใจจิตใจและความรู้สึกของลูกค้าในระหว่างเทรน การเอาใจใส่ มีการวัดผลตลอดความก้าวหน้าอยู่ตลอด และต้องสร้างเป้าหมายและแรงจูงใจให้กับลูกค้าในการออกกำลังกายให้ถึงเป้าหมาย

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทัศนคติของชายแบบ “เมโทรเซ็กซ์ชวล” ที่มีต่อฟิตเนสเซ็นเตอร์ในเรื่องของความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง และเทคนิคการสร้างกล้ามเนื้อ (Body building) ที่เห็นผลชัดเจนและรวดเร็ว

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของชายแบบ เมโทรเซ็กซ์ชวล และกลุ่มคนที่ดูแลตัวเองดี ที่มีต่อฟิตเนสเซ็นเตอร์ในปัจจุบัน

1.2.2 เพื่อทราบถึงสิ่งที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองในฟิตเนสเซ็นเตอร์ของชายแบบ เมโทรเซ็กซ์ชวล และกลุ่มคนที่ดูแลตัวเองดี

1.2.3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำธุรกิจ ที่ใช้จัดตั้ง Micro Fitness ที่เป็นสตูดิโอฟิตเนสสมัยใหม่ที่ตอบโจทย์กลุ่มคนที่ไม่มีเวลา และใช้เวลาน้อยที่สุดในการใช้บริการ

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง โครงการจัดตั้ง สตูดิโอฟิตเนสแบบไมโครฟิตเนส ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเรื่องการศึกษาทัศนคติของชายแบบ “เมโทรเซ็กซ์ชวล” ที่มีต่อฟิตเนสเซ็นเตอร์ในเรื่องของความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง และกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ทำการศึกษาคือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งตามเขตพื้นที่ ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 50 เขต โดยใช้วิธีแบบสุ่มเขตพื้นที่จำนวน 8 เขต ได้แก่

- เขตบางกะปิ -เขตลาดพร้าว
- เขตบางเขน -เขตวัฒนา
- เขตพญาไท -เขตสาทร
- เขตจตุจักร -เขตห้วยขวาง

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

-กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาคือ เป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ดูลักษณะการแต่งตัวเป็นคนที่คุณเอง มีเอกลักษณ์รูปร่างที่ดี ตามพิตเนสที่ตั้งต่างๆ

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

- ช่วงเวลาเก็บข้อมูลอยู่ระหว่าง เดือน กรกฎาคม-ตุลาคม พ.ศ. 2557

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อทราบถึงทัศนคติของชายแบบ “เมโทรเซ็กส์ชวล” ในปัจจุบันที่มีต่อพิตเนสเซ็นเตอร์

1.4.2 เพื่อทราบถึงสิ่งที่ชายแบบ “เมโทรเซ็กส์ชวล” ต้องการ

1.4.3 เพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลที่ได้มาสร้างธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนที่ต้องการเปลี่ยนแปลงรูปร่างให้เร็วที่สุด และไม่มีเวลา

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 Personal Trainer คือ ครูสอนส่วนบุคคลมีหน้าที่ดูแลและกระตุ้นการฝึกการออกกำลังกายให้สมาชิกเพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่ได้วางไว้แม้กระทั่งผู้ที่ต้องการลดน้ำหนัก

Personal Trainer สำคัญอย่างไร บุคคลทุกเพศทุกวัย ทุกคนที่สนใจที่เริ่มออกกำลังกาย ออกกำลังกายเป็นประจำ หรือเป็นนักกีฬา ล้วนมีความต้องการและเป้าหมายในการออกกำลังกายที่แตกต่างกันไป ดังนั้น Personal Trainer จึงเป็นผู้ที่มีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้แต่ละบุคคลประสบความสำเร็จ บรรลุตามเป้าหมายในการออกกำลังกาย

1.5.2 EMS Training (Electro Muscular Simulation) คือ เป็นการออกกำลังกายโดยใช้นวัตกรรมเครื่องออกกำลังกายด้วยเครื่องกระตุ้นกล้ามเนื้อไฟฟ้า การออกกำลังกายแนวใหม่โดยใช้เทคโนโลยีเดียวกับการใช้ประจุไฟฟ้ากำลังอ่อนทำกายภาพบำบัด โดยใช้อุปกรณ์ Miha จากเยอรมนี

ใช้เวลาออกกำลังกายแค่ 20 นาทีเท่ากับการเล่นเวท 4 ชั่วโมง เป็นการ Burn เซลล์ไขมันและบำบัด
อาการเจ็บหลังเจ็บต้นคอ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎี

- 2.1 แนวคิดความเป็นชายเมโทรเซ็กส์ชวล (Metrosexual Men)
- 2.2 วิทยาศาสตร์การกีฬา
- 2.3 แนวคิดและหลักการจัดการ ทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์การ หน้าที่ของการจัดการ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดความเป็นชายเมโทรเซ็กส์ชวล

ความเป็นชายเมโทรเซ็กส์ชวลอาจกล่าวได้ว่าเป็นแนวความคิดหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) ที่มีการปฏิเสธความหมายแบบเดิมของความเป็นชายแบบสมัยเก่า ที่ว่าผู้ชายต้องมีความอดทน เข้มแข็ง ไม่แสดงออกถึงความรู้สึกดีใจ เจ็บปวด รวมไปถึงไม่สนใจในความงามของร่างกาย และไม่ใช้เครื่องสำอางเพราะอาจถูกมองได้ว่าไม่ใช่ผู้ชาย (ประภาพร ชินวงศ์, 2546)

โดยการเปลี่ยนแปลงความคิดจากผู้ชายแบบเดิมไปเป็นแบบใหม่นั้น เป็นเพราะปัจจัยหนึ่งคือ เรื่องของอิทธิพลจากต่างชาติที่เข้ามามีบทบาททางความคิดของผู้คน โดยเฉพาะผู้หญิงไทยในยุค 1970s ซึ่งช่วงนี้ถือได้มีการเรียกร้องสิทธิเสรีภาพของสตรี ทำให้ผู้หญิงไทยส่วนหนึ่งที่ได้รับการศึกษา ได้รับแนวคิด และตระหนักถึงความไม่เท่าเทียมกัน โดยการค้นพบสภาพ การถูกรอรับจากอำนาจผู้ชาย นอกจากนี้อิทธิพลจากต่างประเทศยังมีการนิยามความเป็นชายแบบฮิปปี ทำให้เกิดการนิยามความเป็นชายแบบใหม่ที่มีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ไม่ได้มีอำนาจหรือการครอบงำเหนือผู้หญิงเหมือนเมื่อก่อน นอกจากนี้สื่อมวลชนก็เข้ามามีบทบาทในการกำหนดสร้างความหมายของความเป็นชาย โดยเริ่มจากปี พ.ศ.2518 ที่นิตยสารแมน ซึ่งเป็นนิตยสารฉบับแรกที่ได้เริ่มมีการวางจำหน่าย ต่อมาในปี พ.ศ. 2520 นิตยสาร หนุ่มสาวก็ตามมา ซึ่งนิตยสารทั้งสองฉบับเป็นนิตยสารสำหรับผู้ชายชนชั้นกลาง โดยมีการนำเสนอภาพของผู้ชายที่มีลักษณะโสดโผน เข้มแข็ง มีกิจกรรมนอกบ้าน กล้าได้ กล้าเสีย ชื่อสัตย์ต่อคำพูดซึ่งเป็นคุณสมบัติของผู้ชายแบบนักเลงเก่า แต่ก็เริ่มเอาใจใส่กับการแต่งตัว จนถึงการระงับกลิ่นตัว ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2529 นิตยสารที่ชื่อว่า GM (Gentleman's Magazine) เป็นนิตยสารแนว lifestyle มีการวางจำหน่ายและมีการนำเสนอถึงคำว่า มาดสุภาพบุรุษซึ่งความหมายของคำว่าสุภาพบุรุษนี้ สามารถที่จะทำได้โดยการแต่งกายให้เหมาะสมกับโอกาส การปรุงแต่งด้วยน้ำหอมเพื่อสร้างเสน่ห์ และเสริมบุคลิกภาพ รวมไปถึงการเน้นความสำคัญในเรื่องของการดูแลสุขภาพ (วราภรณ์ สุขมาก, 2547)

จึงเห็นได้ว่าในช่วงแรกที่มีการเปลี่ยนถ่ายทางความคิดระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกมายัง วัฒนธรรมตะวันออก รวมไปถึงสื่อวิทยุ โทรทัศน์ จึงมีอิทธิพลอย่างมากในการสร้างความหมายของความเป็น ชายในช่วงเวลาดังกล่าว ทั้งนี้ความเป็นชายแบบเมโทรเซ็กส์ชวล เป็นอีกกระแสหนึ่งที่เกิดขึ้นใน ประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2547 แต่หากย้อนกลับไปในโลกตะวันตก คำว่า “เมโทรเซ็กส์ชวล” นั้น เกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อ Mark Simpson นักหนังสือพิมพ์และคอลัมนิสต์ชาวอังกฤษ เขียนไว้ในบทความ ของเขาที่ชื่อว่า “Here come the mirror men” ซึ่งตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ The Independent ฉบับวันที่ 15 พฤศจิกายน 2537 (วรรณภรณ์ สุขมาก, 2547) โดยระบุว่าผู้ชายแบบเมโทรเซ็กส์ชวล นั้นมีลักษณะเด่นคือ เป็นผู้ชายที่ให้ความสนใจเรื่องความสวยงามเป็นพิเศษ ใส่ใจดูแลตัวเองใน ทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการแต่งกาย รูปร่าง และผิวพรรณ โดยมีการปรุงแต่งเพื่อให้ดูดีตลอดเวลา ซึ่ง กลุ่มชายเมโทรเซ็กส์ชวลจะใช้เวลาและเงินเพื่อความสวยงามความดูดีมากกว่าผู้ชายโดยทั่วไป ใน การซื้อเสื้อผ้า เครื่องแต่งตัว และผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ โดยมีการปรุงแต่งเพื่อให้ดูดีตลอดเวลา ซึ่ง กลุ่มชายเมโทรเซ็กส์ชวลจะใช้เวลาและเงินเพื่อความสวยงามความดูดีมากกว่าผู้ชายทั่วไป ในการเลือก ซื้อเสื้อผ้า เครื่องแต่งตัว และผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ โดยไม่สนใจว่าใครจะคิดไปในแง่อื่น ไม่สนใจว่า ใครจะติตราว่าจะเป็นกลุ่มเพศที่ 3 หรือเกย์และกระเทย ทั้งนี้คำว่า เมโทรเซ็กส์ชวลไม่เป็นที่ยอมรับ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2545 Simpson ได้นำมาใช้ในแมกกาซีนที่เขาเขียนอีกครั้งในหัวข้อชื่อ Meet the Metrosexual และในเดือนมิถุนายน 2546 หนังสือพิมพ์นิวยอร์กไทม์ ได้มีการใช้คำศัพท์นี้โดยใช้ชื่อ หัวข้อว่า Metrosexuals Come Out โดยกล่าวว่ามีมาจากคำที่ Simpson ใช้ในปี 2537

ในส่วนของประเทศไทยนั้นเริ่มปรากฏคำว่าเมโทรเซ็กส์ชวลในช่วงปี 2547 โดยมีการกล่าวถึง ในนิตยสาร Positioning ของไทย และบริษัทโฆษณาชื่อดัง โอgilvy แอนด์ แมเธอร์ แอด เวอร์ไทซิง ได้ มีการจัดสัมมนา ในหัวข้อวิจัยชื่อ Meet the Metrosexuals: The Next Big Spender ในช่วงต้นปี 2549

“เมโทรเซ็กส์ชวล (Metrosexual)” คือ ผู้ชายในสังคมเมืองที่ให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ ภายนอกของตนเอง มีกำลังการซื้อ สนใจเรื่องคุณภาพมากกว่าราคา เน้นแบรนด์เป็นหลัก เมื่อพอใจก็ ซื้อเลย และมี Loyalty ค่อนข้างสูง ในอดีตเรื่องความสวยงามและการใช้เครื่องสำอางถูกตี กรอบอยู่กับเฉพาะเพศหญิง แต่หลายปีที่ผ่านมาผลการศึกษาวิจัยหลายชิ้นทั้งของไทยและ ต่างประเทศ ชี้ชัดว่าเรื่องความสวยงามไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงเพศหญิงอีกต่อไป ผู้ชายก็สามารถดูแล ตนเอง ใช้เครื่องสำอาง ติดตามแฟชั่น และมีความงามในแบบของผู้ชายได้เช่นกัน ซึ่งเราเรียกผู้ชาย กลุ่มนี้ว่า “เมโทรเซ็กส์ชวล (Metrosexual)” คนกลุ่มนี้นอกจากจะนิยมดูแลสุขภาพแล้ว ยังชอบซื้อป ิ้ง ใช้สินค้าแบรนด์เนม สะท้อนความเป็นคนทันสมัยและการรักเปลี่ยนแปลง มีความสนใจใน เทคโนโลยี มีความมุ่งมั่นและทุ่มเทในการทำงานและการพัฒนาตนเอง เพื่อความสำเร็จในหน้าที่การ งาน

นอกจากนี้ผลสำรวจของสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ชี้ว่า ชายไทยยุคใหม่กว่า 35% มีทัศนคติและพฤติกรรมที่ดูแลร่างกายตัวเองมากขึ้น โดยส่วนใหญ่มักจะซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพื้นฐาน เช่น ผลิตภัณฑ์ไวท์เทนนิ่ง โฟมล้างหน้า ครีมกันแดด ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดดังกล่าวขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ คือ วิถีชีวิต สภาพสังคม และค่านิยมที่ทำให้ผู้ชายอยากดูดีเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง พฤติกรรมการบริโภคดังกล่าวส่งผลให้ตลาดเมโทรเซ็กซ์ชวลมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และอาจมีมูลค่ารวมของยอดขายพุ่งทะลุ 10,000 ล้านบาทได้ไม่อย่างไม่มีเยี่ยงนัย โดยตัวเลขดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงภาพของการแข่งขันและขยายตัวของตลาดเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นโอกาสอันดีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ SME ชาวไทยในการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในตลาดนี้

ดร.นพดล กล่าวว่า ผลการศึกษาพฤติกรรมของชายไทยดังกล่าวทั้งจากการวิจัยเชิงสำรวจและการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ตัวอย่างกว่า 1 ใน 4 ของผู้ชายที่ถูกศึกษามีพฤติกรรมการดูแลรูปลักษณ์ การติดตามแฟชั่น ใช้สินค้าแบรนด์เนม และความสวยความงาม เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกายและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว รวมถึงการใช้บริการคลินิกและสถานเสริมความงามต่างๆ นอกจากนี้ผลของการสัมภาษณ์เจาะลึกกับกลุ่มเป้าหมายยังชี้ชัดว่าส่วนใหญ่เชื่อว่าการได้ดูแลตนเองทำให้มีความมั่นใจมากขึ้นในการปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม และการมีบุคลิกภาพที่ดีสามารถเอื้อประโยชน์ต่อโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน รวมทั้งการดึงดูดเพศตรงข้ามด้วยโอกาสทางด้านธุรกิจ

ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นถึง “โอกาสทางธุรกิจ” เนื่องด้วย เมื่อผู้ชายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อความสวยความงามกันมากขึ้น และโดยนิสัยผู้ชายที่มักจะไม่ใช่ใจเรื่องของราคาหรือโปรโมชั่นมากนัก แต่ให้ความสำคัญกับคุณภาพตัวสินค้าหรือแบรนด์เป็นหลัก และด้วยการตัดสินใจซื้อที่รวดเร็วตามบุคลิกของผู้ชายทั่วไป จึงทำให้บริษัทที่ดูแลเกี่ยวข้องกับความสวยความงาม และผู้ผลิตเครื่องสำอางชื่อดังทั้งหลายเน้นกลยุทธ์เชิงรุกในด้านการตลาดเครื่องสำอางผู้ชายอย่างจริงจังมากขึ้น เพราะเชื่อว่าโอกาสทางธุรกิจของตลาดเครื่องสำอางผู้ชายยังสามารถเติบโตได้อีก (“เปิดงานวิจัย"ตลาดหนุ่มเจ้าสำอาง", 2555)

ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดความเป็นชายและความเป็นชายเมโทรเซ็กซ์ชวลมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตโดยมีการดูแลตัวเองมากขึ้นเพื่อสร้างตัวตนให้มีบุคลิกภาพที่ดี มีรูปลักษณ์ที่โดดเด่น การสร้างความประทับใจให้กับบุคคลรอบข้างสามารถเอื้อประโยชน์ต่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน รวมทั้งการดึงดูดเพศตรงข้ามด้วยโอกาสทางด้านธุรกิจ

2.2 วิทยาศาสตร์การกีฬา

ความหมายของวิทยาศาสตร์การกีฬา

วิทยาศาสตร์การกีฬาเป็นการนำคำ 2 คำมารวมกัน คือ วิทยาศาสตร์ กับ กีฬาวิทยาศาสตร์ (ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525) หมายถึงความรู้ที่ได้จากการสังเกตและค้นคว้าจากการประจักษ์ทางธรรมชาติแล้วจัดเข้าเป็นระเบียบหรือวิชาที่ค้นคว้าได้จากหลักฐานและเหตุผล แล้วจัดเข้าเป็นระเบียบกีฬา (ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525) หมายถึงกิจกรรมหรือการเล่นเพื่อความสนุกเพลิดเพลิน เพื่อเป็นการบำรุงแรงหรือเพื่อผ่อนคลายความเคร่งเครียดทางจิตกีฬา หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเพื่อความสนุกสนานในการเคลื่อนไหวร่างกายในเวลารว่าง และให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่วางไว้ทั้งนี้โดยไม่มีหวังผลตอบแทน

กีฬา หมายถึง การใช้เวลารว่างให้เกิดความบันเทิงใจให้มีความสุขสนุกสนานจากการเล่น ภายใต้กฎกติกา เนื้อที่ ขอบเขตของเวลาที่กำหนดไว้อย่างเป็นระเบียบที่ดี

วิทยาศาสตร์การกีฬา เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยเนื้อหาสาระความรู้ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าถึงผลของการมีส่วนร่วมในการเล่นกีฬาหรือการออกกำลังกายในกิจกรรมต่างๆโดยอาศัยหลักวิชาทางด้าน สรีรวิทยา จิตวิทยา สังคมวิทยา หรืออื่นๆ ดังนั้นวิทยาศาสตร์การกีฬาจึงเป็นการรวมวิชาต่างๆ มากมายหรือที่เรียกว่าสหวิทยาการ ที่มีเนื้อหาสาระครอบคลุมในสาขาวิชาต่างๆ เช่น สรีรวิทยาการกีฬา จิตวิทยาการกีฬา สังคมวิทยาการกีฬา เวชศาสตร์การกีฬา โภชนาการการกีฬา เทคโนโลยีการกีฬาวิทยวิธีทางกีฬา วิทยาการการจัดการการกีฬา อื่นๆ (วรรณภรณ์ สุขมาก, 2547, หน้า 10)

วิทยาศาสตร์การกีฬาเป็นวิทยาศาสตร์ประยุกต์ โดยนำหลักวิชาต่างๆ เช่นกายวิภาคศาสตร์ สรีรวิทยาการออกกำลังกาย การแพทย์ โภชนาการ จิตวิทยา วิทยาศาสตร์การเทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการออกกำลังกาย การฝึกซ้อมกีฬา การแข่งขันกีฬา ตลอดจนการดูแลสุขภาพร่างกายอย่างเป็นขั้นตอน

ขอบข่ายของวิทยาศาสตร์การกีฬา

สรีรวิทยาการกีฬา (Sport Physiology)

จิตวิทยาการกีฬา (Sport Psychology)

เวชศาสตร์การกีฬา (Sport Medicine)

โภชนาการการกีฬา (Sport Nutrition)

ชีวกลศาสตร์การกีฬา (Sport Biomechanics)

เทคโนโลยีการกีฬา (Sport Technology)

สรีรวิทยาการกีฬา (Sport Physiology)

เป็นวิทยาศาสตร์การกีฬาที่บ่งบอกถึงการทำงานระบบต่างๆ ของร่างกายที่มีต่อ ส่งผลต่อการออกกำลังกาย และเกิดผลอย่างไรเมื่อมีการออกกำลังกาย หรือจะกล่าวอีกแง่หนึ่งก็คือ ผลของ

การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการฝึก ได้แก่

1. ระบบประสาท เป็นระบบที่ควบคุมการออกคำสั่งต่างให้ร่างกายเกิดการ ตอบสนองตามต้องการในสถานการณ์หรือสภาวะต่าง เช่นการทำงาน ภารกิจประจำวัน การเดินทาง การเล่นเกมกีฬา อื่นๆ
2. ระบบกล้ามเนื้อ เป็นระบบที่สำคัญเป็นระบบที่สร้างพลังงานให้เกิดการ เคลื่อนไหวโดยการสันดาปพลังงานของกล้ามเนื้อ ทำให้กล้ามเนื้อหดตัวในลักษณะต่างๆ ตามต้องการ
3. ระบบไหลเวียนโลหิต ประกอบไปด้วยหัวใจ เลือด และหลอดเลือด ทำหน้าที่เป็นระบบขนส่งสารอาหารต่างๆในร่างกายไปสู่เซลล์ต่างๆเพื่อใช้ประโยชน์ตามหน้าที่ของแต่ละเซลล์
4. ระบบหายใจ เป็นระบบที่ทำหน้าที่แลกเปลี่ยนอากาศระหว่างภายนอกกับ ภายในร่างกาย โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนออกซิเจนกับคาร์บอนไดออกไซด์เพื่อสนับสนุนการทำงานของระบบอื่นๆ
5. ระบบอื่นๆ เช่น ระบบย่อยอาหาร ทำหน้าที่ในการย่อยสลายสารอาหารที่รับประทานเข้าไปให้กลายเป็นสารที่สามารถให้พลังงานได้และการขับถ่ายของเสียออกจากร่างกายทางด้านต่างๆ ระบบต่อมไร้ท่อเป็นระบบที่สร้างฮอร์โมนต่างขึ้นมาควบคุมกระบวนการการทำงานของร่างกายอีกด้านหนึ่ง ซึ่งจะเป็นระบบที่คอยส่งเสริมสนับสนุนการทำงานของระบบอื่นให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การศึกษาในสาขาสรีรวิทยาการออกกำลังกาย ในประเทศไทยนั้นยังถือว่ายังอยู่ในวงจำกัด ทั้งนี้เพราะเรายังขาดเครื่องมืออุปกรณ์ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญในสาขานี้ ซึ่งแตกต่างจากประเทศที่มีการพัฒนากีฬายู่ในระดับแนวหน้าของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา รัสเซีย เยอรมันนี่ เป็นต้น ได้ศึกษาทางด้านสรีรวิทยาการออกกำลังกาย และนำมาใช้ในการพัฒนาการกีฬา การออกกำลังกายจนเกิดผลสูงสุดดังที่เห็นในปัจจุบัน

สาขาจิตวิทยาการกีฬา (Sport Psychology)

เป็นอีกสาขาวิชาหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมและตระหนักถึงความสำคัญในประเทศไทย โดยนำเอาหลักการทางจิตมาปรับประยุกต์ใช้กับการกีฬาทุกระดับในสถานการณ์ต่างๆโดยมีเป้าหมายคือให้นักกีฬาแสดงทักษะที่มีออกมาให้มากที่สุด สามารถควบคุมตนเองจากความวิตกกังวล การตื่นเต้นหรือเฉื่อยชามากเกินไป การหาจุดโฟกัสเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักกีฬาได้แสดงความสามารถออกมาในการแข่งขัน จะเห็นได้ว่านักกีฬาบางคนมีความสามารถสูง แต่เมื่อลงทำการแข่งขันนั้นไม่สามารถแสดงออกซึ่งความสามารถสูงสุดนั้นได้ ซึ่งอาจจะเกิดจากการควบคุมตนเองจากความประหม่า ตื่นเต้น ความวิตกกังวล ความเครียดไม่ได้นั่นเอง นักกีฬา ผู้ฝึกสอนกีฬาและผู้ที่เกี่ยวข้องทางด้านจิตวิทยาการกีฬาจะต้องมีความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้ โค้ชไม่ได้มีหน้าที่เพียงจะสอนเทคนิคและวิธีการทั้งหลายเท่านั้นแต่จะต้องมีความรู้และเข้าใจถึงหลักจิตวิทยาของการกีฬาเป็นอย่างดีเพื่อที่จะได้นำเอาหลักทฤษฎีของจิตวิทยาการกีฬาไปประยุกต์ใช้เพื่อให้นักกีฬาสามารถที่จะควบคุมร่างกายและจิตใจได้เป็นอย่างดี อันจะนำไปสู่การแสดงออกซึ่งความสามารถสูงสุด ในประเทศไทยยังมีการ

นำเอาหลักจิตวิทยาของการกีฬาไปประยุกต์ใช้น้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับอาจจะยังไม่ถูกตามหลักวิชาการหรือวิทยาการทางวิทยาศาสตร์มากนัก

เวชศาสตร์ของการกีฬา (Sport Medicine)

เป็นวิทยาศาสตร์การกีฬาที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการกีฬา วัตถุประสงค์สำคัญของการศึกษาในสาขาวิชานี้ คือ การหาหลักและวิธีการเพื่อป้องกันบาดเจ็บจากการกีฬา การวินิจฉัยหรือการประเมินผลของการบาดเจ็บ การจัดการตลอดจนการฟื้นฟูบำบัดรักษาร่างกาย การศึกษาในสาขานี้จำเป็นต้องมีความเข้าใจในระบบการทำงานของร่างกายเป็นอย่างดีโดยเฉพาะระบบโครงสร้างกระดูก ระบบประสาท ระบบกล้ามเนื้อ ระบบไหลเวียนโลหิต ตลอดจนระบบหายใจ การศึกษา วิจัยในสาขานี้ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาถึงวิธีการป้องกันการบาดเจ็บในกีฬาเฉพาะอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการสวมใส่ ทางด้านการบำบัดรักษาเป็นการนำเอาวิธีการและเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมารักษาให้นักกีฬากลับคืนสู่สภาพปกติให้เร็วมากที่สุด

โภชนาการการกีฬา (Sport Nutrition)

เป็นสาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ที่ศึกษาความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับสารอาหารต่างๆ รวมถึงแหล่งพลังงานสำคัญที่ใช้ในการออกกำลังกาย การเล่นกีฬา หรือการประเมินกิจกรรมใดๆ เพื่อให้ร่างกายมีความสมดุลระหว่างพลังงานที่ได้รับจากสารอาหารที่รับประทานเข้าไปกับพลังงานที่ใช้ไปในการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา ตั้งแต่ระยะเตรียมนักกีฬาตลอดฤดูกาลหรือเฉพาะการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในนักกีฬาในช่วงของการเตรียมตัวเพื่อแข่งขันและจะมีความสำคัญยิ่งในนักกีฬาประเภทที่ต้องควบคุมน้ำหนักหรือในการลดน้ำหนัก หรือนักกีฬาอื่นที่จะต้องได้รับสารอาหารที่เพียงพอ เหมาะสมกับการแข่งขันทั้งอาหารก่อนการแข่งขันและหลังการแข่งขันจะต้องได้รับสารอาหารอย่างถูกต้องและครบถ้วน

ชีวกลศาสตร์การกีฬา (Sport Biomechanics)

เป็นสาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาที่มีต่อการพัฒนาความสามารถของนักกีฬาให้ไปสู่ความสามารถสูงสุด การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการเคลื่อนไหวที่ถูกต้องเหมาะสม รวมทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในกีฬาประเภทต่างๆ โดยอาศัยความรู้และหลักทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ในสาขาต่างๆ เช่น ฟิสิกส์ เคมี แคลคูลัส วิทยาศาสตร์การถ่ายภาพ สรีรวิทยาและกายวิภาค ตลอดจนคอมพิวเตอร์ และเครื่องมืออุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์รวมทั้งความรู้ทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ขอบข่ายและเนื้อหาความรู้ทางไบโอเมคานิกส์ครอบคลุมในเนื้อหาของสัดส่วนร่างกาย เช่น ขนาด น้ำหนัก และตำแหน่งของจุดศูนย์กลางของแต่ละส่วนของร่างกาย ตัวแปรเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวเช่น มุม ระยะทางและความเร็ว ความเร่ง ทั้งในเชิงเส้นตรง และเชิงมุม โมเมนตัม เป็นต้น แม้แต่การศึกษาเกี่ยวกับแรงอันเป็นสาเหตุของการเคลื่อนไหวแรงที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวได้แก่ แรงดึงดูดของโลก แรงปฏิกิริยา และแรงของ

กล้ำมเนื้อรวมถึงฟังพืดและเอ็น ซึ่งการศึกษาค้นคว้าต้องอาศัยเครื่องมือต่างๆ ประกอบเช่น การถ่ายภาพ การถ่ายวิดีโอ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์การเคลื่อนไหวเพื่อให้เกิดความสะดวกและประหยัดเวลา ปัจจุบันจึงมีการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์การเคลื่อนไหวในเชิงกีฬามากมายหลายรูปแบบ ตั้งแต่แบบง่ายจนถึงยากหลายขั้นตอน ซึ่งมีประโยชน์มากมายต่อการพัฒนาศักยภาพของนักกีฬาในแง่ของการให้ข้อมูลที่เป็นจริง แม่นตรง และเชื่อถือได้ ซึ่งจะทำให้โค้ชและนักกีฬาสามารถนำเอาข้อมูลที่ได้อไปปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาความสามารถให้สูงขึ้น

เทคโนโลยีการศึกษา (Sport Technology)

เป็นสาขาวิชาหนึ่งที่กล่าวถึงวัสดุ อุปกรณ์ ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการฝึกซ้อม การแข่งขัน เพื่อวัตถุประสงค์ คือเพิ่มประสิทธิภาพในการเล่น การฝึกซ้อม การแข่งขันกีฬา เช่น รองเท้าที่ใช้ในการฝึกซ้อม การแข่งขันกีฬาต่างๆ วัสดุประกอบการแข่งขัน เช่น รั้ว บาร์ ลูกฟุตบอล ประตู ตาข่าย ลูกกอล์ฟ ไม้กอล์ฟ อุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา ทดลอง ค้นคว้าทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา อุปกรณ์การฝึกเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายต่างๆ เป็นต้น ตลอดจนวัสดุที่ใช้ในการผลิต รวมถึงเสื้อผ้าของแต่ละประเภทกีฬาด้วย ยิ่งกว่านั้น เทคโนโลยีที่ติจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความสนุกสนานของเกมการแข่งขันแล้วยังช่วยลดปัญหาการบาดเจ็บจากการกีฬาได้อีกทางหนึ่ง

ความสำคัญของวิทยาศาสตร์การกีฬา

การสนับสนุนให้เด็กออกกำลังกายและเล่นกีฬาเป็นเรื่องสำคัญ การออกกำลังกายนั้นไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี และการเล่นกีฬานำไปสู่การแข่งขันระดับต่างๆ ดังนั้นผู้ที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกายจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับระบบการเปลี่ยนแปลงของร่างกายขณะออกกำลังกาย ผลดีจากการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายที่มีต่ออวัยวะของร่างกายจึงจะสามารถเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายอย่างมีความหมาย ช่วยให้เข้าใจวิธีการเสริมสร้างร่างกายและจิตใจของผู้เล่นกีฬา หรือออกกำลังกายควรได้รับรู้ และได้รับการถ่ายทอดจากผู้ฝึกสอนกีฬา ตั้งแต่ระยะเริ่มต้นเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย นั่นคือกระบวนการเรียนรู้ตั้งแต่ในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อให้เกิดการรับรู้ที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น

วิทยาศาสตร์การกีฬา (Sports Science) หมายถึง ศาสตร์สาขาหนึ่งที่กล่าวถึงความรู้ที่ได้จากการสังเกต และการค้นคว้าเชิงประจักษ์ทางธรรมชาติของการเคลื่อนไหวของมนุษย์และปรากฏการณ์ต่างๆ ในการเล่นกีฬาแล้วจัดเข้าเป็นระบบระเบียบ เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมสุขภาพ การเพิ่มพูนพัฒนาสมรรถภาพทางกาย ทักษะการเล่นกีฬาเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน และการแข่งขันกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ทางกีฬา ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับศาสตร์หลายสาขาวิชา ได้แก่ สรีรวิทยา การออกกำลังกาย กีฬาเวชศาสตร์ ชีวกลศาสตร์ จิตวิทยาการกีฬา โภชนาการการกีฬา และเทคโนโลยีการศึกษา ประยุกต์ใช้กับการกีฬาหรือการออกกำลังกายเพื่อให้การเล่นกีฬาหรือการออก

กำลังกายบังเกิดผลดีในการเสริมสร้างประสิทธิภาพและสมรรถภาพทางกายในการทำงานหรือการออกกำลังกาย วิชาที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

กายวิภาคศาสตร์ ช่วยให้เกิดความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างและระบบอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย สรีรวิทยาทำให้รู้ถึงการทำงานของระบบต่างๆ ในร่างกาย

จิตวิทยาการศึกษาช่วยให้การเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายได้ผลดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะชีวิตประจำวันในสภาวะที่ต้องใช้สมรรถภาพทางจิตใจที่เข้มแข็งในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งช่วยให้การปรับตัวได้ผลดียิ่งขึ้น

ชีวกลศาสตร์การศึกษา ช่วยให้อวัยวะของร่างกายในการทำงานได้อย่างราบรื่นและประสานสัมพันธ์กันอย่างดี สามารถลดอันตรายในการออกกำลังกาย และประหยัดพลังงานในการทำงาน

กีฬาเวชศาสตร์ ช่วยให้ทราบ ป้องกันการบาดเจ็บทางกีฬา การปฐมพยาบาล และการบำบัดรักษาทำให้สามารถลดหรือหลีกเลี่ยงปัญหาการบาดเจ็บ และช่วยให้การบาดเจ็บบรรเทาลงหรือหายเร็วขึ้น และการฟื้นฟูและการฝึกซ้อมร่างกายที่เกิดการเจ็บป่วยให้กลับฟื้นคืนสภาพเดิม

โภชนาการการศึกษา ช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่สำคัญ จำเป็น เพียงพอ ต่อการออกกำลังกาย

เทคโนโลยีการศึกษา ช่วยในการอำนวยความสะดวก สนับสนุนการออกกำลังกาย การฝึกซ้อม การแข่งขันมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นการที่จะพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการศึกษาของชาติให้สูงขึ้นจะต้องอาศัยความรู้และกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ทางวิทยาศาสตร์การศึกษา การที่จะบรรลุถึงเป้าหมายได้ต้องอาศัยความร่วมมือของบุคคลหลายฝ่ายที่สำคัญๆ ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญทางวิทยาศาสตร์การศึกษาในแต่ละสาขาและผู้บริหารในแต่ละระดับ บุคคลทั้งสองกลุ่มถือว่าเป็นบุคคลสำคัญมาก

วิทยาศาสตร์การศึกษากับพลศึกษา

ด้านวิทยาศาสตร์ (Science) งานในด้านวิทยาศาสตร์นั้นมีหลายสาขาด้วยกัน เช่น ด้านชีววิทยา สรีระวิทยา ไปจนถึงด้านดาราศาสตร์ และอุตุนิยมวิทยา ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูล , วิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนวิเคราะห์ตัวแบบการวิจัย นักวิทยาศาสตร์ได้ใช้อินเตอร์เน็ตในการสื่อสารติดต่อกับผู้ร่วมงานทั่วโลก ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ครั้งสำคัญไม่ว่าจะเป็นวิชาการด้านการผ่าตัดทำศัลยกรรม, ด้านการผลิตยารักษาโรค, ตลอดจนผลลัพธ์การรักษาโรคให้หายขาด หรืออาการดีขึ้นต่างๆ วิชาพลานามัยและพลศึกษา ที่เน้นหนักในความเป็นวิทยาศาสตร์มากขึ้น ทำให้พลศึกษาได้รับความน่าเชื่อถือและยอมรับมากขึ้น ความรู้ ความเข้าใจในวิทยาศาสตร์การศึกษานำไปใช้ประโยชน์ได้ในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งในการเรียนการสอนพลศึกษา เนื้อหา และการฝึกปฏิบัติทางวิทยาศาสตร์การศึกษาก็จะนำมาสอดแทรกไว้ในหลักสูตรพลศึกษา เพื่อเปลี่ยนแปลงเจตคติเดิมที่

ผู้เรียนพลศึกษาส่วนมากเข้าใจว่า พลศึกษาเป็นชั่วโมงน่าเบื่อ พลศึกษาเป็นชั่วโมงเล่นกีฬา พลศึกษาเป็นชั่วโมงที่สามารถเอาการบ้านวิชาอื่นมาทำได้ ซึ่งจะมีผู้เรียนจำนวนไม่มากนักที่เข้าใจหลักการพลศึกษาอย่างแท้จริงว่าเรียนพลศึกษาเพื่ออะไร วิทยาศาสตร์การกีฬาสามารถสอดแทรกเข้าไปในขั้นตอนการสอนทักษะกีฬาได้ เพื่อพัฒนาความคิดจากขั้นพื้นฐานไปสู่การนำไปใช้ โดยเฉพาะการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน และสามารถถ่ายทอดให้แก่บุคคลในครอบครัว ผู้เรียนต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และเห็นคุณค่าของการเหยียดยืด (Stretching) นั้นกระทำเพื่อให้เอ็น เอ็นข้อต่อ ข้อต่อ และกล้ามเนื้อ เตรียมพร้อมที่จะรับแรงกระแทกและเคลื่อนไหวโดยเริ่มจากท่าอยู่กับที่ไปจนถึงเคลื่อนที่ที่เคลื่อนไหวไปมาก ส่วนระบบหัวใจและหลอดเลือดจะเห็นได้ชัดเจนถึงการเปลี่ยนแปลงว่าหัวใจเริ่มต้นแรงขึ้น จากการจับชีพจรที่ข้อมือด้านหัวแม่มือ การนำวิทยาศาสตร์การกีฬาเข้ามาใช้ในพลศึกษา จึงไม่ใช่การนำทฤษฎีต่างๆ มาบรรยายในห้องเรียน แต่จะสอดแทรกหลักวิทยาศาสตร์เข้ามาพิสูจน์ท้าทายให้เด็กเกิดความเข้าใจในการแก้ปัญหาอย่างมีเหตุผล การเรียนการสอนวิชาพลศึกษายังคงปฏิบัติในสนาม ตัวอย่างวิทยาศาสตร์การกีฬาที่สอดแทรกในการเรียนการสอนพลศึกษาตามหลักสูตรระดับมัธยมศึกษา ฉบับปรับปรุง (พ.ศ.2533) ดังนี้ (สำนักพัฒนาการพลศึกษา สุขภาพและนันทนาการ กรมพลศึกษา, 2543)

หลักการออกกำลังกายแบบแอโรบิก เป็นวิธีการออกกำลังกายและเล่นกีฬาที่ปลอดภัย ได้ผลดี และมีระบบระเบียบถูกต้องตามหลักการแพทย์ หลักสูตรทางพลศึกษาของประเทศต่างๆ ได้นำวิธีการของแอโรบิกไปอธิบายและใช้กันแล้ว จึงต้องพัฒนาองค์ความรู้ให้ก้าวทันเหตุการณ์ของโลกวิทยาการด้วย เช่น การฝึกกายบริหารแบบราชนาวิ หรือแบบสวีเดนนั้น ได้พัฒนาจนมีการฝึกแบบแอโรบิกแดนซ์ และแจ๊สแดนซ์เข้ามาแทนที่ ทำให้เด็กสมัยใหม่สนใจการบริหารกายด้วยความสนุกและเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพ

หลักการสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย ในการฝึกซ้อมเสริมสร้างความสมบูรณ์ของระบบต่างๆ ตั้งแต่ความรวดเร็ว ความอ่อนตัว ความอ่อนตัว ความคล่องตัว ความแข็งแรง พละกำลัง ความอดทน และความสมดุลแล้วแต่ต้องใช้เทคนิคและวิธีการเฉพาะแตกต่างกันออกไป และได้ผลิตอุปกรณ์ในการเสริมสร้างสมรรถภาพ และทดสอบสมรรถภาพด้วยเครื่องมือทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้มีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการเรียนและใช้ในการคำนวณวิเคราะห์ข้อมูล

หลักการออกกำลังกายอย่างปลอดภัย นักเรียนควรจะได้เรียนรู้หลักการของการบาดเจ็บในการกีฬา ลักษณะและสาเหตุของอุบัติเหตุในการเล่นกีฬา การรักษา แก้ไขฟื้นฟู หรือการป้องกัน บาดเจ็บทางกีฬา

หลักการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับเพศ วัย อาชีพ สภาพร่างกาย และความแตกต่างระหว่างบุคคล

การเสริมสร้างสุขภาพ เรียนรู้ในกระบวนการเสริมสร้างสุขภาพ เช่น การรักษา ทรวดทรง โภชนาการ อนามัยส่วนบุคคล การดูแลสุขภาพจิต เป็นต้น

ประโยชน์

วิทยาศาสตร์การกีฬา (Sports Science) เป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายหรือการปรับปรุงเสริมสร้างการทำงานของระบบต่างๆ ของร่างกายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้น องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องและควรจะต้องพิจารณาประกอบ คือ ความบ่อยครั้งของการฝึก ปริมาณของการออกกำลังกายและชนิดของการออกกำลังกาย สภาวะทางโภชนาการ ลักษณะตามธรรมชาติของแต่ละบุคคล อุปนิสัยรวมทั้งการประกอบอาชีพของบุคคลนั้นๆ ดังนั้นวิทยาศาสตร์การกีฬา (Sports Science) จึงเป็นความรู้ที่ทุกคนควรจะรู้ ไม่เฉพาะแต่นักกีฬาหรือบุคคลที่อยู่ในวงการกีฬาเท่านั้น เพราะเหตุผลต่างๆ ดังนี้

การออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคน การศึกษาวิทยาศาสตร์การกีฬาทำให้เข้าใจและแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นของการออกกำลังกาย และโทษของการขาดการออกกำลังกาย

การออกกำลังกายและการเล่นกีฬา อาจจะทำให้ทั้งคุณและโทษได้ ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การกีฬา จะช่วยจัดคนกับกีฬาให้เหมาะสมซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดประโยชน์โดยไม่มีโทษเจือปน

การแข่งขันกีฬาในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่เป็นการออกกำลังกายเพื่อที่จะก่อให้เกิดความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังมีหมายถึงชื่อเสียงของหมู่คณะหรือแม้แต่ประเทศชาติ วิทยาศาสตร์การกีฬาจึงช่วยส่งเสริมสมรรถภาพทางกายของนักกีฬาหลายแง่ อาทิ การคัดเลือกนักกีฬา การฝึกซ้อม การบำรุงตัวและการประเมินผลจากการฝึกซ้อม เป็นต้น

การบาดเจ็บระหว่างฝึกซ้อมและแข่งขันกีฬา มีลักษณะจำเพาะซึ่งแตกต่างจากการบาดเจ็บธรรมดา การปฏิบัติอย่างถูกต้องเป็นขั้นตอน จะช่วยให้นักกีฬาที่บาดเจ็บ กลับมาเล่นได้ใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปัจจุบันสถาบันการศึกษาต่างๆ รวมทั้งหน่วยงานของรัฐบาล และของเอกชน ได้เน้นถึงความสำคัญของการออกกำลังกายมากขึ้น เพราะต่างก็มีความมุ่งหวังว่า ถ้าร่างกายมีสุขภาพและสมรรถภาพทางกายที่ดี ก็จะเป็นพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบภารกิจในทุกๆ ด้าน (วีรศักดิ์ เพ็ชรชอบ, 2543:10-17 อ้างถึงใน วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ. ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 กรกฎาคม - ธันวาคม 2543. สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

2.3 แนวคิดและหลักการจัดการ ทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่

2.3.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

ความหมายของการบริหารจัดการนั้น สามารถจำกัดออกมาตามความเข้าใจได้ โดย คำว่า “Management” อาจแปลว่า การจัดการหรือการบริหารหรือการบริหารจัดการก็ได้ซึ่งในหนังสือ องค์การและการจัดการฉบับสมบูรณ์ โดย รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2545, น.18-19) ได้รวบรวม ความหมายของ คำว่า “การบริหารจัดการ” และ “การจัดการ” ได้ดังนี้

คำว่า “การบริหาร” (Administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง เป็นคำนิยมใช้ในการบริหารรัฐกิจ (Public Administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการ และคำว่า “ผู้บริหาร” (Administrator) จะหมายถึงผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร (Schermerhorn, 1999, p.G-2)

การบริหาร คือกลุ่มของกิจกรรม ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การสั่งการ (Leading/Directing) หรือการอำนวย และการควบคุม (Controlling) ซึ่งจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทรัพยากรขององค์กร (6 M's) เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญในการบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลครบถ้วน

คำว่า “การจัดการ” (Management) จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (Business Management) ส่วนคำว่า “ผู้จัดการ” (Manager) จะหมายถึงบุคคลในองค์กรซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กร

การบริหารจัดการ (Management) หมายถึงชุดของหน้าที่ต่างๆ (A set of functions) ที่กำหนดทิศทางในการใช้ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) นั้น หมายถึงการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right decision) และมีการปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ดังนั้นผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล ควบคู่กัน (Griffin, 1997, p.4)

ในอีกแนวหนึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่นๆ (Certo, 2000, p.555) หรือเป็นกระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำว่า “การบริหาร” (Administration) และ “การจัดการ” (Management) มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย โดยการบริหารจะสนใจและสัมพันธ์กับการกำหนดนโยบายไปลงมือปฏิบัติ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่าการบริหารใช้ในภาครัฐ ส่วนการจัดการใช้ในภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม ในตำราหรือหนังสือส่วนใหญ่ทั้ง 2 คำนี้มีความหมายไม่แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (สุรัสวดี ราชกุลชัย, 2543, หน้า 3)

จากความหมายต่างๆ ข้างต้น การบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ประเด็นสำคัญของการบริหารจัดการ (Management) มีดังนี้

- 1) การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้
- 2) เป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือ การสร้างกำไร
- 3) การบริหารจัดการเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ (Efficiency) (วิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด) และประสิทธิผล (Effectiveness) (บรรลุเป้าหมายคือประโยชน์สูงสุด)
- 4) การบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร

2.3.2 หน้าที่ของการบริหารจัดการประกอบด้วยกิจกรรมพื้นฐาน 4 ประการหรืออาจแบ่งในลักษณะที่เป็นขั้นตอนดังนี้

1) การวางแผน (Planning)

เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การวางแผนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างเหตุการณ์ปัจจุบันและอนาคตซึ่งทำได้โดยการให้บรรลุเป้าหมายผลลัพธ์ที่ต้องการ การวางแผนจึงต้องอาศัยการกำหนดกลยุทธ์ที่ประสิทธิภาพ แม้ว่าพื้นฐานของการจัดการโดยทั่วไปเป็นงานของผู้บริหาร การวางแผนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปฏิบัติตามกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จและการประเมินกลยุทธ์ เพราะว่า การจัดการองค์กร การจูงใจ การจัดบุคคลเข้าทำงาน และกิจกรรมควบคุม ขึ้นกับการวางแผน กระบวนการวางแผนจะต้องประกอบด้วยผู้บริหารและพนักงานภายในองค์กร

การวางแผนจะช่วยให้องค์กรกำหนดข้อดีจากโอกาสภายนอกและทำให้เกิดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอกต่ำสุด โดยต้องมองเหตุการณ์ในอดีตและปัจจุบันเพื่อคาดคะเนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การวางแผน ประกอบด้วย การพัฒนาภารกิจ (Mission) การคาดคะเนเหตุการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์อนาคต และแนวโน้ม การกำหนดวัตถุประสงค์ และการเลือกกลยุทธ์ที่ใช้

การวางแผนจะช่วยให้ธุรกิจปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงของตลาดและสามารถกำหนดเป้าหมายได้ การบริหารเชิงกลยุทธ์นั้นต้องการให้องค์กรติดตามในลักษณะเชิงรุก (Proactive) มากกว่าที่จะเป็นเชิงรับ (Reactive) องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องควบคุมอนาคตขององค์กรมากกว่าที่จะรอรับผลจากอิทธิพลสภาพแวดล้อมภายนอกและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การตัดสินใจ

(Decision Making) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผน การปรับตัวเป็นสิ่งจำเป็นเพราะจะมีการเปลี่ยนแปลงของตลาด เศรษฐกิจ และคู่แข่งทั่วโลก จุดเริ่มต้นของความสำเร็จที่ดีของธุรกิจคือการวางแผนที่เหมาะสม เห็นผลได้จริง ยืดหยุ่น มีประสิทธิผล และทรงประสิทธิภาพ

2) การจัดการองค์กร (Organizing)

เป็นหน้าที่ทางการบริหารที่ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญตรวจสอบเป็นระยะๆ เพื่อให้มั่นใจว่า ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โครงสร้างองค์การที่ออกแบบไว้มีความเหมาะสมที่จะทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ

จุดมุ่งหมายของการจัดการองค์กรคือ การใช้ความพยายามทุกกรณีโดยการกำหนดงานและความสำคัญของอำนาจหน้าที่ การจัดการองค์กร หมายถึง การพิจารณาถึงสิ่งที่ต้องการทำและผู้ที่จะทำ รายงานมีตัวอย่างในประวัติศาสตร์ของธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดี สามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันและสามารถเอาชนะคู่แข่งได้ ธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดีสามารถจูงใจผู้บริหารและพนักงานให้มองเห็นความสำคัญของความสำเร็จขององค์กร

การกำหนดลักษณะเฉพาะของงาน (Work Specialization) โดยการแบ่งงานประกอบด้วยงานที่กำหนดออกมาเป็นแผนก การจัดแผนก และการมอบอำนาจหน้าที่ การแยกงานออกเป็นงานย่อยตามการพัฒนารายละเอียดของงาน (Job Description) และคุณสมบัติของงาน (Job Specification) เครื่องมือเหล่านี้มีความชัดเจนสำหรับผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งต้องการทราบลักษณะของงาน

การกำหนดแผนกในโครงสร้างขององค์กร (Organization Structure) ขนาดของการควบคุม (Span of Control) และสายการบังคับบัญชา (Chain of Command) การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ต้องการการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้าง เพราะตำแหน่งใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นหรือลดลงหรือรวมกัน โครงสร้างองค์กรจะต้องระบุถึงวิธีการใช้ทรัพยากรและวิธีการซึ่งวัตถุประสงค์มีการกำหนดขึ้นในธุรกิจ การสนับสนุนทรัพยากรและกำหนดวัตถุประสงค์ตามสภาพทางภูมิศาสตร์จะแตกต่างจากโครงสร้างด้านผลิตภัณฑ์หรือลูกค้า

รูปแบบทั่วไปของการจัดแผนกคือ ตามหน้าที่ (Functional) ตามฝ่าย (Divisional) ตามหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ (Strategic business unit) และด้านเมทริกซ์ (Matrix)

3) การนำหรือการสั่งการ (Leading/Directing)

เป็นการใช้อิทธิพลเพื่อจูงใจพนักงานให้ปฏิบัติงานและนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ระบุไว้ หรือเป็นกระบวนการจัดการให้สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันได้ด้วยวิธีการต่างๆ เพราะทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่ซับซ้อนและเข้าใจได้ยาก การนำหรือการสั่งการจึงต้องใช้ความสามารถหลายเรื่องควบคู่กันไป อาทิ ภาวะความเป็นผู้นำของผู้บริหาร การจูงใจ การติดต่อสื่อสารในองค์กร และการทำงานเป็นทีม เป็นต้น หน้าที่ในการนำหรือสั่งการนี้ มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าหน้าที่อื่น เพราะ

ผู้บริหารต้องแสดงบทบาทของผู้สั่งการอย่างมีคุณภาพ ถ้าไม่เช่นนั้น แผนงานที่วางไว้ตลอดจน ทรัพยากรที่จัดเตรียมไว้อาจไม่เกิดประสิทธิผล ถ้าผู้บริหารดำเนินกิจกรรมด้านการสั่งการไม่ดีพอ ดังนั้น การสั่งการจึงเป็นเรื่องของความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ และความสามารถที่จะชักจูงให้ พนักงานร่วมกันปฏิบัติงานไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้องค์กรประสบความสำเร็จตามต้องการ

4) การควบคุม (Controlling)

การใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กร ถือว่าเป็นกระบวนการตรวจสอบ หรือติดตามผลและ ประเมินการปฏิบัติงานในกิจกรรมต่างๆ ของพนักงาน เพื่อรักษาให้องค์กรดำเนินไปในทิศทางสู่ เป้าหมายอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ในเวลาที่กำหนดไว้ องค์กรหรือธุรกิจที่ ประสบความล้มเหลวอาจเกิดจากการขาดการควบคุม หรือมีการควบคุมที่ไร้ประสิทธิภาพ และหลาย แห่งเกิดจากความไม่ใส่ใจในเรื่องของการควบคุม ละเลยเพิกเฉย หรือในทางกลับกันคือมีการควบคุม มากจนเกิดความผิดพลาดขององค์กรเอง การควบคุมจึงเป็นหน้าที่หลักทางการบริหารที่มีความสำคัญ ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการทางการบริหาร

การควบคุมที่ดีย่อมก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการ สิ่งสำคัญของการบริหารที่ต้อง ควบคุม ได้แก่ ปริมาณงาน(Quantity) คุณภาพของงาน (Quality) เวลา (Time) และค่าใช้จ่าย (Cost)

การควบคุมเป็นการตรวจตราและตรวจสอบผลการปฏิบัติงานโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมาย และดำเนินการปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจว่า จะบรรลุผลลัพธ์ตามต้องการ นอกจากนี้การควบคุมยังเป็น กระบวนการรวบรวมและแสดงข้อมูลย้อนกลับเรื่องของการผลการดำเนินงานในฐานะที่เป็นพื้นฐาน สำหรับการปฏิบัติและการเปลี่ยนแปลงในอนาคตอีกด้วย (Schermerhorn, 1999, p.327) อาจ กล่าวถึงบทบาทสำคัญของการควบคุมได้ว่า อยู่ที่คำ 4 คำ ได้แก่ มาตรฐาน (Standard) การวัดผล (Measurement) การเปรียบเทียบ (Comparison) และการปฏิบัติ (Take Action) โดยการควบคุม จะครอบคลุมดูแลพื้นที่ 4 พื้นที่ใหญ่ๆ ของการบริหาร (Stephen, 1997, p.391) กล่าวคือ พฤติกรรม บุคคลในองค์กร การเงิน การปฏิบัติการ และ ข้อมูลข่าวสาร

ความสำคัญของการจัดการ (The Importance of Management)

การจัดการมีความสำคัญต่อผู้บริหารทุกคนในการพัฒนาองค์กรให้มุ่งไปสู่ความมี ประสิทธิภาพ ผู้บริหารสามารถดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ เช่น ผู้จัดการโรงงาน สามารถดำเนินการผลิตสินค้าของเครื่องใช้อุปโภคบริโภคออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า และสามารถหาตลาดในการจัดจำหน่ายสินค้าเหล่านั้น ผู้จัดการฝ่ายบุคคลมีศักยภาพใน ความสามารถในการจัดหาแรงงานและพนักงานเพื่อมาปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้ภารกิจในองค์กรลุล่วงไป ได้ ผู้จัดการในแต่ละฝ่ายอาจมีพื้นฐานความรู้ทางการบริหารแตกต่างกันและมีการศึกษาที่แตกต่าง หลากหลายที่จะต้องทำงานร่วมกัน เพื่อบรรลุความสำเร็จในวัตถุประสงค์ขององค์กร

บทบาทของการจัดการ (Managerial Roles)

หน้าที่ที่ เกี่ยวกับการจัดการในองค์การมักจะมุ่งไปที่หน้าที่ต่างๆในขบวนการจัดการ 4 ประการ (การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม) ดังที่กล่าวข้างต้น ซึ่งผู้บริหารแต่ละคนให้ความสำคัญและเวลาในการทำหน้าที่การจัดการเหล่านี้แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังขึ้นกับลักษณะการดำเนินงานขององค์การที่แตกต่างกันด้วย (เช่น มีลักษณะการดำเนินงานเป็นองค์การที่แสวงหากำไรหรือองค์การที่ไม่แสวงหากำไร) ระดับของผู้บริหารที่ต่างกัน (ระดับต้น ระดับกลาง ระดับสูง) และขนาดขององค์การที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่น ผู้บริหารที่อยู่ในระดับบริหารที่ต่างกันจะใช้เวลาในการทำกิจกรรมของแต่ละหน้าที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมของผู้บริหารในองค์การแล้ว Mintzberg เห็นว่าบทบาทของการจัดการสามารถจัดแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม หรือที่เรียกว่า บทบาทด้านการจัดการของ Mintzberg (Mintzberg's Managerial Roles) ได้แก่ บทบาทในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Roles) บทบาทด้านข้อมูล (Informational Roles) และบทบาทด้านการตัดสินใจ (Decisional Roles) โดยแต่ละกลุ่มของบทบาทมีบทบาทย่อยดังต่อไปนี้

1. บทบาทในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Roles) หมายถึง ผู้บริหารมีบทบาทในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่างๆ ประกอบด้วย บทบาทย่อย ได้แก่

1) บทบาทตามตำแหน่ง (The Figurehead Role) ทำหน้าที่ประจำวันต่าง ๆ ตามระเบียบที่เกี่ยวกับกฎหมาย หรือตามที่สังคมกำหนด เช่น การเป็นตัวแทนขององค์กร การลงนามในเอกสารตามกฎหมาย เป็นต้น

2) บทบาทผู้นำ (The Leader Role) ต้องรับผิดชอบสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการทำงานของพนักงาน รับผิดชอบในการจัดหาคน ฝึกอบรม และงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

3) บทบาทการสร้างสัมพันธ์ภาพ (The Liaison Role) โดยสร้างเครือข่ายภายในและภายนอกเพื่อการ กระจายข้อมูลให้ทั่วถึง เช่น การเป็นผู้ประสานกับหน่วยงานภายนอกหรือองค์กรภายนอกและบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้อง

2. บทบาทด้านข้อมูล (Informational Roles) เป็นบทบาทด้านการกระจายและส่งผ่านข้อมูล ประกอบด้วย บทบาทย่อย ดังนี้

1) บทบาทในความเป็นผู้ติดตามประเมินผล (Monitor) เป็นการติดตามเลือกรับข้อมูล (ซึ่งมักจะเป็นเหตุการณ์ปัจจุบัน) เพื่อเข้าใจความเคลื่อนไหวขององค์การและสิ่งแวดล้อม เป็นเสมือนศูนย์กลางของ ระบบ

2) บทบาทในความเป็นผู้กระจายข้อมูล (The Disseminator Role) รับบทบาทส่งผ่านข้อมูลไปยังพนักงานในองค์การ บางข้อมูลก็เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง บางข้อมูลเกี่ยวกับการแปลผล และรวบรวมความแตกต่างที่เกิดขึ้นในองค์การ

3) บทบาทในความเป็นโฆษก (The Spokesperson Role) ทำหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ ส่งต่อข้อมูลไปยังหน่วยงานภายนอก เกี่ยวกับ แผนงาน นโยบาย กิจกรรม และผลงาน ขององค์กร เช่น เป็นผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม

3. บทบาทด้านการตัดสินใจ (Decisional Roles) ทำหน้าที่ตัดสินใจในการดำเนินงานของ องค์กร ประกอบด้วยบทบาทย่อย ดังนี้

1) บทบาทในความเป็นผู้ประกอบการ (The Entrepreneur Role) หาโอกาสและ ริเริ่มสิ่งใหม่ๆ เช่น การปรับปรุงโครงการ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการ ออกแบบโครงการ โดยการจัดให้มีการทบทวนและกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาโปรแกรมใหม่ๆ

2) บทบาทในความเป็นผู้จัดการความสงบเรียบร้อย (The Disturbance Handler Role) รับผิดชอบแก้ไขการดำเนินงานเมื่อองค์กรเผชิญกับความไม่สงบเรียบร้อย โดยการทบทวน และกำหนดกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความไม่สงบและวิกฤติการณ์ในองค์กร

3) บทบาทในการเป็นผู้จัดสรรทรัพยากร (The Resource Allocator Role) เป็น ผู้รับผิดชอบในการจัดสรรทรัพยากรต่างๆในองค์กร เช่น ทำการตัดสินใจและอนุมัติในประเด็นที่ สำคัญต่างๆขององค์กร โดยจัดลำดับ และกระจายอำนาจ ดูแลกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องงบประมาณ และจัดการเกี่ยวกับการทำงานของพนักงาน

4) บทบาทในด้านการเจรจาต่อรอง (The Negotiator Role) รับผิดชอบในการเป็น ตัวแทนต่อรองในเรื่องสำคัญขององค์กร เช่น มีส่วนร่วมในการทำสัญญากับสหภาพแรงงานของ องค์กร หรือการต่อรองกับผู้จัดหา (Suppliers)

ทฤษฎีและแนวคิดทางการบริหาร

ทฤษฎีและแนวความคิดทางการบริหาร สามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มทฤษฎีด้วยกัน คือ กลุ่มทฤษฎีแบบคลาสสิก กลุ่มทฤษฎีเชิงพฤติกรรมศาสตร์ และกลุ่มทฤษฎีองค์กรสมัยใหม่ (นิตยา เงินประเสริฐศรี, 2542, หน้า 7)

1. กลุ่มทฤษฎีแบบคลาสสิก (The Classical Theory) เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นเป็นครั้งแรก ทางการบริหารในยุคดั้งเดิมสมัยการปฏิวัติอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มผลผลิตในการ ทำงาน โดยหลักการพื้นฐานประกอบด้วยการค้นหา วิธีที่ดีที่สุดในการทำงาน (One Best Way) ใน การทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามวิธีการ กลุ่มทฤษฎีแบบคลาสสิก จะประกอบไปด้วยทฤษฎีที่สำคัญ ๆ ดังนี้คือ

1.1 ทฤษฎีการจัดการตามหลักวิทยาศาสตร์ (Scientific Management) เฟรดเดอริค ดับเบิลยู เทย์เลอร์ (Frederic W. Taylor) คือ ผู้ที่ได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งการบริหารงานแบบ วิทยาศาสตร์ เทย์เลอร์นั้นมีพื้นฐานความรู้ทางด้านวิศวกร โดยที่การนำเสนอทฤษฎีการบริหารงาน แบบวิทยาศาสตร์นั้น ได้มีขึ้นหลังจากที่เทย์เลอร์ได้เข้ามารับตำแหน่งเป็นผู้จัดการโรงงานแห่งหนึ่งใน

เมืองฟิลาเดลเฟีย ในขณะนั้นปัญหาของโรงงานอุตสาหกรรมที่ประเทศอเมริกาในขณะนั้นประสบอยู่ คือปัญหาในเรื่องประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งจากความด้อยในเรื่องประสิทธิภาพในการผลิต ของโรงงาน อุตสาหกรรมที่เป็นหน่วยทำการผลิตในระดับจุลภาคได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจของอเมริกา ในระดับมหภาคคือทำให้ประเทศอเมริกาในขณะนั้นประสบภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ดังนั้นเทย์เลอร์จึง พยายามแก้ไขปัญหในเรื่องประสิทธิภาพการผลิต โดยในระยะแรกของการแก้ปัญหา เทย์เลอร์ได้ให้ ความสนใจไปในการปรับปรุงเครื่องจักร เครื่องไม้ เครื่องมือ ตลอดจนไปถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงาน แต่ประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานยังไม่เป็นที่น่าพอใจเท่าใดนัก ดังนั้นเทย์เลอร์จึงได้เปลี่ยน แนวความคิดใหม่ โดยได้ลองทำการสังเกตวิธีการทำงานของพนักงานแต่ละคน จากการสังเกตเทย์เลอร์ พบว่าคนงานในโรงงานอุตสาหกรรมของเขานั้นมีวิธีการทำงานตามหลักความเคยชิน ซึ่งลักษณะการ ทำงานตามหลักความเคยชินนั้น ในการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานอย่างเดียวกันั้นคนงานจะมีวิธีการ ทำงานที่แตกต่างกันหลายวิธี และวิธีการทำงานที่แตกต่างกันนั้นขึ้นอยู่กับความเคยชินของคนงานแต่ ละคน โดยจากการสังเกตของเทย์เลอร์ พบว่าวิธีการทำงานที่แตกต่างกันตามความเคยชินของคนงาน แต่ละคนนั้นมักก่อให้เกิดการอุ้งงานได้ และการอุ้งงานก็ทำอย่างเป็นระบบโดยได้รับการรู้เห็นเป็นใจจาก ผู้นำสหภาพแรงงานในโรงงาน

นอกจากปัญหาการอุ้งงานแล้ว เทย์เลอร์ยังพบว่าในอดีตฝ่ายบริหารได้เข้าไปควบคุม ดูแล คนงานน้อยมาก และปล่อยให้คนงานมีอิสระในการเลือกวิธีการทำงานตามใจชอบ ดังนั้นในการที่จะ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เทย์เลอร์จึงได้นำเสนอการจัดการตามหลักวิทยาศาสตร์ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้คือ (Taylor อ้างใน พิทยา บวรวัฒนา, 2543, หน้า 27)

1.1.1 จะต้องมีการกำหนดวิธีการทำงานเพื่อให้ได้วิธีที่ดีที่สุด โดยวิธีที่ดี ที่สุดจะต้องเป็นวิธีการทำงานที่ใช้เวลา ทรัพยากร และพลังงานในการทำงานน้อยที่สุด เมื่อ เปรียบเทียบกับวิธีอื่นที่ทำงานในลักษณะเดียวกัน

1.1.1 การคัดเลือกคนงานจะต้องมีการนำเอากฎเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์ มาช่วยในการคัดเลือก เพื่อให้ได้คนงานที่มี ทักษะ ความรู้ ความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน

1.1.2 จะต้องมีการพัฒนาคนงานโดยการสอนวิธีการทำงานให้ถูกต้อง ตามหลักวิทยาศาสตร์การจัดการ เพื่อที่จะขจัดวิธีการทำงานตามหลักความเคยชินให้หมดไปจาก คนงานเดิม

1.1.3 ต้องพยายามสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างฝ่ายบริหาร กับคนงานอันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพการผลิตของโรงงาน

หลักวิทยาศาสตร์การจัดการตามแนวความคิดของเทย์เลอร์ นับว่ามีประโยชน์ต่อการ บริหารงานในขณะนั้นเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งในปัจจุบันวิทยาศาสตร์การจัดการเองก็ยังคงมีการนำมา ประยุกต์ใช้อยู่ในการบริหารงานในองค์กร และหน่วยธุรกิจต่าง ๆ

1.2 การจัดการตามแบบระบบราชการ (Bureaucratic Management) แมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber) เป็นชาวเยอรมัน และเป็นนักปราชญ์ที่มีชื่อเสียงและยิ่งใหญ่ ที่มีความรอบรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ เช่น วิชากฎหมาย การเมือง การปกครอง ประวัติศาสตร์ และเศรษฐกิจ และได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งการจัดการตามแบบระบบราชการ ในการทำความเข้าใจองค์การแบบระบบราชการนั้น มีหลักการที่สำคัญดังนี้คือ (Hodge, Anthony & Gales อ้างใน ทองใบ สุดชาติ, 2543, หน้า 5)

1.2.1 หลักของการแบ่งงานกันทำ (Division of work) หมายถึง หลักในการสร้างความชัดเจน และความสมดุลระหว่างอำนาจหน้าที่กับความรับผิดชอบโดยให้ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบขององค์การ การแบ่งงานกันทำตามวิธีนี้ถือว่าเป็นความรับผิดชอบที่เป็นทางการ

1.2.2 หลักของการกำหนดอำนาจหน้าที่ตามสายการบังคับบัญชา (Hierarchy of Authority) หมายถึง การกำหนดตำแหน่งต่างๆ ที่ให้อำนาจหน้าที่ลดหลั่นลงมาตามสายการบังคับบัญชา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนในสายการบังคับบัญชา

1.2.3 หลักของความสามารถ (Technical Competency) หมายถึง หลักการสำคัญในการจัดบุคคล เพื่อบรรจุหรือแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งตามหลักความรู้ความสามารถของบุคคล โดยการใช้กระบวนการทดสอบ การฝึกอบรม และการศึกษาของบุคลากร

1.2.4 หลักของกฎ ระเบียบ ความมีวินัย และการควบคุม (Rules, Disciplines and Control) หมายถึง การบริหารงานโดยใช้กฎระเบียบเป็นหลัก และกำหนดรูปแบบไว้ให้ชัดเจนในการบริหาร จะต้องยึดระบบเอกสารเป็นสำคัญ โดยไม่คำนึงถึงความสัมพันธ์ส่วนตัว

1.2.5 หลักของความเป็นกลางทางการบริหาร (Administrative Officials) หมายถึง ผู้ดำรงตำแหน่งต่าง ๆ เป็นผู้ที่มิเกี่ยวข้องกับอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ เป็นองค์ประกอบในการทำงานตามตำแหน่งนั้น อุปกรณ์ และเครื่องมือจะอยู่กับตำแหน่งไม่ใช่อยู่กับบุคคล

1.2.6 หลักของการเป็นบุคลากรของฝ่ายบริหารและได้รับเงินเดือนประจำ (Career Official and Fixed Salary) หมายถึง ผู้ดำรงตำแหน่งบริหารจะต้องเป็นบุคลากรประจำ มีการจ้างงานตลอดชีพ และจัดให้มีเงินเดือนประจำในอัตราคงที่ในแต่ละปี

1.3 การจัดการตามหลักการบริหาร (Administrative Management) นักทฤษฎีที่นำเสนอทฤษฎีการจัดการตามหลักการบริหาร มีความเชื่อว่าการที่จะทำให้การทำงานขององค์การบรรลุเป้าหมายนั้น จะต้องมีการกำหนดหน้าที่ของคนที่เป็นผู้บริหาร และหลักการบริหารงานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน นักทฤษฎีที่นำเสนอทฤษฎีนี้ประกอบด้วย

1.3.1 เฮนรี ฟาโยล์ (Henri Fayol) คือ ผู้ที่ได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งทฤษฎีการจัดการตามหลักการบริหาร ฟาโยล์เป็นชาวฝรั่งเศสและเป็นนักบริหารระดับสูงในอุตสาหกรรม ซึ่งตามแนวความคิดของฟาโยล์ การที่จะทำให้การบริหารงานบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์นั้นประการแรก ฟาโยล์เห็นว่านักบริหารจะต้องทำหน้าที่ทางการบริหาร ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน

(Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordination) และการควบคุม (Controlling) ประการที่สองนักบริหารจะต้องทราบถึงหลักการบริหารที่สำคัญ ๆ ซึ่งฟาโยล์ได้นำเสนอหลักการบริหารที่มีประสิทธิผลของ ฟาโยล์ที่มีอยู่ 14 ข้อ ดังนี้คือ (Bartol & Martin, 1997, p.46)

(1) หลักของการแบ่งงานกันทำ (Division of Work) ในการบริหารนั้นจะมีงานเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ดังนั้นนักบริหารจะต้องแบ่งงานที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากให้บุคลากรที่เป็นสมาชิกองค์การ รับเอางานไปทำโดยเน้นความชำนาญและความเชี่ยวชาญเฉพาะของบุคลากรที่อยู่ในองค์การ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์

(2) หลักที่เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority and Responsibility) ในการบริหารนั้นบุคลากรผู้ที่ได้รับมอบหมายงานให้ทำจะเกิดความผูกพันต่อผู้บังคับบัญชาในลักษณะของความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ดังนั้นในการที่จะทำให้งานที่ได้รับมอบหมายนั้นสำเร็จจะต้องมีการกำหนดอำนาจหน้าที่ที่เหมาะสมกับความรับผิดชอบที่บุคลากรมี

(3) หลักของความมีระเบียบวินัย (Discipline) ระเบียบวินัยคือข้อตกลง กติกาที่ใช้ร่วมกันของบุคลากรองค์การ ระเบียบวินัยจะเป็นกรอบในการควบคุมพฤติกรรมของบุคลากรองค์การ ให้เป็นไปในทิศทางที่เอื้อต่อการบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การ

(4) หลักของการมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว (Unity of Command) บุคลากรที่เป็นสมาชิกองค์การนั้น จะต้องฟังคำสั่งจากเจ้านายเพียงคนเดียวเพื่อป้องกันความสับสนในการปฏิบัติงาน การสั่งงานใด ๆ ต้องเป็นไปตามลำดับสายการบังคับบัญชา

(5) หลักของการมีเป้าหมายเดียวกัน (Unity of Direction) ในการทำงานนั้น บุคลากรขององค์การจะต้องมีเป้าหมายเดียวกัน ดังนั้นกิจกรรมการทำงานของบุคลากร ทุกคนจะต้องสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายเดียวกัน

(6) หลักของผลประโยชน์ส่วนตัวมีความสำคัญน้อยกว่าผลประโยชน์ขององค์การ (Subordination of Individual to the General Interest) ผลประโยชน์ของบุคลากรที่เป็นสมาชิกองค์การมีความสำคัญน้อยกว่าผลประโยชน์ส่วนรวมขององค์การ ดังนั้นในการทำงานสมาชิกองค์การ จะต้องทุ่มเทเสียสละในยามที่องค์การต้องการความช่วยเหลือทั้งในยามปกติ และในยามวิกฤติ

(7) หลักของการกำหนดค่าตอบแทน และวิธีการจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration and Methods) การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่บุคลากรขององค์การควรที่จะให้มีความยุติธรรม และตอบสนองความพึงพอใจทั้งของสมาชิกองค์การ และผู้บริหารเท่าที่จะพึงทำได้

(8) หลักของการรวมอำนาจ (Centralization) ในการบริหารนั้น อำนาจในการ

ตัดสินใจควรวัวที่จุดศูนย์กลาง เพื่อที่จะทำให้สามารถควบคุมส่วนต่าง ๆ ไว้ได้ เช่น อำนาจในการอนุมัติเงิน อำนาจในการบริหารงานบุคคล เป็นต้น

(9) หลักการจัดสายการบังคับบัญชา (Scalar Chain) จะต้องมีการจัดสายการบังคับบัญชาในการบริหารงานองค์การ เพื่อที่จะให้ทราบถึงลักษณะของอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ ตลอดจนไปถึงลักษณะของการติดต่อสื่อสาร

(10) หลักของความเป็นระเบียบเรียบร้อย (Order) ในการบริหารนั้นจะต้องมีการจัดสถานที่ทำงาน ตลอดจนวัสดุสิ่งของให้เอื้อต่อการปฏิบัติงานและเสริมสร้างบรรยากาศในที่ทำงานให้น่าทำงาน

(11) หลักของความเสมอภาค (Equity) ในการบริหารงานนั้นคนที่เป็นผู้บริหารจะต้องให้ความเสมอภาคและมีความยุติธรรมต่อผู้ใต้บังคับบัญชาทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะในเรื่องของการแบ่งงานให้ทำ การพิจารณาความดีความชอบ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งในการทำงาน

(12) หลักของความมั่นคงในงาน (Stability of Tenure) สำหรับการบริหารงานนั้นจะต้องทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชา มีความรู้สึกว่าตัวของเขามีความมั่นคงในการปฏิบัติงาน เช่น การจัดให้มีการเซ็นสัญญาจ้างงาน ซึ่งกำหนดระยะเวลาในการจ้างที่ชัดเจนและเป็นธรรม การจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้น่าทำงานและการจัดเครื่องป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงาน

(13) หลักของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative) ในการบริหารงานนั้น ผู้บริหารที่เก่งและฉลาด จะต้องรู้จักนำเอาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ใต้บังคับบัญชามาใช้ประโยชน์ในการทำงาน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ใต้บังคับบัญชาอาจได้มาจากการระดมสมอง หรือการปรึกษาหารือเพื่อแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

(14) หลักของความสามัคคี (Esprit de Corps) ในการบริหารงานนั้น ในการที่จะทำให้งานบรรลุเป้าหมายนั้น จะต้องมีการสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันให้เกิดขึ้นในการทำงาน ซึ่งอาจจะทำได้โดยการจัดให้มีกิจกรรมระหว่างสมาชิกร่วมกัน เช่น การจัดงานกีฬา การจัดทัศนศึกษาดูงาน การจัดงานเลี้ยง เป็นต้น

1.3.2 ลูเธอร์ กุลลิก และลินดัล เออร์วิก (Luther Gulick and Lyndal Urwick) เป็นนักทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มการศึกษาการจัดการตามหลักการบริหาร ได้เสนอหลักที่เกี่ยวกับการบริหาร ซึ่งคนที่เป็นผู้บริหารจะต้องทำมีหน้าที่สำคัญอยู่ 7 ประการ คือ การวางแผนการจ้ดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การประสานงาน การรายงานและการงบประมาณ หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “POSDCoRB” ซึ่งประกอบด้วย รายละเอียดดังต่อไปนี้ (พินลจรรยา นามวัฒน์, 2544, หน้า 22)

(1) การวางแผน (Planning) คือ หน้าที่หรือบทบาท ในการกำหนดการทำงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคตว่า จะทำอะไร จะทำอย่างไร จะทำเมื่อไร ใครเป็นผู้ทำ จะใช้งบประมาณเท่าไร

(2) การจัดองค์การ (Organizing) คือ การจัดโครงสร้างองค์การที่เกี่ยวกับเรื่อง การกำหนดภารกิจหน้าที่ การแบ่งงานกันทำ การกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ การจัดสาย การบังคับบัญชา การกำหนดขนาดของการควบคุม การจัดตั้งหน่วยงานหลัก (Line) และการจัดตั้ง หน่วยงานที่ปรึกษา (Staff)

(3) การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) คือ หน้าที่ที่เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนกำลังคน การสั่งการ การคัดเลือก การบรรจุแต่งตั้ง การปฐมนิเทศ การ ฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การเลื่อนขั้น ลดขั้น การโยกย้าย และการให้พ้นจากงาน

(4) การสั่งการ (Directing) คือ การที่ผู้บังคับบัญชาสั่งให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงาน ตามแผนงาน หรือตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้การปฏิบัติงานดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง อาจจะสั่งการด้วยวาจา หรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ได้

(5) การประสานงาน (Coordinating) คือ หน้าที่ในการประสานกับหน่วยย่อยต่าง ๆ ที่มีอยู่ในองค์การให้ทำงานสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งการประสานงานนั้นอาจทำได้ โดยการจัดตั้งคณะกรรมการกลั่นกรองงาน การจัดโครงสร้างองค์การให้มีความชัดเจน การใช้วิธีการ งบประมาณ เป็นต้น

(6) การรายงานผลการปฏิบัติงาน (Reporting) คือ การรายงานความก้าวหน้า ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การให้ทุกฝ่ายได้ทราบ เพื่อประโยชน์ในการติดตาม การแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากการทำงาน

(7) การบริหารงบประมาณ (Budgeting) คือ หน้าที่ในการจัดสรร การวางแผน งบประมาณให้กับองค์การ และหน่วยย่อยต่าง ๆ ให้มีงบประมาณที่เหมาะสมและเพียงพอในการ ทำงาน

2. กลุ่มทฤษฎีเชิงพฤติกรรมศาสตร์ แนวคิดทางการบริหารเชิงพฤติกรรมศาสตร์มีความ แตกต่างจากแนวคิดทางการบริหารแบบดั้งเดิม เพราะแนวคิดทางการบริหารเชิงพฤติกรรมศาสตร์เน้น ที่การเพิ่มผลผลิตโดยการทำความเข้าใจและสนใจในเรื่องของบุคคล แนวคิดนี้เริ่มต้นในปี ค.ศ.1924 และ 1932

ทฤษฎีเชิงพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Theory) หมายถึง การจัดการที่มุ่งลักษณะ ผลกระทบของแต่ละบุคคล และพฤติกรรมของกลุ่มในองค์การ โดยการศึกษาทฤษฎีกลุ่มนี้ครอบคลุม ทฤษฎี และแนวความคิดของนักทฤษฎีที่สำคัญ ได้แก่ เอลตัน เมโย อับบราฮัม มาสโลว์ เฟดเดอริก เฮิร์ชเบิร์ก และดักลาส แม็คเกรเกอร์ ซึ่งนักทฤษฎีแต่ละคนได้ศึกษาธรรมชาติของพฤติกรรมมนุษย์ และเสนอแนวความคิดที่มีมุมมองในแต่ละด้าน โดยเริ่มตั้งแต่การที่เอลตัน เมโย (Elton Mayo) ผู้ที่ได้ ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งการศึกษาการจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์ และเป็นบุคคลผู้ที่ได้มีการทำทฤษฎี ที่อยู่ในกลุ่มการศึกษาการบริหารงานแบบคลาสสิกโดยเฉพาะวิทยาศาสตร์การจัดการ ผลงานของเม

โยที่สำคัญก็คือการทดลองที่เมืองฮอว์ธอร์น (Hawthorne Studies) ซึ่งเป็นการทดลองที่เป็นจุดที่ทำให้ให้นักทฤษฎีและนักบริหารได้หันมาให้ความสนใจในพฤติกรรมศาสตร์ เพื่อนำเอาความรู้ทางพฤติกรรมศาสตร์ มาใช้ประโยชน์ในการบริหารงาน โดยเดิมแล้วการศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงการ ทำงานของมนุษย์(คนงาน) ในที่ทำงาน เนื่องจากในยุคนั้น (ค.ศ.1924) แรงงานได้รับความสนใจมากขึ้น สำหรับการทดลองที่ฮอว์ธอร์นนั้น เมโยได้ทำการแบ่งกลุ่มคนงานที่เป็นผู้ปฏิบัติงานออกเป็น 2 กลุ่ม (ในการศึกษาหลาย ๆ ครั้ง) กลุ่มแรกเรียกว่ากลุ่มทดลอง กลุ่มที่สองเรียกว่ากลุ่มควบคุม โดยทั้งสองกลุ่มนี้ให้ทำงานที่เป็นแบบเดียวกัน ซึ่งงานที่ให้ทำคือให้คนงานทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ประกอบชิ้นส่วนของงาน ในกลุ่มทดลองนั้นจะมีวิธีการนำเอาการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์มาใช้ เช่น การจ่ายค่าตอบแทนให้ในกรณีที่คนงานทำงานได้เกินเกณฑ์มาตรฐาน การเพิ่มแสงสว่างในการทำงาน การปรับอุณหภูมิในที่ทำงานให้มีความเหมาะสม ส่วนในกลุ่มควบคุมนั้นไม่มีการนำเอาวิธีการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์มาใช้ ซึ่งจากการวิจัยทดลองปรากฏว่า ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการทำงานของทั้งสองกลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งก็ชี้ให้เห็นว่าวิธีการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ถูกนำมาใช้ไม่ได้ผลที่โรงงานแห่งนี้ ซึ่งจากการวิจัยทดลองครั้งนี้เมโยได้ข้อสรุปที่สำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ ในการทำงาน ดังนี้ (พิทยา บวรวัฒนา, 2543, หน้า 79)

2.1.1 ปัจจัยทางด้านกายภาพ หรือวิธีการบริหารงานแบบวิทยาศาสตร์ ไม่ได้เป็นตัวกำหนดปริมาณผลผลิต ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดปริมาณผลผลิต คือ ปัจจัยทางด้านสังคม

2.1.2 พฤติกรรมการทำงานของคนงานถูกกำหนดโดยระบบการให้รางวัล และการลงโทษทางสังคม ไม่ใช่ระบบการให้รางวัลและการลงโทษทางเศรษฐกิจ

2.1.3 ผู้นำของกลุ่มที่เป็นทางการ และกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ จะมีบทบาทในการบังคับใช้และสร้างปทัสถานของกลุ่มที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ

2.1.4 กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล

2.1.5 ควรที่จะมีการแสวงหาภาวะผู้นำแบบต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผู้นำที่เหมาะสมกับภารกิจขององค์การอย่างแท้จริง ทั้งนี้เนื่องจากภารกิจขององค์การ แต่ละองค์การจะมีความแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งองค์การ

จากผลการศึกษาดังกล่าว จะเห็นได้ว่าประสิทธิภาพของงานจะเกิดขึ้นมากน้อยแค่ไหน ย่อมขึ้นอยู่กับขวัญกำลังใจ ความพึงพอใจ ความพร้อมทางสภาพจิตใจ ที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมในการทำงานของคนงาน รวมถึงเรื่องราวทางสังคมของคนงานในกลุ่มด้วย

3. กลุ่มทฤษฎีองค์การสมัยใหม่ ในการบริหารงานนั้น หลังจากที่ได้มีการนำเอากลุ่มทฤษฎีในยุคคลาสสิกและกลุ่มทฤษฎียุคพฤติกรรมศาสตร์ ได้มีการนำมาใช้ในการบริหารงาน ซึ่งทฤษฎีทั้ง 2 กลุ่มดังกล่าวต่างก็มีทั้งจุดอ่อนและจุดแข็งในตัวของตัวเอง เช่น ทฤษฎีในยุคคลาสสิก จะเน้นไปในเรื่องของ การกำหนดวิธีการทำงาน เพื่อให้ได้วิธีที่ดีที่สุด (One Best Ways) ในการทำงาน

หรือเน้นไปที่เรื่องของการจัดโครงสร้างองค์การและหลักการบริหาร เพื่อให้ทั้งวิธีการทำงาน โครงสร้างองค์การและหลักการบริหาร เป็นสิ่งที่ช่วยในการควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกองค์การ ในการปฏิบัติงาน โดยไม่ค่อยให้ความสนใจในเรื่องพฤติกรรม ซึ่งก็ก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน ดังจะเห็นได้จากการทำการวิจัยทดลองของเมโย (Mayo) ที่เมืองฮอว์ธอร์น (Hawthorne) และในทางตรงกันข้ามกันก็จะเห็นได้ว่าทฤษฎีองค์การในยุคพฤติกรรมศาสตร์ที่เน้น และให้ความสำคัญไปที่คน โดยการมุ่งค้นหาคำตอบโดยการวิเคราะห์ให้ทราบถึงความต้องการของคน และพยายามแสวงหาสิ่งจูงใจที่ตอบสนองความต้องการของคน และพยายามแสวงหาสิ่งจูงใจที่จะตอบสนองความต้องการของคน เพื่อที่จะทำให้คนปฏิบัติงานให้กับองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทฤษฎี ยุคพฤติกรรมศาสตร์ก็มีจุดอ่อนที่ไม่ให้ความสนใจในเรื่องของวิธีการทำงาน การจัดโครงสร้างองค์การและหลักการบริหารงานทำให้เกิดปัญหาในการทำงาน

ดังนั้นเพื่อให้ปัญหาในการบริหารงานหมดไป อันเนื่องมาจากความสลับซับซ้อนในการบริหารงานมีมากขึ้น ตลอดจนสิ่งแวดล้อมขององค์การสมัยใหม่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงได้มีการนำเสนอทฤษฎีองค์การยุคสมัยใหม่ ซึ่งได้มีการผสมผสานและบูรณาการเอาทฤษฎีในยุคคลาสสิก และทฤษฎีในยุคพฤติกรรมศาสตร์มาปรับประยุกต์ใช้ร่วมกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารงาน

3.1 ทฤษฎีการบริหารแบบการตัดสินใจ เฮอร์เบิร์ต เอ. ไชมอน (Herbert A. Simon) คือ ผู้ที่ได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งทฤษฎีการตัดสินใจได้กล่าวว่า “การบริหารก็คือการตัดสินใจนั่นเอง” ทั้งนี้เนื่องจากว่าคนที่เป็นผู้บริหารจะต้องเผชิญกับภาวะที่จะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกใด ทางเลือกหนึ่งจากทางเลือกหลาย ๆ ทางที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็ทางเลือกในการกำหนดแผนในการทำงาน หรือว่าทางเลือกในการแก้ไขปัญหาถ้าผู้บริหารสามารถที่จะเลือกทางเลือกที่ดีมีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาได้ ก็จะสามารถทำให้งานบรรลุเป้าหมายได้ ถ้าเลือกทางเลือกที่ไม่ดีมา ก็ทำให้การทำงานล้มเหลว ดังนั้นในลักษณะ การตัดสินใจ เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดี จะต้องมึขั้นตอนของการตัดสินใจที่สำคัญอยู่ 4 ขั้นตอน ดังนี้ คือ (ธงชัย สันติวงษ์, 2542, หน้า 196)

3.1.1 การพิจารณาถึงตัวปัญหา ในขั้นตอนแรกนี้ก็คือ นักบริหารที่เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจ จะต้องสามารถระบุให้ทราบสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาที่เกิดขึ้นให้ได้เสียก่อน ในขั้นตอนนี้เหมือนกับการที่หมอทำการวินิจฉัยโรค ถ้าหมอวินิจฉัยโรคได้ถูกก็จะทำให้กระบวนการรักษาที่ตามมาได้ผล แต่ถ้าวินิจฉัยโรคผิดกระบวนการรักษาโรคที่ตามมาก็จะผิดไปด้วย ทำให้การรักษาโรคล้มเหลว

3.1.2 การพิจารณาค้นหาทางเลือก ทางเลือกในการแก้ปัญหาอาจจะมึหลายทาง มีกี่ทางเลือก เราจะต้องนำมาพิจารณาให้หมดเพราะจะทำให้เรามีทางเลือกที่หลากหลายขึ้น

3.1.3 การประเมินผลทางเลือก คือการทำการพิจารณาทางเลือกแต่ละทางว่ามีข้อดีอย่างไรบ้าง ข้อเสียอย่างไรบ้าง ในขั้นตอนของการประเมินผลทางเลือก ถ้าจะให้ดีควรที่จะมีการนำเอาเทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาช่วยในการประเมินผลทางเลือกด้วย เพราะจะทำให้การตัดสินใจเลือกทางเลือกทำได้ง่ายขึ้น

3.1.4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกและการนำทางเลือกไปปฏิบัติ เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด และนำไปปฏิบัติเพื่อที่จะแก้ไขปัญหา แล้วตรวจสอบประสิทธิผลของการนำทางเลือกนั้นไปปฏิบัติ จากข้อมูลย้อนกลับ ของกระบวนการในการตัดสินใจ

3.2 ทฤษฎีระบบ ทฤษฎีระบบ (System Theory) เป็นทฤษฎีที่ทำให้ผู้บริหารสามารถที่จะมองเห็นภาพรวมขององค์การทั้งหมดตามหน้าที่ที่สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาองค์การในลักษณะระบบนั้นจะก่อให้เกิดการวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหาขององค์การทั้งระบบ

คำว่าระบบ (System) อาจจัดได้ว่าเป็นกลุ่มของส่วนที่เกี่ยวข้องกันและมีความสัมพันธ์กันในเชิงที่จะต้องบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันดังนี้คือ (สมยศ นาวิกาน, 2544, หน้า 49)

3.2.1 ส่วนต่าง ๆ ของระบบ อยู่ในสถานะที่เคลื่อนไหวได้ การเคลื่อนไหวหรือแสดงออกของส่วนต่างๆ จะมีปฏิภิกิริยากระทบต่อกันเสมอ โดยที่ในระบบหนึ่ง ๆ จะประกอบด้วยระบบย่อยต่าง ๆ (Subsystems) และภายในระบบย่อยก็จะประกอบไปด้วย ระบบย่อยเล็กลงไปอีก หากมีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ณ ส่วนหนึ่งส่วนใดของระบบจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ (Chain of Effects)

3.2.2 ระบบประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

(1) ปัจจัยนำเข้า (Inputs) ได้แก่ ทรัพยากรต่างๆ ที่ต้องใช้ในการกระบวนการบริหาร นั่นคือทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรทางการเงิน และข้อมูลที่ต้องใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ

(2) กระบวนการแปรสภาพ (Transformation Process) ประกอบด้วยเทคนิคในการจัดการต่างๆ รูปแบบกิจกรรมการผลิต เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

(3) ปัจจัยนำออก (Outputs) ได้แก่ สินค้า บริการ กำไร ขาดทุน และผลที่คาดหวังอื่น ๆ เช่น ศักยภาพของพนักงานที่พัฒนาขึ้น เป็นต้น

(4) ข้อมูลย้อนกลับ (Feed Back) คือ ข้อมูลเกี่ยวกับผลที่เกิดจากกิจกรรมขององค์การ ซึ่งสามารถนำไปพิจารณาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในขั้นตอนต่าง ๆ ได้

จากทฤษฎีระบบนั้น องค์การจะใช้กระบวนการแปรสภาพเพื่อเปลี่ยนปัจจัยนำเข้าไปเป็นผลผลิต และในขณะเดียวกันกลไกในระบบก็จะขึ้นกับการนำข้อมูลย้อนกลับไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ และ ปรับปรุงปัจจัยนำเข้า

3.3 การจัดการเชิงสถานการณ์ จากการศึกษาที่ได้มีการนำเอาทฤษฎีทางการบริหารในยุค

ต่างๆมาใช้ ได้มีส่วนช่วยทำให้งานการบริหารมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ก็ยังมีข้อจำกัดที่ยังเป็นปัญหาอยู่ เช่น นักบริหารที่นิยมการบริหารโดยอาศัยคณิตศาสตร์มาช่วยในการตัดสินใจ ก็จะมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถแก้ไขปัญหเกี่ยวกับพฤติกรรมได้เท่าที่ควร ขณะเดียวกันการเอาความรู้ทางพฤติกรรมศาสตร์มาใช้ก็จะมีข้อจำกัดในการบริหารที่ต้องอาศัยเทคนิคเชิงปริมาณ ระบบที่นับว่าเป็นทฤษฎีที่ดีก็ยังคงขาดความสมบูรณ์ ในลักษณะของข้อจำกัดคือ เป็นวิธีการแก้ไขปัญหที่มีลักษณะกว้างมากเกินไป ดังนั้นจึงได้นำทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มทฤษฎีระบบ อาทิเช่น แคมป์ และโรเซนวิกส์ (Katz and Rosenzweig) ได้นำเสนอทฤษฎีการจัดการเชิงสถานการณ์ (Contingency Theory of Management) ว่าจะน่าจะเป็นทฤษฎีที่กำจุดอ่อนของทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น โดยมุ่งเน้นการบูรณาการทฤษฎีและแนวความคิดต่าง ๆ รวมทั้งปรับปรุงพฤติกรรมจัดการตามสถานการณ์เฉพาะอย่างที่เกิดขึ้นในองค์การ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหที่มีลักษณะเฉพาะตามสถานการณ์นั้น ๆ

มีการวิเคราะห์ว่าการนำทฤษฎีการจัดการเชิงสถานการณ์มาใช้ จะได้ประโยชน์จากหลักการจัดการแต่ละสถานการณ์เท่านั้นแต่ไม่สามารถนำมาใช้ได้กับสถานการณ์ทั่วไปได้อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนเห็นว่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากหลาย ๆ สถานการณ์ที่มีลักษณะเฉพาะนั้น จะกลายเป็นประสบการณ์ที่ผู้บริหารสามารถนำมาพัฒนาทักษะ และแนวคิดทางการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้นไป และอาจพัฒนาไปสู่แนวคิดและเทคนิคการจัดการใหม่ ๆ ได้ต่อไป

สรุป การบริหารเป็นกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ โดยอาศัยหน้าที่หลักทางการบริหาร 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม

การศึกษาการจัดการสมัยใหม่มีความจำเป็นที่จะต้องทราบความเป็นมาของการศึกษาตั้งแต่อดีต เพราะเป็นรากฐานของการเริ่มต้นและพัฒนา มาจนถึงปัจจุบัน ผู้บริหารควรคำนึงถึงองค์ประกอบหลายอย่างทางการบริหาร เช่น หน้าที่ทางการบริหาร หลักเกณฑ์ทางการบริหารที่ยังใช้อยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ การให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อองค์การ ทำให้ผู้บริหารต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารที่ช่วยให้องค์การประสบผลสำเร็จทางการบริหาร

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์การ หน้าที่ของการจัดการ

การจัดองค์การเป็นหน้าที่ทางการจัดการที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเพราะการจัดองค์การที่ดีจะช่วยผู้บริหารให้ทำงานได้สำเร็จตามที่วางแผนไว้ การจัดองค์การที่ดีช่วยให้การใช้ทรัพยากรทางการบริหารเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการและมีความสัมพันธ์กันระหว่างหน่วยงานต่างๆ การวางแผนการจัดองค์การทำให้ระบบการจัดการมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากขึ้น การวางแผนจัดองค์การช่วยให้มีการปรับปรุงทักษะทางการจัดการให้เหมาะสมกับความต้องการในปัจจุบัน การจัดองค์การที่ดีช่วยให้เกิดระบบการจัดการที่ดี

ความหมายขององค์การและการจัดองค์การ

คำว่า องค์การ (Organization) มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้

Robbins & Coulter (1999, p. 4) ให้ความหมายขององค์การว่า หมายถึง การจัดบุคคล เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายเฉพาะอย่าง

Moorhead & Griffin (1995, p. 380) กล่าวว่า องค์การ หมายถึง กลุ่มของบุคคลที่มาทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน

สมยศ นาวิการ (2543, หน้า 30) กล่าวว่า องค์การเป็นกลุ่มบุคคลที่ทำงานร่วมกันภายใต้โครงสร้างที่กำหนด เพื่อการบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า องค์การ หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มารวมตัวกันทำงานภายใต้โครงสร้างและการประสานงานที่กำหนด เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน ไม่ว่าจะกิจกรรมที่ทำนั้น จะใหญ่หรือเล็ก หรือมีวัตถุประสงค์มุ่งไปทางไหนก็ตามต่างก็เรียกได้ว่าเป็น องค์การ เช่น โรงงานอุตสาหกรรม สมาคม หน่วยงานราชการ โรงเรียน โรงแรม ร้านค้า เป็นต้น

องค์ประกอบขององค์การจะต้องประกอบไปด้วย กลุ่มบุคคลตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป รวมกันเข้า และทำงานร่วมกัน และมุ่งบรรลุถึงวัตถุประสงค์ร่วมอันเดียวกัน

การจัดองค์การ หมายถึง การจัดความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบกับ ตำแหน่งในองค์การ กล่าวคือ จัดโครงสร้างองค์การระบบงาน กำหนดงานที่ทำ หน่วยงานที่ รับผิดชอบ สายการบังคับบัญชา อำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการ ปฏิบัติงานในองค์การ

การจัดองค์การ (Organizing) คือ กระบวนการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างคนงานและ กิจกรรมต่างๆขององค์การเพื่อที่จะก่อให้เกิด การใช้ทรัพยากรขององค์การให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การจัดองค์การ (Organizing) คือ การจัดระเบียบกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์การ และมอบหมาย งานให้คนปฏิบัติเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย การจัดองค์การที่ดี จะช่วยให้ การบริหารการจัดการมีประสิทธิภาพได้เนื่องจาก

1. ทำให้ทราบขอบเขต ความรับผิดชอบ และอำนาจหน้าที่ต่าง ๆ
2. ช่วยป้องกันการงานที่ซ้ำซ้อน
3. ช่วยประสานงานในหน้าที่ต่าง ๆ ได้ดี
4. ช่วยลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างพนักงานในองค์การได้
5. สามารถแสดงให้เห็นตัวภาระหน้าที่ความรับผิดชอบได้ชัดเจน
6. ทำให้มีระบบการสื่อสารตามสายการบังคับบัญชาที่ดี

บทบาทของการจัดองค์การ

การจัดองค์การนั้นมีความหมายต่อบุคคลที่จะเข้ามาร่วมกันทำงาน จึงจะต้องมีการประสานงานกันและจะต้องมีความชัดเจนในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 1) จุดประสงค์ขององค์การและการวางแผนในการปฏิบัติ
- 2) กิจกรรมที่องค์การต้องการปฏิบัติและหน้าที่หลักขององค์การ
- 3) ทำความเข้าใจเกี่ยวกับขอบเขตของอำนาจ หน้าที่ กฎระเบียบ ที่ผู้บังคับบัญชาจะต้องปฏิบัติตาม
- 4) พยายามปรับเปลี่ยนองค์การให้เป็นไปตามยุคตามสมัย ไม่ยึดติดกับโครงสร้างใดโครงสร้างหนึ่งตลอดไป ซึ่งแต่ละโครงสร้างจะมีข้อดีข้อเสียภายในตัวของโครงสร้างเอง จึงจะต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่ต่อสู้ได้

หน้าที่การจัดองค์การ

เป็นภาระที่ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการจะต้องทำหน้าที่ในการวางแผนกำลังคนและทรัพยากรต่างๆ ภายในองค์การ เพื่อป้องกันการสูญเสียจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งหน้าที่การจัดองค์การจะมีผลต่อการออกแบบโครงสร้างขององค์การ (Organization Structure) คือ โครงสร้างองค์การจะต้องออกแบบให้ชัดเจนว่า ใครทำหน้าที่อะไร ใครรับผิดชอบอะไร เพื่อจัดอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

กระบวนการจัดองค์การ

ขั้นตอนที่ 1 การจัดองค์การที่ดีสะท้อนให้เห็นแผนการและวัตถุประสงค์ขององค์การที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดภารกิจหลักที่ต้องกระทำ

ขั้นตอนที่ 3 แบ่งหน้าที่งานใหญ่ออกเป็นงานย่อยๆ กระบวนการขั้นที่ 2 และ 3 นี้ เน้นที่การทำงานหรือภารกิจในองค์การที่ได้ถูกออกแบบมาเป็นงานหลักและเป็นงานย่อยที่จะต้องทำ

ขั้นตอนที่ 4 การจัดสรรทรัพยากรไปสู่งานย่อยๆ เหล่านั้น ขั้นตอนนี้สะท้อนให้เห็นว่า ใครเป็นผู้รับคำสั่งไปปฏิบัติ ใครเป็นผู้กำหนดตารางการปฏิบัติงาน และความสัมพันธ์ระหว่างรายละเอียดของงานต่างๆ ในการประสานเข้าด้วยกัน

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลการปฏิบัติงาน หมายถึงการประเมินกลยุทธ์ที่ใช้ในการปฏิบัติว่ามีผลดีมากน้อยเพียงใด เพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานต่อไป

กระบวนการจัดองค์การทั้ง 5 ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้บริหารต้องทำอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะทำให้ทราบผลสะท้อนของการทำงาน

หลักของการจัดองค์การ

หลักสำคัญของการจัดองค์การ ควรมียัตถุประสงค์ที่ชัดเจน, อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ, ความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชา, สายบังคับบัญชา, ช่วงการบังคับบัญชา, การประสานงาน, หลักของการทำงานเฉพาะอย่าง และเอกภาพในการบังคับบัญชา องค์ประกอบของการจัดองค์การจะประกอบไปด้วย การแบ่งงานกันทำ (Division of Work) การจัดแผนกงาน (Departmentalization) การกระจายอำนาจหน้าที่ (Distribution of Authority) และการประสานงาน (Co-ordination)

การแบ่งงาน (Division of work)

นักวิชาการที่มีชื่อเสียงที่ให้มีการสนับสนุน ให้คนทำงานเฉพาะอย่างตามความถนัดของแต่ละคน คือ Frederick W. Taylor บิดาของการบริหารการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ กล่าวว่า การแบ่งงานออกเป็นส่วนๆ แล้วให้คนงานแต่ละคนรับผิดชอบงานที่ตนเองถนัด จะทำให้เกิดความชำนาญในหน้าที่งาน ซึ่งเรียกว่า ความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) และจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต(Productivity) ดังนั้น การแบ่งงานในองค์การจึงเป็นการแบ่งงานทุกชนิดขององค์การให้อยู่ในรูปของกลุ่มงานต่างๆ เพื่อให้เกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง และเกิดประสิทธิภาพแต่อย่างไรก็ตามการแบ่งงานยังต้องพิจารณาถึงปัจจัยของงานที่เกี่ยวข้องคือ

1. ขอบข่ายของงาน (Job Scope) หมายถึงจำนวนงานที่ได้รับมอบหมายและต้องรับผิดชอบมากน้อยแค่ไหน
2. ความลึกของงาน (Job Depth) เป็นการจัดระดับของการควบคุมที่ผู้ปฏิบัติมีอยู่เหนืองานที่คนรับผิดชอบ ไม่ว่าจะเป็ความอิสระความเร็วตลอดจนการประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
3. ลักษณะงาน (Task Characteristics) การจัดคนให้เข้าลักษณะงานที่ทำย่อมทำให้เกิดประสิทธิภาพ และเกิดความพึงพอใจในการทำงานสูง การลาออก การขาดงานจะต่ำ

การจัดแผนกงาน (Departmentalization)

การจัดแผนกงานหมายถึง การจัดรวบรวมงานชนิดต่าง ๆ หรือขั้นตอนของงานต่าง ๆ หรือกระบวนการทำงานต่าง ๆ ให้เข้ามาอยู่ในหน่วยงานใหญ่เดียวกัน เพื่อให้งานมีความสัมพันธ์กันมากขึ้น

การกระจายอำนาจหน้าที่ (Distribution of Authority)

อำนาจหน้าที่หมายถึง อำนาจอย่างถูกต้องที่ได้รับจากหน้าที่งานหรือองค์การ ซึ่งอำนาจหน้าที่นี้จะมีความสัมพันธ์กับตำแหน่งงานที่ได้รับอำนาจหน้าที่ส่วนมากมักจะเกี่ยวข้องกับการบังคับบัญชาการตัดสินใจการจัดการต่าง ๆ ขององค์การ ส่วนการกระจายอำนาจขององค์การก็คือ การ

กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบสำหรับงานนั้น ๆ พร้อมทั้งมอบหมายหน้าที่ และการตัดสินใจในการบริหาร

ประเภทของอำนาจหน้าที่ (Types of Authority)

อำนาจหน้าที่ในองค์การแต่ละแห่งจะมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่หลากหลาย เพราะฉะนั้นอำนาจหน้าที่จึงจำเป็นที่จะต้องหลากหลายด้วยเช่นกัน ซึ่งโดยทั่วไปแล้วอำนาจหน้าที่ที่พบเห็นมีอยู่ 3 ประเภท ดังนี้

1. อำนาจหน้าที่ที่เป็น Line (Line Authority) เป็นอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ การมอบอำนาจงานให้ผู้ใต้บังคับบัญชา รวมไปถึงการควบคุมดูแล เพื่อให้งานที่ปฏิบัติบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ การมอบหมายงานของอำนาจหน้าที่นี้เรียกว่า เป็นการมอบหมายงานตามสายการบังคับบัญชา

2. อำนาจหน้าที่ที่เป็น Staff (Staff Authority) เป็นหน่วยงานที่ช่วยเหลืองานที่เป็น Line เป็นหน่วยงานที่อยู่นอกสายการบังคับบัญชาขององค์การ แต่จะมีความสำคัญพอกับงานที่เป็น Line ปฏิบัติ คนทำงานจะบรรลุวัตถุประสงค์ไม่ได้ ถ้าไม่ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เป็น Staff เช่น ฝ่ายคอมพิวเตอร์ ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ เป็นต้น

3. อำนาจหน้าที่ที่เป็น Functional (Function Authority) เป็นอำนาจพิเศษที่ให้กับหน่วยงานที่เป็น Line หรือ Staff เพื่อที่จะให้งานหรือโครงการพิเศษบางประเภทสามารถดำเนินการไปได้โดยมีประสิทธิภาพ ผู้ที่ได้รับมอบอำนาจหน้าที่นี้จะสามารถบังคับบัญชาบุคคลอื่นๆ ที่อยู่นอกสายการบังคับบัญชาของตนได้

การมอบหมายงาน (Delegation Process)

เกิดจากแนวคิดจากเหตุผลที่คนหนึ่งคนใดไม่สามารถที่จะทำงานทั้งหมดให้สำเร็จได้ จะต้องอาศัยคนหลาย ๆ คนช่วยกันทำ ปกติแล้วผู้บริหารจะมอบหมายงานและอำนาจหน้าที่ ให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา ที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนรับไปดำเนินการ การมอบหมายงานสามารถกำหนดการมอบได้ ดังนี้คือ

1. การกำหนดความรับผิดชอบให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาของตน (Responsibility) ความรับผิดชอบก็คือ หน้าที่ งานหรือภารกิจอย่างหนึ่งอย่างใด ที่ผู้บริหารหรือสมาชิกอื่นๆ ในองค์การ จะต้องทำให้แล้วเสร็จ

2. การมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาของตน (Authority) จะได้สามารถทำงานที่ตนรับผิดชอบอยู่ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ โดยมีสิทธิที่จะสั่งการ บังคับบัญชา ตัดสินใจ เพื่อที่จะทำให้งานที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของตนสามารถบรรลุความสำเร็จ อนึ่งอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเป็นหัวใจที่สำคัญของการมอบหมายงาน ที่จะต้องมีความสมดุลมีฉะนั้นแล้วงานจะดำเนินไปอย่างล่ำซำ

3. ทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความสำนึกถึงภาระหน้าที่ (Accountability) ที่ตนจะต้องปฏิบัติ และผู้ใต้บังคับบัญชาจะได้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความเต็มใจ

การรวมอำนาจและการกระจายอำนาจ (Centralization and Decentralization)

การรวมอำนาจเป็นการที่ผู้บริหารระดับสูง เก็บรักษาอำนาจหน้าที่ไว้กับตนเอง โดยไม่ยอมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับล่าง มีสิทธิในการตัดสินใจหรือดำเนินการใด ๆ ในเรื่องที่สำคัญ แต่ผู้บริหารระดับสูงอาจจะให้ผู้บริหารระดับล่างมีสิทธิในการตัดสินใจได้ในเรื่องเล็กๆ น้อย ๆ บางเรื่องภายใต้กฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างละเอียดรัดกุมและชัดเจน

ส่วนการกระจายอำนาจนั้น ผู้บริหารระดับสูงกระจายอำนาจหน้าที่ลงไปให้กับผู้บริหารและพนักงานในระดับล่าง โดยที่ผู้บริหารและพนักงานในระดับล่าง สามารถที่จะตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้ค่อนข้างมาก ขอบเขตและกฎเกณฑ์ที่ใช้เป็นกรอบสำหรับการตัดสินใจเป็นไปอย่างกว้าง ๆ

การจะกำหนดระดับการกระจายอำนาจ หรือรวมอำนาจมากน้อยแค่ไหน ต้องพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ด้วยคือ

1. ขอบเขตภูมิประเทศที่ครอบคลุมองค์การที่มีสาขาอยู่ภูมิภาคต่าง ๆ มาก จำเป็นต้องมีการมอบหมายอำนาจ เพราะสำนักงานใหญ่แห่งเดียวไม่สามารถที่จะดูแลงานที่มีกว้างขวางได้อย่างทั่วถึง เช่น สถาบันการเงิน หรือธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น

2. ขนาดขององค์การ ถ้าองค์การที่มีขนาดใหญ่จำเป็นต้องกระจายอำนาจ เพราะงานที่ปฏิบัติอยู่จะล่าช้าและไม่สามารถสู้กับคู่แข่งได้

3. ความไม่แน่นอนของสภาวะแวดล้อม ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา องค์การควรจะต้องใช้ระบบการกระจายอำนาจหน้าที่ เพื่อให้การปฏิบัติขององค์การมีความยืดหยุ่น จึงจะสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงตามสภาวะแวดล้อมได้

4. ความซับซ้อนของเทคโนโลยี องค์การที่มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง มีความสลับซับซ้อนมาก จำเป็นต้องมีการมอบหมายอำนาจแก่ผู้บริหาร เพื่อรับผิดชอบและเพื่อการควบคุมในแต่ละระดับ

การประสานงาน Co-ordination) หมายถึง การเชื่อมโยงกิจกรรมหรือการประสานงานต่างๆ ของคนในหน่วยงานหรือ องค์การ ให้นำมารวมเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ การประสานจะมีประสิทธิภาพหรือไม่เพียงไร ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการด้วยกันคือ สายการบังคับบัญชา เอกภาพในการบังคับบัญชา และขนาดของการควบคุม

การจัดโครงสร้างขององค์การ หมายถึง การกำหนดหน่วยงานในแต่ละระดับให้เชื่อมโยงงานเข้าด้วยกัน โดยอาจจะเชื่อมโยงงานในลักษณะแนวตั้ง หรือแนวนอนก็ตาม ให้มีการประสานกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละระดับเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

หลักการพื้นฐานของโครงสร้างองค์การ

โครงสร้างองค์การ (Organization Structure) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ

1. ความสัมพันธ์ของการรายงานอย่างเป็นทางการ จำนวนของระดับสายการบังคับบัญชา (Hierarchy) ขนาดของการควบคุม (Span of Control) ของผู้จัดการและหัวหน้างาน
2. การรวมคนเข้าด้วยกันเป็นแผนกงาน รวมแผนกงานให้เป็นองค์การ
3. การออกแบบระบบต่างๆ เพื่อให้มีการติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ มีการประสานงานระหว่างแผนกต่างๆ

โครงสร้างองค์การดูได้จากแผนภูมิองค์การ (Organization Chart) มีประโยชน์ คือ

1. ทำให้เข้าใจว่าองค์การดำเนินการอย่างไร
2. เห็นส่วนต่างๆ ขององค์การ
3. เห็นส่วนต่างๆ ขององค์การมีความสัมพันธ์กันอย่างไร
4. แต่ละตำแหน่งและแผนกสอดคล้องกับองค์กรโดยภาพรวมอย่างไร

ในปลายศตวรรษที่ 19 และต้นศตวรรษที่ 20 องค์กรกำหนดโครงสร้างในแนวตั้ง ส่วนในศตวรรษที่ 21 เป็นโครงสร้างในแนวนอน เน้นทำงานเป็นทีม เป็นกระบวนการ

ทางเลือกของการออกแบบขององค์การ การออกแบบโครงสร้าง เกี่ยวข้องกับ 3 ประเด็น คือ

1. กิจกรรมของงานที่จำเป็น
2. ความสัมพันธ์ของการรายงาน
3. การจัดรวมกลุ่มแผนกงาน ซึ่งแบ่งได้เป็น
 - การจัดรวมกลุ่มแผนกงานตามหน้าที่ (Functional Grouping)
 - การจัดรวมกลุ่มแผนกงานตามส่วนงาน (Divisional Grouping)
 - การจัดรวมกลุ่มแผนกงานจุดเน้นหลากหลาย (Multifocused Grouping)
 - การจัดรวมกลุ่มแผนกงานในแนวนอน (Horizontal Grouping)

การออกแบบโครงสร้างองค์การตามหน้าที่ (Functional Organization)

เป็นวิธีการจัดองค์การ โดยแบ่งตามหน้าที่ หรือลักษณะงานที่ต้องทำโดยอาศัยความถนัดของแต่ละบุคคล เพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์การ

ข้อดีของการจัดโครงสร้างองค์การตามหน้าที่

1. มีการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญแต่ละบุคคล ทำให้เกิดประสิทธิภาพ
2. เป็นการจัดการตามหน้าที่หลักของงาน
3. เหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็ก
4. ผู้บริหารประสานงานได้ง่าย และควบคุมง่าย

ข้อเสียของการจัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่

1. แต่ละแผนกเห็นแก่หน้าที่ของตนเอง ไม่คำนึงถึงส่วนรวม
2. การประสานงานติดต่อระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ยาก
3. ธุรกิจมีการขยายตัวไม่เหมาะสม
4. ไม่เปิดโอกาสให้ฝึกฝนเรียนรู้งาน

ความสำคัญของการออกแบบโครงสร้างองค์กร

เป็นส่วนประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของการจัดการที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเหตุผล 4 ประการคือ

1. เพื่อให้องค์กรมีความคล่องตัว เมื่อองค์กรมีขนาดใหญ่ขึ้นรูปแบบขององค์กรจึงต้องปรับเปลี่ยนไปทำให้มีการกระจายอำนาจไปสู่ผู้บริหารระดับล่างมากขึ้น
2. รูปแบบขององค์กรจะต้องสอดคล้องกับลักษณะของแผนกกลยุทธ์ที่องค์กรเลือกใช้ เมื่อองค์กรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบแผนกกลยุทธ์ที่ใช้ ก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยนองค์กร เพื่อให้การดำเนินการตามแผนกลยุทธ์มีประสิทธิภาพ
3. รูปแบบขององค์กรจะแตกต่างกันไปตามประเภทของงานที่ทำหากมีการเปลี่ยนแปลงขอบข่ายของงานหรือลักษณะงานที่ทำ องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับขอบข่ายหรือลักษณะของงานที่ทำเช่นกัน
4. เมื่อองค์กรมีการพัฒนาเทคโนโลยีแผนกงานบางแผนกอาจจะต้องยุบ หรือเปลี่ยนลักษณะงานใหม่ จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบขององค์กรใหม่ ให้สอดคล้องกับวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยที่ใช้ในการบริหารโครงสร้างองค์กร

- 1) การอบรมผู้ใต้บังคับบัญชา

องค์กรควรจะมีการฝึกอบรมผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อก่อให้เกิดความรู้และความชำนาญแก่ผู้ปฏิบัติงาน ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา แต่การฝึกอบรมจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับลักษณะงาน เวลา และงบประมาณในการฝึกอบรม

- 2) การมอบหมายอำนาจหน้าที่ต้องชัดเจน

ผู้บริหารควรมอบหมายงานที่เห็นว่าสมควรให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาได้กระทำการแทน แต่การมอบหมายควรที่จะมอบหมายทั้งอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจ ไม่ควรที่จะมอบหมายแต่งงาน จะต้องมอบอำนาจหน้าที่ให้ด้วยและการมอบหมายงานจะต้องชัดเจนว่าจะให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทำอะไร และใช้เวลาเท่าไรในการปฏิบัติงาน

3) ความชัดเจนของแผนงาน

ผู้บริหารจะต้องมีหน้าที่หลักในการวางแผน เพราะการวางแผนจะมีขอบเขตครอบคลุมถึงทุกสิ่งในองค์การ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ ทรัพยากรต่างๆ อำนาจหน้าที่ในแต่ละฝ่าย กฎระเบียบในองค์การ ผู้บริหารจะต้องวางแผนให้ชัดเจน เพื่อไม่ให้ผู้ปฏิบัติเกิดความสับสน

4) การใช้จุดประสงค์มาตรฐาน

ผู้บริหารจะต้องมีการตั้งวัตถุประสงค์ขององค์การที่แน่นอนและตั้งเป็นมาตรฐาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถดำเนินการตามได้

5) เทคนิคการติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารควรมีทักษะทางด้านนี้ เพราะการมอบหมายงาน ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการสื่อความหมายและเทคนิคในการสื่อความ ในปัจจุบันองค์การอาจจะติดต่อสื่อสารกันได้โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ช่วย เช่น E-mail (Electronic Mail) เป็นการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Internet

6) จำนวนของการติดต่อระหว่างบุคคลในฝ่ายต่างๆ

ถ้าในฝ่ายต่างๆมีการติดต่อสื่อสารกันมาก ลักษณะโครงสร้างองค์การความจะมีลักษณะแบบกว้างๆ ทั้งนี้เพราะว่าจะไม่เสียเวลาในการถ่ายทอดความกัน ซึ่งอาจเกิดความผิดพลาดได้

7) ความผันแปรของระดับขององค์การ

ระดับขององค์การอาจจะมีการปรับเปลี่ยนเนื่องจาก มีกิจกรรมหรือแผนกต่างๆ เพิ่มขึ้น เช่น ในอดีตบริษัทอาจจะมีผลิตภัณฑ์อยู่ 2 – 3 ชนิด แต่ปัจจุบันประเภทของสินค้าได้เพิ่มขึ้น จึงทำให้องค์การจำเป็นต้องมีหน่วยย่อยต่างๆ เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับผลิตภัณฑ์นั้น

องค์การสมัยใหม่ (Modern Organization)

องค์การสมัยใหม่ควรมีลักษณะสำคัญดังนี้

1. ต้องเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ต้องอาศัยความเข้าใจและความมุ่งมั่นในการทำระบบย่อยทั้ง 5 ระบบขององค์การแห่งการเรียนรู้ อันได้แก่ การเรียนรู้ (Learning) องค์การ (Organization) คน (People) ความรู้ (Knowledge) และเทคโนโลยี (Technology) ให้ตัวขับเคลื่อนและพัฒนาองค์การเพราะการเรียนรู้ประเภทนี้ไม่สามารถ จะเกิดขึ้นและไม่สามารถคงอยู่ได้ หากปราศจากความเข้าใจ และการพัฒนาระบบย่อยที่สัมพันธ์กันทั้ง 5 ระบบ

ผู้เชี่ยวชาญในการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ Peter M. Senge กล่าวว่าไว้ว่า องค์การแห่งการเรียนรู้คือ “ องค์การที่ซึ่งบุคลากรสามารถเพิ่มพูนความรู้ความสามารถได้อย่างต่อเนื่องและสามารถสร้างผลงานได้ตามความปรารถนาอีกทั้งเป็นแหล่งสร้างความคิดทางปัญญาโดยการเรียนรู้ที่

จะเรียนรู้ร่วมกัน” และการที่จะสร้างให้เกิดองค์การแห่งการเรียนรู้ได้นั้น Peter M. Senge ได้แนะนำว่าองค์การต้องสร้างวินัย 5 ประการ (Fifth Discipline) ให้เกิดขึ้นแก่บุคลากร ดังต่อไปนี้

1. บุคลากรที่มีความรอบรู้ (Personal Mastery) การเรียนรู้ของปัจเจกบุคคลเป็นจุดเริ่มต้นขององค์การแห่งการเรียนรู้ ซึ่งบุคคลควรต้องได้รับการส่งเสริมให้มีการพัฒนาอยู่เสมอโดยการพัฒนาควรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง รูปแบบของการเรียนรู้จะเน้นการเรียนรู้ในที่ทำงาน (Work place learning) หรือการเรียนรู้งานในหน้าที่ (On the job learning)

2. รูปแบบความคิด (Mental Models) รูปแบบความคิดของบุคคลมีอิทธิพลต่อแนวทางการปฏิบัติของบุคคลนั้นๆ อีกทั้งเป็นสิ่งที่กำหนด พฤติกรรมการปฏิบัติงานว่าจะมีลักษณะเช่นไร ด้วยเหตุนี้เององค์การต้องพัฒนาบุคลากรให้มีการเรียนรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่บุคคลต้องการ (Self Vision) กับสิ่งที่องค์การต้องการ (Organizational Vision) ซึ่งองค์การควรเตรียมการสร้างบรรยากาศของการแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่างกันอันทำให้คนในองค์การมีแนวความคิดไปในแนวทางเดียวกัน และนำไปสู่ผลงานที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

3. วิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) ความสอดคล้องระหว่างวิสัยทัศน์ขององค์การและวิสัยทัศน์ของบุคคล ส่งผลให้บุคคลปฏิบัติหน้าที่ด้วยความผูกพันมิใช่เพียงแค่การทำตามหน้าที่เท่านั้น ดังนั้นจุดมุ่งหมายขององค์การแห่งการเรียนรู้คือการผลักดันให้บุคคลในองค์การทุกคนมีข้อสัญญาผูกมัดทางใจ โดยอาศัยจุดประสงค์ร่วมกันบนพื้นฐานของการเป็นหุ้นส่วน (Partner) ซึ่งสิ่งดังกล่าวเกิดขึ้นได้เนื่องจากการแลกเปลี่ยนแนวความคิด ความรู้ ประสบการณ์ ซึ่งกันและกันนั่นเอง

4. การเรียนรู้เป็นทีม (Team Learning) ในองค์การแห่งการเรียนรู้ไม่ควรให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเก่งอยู่ผู้เดียวในองค์การ ควรก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ (Formal) และไม่เป็นทางการ (Informal) ก่อให้เกิดเป็นความรู้ ความคิดร่วมกัน ภายในองค์การ การดำเนินการอาจตั้งเป็นทีมเรียนรู้เพื่อพิจารณาความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ รวมทั้งสภาพความเป็นไปภายในองค์การ เพื่อนำมาแลกเปลี่ยนแนวความคิดและนำไปสู่ข้อกำหนดในการปรับปรุงองค์การให้มีประสิทธิภาพ

5. ความคิดเป็นระบบ (System Thinking) ต้องพิจารณาในรูปแบบองค์รวมขององค์การ ไม่ควรพิจารณาแต่เพียงปัจเจกบุคคลเท่านั้น มีกรอบแนวความคิดคือ คิดเป็นกลยุทธ์ เน้นรูปแบบที่สามารถนำมาปฏิบัติจริงได้ คิดทันเหตุการณ์ การคิดควรทันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อองค์การ และสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเหตุการณ์ การมองเห็นโอกาส การคิดไม่เพียงแต่การคิดในปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น แต่ควรพิจารณาถึงสภาพการณ์ในอนาคต เพื่อสามารถกำหนดแนวทางการปฏิบัติเชิงรุกได้

อาจกล่าวได้ว่ามิติในการพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เกี่ยวเนื่องกับมิติทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) อย่างแท้จริง

กล่าวคือสถานะขององค์กรแห่งการเรียนรู้จะดำรงอยู่ได้ต้องอาศัยบุคลากรเป็นสำคัญ ซึ่งบุคลากรนั้นคงเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายระดับ เช่น ผู้บริหาร หัวหน้างาน พนักงานระดับปฏิบัติการ ซึ่งต้องมีความชัดเจนในวินัย

แนวทางในการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้

1. บุคคลรอบรู้ (Personal Mastery) หมายถึง การเรียนรู้ของบุคลากรจะเป็นจุดเริ่มต้น คนในองค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ ฝึกฝน ปฏิบัติ และเรียนรู้อย่างต่อเนื่องไปตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเองอยู่เสมอ
2. แบบแผนทางความคิด (Mental Model) หมายถึง แบบแผนทางความคิด ความเชื่อทัศนคติ แสดงถึงวุฒิภาวะ (Emotional Quotient, EQ) ที่ได้จากการสั่งสมประสบการณ์กลายเป็นกรอบความคิดที่ทำให้บุคคลนั้นๆ มีความสามารถในการทำความเข้าใจ วินิจฉัย ตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม
3. การมีวิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) หมายถึง การสร้างทัศนคติร่วมของคนในองค์กร ให้สามารถมองเห็นภาพและมีความต้องการที่จะมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน
4. การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning) หมายถึง การเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกในลักษณะกลุ่มหรือทีมงานเป็นเป้าหมายสำคัญที่จะต้องทำให้เกิดขึ้นเพื่อให้มีการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์กันอย่างสม่ำเสมอ
5. การคิดอย่างเป็นระบบ (System Thinking) หมายถึง การที่คนในองค์กรมีความสามารถที่จะเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ โดยมองเห็นภาพความสัมพันธ์กันเป็นระบบโดยรวม (Total System) ได้อย่างเข้าใจ แล้วสามารถมองเห็นระบบย่อย (Subsystem) ที่จะนำไปวางแผนและดำเนินการทำส่วนย่อยๆ นั้นให้เสร็จที่ละส่วน

สรุป

โครงสร้างองค์กรคือระบบความสัมพันธ์ระหว่างงาน ความรับผิดชอบต่อการรายงานและอำนาจโดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการประสานการปฏิบัติการกิจของพนักงาน โครงสร้างองค์กรมีสองส่วน ส่วนแรกเป็นการแบ่งงานขององค์กรออกเป็นแผนกหรือฝ่ายตามลักษณะงานที่ทำส่วนหลัง เป็นการผสมผสานและประสานงานระหว่างหน่วยงานย่อย ๆ เพื่อให้งานสำเร็จ

แผนภูมิองค์กร แสดงถึง คน ตำแหน่ง สายการบังคับบัญชา สมาชิกของกลุ่มงาน แผนกงาน สายการติดต่อสื่อสารแบบทางการ แผนภูมิองค์กรแสดงให้เห็นโครงสร้างหรือภาพขององค์กร โครงสร้างแยกเป็น 2 ส่วน คือ การแบ่งภารกิจขององค์กรออกเป็นงานย่อย ๆ (Division of Labor) กับการประสานงาน (Coordination) การแบ่งภารกิจขององค์กรออกเป็นงานย่อย ๆ ก็เพื่อให้เหมาะกับการจัดคนเข้าทำงาน ส่วนการประสานงานเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรวมงานย่อย เป็นกลุ่ม เรียกว่า แผนกงาน การกำหนดขอบเขตการควบคุม (Span of Control) ซึ่งบอกถึงจำนวนพนักงานที่หัวหน้าคน

หนึ่งต้องดูแลรับผิดชอบหรือขนาดของกลุ่มงาน ถ้าจัดขนาดของกลุ่มโต จำนวนระดับชั้นบังคับบัญชา ก็จะน้อยลง เป็นต้น

การจัดแผนงานขององค์การมีหลายเกณฑ์ ทำให้เกิดแบบโครงสร้างขององค์การขึ้นหลายแบบ เช่น โครงสร้างเน้นตามหน้าที่ โครงสร้างเน้นตามผลผลิต โครงสร้างแบบเมทริกซ์ ซึ่งภาวะแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการออกแบบขององค์การ

ในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนั้น ประสิทธิภาพ ประสิทธิผลขององค์การนั้นขึ้นกับความสามารถขององค์การในการเรียนรู้ถึงสถานการณ์ แนวคิด เทคนิคการดำเนินงาน และเทคโนโลยีต่าง ๆ จากภายนอก และเรียนรู้จากประสบการณ์ และจากกันและกันภายในองค์การ เพื่อให้สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์การให้สามารถดำเนินงานและเจริญก้าวหน้าต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างขีดความสามารถในการเรียนรู้ขององค์การนั้น แม้จะดูเหมือนกับว่าต้องมีการนำความคิดใหม่ ๆ ที่ยุ่งยากซับซ้อนเข้ามาเผยแพร่ให้ทุกคนในองค์การเข้าใจและยอมรับ แต่ในทางปฏิบัติแล้ว การทำให้องค์การเรียนรู้สามารถใช้เทคนิควิธีการปฏิบัติงาน และเทคนิคการปรับปรุงการบริหารต่าง ๆ ที่องค์การเคย หรือกำลังปฏิบัติอยู่แล้วก็ได้ เช่น การจัดการเชิงกลยุทธ์ การปรับโครงสร้างองค์การ หรือกิจกรรมการเพิ่มผลผลิตต่าง ๆ ฯลฯ เพียงแต่พยายามทำให้คนในองค์การเห็นว่า ทุกสิ่งที่เขาทำอยู่แล้วนั้นล้วนเป็นการเรียนรู้ทั้งสิ้น เพียงแต่เขาจะต้องตั้งสติและไตร่ตรองดูจึงจะเห็นถึงกระบวนการในการเรียนรู้ที่เกิดขึ้น และสามารถเก็บเกี่ยวความรู้จากประสบการณ์นั้น ๆ ไว้เป็นสินทรัพย์ทางปัญญา (Intellectual Asset) ที่สามารถเก็บสะสมไว้สำหรับเลือกนำมาใช้ในอนาคต หรือจะเลือกนำมาแบ่งปันให้แก่คนอื่น ๆ ตามกระบวนการเรียนรู้ของทีมก็ได้ ซึ่งจะช่วยให้เพื่อนร่วมงานที่ต้องปฏิบัติงานร่วมกัน ได้มีความรู้ความเข้าใจในระดับใกล้เคียงกัน ซึ่งจะนี้เป็นพื้นฐานให้ทุกคนในองค์การได้ร่วมกันบุกเบิก เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อความเจริญก้าวหน้าต่อไปอีก

องค์การ คือเครื่องมือทางสังคมที่ใช้สำหรับช่วยให้มนุษย์สามารถนำศักยภาพที่มีอยู่ในตัวของแต่ละคนออกมาใช้ร่วมกันอย่างมีคุณค่า และยังสามารถเรียนรู้เพื่อเพิ่มเติมศักยภาพให้สูงขึ้นไปอีก ด้วย ดังนั้นองค์การที่เรียนรู้จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการเสริมคุณค่าที่แท้จริงของความเป็นมนุษย์ให้แก่คนที่เป็สมาชิกขององค์การ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานศึกษาของ นพวรรณ สุทธิศิลป์ (2548) เรื่อง “วิถีชีวิตหนุ่มเจ้าสำอาง” ที่นำเสนอผู้ชายที่มีพฤติกรรมแบบ Metrosexual มีลักษณะพิเศษคือ อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ มีการศึกษาและฐานะดี ดูแลเอาใจใส่ตัวเองอย่างพิถีพิถัน สนใจเรื่องแฟชั่นความสวยงาม และการออกกำลังกายดูแลตนเอง

ผลการศึกษาวิถีชีวิตหนุ่มเจ้าสำอาง พบว่าวิถีชีวิตด้านการบริโภค หนุ่มเจ้าสำอางเป็นนักบริโภคที่ให้ความสำคัญกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกาเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตนเองให้ดูดี ไม่ว่าจะเป็นการ

บริโภคผลิตภัณฑ์ประทินผิว เสื้อผ้า เครื่องประดับ อาหารเสริม ซึ่งแต่ละคนก็จะลำดับความสำคัญกับเครื่องบริโภคต่างกันไป

ด้านการพักผ่อน เวลาว่างส่วนใหญ่ของหนุ่มเจ้าสำอางเป็นเวลายื่นหลังเลิกงานและวันหยุดพักผ่อน หนุ่มเจ้าสำอางทั้งหลายใช้เวลาในการพักผ่อน ได้แก่ อ่านหนังสือ ดูทีวี ฟังเพลง เล่นเกมส์ ออกกำลังกาย ท่องเที่ยวไปสถานที่ต่างๆ เดินห้าง

ด้านการทำงาน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับเจ้าของกิจการ ในระดับเจ้าของกิจการจะเห็นได้ว่ายังเป็นกิจการขนาดกลางที่กำลังจะเติบโตไปเป็นขนาดใหญ่ต่อไป ส่วนในระดับพนักงานองค์กรก็มีโอกาสก้าวหน้าในสายงานอาชีพของแต่ละคน

วารสารณ์ สุขมาก (2547) เรื่อง “นิตยสารผู้ชายกับกระบวนการสร้างความเป็นชายแบบ เมโทรเช็ทชวล” ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะภาตวแทนของความเป็นชายแบบ “เมโทรเช็ทชวล” สอดคล้องกับแนวคิดภาตวแทน คือ มีการคัดเลือกคุณลักษณะเด่นเพียงบางอย่างในรูปแบบของตัวแทนมาเป็นตัวกำหนดกรอบการรับรู้ของสังคมให้เข้าใจว่า การที่ผู้ชายจะหันมาดูแลตัวเอง และใช้เครื่องสำอางเช่นผู้หญิงเป็นเรื่องธรรมดา โดยนิตยสารผู้ชายจะนำเสนอความเป็นชายแบบ “เมโทรเช็ทชวล” ในแบบที่ต่างกัน คือ นิตยสารGM เน้นการนำเสนอลักษณะในแบบที่มีกาศึกษาสูง และฐานะดี พิถีพิถันกับรสนิยมการใช้ชีวิตในทุกๆเรื่องไม่ว่าจะเป็นการกิน การดื่ม การเข้าสังคม และเรื่องเพศ ส่วนนิตยสาร BOSS จะเสนอในแบบที่ดูแลเอาใจใส่ตัวเองเป็นพิเศษในเรื่องร่างกายทั้งด้านสุขภาพและความงาม และสำหรับนิตยสาร Esquire จะเน้นการนำเสนอเรื่องแฟชั่นความสวย ความงาม

วาสนา โฉมดี (2550) เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่พบว่าผู้รับบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทยมีความพึงพอใจในระดับมากกับที่ตั้งของศูนย์ฟิตเนส ที่มีความสะดวก ความปลอดภัยในการเดินทาง ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ การจัดวางอุปกรณ์ออกกำลังกายและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ทางศูนย์ฟิตเนสจัดหาไว้ให้บริการ

นิราพร บุตดา (2551) เรื่อง “ความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการ Fitness ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะประชากรของผู้ใช้บริการ Fitness ต่อความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ Fitness ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานของการประชาสัมพันธ์ Fitness ในเขตกรุงเทพมหานคร (4) เพื่อค้นหาวิธีการให้บริการของสถานบริการ Fitness ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ในเขตกรุงเทพมหานคร ขอบเขตของการศึกษา คือ มุ่งศึกษาความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการ Fitness จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ Fai Kharn Fitness, Leaders Fitness & Spa, Sat Fitness Center การกีฬาแห่งประเทศไทย และ Fitness First Center ในเขตบางกระบือ

ผลการวิจัยพบว่า

1. สถานบริการ Fitness ผู้ใช้บริการจะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมีอายุ 18-30ปี โดยผู้ให้บริการจะมีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
2. ผู้ใช้บริการมีเหตุผลในการเลือกสถานบริการ Fitness เป็นที่ออกกำลังกายเพราะใกล้บ้าน โดยจะใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ ป้ายโฆษณา จุลสาร และแผ่นพับ
3. รูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีเนื้อหาของการประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจกิจกรรมพิเศษที่สถานบริการ Fitness คือ ทดสอบความฟิตของร่างกาย ผู้ใช้บริการจะมีความประทับใจรูปแบบตัวอักษรที่อ่านง่ายไม่ซับซ้อนของการประชาสัมพันธ์
4. สถานบริการ Fitness ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะมาออกกำลังกายในช่วงเวลา 18.00-21.00 น. โดยผู้ให้บริการ Fitness จะใช้โปรแกรมลดน้ำหนัก มีครูฝึกของสถานบริการ Fitness คอยดูแล แนะนำให้ความรู้และการใช้อุปกรณ์ ความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการ Fitness พบว่า การจัดทำประชาสัมพันธ์ ของสถานบริการ Fitness อยู่ในความพึงพอใจระดับมาก และความพึงพอใจระดับปานกลาง

บทที่ 3

ระเบียบวิจัยและวิธีการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ และแนวทางในการจัดตั้ง บริษัทศูนย์ปรับบุคลิกภาพไมโครฟิตเนส (Micro Fitness) ในการ IS ฉบับนี้ผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

1. สำหรับการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของชายแบบ “เมโทรเซ็กส์ชวล” ที่มีต่อฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในเรื่องของความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ได้แก่

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เช่นการสำรวจทัศนคติ ความคิดเห็น ศึกษาประเด็นที่สนใจ และมีวิธีการเก็บ ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลแบบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) สาเหตุในการเลือกการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเนื่องจาก การวิจัยเชิงคุณภาพให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลและความหมายของข้อมูลจากทัศนะของผู้ให้ข้อมูล การมอง ปรากฏการณ์จากทัศนะของผู้ที่อยู่ในปรากฏการณ์นั้นช่วยให้เข้าใจความหมาย ระบบความคิด ระบบ ความเชื่อและตรรกของผู้ให้ข้อมูล (meaning) การศึกษาระบบความคิดความเชื่อนี้ไม่สามารถศึกษา ได้จากการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียวหรือโดยการใช้แบบสอบถามจากการวิจัยเชิงปริมาณได้ ข้อมูลที่ได้ จากการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นข้อมูลที่สะท้อนระบบคิดของผู้ตอบโดยตรง เพราะบางครั้งปรากฏการณ์ หรือข้อมูลมีความหมายลึกซึ้งเกินกว่าที่ปรากฏให้เห็น การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพจึงเป็นการทำความเข้าใจและอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างลึกซึ้งจากความหมายที่ซ่อนอยู่ (Interpretative) (อศิน รพีพัฒน์, 2536, หน้า 4-6) จากเหตุผลเหล่านี้ทำให้ผู้ศึกษาเลือกการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษา

2. การศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร ได้แก่ หนังสือ บทความ รายงาน วิทยานิพนธ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และวรรณกรรมต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและ ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

3.1.1 เพื่อศึกษาทัศนคติความต้องการของผู้มาใช้บริการฟิตเนสถึงความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง

3.1.2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจบริษัทปรับบุคลิกภาพ

3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

3.2.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ 3 คน

3.2.2 ผู้วิจัยเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผู้มาใช้บริการฟิตเนสตามสถานที่บริการชั้นนำ ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสุตรของ Yamane (อ้างใน สุทรนุ ศรีไสย์, 2551) เนื่องจากขนาดตัวอย่าง เท่ากับ 385 คน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเก็บแบบสอบถาม 8 เขตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 ชุด รวมเป็น 400 ชุด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1: รายชื่อเขต

รายชื่อเขต	จำนวนแบบสอบถาม
1. เขตบางกะปิ	50 ชุด
2. เขตบางเขน	50 ชุด
3. เขตพญาไท	50 ชุด
4. เขตจตุจักร	50 ชุด
5. เขตห้วยขวาง	50 ชุด
6. เขตลาดพร้าว	50 ชุด
7. เขตวัฒนา	50 ชุด
8. เขตสาทร	50 ชุด
รวม	400 ชุด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้จะสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแบ่งเป็นสองส่วนคือแบบสอบถาม (Questionnaire Paper) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) โดยแบบสอบถาม (Questionnaire Paper) ประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ความต้องการที่มีผลต่อ ศูนย์
ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของ ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ
Ultimate body

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่มีต่อ ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body

ส่วนแบบสอบถามสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) เป็นคำถามที่สอบถามเจ้าของ
กิจการฟิตเนส

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยต้องการให้
แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ ชัดเจน มีประสิทธิภาพ โดยการทดสอบดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามโดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบในด้านความ
ถูกต้องของเนื้อหา โครงสร้างของแบบสอบถาม และความเหมาะสมของถ้อยคำภาษาที่ใช้ เมื่อได้รับ
คำแนะนำให้ปรับปรุงเนื้อหา และถ้อยคำภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 กลุ่ม
คือ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการฟิตเนส 3 คน และข้อมูลสถิติเชิงสำรวจที่ได้จากการ
แจกแบบสอบถามให้กับผู้มาใช้บริการฟิตเนสที่ดูเหมือนชายแบบเมโทรเซกชวล จำนวน 400 ชุด เมื่อ
ได้แบบสอบถามแล้วจึงนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลแล้วนำมา
ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

2) ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร บทความ ข่าว สถิติ
นิตยสารการตลาด และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็น
ฐานข้อมูลสำหรับใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยและช่วยในการวางแผนการบริหารจัดการและวาง
กลยุทธ์ทางการตลาด

3.6 การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2
ส่วนดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ

ในส่วน of ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการที่จดทะเบียนสัจเป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและในส่วน of ข้อมูล สถิติเชิงสำรวจที่เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) ก่อนจะคำนวณหาค่าเฉลี่ยเป็นร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายข้อมูลประชากรศาสตร์ ทัศนคติและพฤติกรรมรวมถึงปัจจัยในการเลือกเจ้าของกิจการที่จดทะเบียนของกลุ่มตัวอย่าง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ

ส่วน of ข้อมูล ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความ ข่าว สถิติ นิตยสารการตลาด และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นจัดเป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้มาใช้สถานออกกำลังกายฟิตเนส โดยตั้งคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการใช้บริการ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่มีความสำคัญกับผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมาเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.1 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล (Descriptive Analysis)

การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงสำรวจดังกล่าว ได้แก่ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงในกรุงเทพมหานครเป็น นักศึกษา และคนทำงาน ที่เป็นกลุ่มที่ออกกำลังกาย ทั้งหมดจำนวน 400 คน แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ความต้องการที่มีผลต่อ ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของ ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่มีต่อ ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1: จำนวนร้อยละตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวนคน	ร้อยละ
ชาย	281	70.25
หญิง	119	29.75
รวม	400	100%

จากผลสำรวจพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.25% และเพศหญิงจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75% ส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.2: จำนวนร้อยละตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	24	6
20-36ปี	331	82.75
36ปีขึ้นไป	45	11.25
รวม	400	100%

จากผลสำรวจในตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 % อายุ 20-36 ปี มีจำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.75% และอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25% ซึ่งแบบสอบถามได้แจกให้กับนักศึกษาและบุคคลวัยทำงานที่มีพฤติกรรมการออกกำลังกายในฟิตเนส ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจ

ตารางที่ 4.3: จำนวนร้อยละตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนคน	ร้อยละ
นักศึกษา	129	32.25
พนักงานทั่วไป	126	31.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	130	32.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	3
อื่นๆ	3	0.75
รวม	400	100

จากผลสำรวจในตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ นักศึกษา มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25% อาชีพพนักงานทั่วไป 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5% อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5% อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3% อาชีพ อื่นๆ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75% ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นอาชีพธุรกิจส่วนตัวที่มาใช้สถานที่ออกกำลังกายฟิตเนส

ตารางที่ 4.4: จำนวนร้อยละตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวนคน	ร้อยละ
15,000-20,000 บาท	78	19.5
20,001-25,000 บาท	109	27.25
25,001-30,000 บาท	51	12.75
มากกว่า 30,000 บาท	162	40.5
รวม	400	100

จากผลสำรวจในตารางพบว่า รายได้ต่อเดือน 15,000-20,000บาท มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5% รายได้ต่อเดือน 20,001-25,000บาท มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25% รายได้ต่อเดือน 25,001-30,000บาท มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75% รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5% ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของธุรกิจ จัดว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อเพียงพอ

4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ความต้องการที่มีผลต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4.5: จำนวนร้อยละแบ่งตามเคยหรือไม่เคยมาออกกำลังกาย

เคยออกกำลังกายมาก่อนหรือไม่	จำนวนคน	ร้อยละ
เคย	394	98.5
ไม่เคย	6	1.5
รวม	400	100

จากผลสำรวจในตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยออกกำลังกายมาก่อน มีจำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.5% และไม่เคยออกกำลังกายมาก่อน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5% จะเห็นว่าคนส่วนใหญ่เคยออกกำลังกายมาก่อน

ตารางที่ 4.6: จำนวนร้อยละตามเคยใช้บริการสถานออกกำลังกายต่างๆไป

เคยใช้บริการสถานออกกำลังกายจากที่อื่นมาก่อนหรือไม่	จำนวนคน	ร้อยละ
เคย	355	88.75
ไม่เคย	45	11.25
รวม	400	100

จากผลสำรวจในตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการสถานออกกำลังกายต่างๆไป มีจำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.75% และไม่เคยใช้บริการสถานออกกำลังกายจากที่อื่นมาก่อน มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25% จะเห็นได้ว่าคนส่วนใหญ่เคยใช้บริการสถานออกกำลังกายจากที่อื่นมาก่อน

ตารางที่ 4.7: จำนวนร้อยละตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกาย

วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกาย	จำนวนคน	ร้อยละ
ต้องการมีรูปร่างที่ดี	244	61
ต้องการนำไปประกอบอาชีพ เช่น นายแบบ/ดารา	11	2.75
ต้องการประกวดเพาะกาย	10	2.3
ต้องการมีสมรรถภาพทางกายเพื่อเตรียมแข่งกีฬา	5	1.25
ต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง	129	32.25
อื่นๆ	1	0.25
รวม	400	100

จากผลสำรวจในตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกายดังนี้ ต้องการมีรูปร่างที่ดีมีจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61% ต้องการนำไปประกอบอาชีพ เช่น นายแบบ /ดารา มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75% ต้องการประกวดเพาะกาย มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3% ต้องการมีสมรรถภาพทางกายเพื่อเตรียมแข่งกีฬา มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25% ต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25% และอื่นๆมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25% จากผลสำรวจจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกายต้องการมีรูปร่างที่ดีมาเป็นอันดับ 1

ตารางที่ 4.8: จำนวนร้อยละตามที่คนสะดวกมาออกกำลังกาย...ครั้ง/สัปดาห์

สะดวกมาออกกำลังกาย...ครั้ง/สัปดาห์	จำนวนคน	ร้อยละ
1ครั้ง/สัปดาห์	5	1.25
2ครั้ง/สัปดาห์	14	3.5
3ครั้ง/สัปดาห์	58	14.5
4ครั้ง/สัปดาห์	202	50.5
5ครั้ง/สัปดาห์	111	27.75
6ครั้ง/สัปดาห์	10	2.5
รวม	400	100

จากผลสำรวจในตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสะดวกมาออกกำลังกาย 1 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25% สะดวกมาออกกำลังกาย 2 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5% สะดวกมาออกกำลังกาย 3 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5% สะดวกมาออกกำลังกาย 4 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5% สะดวกมาออกกำลังกาย 5 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75% สะดวกมาออกกำลังกาย 6 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5% จากผลสำรวจจะพบว่าคนส่วนใหญ่สะดวกมาออกกำลังกาย 4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 50.5% ซึ่งมากที่สุด

ตารางที่ 4.9: จำนวนร้อยละตามเวลา....ชั่วโมง/ครั้งที่มาเล่น

เวลา....ชั่วโมง/ครั้งที่มาเล่น	จำนวน	ร้อยละ
1ชั่วโมง/ครั้ง	36	9
2ชั่วโมง/ครั้ง	347	86.75
3ชั่วโมง/ครั้ง	17	4.25
รวม	400	100

จากผลสำรวจในตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสะดวกมาออกกำลังกาย 1 ชั่วโมง/ครั้ง มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9% ออกกำลังกาย 2 ชั่วโมง/ครั้ง มีจำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ

86.75% ออกกำลังกาย 3 ชั่วโมง/ครั้ง มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25% จากผลสำรวจจะพบว่าคนส่วนใหญ่ออกกำลังกาย 2 ชั่วโมง/ครั้งมากที่สุด

ตารางที่ 4.10: จำนวนร้อยละช่วงเวลาที่สะดวกไปใช้สถานที่ออกกำลังกาย

ช่วงเวลาที่สะดวกไปใช้สถานที่ออกกำลังกาย	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเช้า (06.00am.-12.00pm.)	85	21.25
ช่วงบ่าย-เย็น (12.01pm-ปิด)	315	78.75
รวม	400	100

จากผลสำรวจในตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสะดวกไปใช้สถานที่ออกกำลังกาย ช่วงเช้า มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25% ช่วงเย็น มีจำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75% จากผลสำรวจจะเห็นว่าคนส่วนใหญ่มาออกกำลังกายช่วงเย็นถึง 78.75%

ตารางที่ 4.11: จำนวนร้อยละการคาดหวังให้รูปแบบการฝึกสอนเป็นแบบใด

คาดหวังให้รูปแบบการฝึกสอนเป็นแบบใด	จำนวน	ร้อยละ
เป็นห้องส่วนตัวไม่ปะปนกับผู้อื่น	28	7
ฝึกร่วมกับผู้อื่นได้	370	92.5
อื่นๆ	2	0.5
รวม	400	100

จากผลสำรวจในตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังให้รูปแบบการฝึกสอนเป็นห้องส่วนตัว ไม่ปะปนกับผู้อื่น มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7% ฝึกร่วมกับผู้อื่นได้ มีจำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5% และรูปแบบอื่นๆ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5% จากผลสำรวจจะเห็นว่าคนส่วนใหญ่ชอบที่จะฝึกร่วมกับผู้อื่นมากที่สุด

ตารางที่ 4.12: จำนวนร้อยละได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกายจากทางใด

ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกายจากทางใด	จำนวน	ร้อยละ
สถานบริการโดยตรง	100	25
นิตยสาร	17	4.25
หนังสือพิมพ์	1	0.25
ป้ายโฆษณา	12	3
โปรซัวร์และแผ่นพับ	3	0.75
เพื่อน	169	42.25
เว็บไซต์	98	24.5
รวม	400	100

จากผลสำรวจในตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกายจาก สถานบริการโดยตรง มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25% จากนิตยสาร มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25% จากหนังสือพิมพ์ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25% จากป้ายโฆษณา มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3% จากโปรซัวร์และแผ่นพับ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75% จากเพื่อน มีจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25% จากเว็บไซต์ มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5% จากผลสำรวจจะเห็นว่าส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน

4.3 ปัจจัยด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของ ศูนย์ปรับบุคลิกภาพUltimate body

ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้า ใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	น้อยที่สุด → มากที่สุด						ระดับการตัดสินใจ บริโภค	
	1	2	3	4	5	รวม	x	แปลผล
	จำนวน (คน)							
ด้านผลิตภัณฑ์ – Product								
คุณภาพที่ได้รับจากการเข้าคอร์ส ฝึกการออกกำลังกาย	4	2	25	266	103	400	4.05	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	1	0.5	6.25	66.5	25.75	100		
มีรูปแบบการให้บริการที่ หลากหลาย	0	4	60	245	91	400	4.25	มากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0	1	15	61.25	22.75	100		
ขนาดของพื้นที่ให้บริการ	0	5	215	159	21	400	3.49	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	1.25	53.75	39.75	5.25	100		
ความทันสมัยหรือคุณภาพของ อุปกรณ์ที่ให้บริการ	2	2	201	167	28	400	4.86	มากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0.5	0.5	50.25	41.75	7	100		
มินิวัดกรรมเครื่องออกกำลังกาย ที่ทันสมัย	1	4	202	162	31	400	3.54	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.25	1	50.5	40.5	7.75	100		
มีอาหารที่มีประโยชน์และ โภชนาการครบสำหรับการออก กำลังกายจำหน่าย	3	7	184	167	39	400	3.58	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.75	1.75	46	41.75	9.75	100		
มีอาหารเสริมจำหน่าย	3	10	264	109	14	400	3.30	ปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	0.75	2.5	66	27.25	3.5	100		
ผู้ฝึกสอน(Trainer)มีคุณภาพ	2	6	28	222	142	400	4.24	มากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0.5	1.5	7	55.5	35.5	100		

จากตารางที่ 4.13 พบว่า

1. ความทันสมัยหรือคุณภาพของอุปกรณ์ที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 จำนวน 201 คน ร้อยละ 50.25 ค่าเฉลี่ย 4.86
2. มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากที่สุดเป็นอันดับ 2 จำนวน 245 คน ร้อยละ 61.25 ค่าเฉลี่ย 4.25
3. ผู้ฝึกสอน(Trainer)มีคุณภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากที่สุดเป็นอันดับ 3 จำนวน 222 คน ร้อยละ 55.5 ค่าเฉลี่ย 4.24
4. คุณภาพที่ได้รับจากการเข้าคอร์ส ฝึกการออกกำลังกาย มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มาก จำนวน 266 คน ร้อยละ 66.5 ค่าเฉลี่ย 4.05
5. มีอาหารที่มีประโยชน์และโภชนาการครบสำหรับการออกกำลังกายจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอยู่ในเกณฑ์มาก จำนวน 184 คน ร้อยละ 46 ค่าเฉลี่ย 3.58
6. มีนวัตกรรมเครื่องออกกำลังกายที่ทันสมัย มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอยู่ในเกณฑ์มาก จำนวน 202 คน ร้อยละ 50.5 ค่าเฉลี่ย 3.54
7. ขนาดของพื้นที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอยู่ในเกณฑ์มาก จำนวน 215 คน ร้อยละ 53.75 ค่าเฉลี่ย 3.49
8. มีอาหารเสริมจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง จำนวน 264 คน ร้อยละ 66 ค่าเฉลี่ย 3.30

ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้านราคาสินค้า (Price)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการด้านราคา (Price)	น้อยที่สุด →มากที่สุด						ระดับการตัดสินใจบริโภค	
	1	2	3	4	5	รวม	x	แปลผล
	จำนวน (คน)							
ด้านราคาสินค้า – Price								
ราคาค่าใช้บริการมีความเหมาะสม	0	5	128	200	67	400	3.82	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	1.25	32	50	16.75	100		
ราคาอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม	0	9	136	197	58	400	3.76	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	2.25	34	49.25	14.5	100		

จากตาราง 4.14 พบว่า

1. ราคาค่าใช้จ่ายบริการมีความเหมาะสม มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากเป็นอันดับ 1 จำนวน 200 คน ร้อยละ 50 ค่าเฉลี่ย 3.82
2. ราคาอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากเป็นอันดับ 2 จำนวน 197 คน ร้อยละ 49.25 ค่าเฉลี่ย 3.76

ตารางที่ 4.15: ตารางความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านสถานที่ (Place)	น้อยที่สุด → มากที่สุด						ระดับการตัดสินใจบริโภค	
	1	2	3	4	5	รวม	x	แปลผล
	จำนวน (คน)							
ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย – Place								
ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางไปสะดวก	0	1	52	295	52	400	3.99	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	0.25	13	73.75	13	100		
สถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง	1	2	61	304	32	400	3.91	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.25	0.5	15.25	76	8	100		
สถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ	3	6	159	207	25	400	3.61	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.75	39.75	39.75	51.75	6.25	100		

จากตาราง 4.15 พบว่า

1. ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางไปสะดวก มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากเป็นอันดับ 1 จำนวน 295 คน ร้อยละ 73.75 ค่าเฉลี่ย 3.99
2. สถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากเป็นอันดับ 2 จำนวน 304 คน ร้อยละ 76 ค่าเฉลี่ย 3.91
3. สถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มาก จำนวน 207 คน ร้อยละ 51.75 ค่าเฉลี่ย 3.61

ตารางที่ 4.16: ตารางความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้ บริการด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	น้อยที่สุด → มากที่สุด						ระดับการตัดสินใจบริโภค	
	1	2	3	4	5	รวม	x	แปลผล
	จำนวน (คน)							
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด – Promotion								
บันทึกDVDขณะที่ออกกำลังให้นำ กลับไปดูเพื่อพัฒนาการเล่นของ ตัวเอง	6	7	187	160	40	400	3.55	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	1.5	1.75	46.75	40	10	100		
ทดลองเล่นและฝึกโดยผู้ฝึกสอนฟรี 3 ครั้ง	2	10	205	156	27	400	3.49	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.5	2.5	51.25	39	6.75	100		
เปลี่ยนโปรโมชันในแต่ละเดือน	1	8	218	155	18	400	3.45	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.25	2	54.5	38.75	4.5	100		
การมีส่วนลดหรือราคาพิเศษ	1	6	205	157	31	400	3.52	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.25	1.5	51.25	39.25	7.75	100		

จากตารางที่ 4.16 พบว่า

- บันทึกDVDขณะที่ออกกำลังให้นำกลับไปดูเพื่อพัฒนาการเล่นของตัวเอง มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากเป็นอันดับ 1 จำนวน 187 คน ร้อยละ 46.75 ค่าเฉลี่ย 3.55
- การมีส่วนลดหรือราคาพิเศษ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากเป็นอันดับ 2 จำนวน 205 คน ร้อยละ 51.25 ค่าเฉลี่ย 3.52
- ทดลองเล่นและฝึกโดยผู้ฝึกสอนฟรี 3 ครั้ง มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มาก จำนวน 205 คน ร้อยละ 51.25 ค่าเฉลี่ย 3.49
- เปลี่ยนโปรโมชันในแต่ละเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มาก จำนวน 218 คน ร้อยละ 54.5 ค่าเฉลี่ย 3.45

ตารางที่ 4.17: ตารางความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้านบุคลากร (People)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้ บริการด้านการบุคลากร (People)	น้อยที่สุด → มากที่สุด						ระดับการตัดสินใจ บริโภค	
	1	2	3	4	5	รวม	x	แปลผล
	จำนวน (คน)							
ด้านบุคลากร – People								
จำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ	2	3	64	272	59	400	3.95	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.5	0.75	16	68	14.75	100		
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ละเอียดดี	3	1	28	278	90	400	4.12	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.75	0.25	7	69.5	22.5	100		
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรู้ในการให้บริการเป็นอย่างดี	3	3	32	269	93	400	4.11	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.75	0.75	8	67.25	23.25	100		
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3	3	31	283	80	400	4.08	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.75	0.75	7.75	70.75	20	100		

จากตารางที่ 4.17 พบว่า

- 1.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ละเอียดดี มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากเป็นอันดับ 1 จำนวน 278 คน ร้อยละ 69.5 ค่าเฉลี่ย 4.12
- 2.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรู้ในการให้บริการเป็นอย่างดี มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากเป็นอันดับ 2 จำนวน 269 คน ร้อยละ 67.25 ค่าเฉลี่ย 4.11
- 3.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มาก จำนวน 283 คน ร้อยละ 70.75 ค่าเฉลี่ย 4.08
- 4.จำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มาก จำนวน 272 คน ร้อยละ 68 ค่าเฉลี่ย 3.95

ตารางที่ 4.18: ตารางความพึงพอใจต่อสถานที่ให้บริการด้าน ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้ บริการด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	น้อยที่สุด → มากที่สุด						ระดับการตัดสินใจ บริโศค	
	1	2	3	4	5	รวม	x	แปลผล
	จำนวน (คน)							
ด้านกระบวนการให้บริการ - Process								
พนักงานให้บริการสะดวกและรวดเร็ว	2	3	56	275	64	400	3.99	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.5	0.75	14	68.75	16	100		
มีข้อมูลบริการรายละเอียดทางเว็บไซต์	1	5	89	274	31	400	3.82	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.25	1.25	22.25	68.5	7.75	100		
สถานที่ให้บริการมีความสะอาด	0	3	23	270	104	400	4.18	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	0.75	5.75	67.5	26	100		
สถานที่ให้บริการมีบรรยากาศเหมาะ แก่การออกกำลังกาย	0	1	34	278	87	400	4.12	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	0.25	8.5	69.5	21.75	100		
อุปกรณ์มีเพียงพอต่อความต้องการ	2	3	51	284	60	400	3.99	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.5	0.75	12.75	71	15	100		
สถานที่มีการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็น ระเบียบ	1	0	81	273	45	400	3.90	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.25	0	20.25	68.25	11.25	100		
มีพนักงานคอยดูแลความปลอดภัย อย่างใกล้ชิด	5	3	67	265	60	400	3.93	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	1.25	0.75	16.75	66.25	15	100		
ห้องน้ำมีความสะอาด	0	3	19	253	125	400	4.25	มากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0	0.75	4.75	63.25	31.25	100		
มีกล้องวงจรปิดตรวจดูความปลอดภัย	3	5	47	293	52	400	3.96	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.75	1.25	11.75	73.25	13	100		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า

1. ห้องน้ำมีความสะอาด มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากเป็นอันดับ 1 จำนวน 253 คน ร้อยละ 63.25 ค่าเฉลี่ย 4.25
2. สถานที่ให้บริการมีความสะอาด มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากเป็นอันดับ 2 จำนวน 270 คน ร้อยละ 67.5 ค่าเฉลี่ย 4.18
3. สถานที่ให้บริการมีบรรยากาศเหมาะสมแก่การออกกำลังกาย มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ จำนวน 278 คน ร้อยละ 69.5 ค่าเฉลี่ย 4.12
4. พนักงานให้บริการสะดวกและรวดเร็ว มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ จำนวน 275 คน ร้อยละ 68.75 ค่าเฉลี่ย 3.99
5. อุปกรณ์มีเพียงพอต่อความต้องการ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ จำนวน 284 คน ร้อยละ 71 ค่าเฉลี่ย 3.99
6. มีกล้องวงจรปิดตรวจดูความปลอดภัย มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ จำนวน 293 คน ร้อยละ 73.25 ค่าเฉลี่ย 3.96
7. มีพนักงานคอยดูแลความปลอดภัยอย่างใกล้ชิด มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ จำนวน 265 คน ร้อยละ 66.25 ค่าเฉลี่ย 3.93
8. สถานที่มีการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ จำนวน 273 คน ร้อยละ 68.25 ค่าเฉลี่ย 3.90
9. มีข้อมูลบอกรายละเอียดทางเว็บไซต์ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ จำนวน 274 คน ร้อยละ 68.5 ค่าเฉลี่ย 3.82

4.4 สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนส

การวิจัยครั้งนี้ผู้จัดทำใช้การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสจำนวน 3 ที่ คือ

1. Power zone Gym
2. Fitness 7
3. The Body tec

บทสรุปการสัมภาษณ์

Power zone gym

สิทธิ เจริญฤทธิ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม 2557) ผู้บริหาร Power zone gym ให้ความเห็นว่าการเข้ามาสู่ธุรกิจเกี่ยวกับการออกกำลังกายสามารถทำได้ เพราะความต้องการมีบุคคลิก

ที่ดีของคนในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นเหตุเนื่องมาจากตามกระแสดารานักแสดงทำให้มีคนในปัจจุบันต้องการอยากมีบุคลิกภาพที่ดีบ้าง

ความคิดเห็นของสิทธิ เจริญฤทธิ์ เรื่องของยิมที่ดีควรมี

1. ความเรียบง่าย ไม่วุ่นวายทำให้ลูกค้าลำบากใจ
2. ที่จอดรถสะดวก
3. ห้องน้ำสะอาด
4. เดินทางสะดวก

Fitness 7

สุนทร หวังเจริญ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 สิงหาคม 2557) ผู้บริหาร Fitness 7 ให้ความเห็นว่า การเข้ามาสู่ธุรกิจฟิตเนสสามารถเข้ามาทำได้เพราะยังมีความต้องการอยู่เสมอ

สิ่งที่คุณ สุนทร หวังเจริญ เน้นย้ำ คือ การที่จะลงทุนเปิดสถานที่ออกกำลังกาย คือ ทำเลที่ดี ถ้าคุณมีทำเลที่ดี ใกล้ชุมชน เป็นสิ่งที่ดีมาก

The bodytec

วงศ์เดช เอี้ยวสานุรักษ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 สิงหาคม 2557) ผู้บริหาร The bodytec ให้ความเห็นว่า ธุรกิจที่พัฒนารูปร่างและบุคลิกภาพนั้นมีแนวโน้มว่าจะมากขึ้นในอนาคต สามารถลงมาแข่งขันได้

วงศ์เดช เอี้ยวสานุรักษ์ กล่าวว่า ทุกวันนี้กลุ่มคนส่วนใหญ่เสียเงินไปเยอะมากกับการดูแลเฉพาะหน้าเพียงจุดเดียว และคาดการณ์ว่าอีก 5-6 ปีคนส่วนใหญ่จะยอมจ่ายเงินมากขึ้นเพื่อดูแลร่างกายทั้งร่างกาย

บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

5.1 นโยบายและการดำเนินการบริหารจัดการ

5.1.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

“Ultimate body” ต้องการที่จะเป็นสถานที่สร้างรูปร่างที่ดี และพัฒนาบุคลิกภาพที่ดีที่สุดในประเทศไทย

5.1.2 พันธกิจ (Mission)

1. เปลี่ยนแนวความคิดของลูกค้าในเรื่องการเอาชนะใจตัวเองโดยใช้โดยการสร้างแรงบันดาลใจให้ลูกค้า
2. ทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการประสบความสำเร็จ
3. เอาใจใส่เปรียบเสมือนคนในครอบครัว
4. สร้างบรรยากาศในสถานที่ให้ดูอบอุ่น พนักงานและเทรนเนอร์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

5.1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านรูปลักษณ์ภายนอก
2. ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการเข้าสังคม

5.1.4 เป้าหมาย (Goals)

1. เปลี่ยนทัศนคติของผู้ที่ฝึกให้รู้สึกสนุกกับการออกกำลังกาย ถึงข้อดีของการออกกำลังกาย และปรับให้เป็นไลฟ์สไตล์
2. เป็นผู้นำทางด้านเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าจะถ้าอยากเปลี่ยนแปลงตัวเองในทางที่ดี ต้องนึกถึงเราเป็นที่แรก
3. เป็นธุรกิจปรับบุคลิกภาพที่สามารถดำเนินธุรกิจถึงจุดคุ้มทุนภายใน 5 ปี
4. เป็นผู้นำธุรกิจปรับบุคลิกภาพที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในประเทศไทย
5. มีการขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม

เป้าหมายระดับองค์กร

ตารางที่ 5.1: ตารางแสดงเป้าหมายระดับองค์กร

ระยะเวลา	เป้าหมาย
ระยะเริ่มต้น (ปีที่0-ปีที่2)	สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ เกิดการโฆษณาแบบปากต่อปาก
ระยะสั้น(ปีที่2-ปีที่5)	เริ่มเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายหลัก และเริ่มกระจายสู่กลุ่มเป้าหมายรอง
ระยะยาว(ปีที่6-ปีที่10)	เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เป็นสถานที่ปรับบุคลิกภาพที่เป็นที่ยอมรับในประเทศไทย

เป้าหมายระดับธุรกิจ

ตารางที่ 5.2: ตารางแสดงเป้าหมายระดับธุรกิจ

ระยะเวลา	เป้าหมาย
ระยะเริ่มต้น (ปีที่0-ปีที่2)	มีผู้มาใช้บริการอย่างต่อเนื่องถึง 200 คน
ระยะสั้น(ปีที่2-ปีที่5)	1.รักษามาตรฐานของการบริการให้ดีขึ้นเรื่อยๆ 2.มีการขยายสาขาเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้น
ระยะยาว(ปีที่6-ปีที่10)	1.มีการขยายสาขาไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม

เป้าหมายทางการตลาด

ตารางที่ 5.3: ตารางแสดงเป้าหมายทางการตลาด

ระยะเวลา	เป้าหมาย
ระยะเริ่มต้น (ปีที่0-ปีที่2)	1.โฆษณาให้กลุ่มเป้าหมายรู้ถึงการจัดตั้งสถานที่ ปรับบุคลิกภาพ เพื่อให้เกิดการสนใจและเข้าใช้ บริการ 2.นำคำติชมของลูกค้ามาปรับปรุง เพื่อพัฒนาให้ดี ยิ่งขึ้น
ระยะสั้น(ปีที่2-ปีที่5)	1.วิเคราะห์คู่แข่งเพื่อสร้างรายได้เปรียบทาง ธุรกิจให้เหนือคู่แข่ง 2.จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
ระยะยาว(ปีที่6-ปีที่10)	1.เป็นผู้นำและมีชื่อเสียงในธุรกิจการปรับ บุคลิกภาพ

5.2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

5.2.1 รายละเอียดการบริการ

“โครงการศูนย์ปรับบุคลิกภาพ และสร้างแรงบันดาลใจ” เป็นบริษัทที่ดำเนินการประกอบ
ธุรกิจภายใต้ชื่อ Ultimate Body โดยจะเน้นไปในเรื่องของการพัฒนาศัลยกรรมจิตใจและร่างกาย
จิตใจในด้านกระตุ้นหรือปรับเปลี่ยนทัศนคติให้คนที่ไม่มี ความมั่นใจให้มีความเชื่อมั่นในตัวเอง เปลี่ยน
ให้คนหุ่นไม่ดีทำให้ดีโดยการใช้นวัตกรรมเครื่อง Miha Body-tec และยังเพิ่มการบำบัดรักษาโรค เช่น
ปัญหาโรคกล้ามเนื้อที่พุงกระตุก โรคไมเกรน(ทางอ้อม) การบำบัดอาการบาดเจ็บเรื้อรังของนักกีฬา
เพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อให้รองรับกิจกรรมที่ต้องใช้ความแข็งแรง เข้ามาช่วยโดยประเภทของ
การให้บริการจะแบ่งออกเป็นประเภทดังนี้

- 1.เวทเทรนนิ่งหรือบำบัดรักษาโรคโดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยปรับบุคลิกภาพ
- 2.สร้างแรงบันดาลใจให้กับลูกค้าและวิธีกระตุ้นลูกค้าอยู่เสมอ
- 3.จัดตารางอาหารให้เหมาะกับแต่ละบุคคล

ซึ่งจุดเด่นของโครงการนี้จะอยู่ที่คุณภาพที่ผู้บริโภคจะได้รับ จะต้องได้รับผลประโยชน์สูงสุด และนำไปใช้ได้จริง โดยจะมีความจริงใจเป็นพาหนะที่จะคอยแนะนำและคอยรับคำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

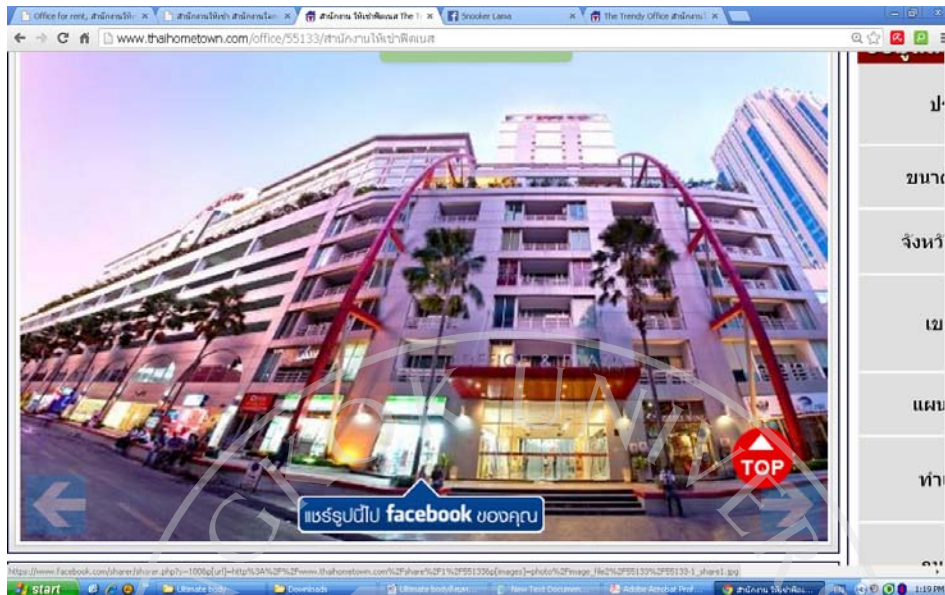
5.3 สถานที่ตั้งโครงการ

โครงการ Ultimate Body ใช้การเช่าสำนักงานอาคารจาก เทรนด์ออฟฟิศตั้งอยู่บนทำเลใจกลางเมืองรายล้อมไปด้วยธุรกิจครบวงจร ณ ศูนย์กลางธุรกิจชื่อดังของเมืองไทยเข้าสู่ซอยสุขุมวิท 13 เพียง 70 เมตร เพียงไม่กี่ก้าวก็ถึง สถานีรถไฟฟ้าฟานานาและสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสุขุมวิท สู่จุดเป้าหมายได้รวดเร็วเพียงพริบตา จากผลการประเมินแบบสอบถามด้านทำเลที่ตั้งมีส่วนสำคัญอย่างมาก ขนาดของพื้นที่ที่ใช้ 342 ตารางเมตร

เหตุผลในการเลือกสถานที่ตั้งให้อยู่ในเทรนด์ออฟฟิศ

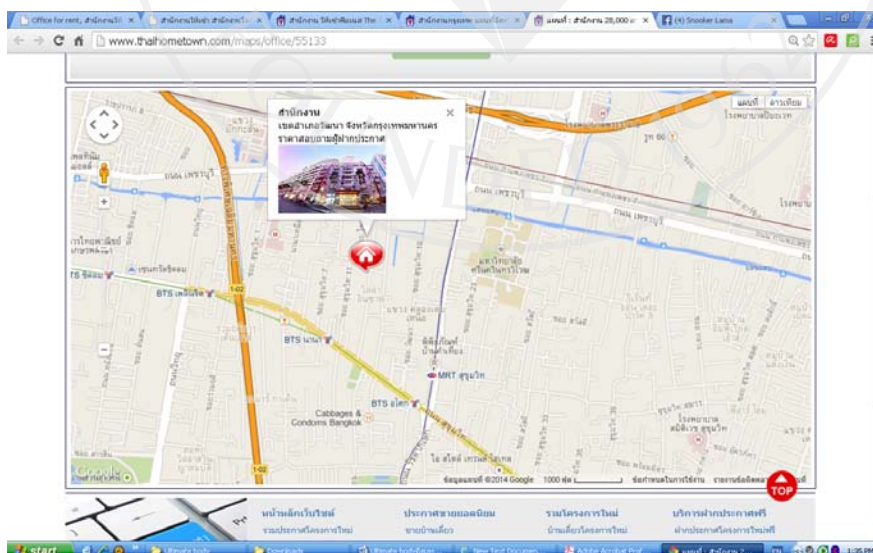
1. เทรนด์ออฟฟิศพื้นที่ให้เช่าเริ่มตั้งแต่ 20 ตารางเมตร ขึ้นไป สำหรับผู้ที่กำลังหาที่ตั้งสำนักงานใจกลางธุรกิจเดินทางสะดวกสบาย ใกล้สถานที่ช้อปปิ้ง เช่น Terminal21, โรบินสัน, Villa Market พร้อมเข้าทำงานได้ทันที และเปิดให้ท่านสามารถดำเนินธุรกิจได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการควบคุมเครื่องปรับอากาศเปิด-ปิดได้เองตามเวลาที่ท่านต้องการ
2. ที่จอดรถมากกว่า 600 คัน พื้นที่โถงบริเวณชั้นล่างออกแบบพิเศษอย่างมีสไตล์ เพื่อให้เป็นศูนย์กลางความสะดวกรสบาย ที่เป็นได้มากกว่าอาคารสำนักงานทั่วไป มีบันไดเลื่อนให้บริการ, ลิฟท์โดยสารทั้งหมด 5 ตัว และลิฟท์ขนของ 1 ตัว

ภาพที่ 5.1: ภาพแสดงตึก เทรนดี้ออฟฟิศ



ที่มา: Thai Home Town. (2557). สืบค้นจาก <http://www.thaihometown.com/office/>.

ภาพที่ 5.2: ภาพแสดงแผนที่ตึก เทรนดี้ออฟฟิศ



ที่มา: Thai Home Town. (2557). สืบค้นจาก <http://www.thaihometown.com/office/>.

ภาพที่ 5.3: ภาพแสดงแผนผังของตึก



ที่มา: *The Trendy office & Shop Space*. (n.d.). Retrieved from http://www.thetrendyoffice.com/f_25.html.

5.4 รายละเอียดการบริการ

ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate Body เป็นสตูดิโอฟิตเนสแบบ Micro Fitness โดยการใช้โดยนวัตกรรมเครื่องออกกำลังกายด้วยเครื่องกระตุ้นกล้ามเนื้อไฟฟ้า EMS (Electro Muscular Simulation) เป็นการฝึกสร้างกล้ามเนื้อทุกส่วนของร่างกายโดยใช้กระแสไฟฟ้ากระตุ้น และเทคนิคการสร้างกล้ามเนื้อที่มีเทรนเนอร์ออกแบบโปรแกรมเฉพาะของแต่ละบุคคลเพื่อให้เหมาะกับบุคคลนั้นๆมากที่สุด โดยใช้ระยะเวลาเร็วที่สุด โดยจะมีขั้นตอนในการให้บริการดังนี้

1. สอบถามเป้าหมายของแต่ละบุคคลว่าเป้าหมายเป็นอย่างไร เช่น อยากมีร่างกายแข็งแรง เติรมแข่งกีฬา ถ่ายแบบ เป็นนักแสดง เพาะกาย รักษาอาการบาดเจ็บ เป็นต้น
2. ตรวจสอบเช็คสมรรถภาพของร่างกาย ตรวจสอบปริมาณกล้ามเนื้อ ไขมันส่วนเกิน เพื่อดูว่าควรแก้ที่ส่วนไหน
3. เทรนเนอร์ออกแบบโปรแกรมเฉพาะของแต่ละบุคคลให้
4. สร้าง Passion หรือเป้าหมายของลูกค้า
5. ทำการออกกำลังกายตามโปรแกรมที่วางไว้
6. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างลูกค้าและเทรนเนอร์ว่ามีการฝึกส่วนไหนที่ต้องปรับปรุง

7. ทำการบันทึกค่าสถิติวัดความก้าวหน้าในแต่ละครั้ง
8. ออกแบบการทานอาหารในแต่ละวันของลูกค้า

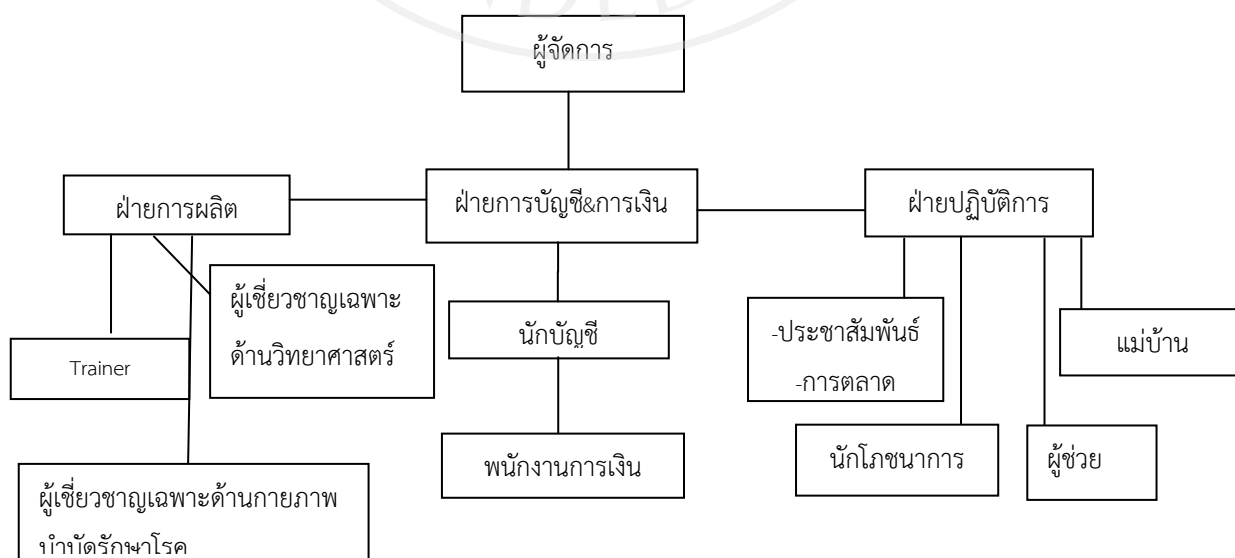
ตารางที่ 5.4: ตารางแสดงรายละเอียดบริการ

รายการ	ราคา
คอร์สปรับบุคลิกภาพทั่วไป	
1 ครั้ง	2000 บาท
10 ครั้ง	18000 บาท
30 ครั้ง	54000 บาท
คอร์สกายภาพบำบัด	
12 ครั้ง (3เดือน)	40000 บาท

5.4.1 โครงสร้างองค์กร

โครงการศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body จัดเป็นองค์กรขนาดเล็ก รูปแบบการสร้างองค์กรจึงเป็นโครงสร้างแบบราบ (Flat organization Structure) ซึ่งมีโครงสร้างไม่ซับซ้อน เพื่อให้เกิดความสะดวกและความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน โดยมีลักษณะโครงสร้างองค์กร ดังนี้

ภาพที่ 5.4: ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรของศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body



5.4.2 ตำแหน่งและลักษณะงานในองค์กร

ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate Body จัดโครงสร้างองค์กรโดยแบ่งตามหน้าที่และความรับผิดชอบ ประกอบไปด้วยรายละเอียดต่างๆดังนี้

1. ผู้จัดการ มีหน้าที่ควบคุมฝ่ายการผลิต ฝ่ายบริหาร และฝ่ายปฏิบัติการให้สอดคล้องตามพันธกิจและวัตถุประสงค์ รวมถึงควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. Trainer มีหน้าที่ควบคุมในส่วนของ การฝึกสอนและ คอยกระตุ้นผู้ใช้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

3.ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา มีหน้าที่คอยดูแลนักกีฬาโดยเฉพาะในด้านการรักษาอาการบาดเจ็บ เพิ่มสมรรถภาพของนักกีฬา

4.ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกายภาพบำบัดรักษาโรค มีหน้าที่คอยดูแลรักษาผู้ป่วยเฉพาะด้าน คอยดูแลโปรแกรมในการรักษาและคอยแนะนำลูกค้าในด้านการดูแลรักษา

5.ผู้ช่วยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาและด้านกายภาพบำบัดรักษาโรค มีหน้าที่เป็นลูกมือคอยช่วยเหลือต่างๆ

6.บัญชี มีหน้าที่ดูแลและควบคุมรายรับ-รายจ่ายของศูนย์ปรับบุคลิกภาพ

7.ประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่บันทึกและจัดตารางเวลา ดูแลต้อนรับผู้ที่มาใช้บริการ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายแก่ลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

8.แม่บ้านมีหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาดภายในสถานที่ให้เรียบร้อยอยู่เสมอ

ตารางที่ 5.5: ตารางแสดงรายละเอียดตำแหน่งและอัตราเงินเดือน

ตำแหน่ง	จำนวน	อัตราเงินเดือน (บาท)
ผู้จัดการ	1	30000
trainer	4	20000
นักโภชนาการ	1	20000
ผู้เชี่ยวชาญด้านกายภาพบำบัด	1	25000
ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา	1	25000
ผู้ช่วย	2	15000
พนักงานบัญชี	1	15000
พนักงานการเงิน	1	15000
พนักงานประชาสัมพันธ์	1	15000
ฝ่ายการตลาด	1	23000
แม่บ้าน	2	10000
Total Salary per month		298000

5.4.3 การวิเคราะห์ตามทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ในตลาด(Situation Analysis)

5C's

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Context)

ด้านการเมือง

ปัจจุบันรัฐบาลภายใต้การดูแลของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ให้ความสำคัญและส่งเสริมใน บ้านเมืองชั่วคราว เพื่อลดความแตกแยก ความขัดแย้งจากสองขั้วอำนาจทางการเมืองและดำเนินการ จัดตั้งรัฐบาลชั่วคราว ทำให้เศรษฐกิจเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น เพิ่มโอกาสให้กับทางโครงการ

ด้านเศรษฐกิจ

ในทางสังคมแนวโน้มรักสุขภาพ เพิ่มกระแสแรงต่อเนื่อง และยังมีเปิด AEC อีกทำให้เราสามารถหากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มรักสุขภาพได้ง่าย กลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มคนที่ต้องการการ ยอมรับจากคนรอบข้างทางลักษณะรูปร่างหน้าตา เช่นดารานักแสดง นายแบบที่ต้องใช้ รูปร่าง

หน้าตา ในการประกอบอาชีพ กลุ่มผู้ป่วยที่ต้องการบำบัดรักษาโรคที่เกี่ยวกับกล้ามเนื้อ และทำให้เห็นว่า การมีบุคลิกภาพที่ดีย่อมสร้างความได้เปรียบทั้งหน้าที่การงานและเรื่องอื่นๆ

ด้านสังคม

แนวโน้ม นิยมการมีหุ่นที่ บุคลิกภาพที่ดีหรือการต้องการการยอมรับจากคนในสังคมเพื่อเพิ่มโอกาสในหน้าที่การงาน การบำบัดรักษาโรคเฉพาะทาง เช่น โรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อช่วยส่งเสริมกระดูกสันหลัง ไมเกรนทางอ้อม ทำให้ไม่ต้องไปที่โรงพยาบาล และยังใช้เวลาไม่นาน เกิดความสะดวกทำให้สามารถหากลุ่มเป้าหมายสำหรับคนกลุ่มนี้ได้ และการที่มีบุคลิกที่ดีกว่าย่อมได้เปรียบทั้งในด้านหน้าที่และการงาน

ด้านเทคโนโลยี

เนื่องจากเป็นยุคของ Social Media ทำให้การรับรู้ข่าวสารในสังคมออนไลน์ขยายวงกว้างขึ้น รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมของอุปกรณ์ให้มีความทันสมัยและมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ทำให้รูปแบบการออกกำลังกายไม่น่าเบื่อ มีอุปกรณ์ใหม่ให้ทดลองเล่นหลายรูปแบบ

การวิเคราะห์ผู้บริโภค (Customer)

ดารา-นักแสดง นายแบบ-นางแบบ หรือกลุ่มคนที่ใช้รูปร่างในการประกอบอาชีพ ที่ต้องการได้หุ่นที่ฟิตและเฟิร์มไวที่สุด เพื่อนำรูปร่างไปประกอบอาชีพ และผู้ป่วยแพทย์ทางเลือก เช่น โรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อที่อ่อนแอ ไมเกรน นักกีฬาที่บาดเจ็บต้องใช้กายภาพบำบัด นักเต้นผู้หญิงที่ร่างกายแข็งแรงไม่เท่าผู้ชายต้องการสร้างกล้ามเนื้อให้แข็งแรง นางงามที่ต้องปรับบุคลิก

การวิเคราะห์ปัจจัยในบริษัท (Company)

ทางบริษัทจะให้คำปรึกษาในด้านการพิชิตหุ่นให้ฟิตและเฟิร์มให้ไวที่สุดเพื่อนำไปประกอบอาชีพ ผู้ป่วยที่ต้องการบำบัดรักษาโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อ นักกีฬาที่ต้องกายภาพบำบัด และพร้อมที่จะให้คำปรึกษาในเรื่องการทานอาหารการพักผ่อน การสร้างPassionให้คุณมีแรงจูงใจที่จะมีหุ่นที่ดี และมีมาตรฐานของเทรนเนอร์ที่มีคุณภาพ ให้คุณมั่นใจได้ว่ามีเราเป็นพาทเนอร์แล้วคุณ จะประสบความสำเร็จ

การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor)

ทางคู่แข่งจะมีทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงมี Hotman factory speedfitness ,The bodytech คู่แข่งทางอ้อมจะมีFitness ทั่วไปเช่น Fitnees first ,we fitness,True fitness ซึ่งคู่แข่งยังมีไม่เยอะมากเนื่องจากอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายมีราคาสูง และยังเป็นนวัตกรรมใหม่อยู่

การวิเคราะห์ผู้ช่วยด้านสนับสนุน (Collaborator)

แบรนด์อาหารเสริมต่างๆที่พร้อมจะเข้ามาสนับสนุน เช่นWhey protein แบรินด์เสื้อผ้า แพชั่นซันน่า แบรินด์เสื้อผ้าใส่ออกกำลังกาย และอาหารสุขภาพ เป็นพันธมิตรกับคลินิคศัลยกรรมเพื่อต่อยอดธุรกิจให้ลูกค้าได้ใช้บริการเพิ่มขึ้นและยังเป็นการบอกต่ออีกด้วย

5.5 การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร

โครงการปรับปรุงบุคลิกภาพมีการบริหารจัดการองค์กรละกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ส่วนประกอบได้ ดังต่อไปนี้

5.5.1 การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง

1. ความเอาใจใส่ และเทรนเนอร์ที่มีคุณภาพออกแบบตารางการออกกำลังกายเฉพาะสำหรับแต่ละบุคคล แต่ละเป้าหมาย
2. มีนักโภชนาการดูแลทางด้านอาหารให้
3. มีการสร้างแรงบันดาลใจให้กับลูกค้าและคอยให้กำลังใจ (จิตวิทยา) เมื่อลูกค้าเกิดการท้อ
4. ทำเลที่ตั้งเหมาะสม มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ

จุดอ่อน

1. สถานที่เปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก
2. ราคาค่าบริการสูง
3. ต้นทุนอุปกรณ์สูง
4. เจ้าของธุรกิจขาดทักษะการบริหารจัดการ
5. ขาดรูปแบบกิจกรรมการออกกำลังกายที่หลากหลาย

โอกาส

1. กระแสออกกำลังกายกำลังนิยม
2. สถานที่เดินทางได้หลากหลาย เช่น ดิทรถไฟฟ้า อยู่ใกล้ทางด่วน
3. อยู่ในแหล่งชุมชนที่คนพลุกพล่าน
4. ลูกค้ามีหลากหลายขึ้น ไม่ใช่แค่คนที่อยากหุ่นดีอย่างเดียว แต่รวมถึงรักษาสุขภาพ บำบัดรักษาอาการบาดเจ็บด้วย

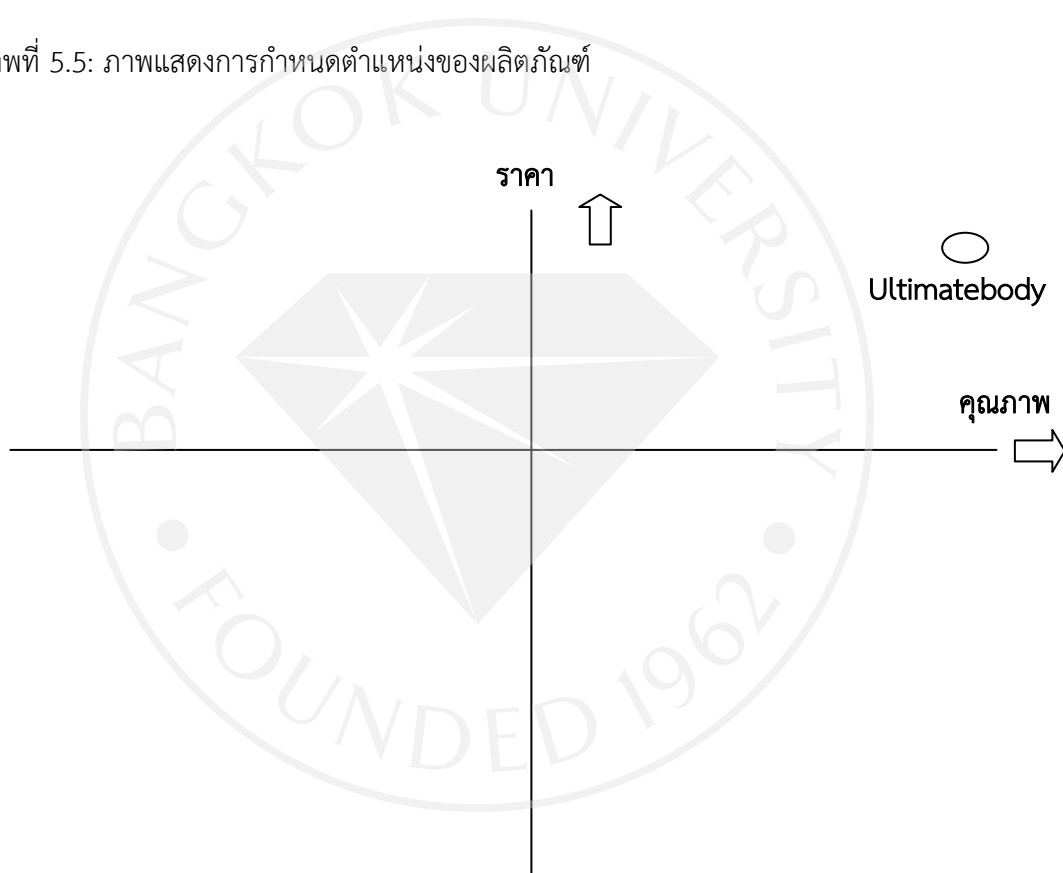
อุปสรรค

1. การจราจรติดขัด
2. ความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
3. สภาพเศรษฐกิจในประเทศไทยไม่ค่อยดี ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น
4. มีการแข่งขันที่มากขึ้นในธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย
5. ลูกค้ามีความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งมีโอกาสเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นที่สามารถทดแทนกันได้

5.5.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนส โดยส่วนใหญ่ สถานที่ต้องเดินทางสะดวก ตลอดจนเครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องน้ำ ความรู้ความชำนาญของเทรนเนอร์เหมือนกัน และจากผลการประเมินแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถเห็นผลได้เร็ว โครงการปรับบุคลิกภาพUltimate body จึงมุ่งเน้นไปที่เทคโนโลยีอุปกรณ์ที่ทันสมัยที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ เดินทางสะดวก มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีความปลอดภัย

ภาพที่ 5.5: ภาพแสดงการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์



5.5.3 การกำหนดตลาดเป้าหมาย

1) กลุ่มเป้าหมายหลัก

ดารา-นักแสดง นายแบบ-นางแบบ นักธุรกิจ หรือกลุ่มคนที่ใช้รูปร่างในการประกอบอาชีพ

อายุ -

รายได้ 50000บาทขึ้นไป

ความต้องการ ต้องการมีรูปร่างที่ดีและเห็นผลไวที่สุด

2) กลุ่มเป้าหมายรอง

ผู้มีปัญหาสุขภาพ,สโมสรมักกีฬา,รร.สอนเต้นรำ,นางงาม,นักไวโอลิน,Dancer

อายุ -

รายได้ 50000บาทขึ้นไป

ความต้องการ ต้องการมีหุ่นที่ดี สุขภาพที่ดี ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ รักษาอาการบาดเจ็บ

5.4.4 การกำหนดกลยุทธ์

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของโครงการปรับบุคลิกภาพ Ultimate body ดำเนินไปสู่เป้าหมายตามที่กำหนดไว้ จึงมีการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

1.กลยุทธ์ระดับองค์กร

กำหนดแนวทางการดำเนินงานขององค์กรด้วย กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategy) โดยการยกระดับการออกกำลังกายรูปแบบใหม่ๆ เป็นการใช้อุปกรณ์กระตุ้นไฟฟ้า EMS (Electro Muscular Simulation) ซึ่งประหยัดเวลาในการออกกำลังกายแบบปกติโดยใช้เวลาเพียงแค่ 20 นาที เท่ากับออกกำลังกาย 4 ชั่วโมง ซึ่งสามารถประหยัดเวลาไปได้มากสำหรับคนที่มีข้อจำกัดทางเวลาและต้องการเห็นการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายเร็วที่สุด และเน้นตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยการมุ่งความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Concentration Growth Strategy) เน้นเจาะกลุ่มตลาดเฉพาะ คือ บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม ดารา นักแสดง นักธุรกิจ เพื่อรูปลักษณ์ภายนอกที่ดูดีที่ส่งผลต่อการงานอาชีพ และผู้ป่วยที่มีปัญหาเกี่ยวกับกล้ามเนื้อที่ไม่มีคุณภาพซึ่งจะส่งผลต่อกระดูกที่ช่วยพยุงร่างกายทำให้สุขภาพแย่

2.กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

กำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้น (Focus Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่เน้นเจาะตลาดกับลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) โดยมุ่งเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าที่ต้องใช้รูปร่างในการประกอบอาชีพ

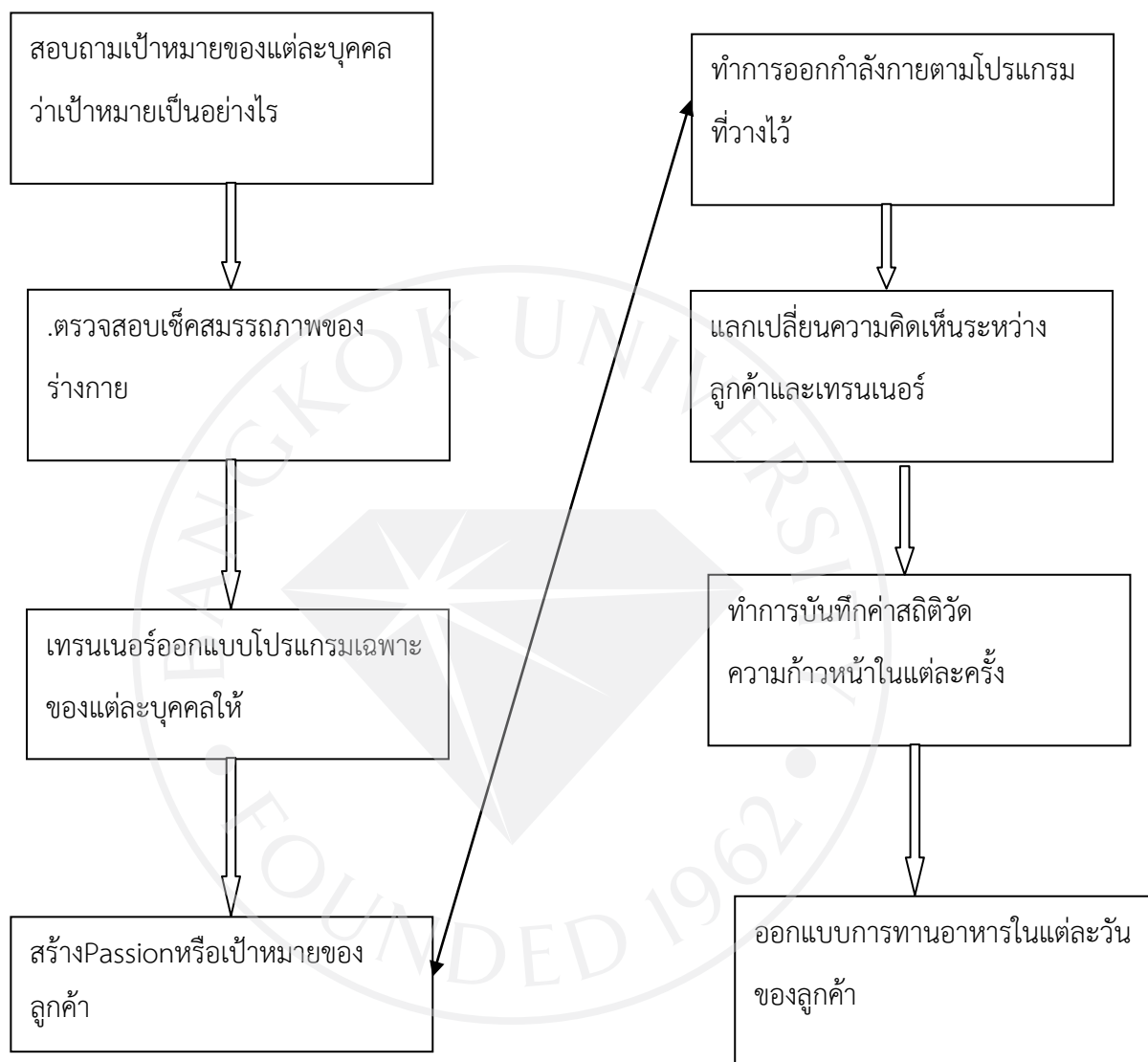
จากการวิเคราะห์แบบสอบถามแล้วส่วนใหญ่มีความต้องการอย่างเดียวกันคือ ความทันสมัยหรือคุณภาพของอุปกรณ์ที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 จึงใช้นวัตกรรมเครื่องออกกำลังกายที่ทันสมัยและมีคุณภาพสูงมาช่วย

3.กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ

1.1) กลยุทธ์การผลิตและการดำเนินงาน(Product and Operation Strategy)

โครงการ Ultimate Body มีการออกแบบขั้นตอนการทำงานให้เป็นไปอย่างมีระเบียบ ซึ่งกระบวนการและขั้นตอนจะเริ่มจากการพูดคุยถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ ในขั้นตอนการพูดคุยจะมีการแนะนำถึงรายละเอียดต่างๆในการใช้บริการ อธิบายถึงขั้นตอนการเข้าใช้บริการ ตกลงเรื่องราคา

ภาพที่ 5.6: ภาพแสดงขั้นตอนการผลิตและการดำเนินงาน



1.2) กลยุทธ์ด้านการตลาด (Marketing Strategy)

โครงการ Ultimate Body มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 ประเภท คือกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือ ดารา-นักแสดง นายแบบ-นางแบบ หรือกลุ่มคนที่ใช้รูปร่างในการประกอบอาชีพ กลุ่มเป้าหมายรองคือ เพศ ชาย หญิง และเพศที่ 3 ที่รักสุขภาพ ที่ต้องการมีหุ่นที่ดี สุขภาพที่ดี และกลุ่มคนที่ต้องการเข้าวงการบันเทิง

1.3) กลยุทธ์ทางการเงิน (Financial Strategy)

โครงการ Ultimate Body มีการนำกลยุทธ์ทางการเงินมาใช้โดยการพิจารณาปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเงินทุน ทั้งการเช่าสถานที่ การออกแบบตกแต่ง อุปกรณ์เครื่องมือ ค่าจ้างพนักงาน และดอกเบี้ยจากการกู้ยืม จากนั้นจึงพิจารณาการนำทรัพยากรเหล่านี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เกิดรายได้ และเกิดกำไร ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณางบประมาณสำหรับการปรับปรุงธุรกิจ หรือทรัพยากรที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด โดยการคำนึงถึงการลดต้นทุนให้ต่ำและมีผลกำไรตอบแทนคืนให้ไวที่สุด แต่ยังคงเรื่องของคุณภาพและบริการที่ดี

1.4 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management Strategy)

โครงการ Ultimate Body คำนึงถึงหน้าที่ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการพัฒนาบุคลากรและทีมงานให้มีความพร้อมและมีความสามารถตรงกับตำแหน่งหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยจะทำการเทรนพนักงานในเรื่องมนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยที่ดี และในเรื่องของความรู้ในด้านการออกกำลังกายอยู่เสมอ โดยอ้างอิงจากแบบสอบถามที่สำรวจมาพบว่าในเรื่องนี้อยู่ในอันดับที่ 1 และ 2 ที่ได้คะแนนสูงสุดในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

1.5 กลยุทธ์ในการวิจัยและพัฒนา (Research and Development Strategy)

โครงการ Ultimate Body ใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีเป็นหลัก จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใส่ใจเรื่องของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้ล้าสมัย และนำหน้าคู่แข่ง จึงมีการศึกษาวิจัยถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้รู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและรอง เพื่อให้การบริการมีความแตกต่างจากคู่แข่ง และพร้อมรับฟังคำติชม ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

บทที่ 6 งบการเงิน

ในบทนี้จะเป็นส่วนของการวางแผนทางการเงินของโครงการศูนย์ปรับบุคลิกภาพและสร้างแรงบันดาลใจ Ultimate Body ตามกลยุทธ์การดำเนินงานของโครงการที่ได้ระบุไว้ในบทที่ผ่านมาซึ่งทำออกมาในรูปแบบของงบการเงิน เพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ ทั้งนี้แผนการเงินของโครงการก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญของแผนโครงการ เนื่องจากเป้าหมายของทุกธุรกิจล้วนต้องการผลกำไรสูงสุด การจัดทำแผนธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงสภาพคล่อง ความสามารถในการสร้างกำไร และความสามารถในการชำระหนี้ เป็นต้น

การวางแผนทางการเงินของโครงการนี้เริ่มต้นจากการประมาณเงินลงทุนเบื้องต้นที่โครงการจำเป็นต้องใช้ เพื่อที่จะจัดสรรเงินลงทุนต่อไปถึงสัดส่วนของส่วนของผู้ถือหุ้นและกำไรระยะยาว นอกจากนี้โครงการจำเป็นต้องประมาณการยอดขายที่จะเกิดขึ้น ประเมินต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จึงจะสามารถทราบถึงกำไรของโครงการ และจากนั้นจึงประเมินความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อปรับปรุงแผนกลยุทธ์ต่อไป

สำหรับรายละเอียดของบทที่ 6 งบการเงินมีหัวข้อดังต่อไปนี้

- 6.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน
- 6.2 การประมาณเงินลงทุน
- 6.3 การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุน
- 6.4 การประมาณรายได้
- 6.5 การประมาณรายจ่าย
- 6.6 ประมาณการงบกำไรขาดทุน
- 6.7 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน
- 6.8 ประมาณการงบกระแสเงินสด
- 6.9 ข้อสมมติฐานในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

6.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน

สำหรับการวิเคราะห์แผนการเงินของโครงการศูนย์ปรับบุคลิกภาพและสร้างแรงบันดาลใจ Ultimate Body มีสมมติฐานทางการเงิน ดังนี้

1. โครงการสามารถรองรับผู้มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง 100 คนต่อปี
2. โครงการจะสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง (Going Concern)
3. โครงการมีความสามารถในการทำกำไร และสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง
4. โครงการสามารถสร้างผลกำไรได้เพียงพอต่อการชำระคืนการกู้ยืมเงินจากธนาคาร และมีอัตราผลตอบแทนสำหรับเจ้าของได้มากกว่า 35% ซึ่งผู้ถือหุ้นจะได้รับเงินปันผลทุกสิ้นปีอย่างต่อเนื่อง
5. โครงการมีผลตอบแทนจากการลงทุนสูง (Return on Investment) เพราะการลงทุนในอุปกรณ์ออกกำลังกายมีราคาสูงและเป็นจุดขายของโครงการ
6. โครงการมีผลกำไรสะสมเพียงพอต่อการลงทุนเพื่อขยายสาขาเพิ่มเติมรองรับกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้นในแผนระยะสั้น และขยายสาขาไปยังประเทศเพื่อนบ้านในแผนระยะยาวของโครงการ

6.2 การประมาณเงินลงทุน

1. สถานที่ตั้งโครงการ

ด้านสถานที่ตั้งโครงการ Ultimate Body ใช้การเช่าดำเนินงานจากสำนักงานอาคารเทรนต์ ออฟฟิศซึ่งตั้งอยู่บนท่าเล็กลางเมืองรายล้อมไปด้วยธุรกิจครบวงจร ณ ศูนย์กลางธุรกิจชื่อดังของเมืองไทย ใกล้สถานีรถไฟฟ้าสนามกีฬาและสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสุขุมวิท ด้วยเนื้อที่ 341 ตารางเมตร จากการสอบถามอัตราค่าเช่าของสำนักงานอาคารเทรนต์ออฟฟิศเท่ากับ 330 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน รวมเป็นมูลค่า 112,530 บาทต่อเดือน หรือ 1,350,360 บาทต่อปี ทั้งนี้ผู้ให้เช่ามอบสิทธิพิเศษให้เช่าฟรีในเดือนที่ 1 ดังนั้นค่าเช่าสถานที่เท่ากับ 1,237,830 บาท

2. การออกแบบและตกแต่งสถานที่

โครงการ Ultimate Body กำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าที่ต้องใช้รูปร่างในการประกอบอาชีพ เช่น ดารา นักแสดง เป็นต้น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของโครงการจะเป็นผู้ที่มีศักยภาพทางการเงินค่อนข้างสูง ทางโครงการจึงตัดสินใจลงทุนในการออกแบบและตกแต่งสถานที่อย่างหรูหรา ค่าใช้จ่ายในการออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่ตีราคาจริงจากนักออกแบบตามราคามาตรฐานการตกแต่งภายในเท่ากับ 8,000 บาทต่อตารางเมตร บวกเพิ่มค่าใช้จ่ายจากข้อผิดพลาด 20% ดังนั้นการออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่มีมูลค่าเท่ากับ 3,168,000 บาท ((330 ตร.ม. × 8,000 บาท/ตร.ม.) + 20%)

3. อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในบริการลูกค้า

ตารางที่ 6.1: แสดงมูลค่าอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในบริการลูกค้า

ประเภทอุปกรณ์และเครื่องมือ	จำนวน	มูลค่าต่อหน่วย (บาท)	มูลค่ารวม (บาท)
เครื่อง MIHA BODYTECH	2	1,500,000	3,000,000
เครื่องวัดค่าไขมัน	1	1,000,000	1,000,000
SMITH MACHINE	1	45,000	45,000
ตู้กดน้ำดื่มบริการลูกค้า	2	20,000	40,000
เชือกและอุปกรณ์ฟิตเนส		400,000	400,000
รวม			4,485,000

4. อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน

ตารางที่ 6.2: แสดงมูลค่าอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน

อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	จำนวน	มูลค่าต่อหน่วย (บาท)	มูลค่ารวม (บาท)
โซฟา	5	5,000	25,000
ทีวีจอใหญ่	1	50,000	50,000
ตุลาคเกอร์ที่ใช้คีย์การ์ด	10	5,000	50,000
รวม			125,000

หลังจากได้คาดการณ์เงินลงทุนเบื้องต้นที่โครงการ Ultimate body จำเป็นต้องคำนึงถึง
สามารถจัดสรุปประมาณการเงินลงทุนได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6.3: แสดงสรุปประมาณการเงินลงทุน

ประเภทการลงทุน	เงินลงทุน
สถานที่ตั้งโครงการ	1,237,830
การออกแบบและตกแต่งสถานที่	3,168,000
อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในบริการลูกค้า	4,485,000
อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	125,000
รวม	9,015,830

6.3 การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุน

การประมาณการลงทุนอันเนื่องมาจากสถานที่ตั้งโครงการ การออกแบบและตกแต่งสถานที่ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในบริการลูกค้า และอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน ทำให้สามารถประมาณเงินลงทุนทั้งหมดเป็นจำนวนเงินเท่ากับ 9,015,830 บาท เพื่อกันเงินสดบางส่วนเพื่อใช้ในการดำเนินงานทางโครงการ Ultimate Body เลือกลงทุนด้วยมูลค่า 10 ล้านบาท เป็น 2 ส่วนคือ การกู้ยืมธนาคาร 5 ล้านบาท และการลงทุนด้วยเงินทุนของกลุ่มเจ้าของ 5 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนการลงทุน 50% และ 50% ตามลำดับ ทั้งนี้แหล่งที่มาของเงินทุนก็ต้องมีความคาดหวังดอกผลจากการลงทุนสำหรับเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารมีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 8.1 ต่อปี ซึ่งอ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate) ธนาคารกสิกรไทย และสำหรับเงินทุนของเจ้าของต้องการผลตอบแทนเฉลี่ยปีละ 35% ดังจะเห็นได้จากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6.4: แสดงสัดส่วนเงินลงทุนและอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง

ประเภทการลงทุน	%สัดส่วนการลงทุน	สัดส่วนการลงทุน	อัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง
เงินกู้ยืมระยะยาว	50%	5,000,000	8.10%
ส่วนของผู้เจ้าของ	50%	5,000,000	35.00%
รวม	100%	10,000,000	

6.4 การประมาณรายได้

1. รายได้จากโปรแกรมออกกำลังกายสำหรับบุคคลทั่วไป

แหล่งรายได้ของโครงการ Ultimate Body มาจากกิจกรรมหลักของโครงการคือการใช้เครื่องกระตุ้นไฟฟ้า EMS (Electro Muscular Simulation) ซึ่งใช้เวลาเพียงแค่ 20 นาที สามารถเทียบเท่ากับออกกำลังกายถึง 4 ชั่วโมง ดังนั้นระยะเวลาการให้บริการเครื่องกระตุ้นไฟฟ้า EMS จึงเท่ากับ 20 นาทีต่อครั้ง สำหรับอัตราค่าบริการมีการจัดทำโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยเหมาจ่ายเป็นแพ็คเกจดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6.5: แสดงอัตราค่าบริการโปรแกรมออกกำลังกายสำหรับบุคคลทั่วไป

รายการ	ราคา
1 ครั้ง	2,000 บาท
10 ครั้ง	18,000 บาท
30 ครั้ง	48,000 บาท

ในปีที่ 1 สมมติฐานในการพยากรณ์รายได้กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) คือลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการ 2 ชั่วโมง 1 คน ต่อ 1 เครื่อง (ทั้งหมด 2 เครื่อง) สำหรับโครงการ Ultimate body มีระยะเวลาเปิดปิดเป็นไปตามเวลาห้าง หรือประมาณ 12 ชั่วโมง นั่นหมายความว่าโครงการสามารถบริการลูกค้าได้วันละ 12 ครั้ง หรือ 4,320 ครั้งต่อปี ในขณะที่อัตราค่าบริการอยู่ที่ 1,600 – 2,000 บาท เพื่อให้ง่ายต่อการประมาณจึงกำหนดราคาค่าบริการเฉลี่ยที่ 1,800 บาท จากที่ได้กล่าวมาคือประมาณการรายได้กรณีที่ดีที่สุด ทั้งนี้สำหรับกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และกรณีแย่มากที่สุด (Worst Case) คาดการณ์ให้มีจำนวนผู้ใช้บริการน้อยกว่ากรณีที่ดีที่สุดตามลำดับ หมายความว่าในกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุดโครงการสามารถบริการลูกค้าได้ 3,400 ครั้งต่อปี และกรณีที่แย่มากที่สุดโครงการสามารถบริการลูกค้าได้ 2,650 ครั้งต่อปี

ตารางที่ 6.6: แสดงประมาณการรายได้จากโปรแกรมออกกำลังกายสำหรับบุคคลทั่วไปในปีที่ 1

	จำนวน (ครั้ง)	ค่าบริการ (บาท)	รายได้ต่อปี (บาท)
กรณีที่ดีที่สุด	4,320	1,800	7,776,000
กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	3,400	1,800	6,624,000
กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด	2,650	1,800	4,770,000

2. รายได้จากโปรแกรมรักษาเพื่อกายภาพบำบัด

โครงการ Ultimate Body เพิ่มคอร์สออกกำลังกายเป็นการกายภาพบำบัดรักษาผู้ป่วย และ นักกีฬาที่ทำกายภาพบำบัดรักษาอาการบาดเจ็บ ราคา 30,000 บาทต่อคอร์สซึ่งบริการทั้งหมด 12 ครั้ง โดยเฉลี่ยแล้วลูกค้าจะใช้บริการ 1 คอร์สใช้ระยะเวลาประมาณ 1 อาทิตย์ แต่อย่างไรก็ตามทางโครงการกำหนดวันหมดอายุเท่ากับ 3 เดือนนับจากวันที่ซื้อโปรแกรมรักษาเพื่อกายภาพบำบัด

ในการประมาณรายได้จากโปรแกรมรักษาเพื่อกายภาพบำบัดจะคาดการณ์จำนวนผู้ใช้บริการ (จำนวนคอร์ส) เท่ากับ 96 ครั้ง 72 ครั้ง และ 48 ครั้ง ตามลำดับ สำหรับกรณีที่ดีที่สุด กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด

ตารางที่ 6.7: แสดงประมาณการรายได้จากโปรแกรมรักษาเพื่อกายภาพบำบัดในปีที่ 1

	จำนวน (ครั้ง)	ค่าบริการ (บาท)	รายได้ต่อปี (บาท)
กรณีที่ดีที่สุด	96	30,000	2,880,000
กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	72	30,000	2,160,000
กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด	48	30,000	1,440,000

ประมาณการรายได้สำหรับปีที่ 1 จะถูกนำไปคาดการณ์ถึงรายได้สำหรับปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 โดยประเมินจากอัตราการเติบโตของกลุ่มธุรกิจลักษณะศูนย์ออกกำลังกาย หรือ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ซึ่งถูกประเมินว่าจะเติบโตได้ปีละไม่ต่ำกว่า 10% - 20% ผู้ประกอบการรายย่อยระดับเอสเอ็มอีที่เริ่มต้นจากการเป็นเทรนเนอร์หรือผู้ออกกำลังกายมาก่อนและผันตัวเองมาเป็นผู้ประกอบการ เปิดให้บริการ ฟิตเนสหรือสถานออกกำลังกายในรูปแบบต่างๆ ที่ใช้พื้นที่เพียง 1 - 2 คูหา ทำให้เห็นแนวโน้มว่าธุรกิจลักษณะนี้เกิดขึ้นอีกจำนวนมากนับพันแห่ง (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, มิถุนายน 2557) จากการ

อ้างอิงข้อมูลดังกล่าวจึงคาดหวังอัตราการเติบโตในกรณีที่ดียิ่งขึ้น กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด และกรณีที่แย่ที่สุด เท่ากับ 30% 20% และ 10% ตามลำดับ

ตารางที่ 6.8: แสดงประมาณการรายได้รวมในปีที่ 1 - 5

	รายได้ (บาทต่อปี)				
	2558	2559	2560	2561	2562
กรณีที่ดียิ่งที่สุด (+30%/ปี)	10,656,000	13,852,800	18,008,640	23,411,232	30,434,602
กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (+20%/ปี)	8,280,000	9,936,000	11,923,200	14,307,840	17,169,408
กรณีที่แย่ที่สุด (+10%/ปี)	6,210,000	6,831,000	7,514,100	8,265,510	9,092,061

6.5 การประมาณรายจ่าย

โครงการศูนย์ปรับบุคลิกภาพและสร้างแรงบันดาลใจ Ultimate Body เป็นธุรกิจบริการจึงทำให้มีโครงสร้างต้นทุนและค่าใช้จ่ายไม่มีความซับซ้อนมากนักซึ่งรายจ่ายของโครงการฯประกอบไปด้วย ค่าเช่าสถานที่ ค่าเสื่อมราคาการตกแต่ง ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือ ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ เงินเดือนพนักงาน ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น ซึ่งสามารถกำหนดรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.9: แสดงประมาณการรายจ่ายในปีที่ 1 - กรณีที่ดียิ่งที่สุด

รายจ่าย	หน่วย: บาท
ค่าเช่าสถานที่	(1,237,830)
ค่าเสื่อมราคา-ตกแต่ง (3,168,000/10ปี)	(316,800)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์ออกกำลังฯ (4,485,000/5ปี)	(897,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน (125,000/5ปี)	(25,000)
ค่าดูแลรักษาอุปกรณ์ออกกำลังฯ	(50,000)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.9 (ต่อ): แสดงประมาณการรายจ่ายในปีที่ 1 – กรณีที่ดีที่สุด

รายจ่าย	หน่วย: บาท
ค่าสาธารณูปโภค	(532,800)
เงินเดือนพนักงาน:	
- ผู้จัดการ (1คน) 30000 บาท	(360,000)
- trainer (4คน) 20000 บาท	(960,000)
- นักโภชนาการ (1คน) 20000 บาท	(240,000)
- พนักงานบัญชี (1คน) 15000 บาท	(300,000)
- พนักงานการเงิน (1คน) 15000 บาท	(180,000)
- พนักงานประชาสัมพันธ์ (1คน) 15000 บาท	(300,000)
- ฝ่ายการตลาด (1คน) 23000 บาท	(180,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน) 25000 บาท	(180,000)
- ผู้ช่วยวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน) 15000 บาท	(180,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน) 25000 บาท	(180,000)
- ผู้ช่วยกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน) 15000 บาท	(276,000)
- แม่บ้าน (2คน) 10000 บาท	(240,000)
รวม	(6,635,430)

ตารางที่ 6.10: แสดงประมาณการรายจ่ายในปีที่ 1 – กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด

รายจ่าย	หน่วย: บาท
ค่าเช่าสถานที่	(1,237,830)
ค่าเสื่อมราคา-ตกแต่ง (3,168,000/10ปี)	(316,800)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์ออกกำลังฯ (4,485,000/5ปี)	(897,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน (125,000/5ปี)	(25,000)
ค่าดูแลรักษาอุปกรณ์ออกกำลังกายฯ	(50,000)
ค่าสาธารณูปโภค	(414,000)
เงินเดือนพนักงาน:	
- ผู้จัดการ (1คน) 30000 บาท	(360,000)
- trainer (4คน) 20000 บาท	(960,000)
- นักโภชนาการ (1คน) 20000 บาท	(240,000)
- พนักงานบัญชี (1คน) 15000 บาท	(300,000)
- พนักงานการเงิน (1คน) 15000 บาท	(180,000)
- พนักงานประชาสัมพันธ์ (1คน) 15000 บาท	(300,000)
- ฝ่ายการตลาด (1คน) 23000 บาท	(180,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน) 25000 บาท	(180,000)
- ผู้ช่วยวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน) 15000 บาท	(180,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน) 25000 บาท	(180,000)
- ผู้ช่วยกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน) 15000 บาท	(276,000)
- แม่บ้าน (2คน) 10000 บาท	(240,000)
รวม	(6,516,630)

ตารางที่ 6.11: แสดงประมาณการรายจ่ายในปีที่ 1 – กรณีที่แย่ที่สุด

รายจ่าย	หน่วย: บาท
ค่าเช่าสถานที่	(1,237,830)
ค่าเสื่อมราคา-ตกแต่ง (3,168,000/10ปี)	(316,800)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์ออกกำลังฯ (4,485,000/5ปี)	(897,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน (125,000/5ปี)	(25,000)
ค่าดูแลรักษาอุปกรณ์ออกกำลังฯ	(50,000)
ค่าสาธารณูปโภค	(310,500)
เงินเดือนพนักงาน:	
- ผู้จัดการ (1คน) 30000 บาท	(360,000)
- trainer (4คน) 20000 บาท	(960,000)
- นักโภชนาการ (1คน) 20000 บาท	(240,000)
- พนักงานบัญชี (1คน) 15000 บาท	(300,000)
- พนักงานการเงิน (1คน) 15000 บาท	(180,000)
- พนักงานประชาสัมพันธ์ (1คน) 15000 บาท	(300,000)
- ฝ่ายการตลาด (1คน) 23000 บาท	(180,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน) 25000 บาท	(180,000)
- ผู้ช่วยวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน) 15000 บาท	(180,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน) 25000 บาท	(180,000)
- ผู้ช่วยกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน) 15000 บาท	(276,000)
- แม่บ้าน (2คน) 10000 บาท	(240,000)
รวม	(6,413,130)

6.6 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

การประมาณการงบการเงินจะเริ่มต้นจากการจัดทำกำไรขาดทุนของโครงการก่อน เพื่อที่จะคาดการณ์ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทเป็นระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า โดยมี 3 แนวทางคือ กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และกรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case)

Ultimate Body งบกำไรขาดทุน – กรณีที่ดีที่สุด สำหรับปี 2558

	หน่วย: บาท
รายได้จากโปรแกรมออกกำลังกายสำหรับบุคคลทั่วไป	7,776,000
รายได้จากโปรแกรมรักษาเพื่อกายภาพบำบัด	2,880,000
รายได้รวม	10,656,000
ค่าใช้จ่าย:	
ค่าเช่าสถานที่	(1,237,830)
ค่าเสื่อมราคา-ตกแต่ง (3,168,000/10ปี)	(316,800)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์ออกกำลังกาย (4,485,000/5ปี)	(897,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน (125,000/5ปี)	(25,000)
ค่าดูแลรักษาอุปกรณ์ออกกำลังกาย	(50,000)
ค่าสาธารณูปโภค	(532,800)
เงินเดือนพนักงาน:	
- ผู้จัดการ (1คน)	(360,000)
- trainer (4คน)	(960,000)
- นักโภชนาการ (1คน)	(240,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน)	(300,000)
- ผู้ช่วยวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน)	(180,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน)	(300,000)
- ผู้ช่วยกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน)	(180,000)
- พนักงานบัญชี (1คน)	(180,000)
- พนักงานการเงิน (1คน)	(180,000)
- พนักงานประชาสัมพันธ์ (1คน)	(180,000)
- ฝ่ายการตลาด (1คน)	(276,000)
- แม่บ้าน (2คน)	(240,000)
รวมค่าใช้จ่าย	(6,635,430)
กำไรขั้นต้น	4,020,570
ดอกเบี้ยจ่าย (5ล้านX8.1%)	(405,000)
กำไรก่อนภาษี	3,615,570
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	(723,114)
กำไรสุทธิ	2,892,456

Ultimate Body งบกำไรขาดทุน – กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด สำหรับปี 2558

หน่วย: บาท

รายได้จากโปรแกรมออกกำลังกายสำหรับบุคคลทั่วไป	6,120,000
รายได้จากโปรแกรมรักษาเพื่อกายภาพบำบัด	2,160,000
รายได้	8,280,000
ค่าใช้จ่าย:	
ค่าเช่าสถานที่	(1,237,830)
ค่าเสื่อมราคา-ตกแต่ง (3,168,000/10ปี)	(316,800)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์ออกกำลังกาย (4,485,000/5ปี)	(897,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน (125,000/5ปี)	(25,000)
ค่าดูแลรักษาอุปกรณ์ออกกำลังกาย	(50,000)
ค่าสาธารณูปโภค	(414,000)
เงินเดือนพนักงาน:	
- ผู้จัดการ (1คน)	(360,000)
- trainer (4คน)	(960,000)
- นักโภชนาการ (1คน)	(240,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน)	(300,000)
- ผู้ช่วยวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน)	(180,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน)	(300,000)
- ผู้ช่วยกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน)	(180,000)
- พนักงานบัญชี (1คน)	(180,000)
- พนักงานการเงิน (1คน)	(180,000)
- พนักงานประชาสัมพันธ์ (1คน)	(180,000)
- ฝ่ายการตลาด (1คน)	(276,000)
- แม่บ้าน (2คน)	(240,000)
รวมค่าใช้จ่าย	(6,516,630)
กำไรขั้นต้น	1,763,370
ดอกเบี้ยจ่าย (5ล้านX8.1%)	(405,000)
กำไรก่อนภาษี	1,358,370
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	(271,674)
กำไรสุทธิ	1,086,696

Ultimate Body งบกำไรขาดทุน – กรณีที่แย่มากที่สุด สำหรับปี 2558

หน่วย: บาท

รายได้จากโปรแกรมออกกำลังกายสำหรับบุคคลทั่วไป	4,770,000
รายได้จากโปรแกรมรักษาเพื่อกายภาพบำบัด	1,440,000
รายได้	6,210,000
ค่าใช้จ่าย:	
ค่าเช่าสถานที่	(1,237,830)
ค่าเสื่อมราคา-ตกแต่ง (3,168,000/10ปี)	(316,800)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์ออกกำลังกาย (4,485,000/5ปี)	(897,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน (125,000/5ปี)	(25,000)
ค่าดูแลรักษาอุปกรณ์ออกกำลังกาย	(50,000)
ค่าสาธารณูปโภค	(310,500)
เงินเดือนพนักงาน:	
- ผู้จัดการ (1คน)	(360,000)
- trainer (4คน)	(960,000)
- นักโภชนาการ (1คน)	(240,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน)	(300,000)
- ผู้ช่วยวิทยาศาสตร์การกีฬา (1คน)	(180,000)
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน)	(300,000)
- ผู้ช่วยกายภาพบำบัดรักษาโรค (1คน)	(180,000)
- พนักงานบัญชี (1คน)	(180,000)
- พนักงานการเงิน (1คน)	(180,000)
- พนักงานประชาสัมพันธ์ (1คน)	(180,000)
- ฝ่ายการตลาด (1คน)	(276,000)
- แม่บ้าน (2คน)	(240,000)
รวมค่าใช้จ่าย	(6,413,130)
กำไรขั้นต้น	(203,130)
ดอกเบี้ยจ่าย (5ล้านX8.1%)	(405,000)
กำไรก่อนภาษี	(608,130)
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	-
กำไรสุทธิ	(608,130)

Ultimate Body งบกำไรขาดทุน – กรณีที่ดีที่สุด สำหรับปี 2558 – 2562

หน่วย: บาท

	2558		2559		2560		2561		2562	
รายได้จากโปรแกรม	7,776,	73	10,10	73	13,14	73	17,08	73	22,20	73
บุคคลทั่วไป	000	%	8,800	%	1,440	%	3,872	%	9,034	%
รายได้จากโปรแกรม	2,880,	27	3,744,	27	4,867,	27	6,327,	27	8,225,	27
กายภาพบำบัด	000	%	000	%	200	%	360	%	568	%
	10,65	10	13,85	10	18,00	10	23,41	10	30,43	10
รายได้รวม	6,000	0%	2,800	0%	8,640	0%	1,232	0%	4,602	0%
ค่าใช้จ่าย:										
	-									
	(1,237	12	(1,237	-	(1,237	-	(1,237	-	(1,237	-
ค่าเช่าสถานที่	,830)	%	,830)	9%	,830)	7%	,830)	5%	,830)	4%
ค่าเสื่อมราคา-	(316,8	-	(316,8	-	(316,8	-	(316,8	-	(316,8	-
ตกแต่ง	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%
ค่าเสื่อมราคา-	(897,0	-	(897,0	-	(897,0	-	(897,0	-	(897,0	-
อุปกรณ์ออกกำลังฯ	00)	8%	00)	6%	00)	5%	00)	4%	00)	3%
ค่าเสื่อมราคา-	(25,00		(25,00		(25,00		(25,00		(25,00	
อุปกรณ์สำนักงาน	0)	0%	0)	0%	0)	0%	0)	0%	0)	0%
ค่าดูแลรักษา	(50,00		(50,00		(50,00		(50,00		(50,00	
อุปกรณ์ออกกำลังฯ	0)	0%	0)	0%	0)	0%	0)	0%	0)	0%
	(532,8	-	(692,6	-	(900,4	-	(1,170	-	(1,521	-
ค่าสาธารณูปโภค	00)	5%	40)	5%	32)	5%	,562)	5%	,730)	5%
เงินเดือนพนักงาน:										
	(360,0	-	(360,0	-	(360,0	-	(360,0	-	(360,0	-
- ผู้จัดการ	00)	3%	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	1%
	(960,0	-	(960,0	-	(960,0	-	(960,0	-	(960,0	-
- trainer	00)	9%	00)	7%	00)	5%	00)	4%	00)	3%
	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-
- นักโภชนาการ	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-
- ผู้เชี่ยวชาญ	00)		00)		00)		00)		00)	

วิทยาศาสตร์กีฬา	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%
- ผู้ช่วยวิทยาศาสตร์	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-
การกีฬา	00)	2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
- ผู้เชี่ยวชาญ	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-
กายภาพบำบัด	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%
- ผู้ช่วยกายภาพ	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-
บำบัดรักษาโรค	00)	2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-
- พนักงานบัญชี	00)	2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-
- พนักงานการเงิน	00)	2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
- พนักงาน	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-
ประชาสัมพันธ์	00)	2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
	(276,0	-	(276,0	-	(276,0	-	(276,0	-	(276,0	-
- ฝ่ายการตลาด	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%
	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-
- แม่บ้าน	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่าย	(6,635	62	(6,795	49	(7,003	39	(7,273	31	(7,624	25
	,430)	%	,270)	%	,062)	%	,192)	%	,360)	%
กำไรขั้นต้น	4,020,	38	7,057,	51	11,00	61	16,13	69	22,81	75
	570	%	530	%	5,578	%	8,040	%	0,242	%
ดอกเบี่ยจ่าย (5ล้าน	(405,0	-	(405,0	-	(405,0	-	(405,0	-	(405,0	-
X8.1%)	00)	4%	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	1%
	3,615,	34	6,652,	48	10,60	59	15,73	67	22,40	74
กำไรก่อนภาษี	570	%	530	%	0,578	%	3,040	%	5,242	%
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	(723,1	-	(1,330	10	(2,120	12	(3,146	13	(4,481	15
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	14)	7%	,506)	%	,116)	%	,608)	%	,048)	%
	2,892,	27	5,322,	38	8,480,	47	12,58	54	17,92	59
กำไรสุทธิ	456	%	024	%	462	%	6,432	%	4,193	%

Ultimate Body งบกำไรขาดทุน – กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด สำหรับปี 2558 – 2562

หน่วย: บาท

	2558		2559		2560		2561		2562	
รายได้จากโปรแกรม	6,120,	74	7,344,	74	8,812,	74	10,575	74	12,690	74
บุคคลทั่วไป	000	%	000	%	800	%	,360	%	,432	%
รายได้จากโปรแกรม	2,160,	26	2,592,	26	3,110,	26	3,732,	26	4,478,	26
กายภาพบำบัด	000	%	000	%	400	%	480	%	976	%
	8,280,	10	9,936,	10	11,923	10	14,307	10	17,169	10
รายได้รวม	000	0%	000	0%	,200	0%	,840	0%	,408	0%
ค่าใช้จ่าย:										
	-		-		-					
ค่าเช่าสถานที่	(1,237,	15	(1,237,	12	(1,237,	10	(1,237,	-	(1,237,	-
	830)	%	830)	%	830)	%	830)	9%	830)	7%
ค่าเสื่อมราคา-ตกแต่ง	(316,8	-	(316,8	-	(316,8	-	(316,8	-	(316,8	-
	00)	4%	00)	3%	00)	3%	00)	2%	00)	2%
ค่าเสื่อมราคา-	(897,0	11	(897,0	-	(897,0	-	(897,0	-	(897,0	-
อุปกรณ์ออกกำลังกาย	00)	%	00)	9%	00)	8%	00)	6%	00)	5%
ค่าเสื่อมราคา-	(25,00		(25,00		(25,00		(25,00		(25,00	
อุปกรณ์สำนักงาน	0)	0%	0)	0%	0)	0%	0)	0%	0)	0%
ค่าดูแลรักษาอุปกรณ์	(50,00	-	(50,00	-	(50,00		(50,00		(50,00	
ออกกำลังกาย	0)	1%	0)	1%	0)	0%	0)	0%	0)	0%
ค่าสาธารณูปโภค	(414,0	-	(496,8	-	(596,1	-	(715,3	-	(858,4	-
	00)	5%	00)	5%	60)	5%	92)	5%	70)	5%
เงินเดือนพนักงาน:										
	(360,0	-	(360,0	-	(360,0	-	(360,0	-	(360,0	-
- ผู้จัดการ	00)	4%	00)	4%	00)	3%	00)	3%	00)	2%
	-		-							
	(960,0	12	(960,0	10	(960,0	-	(960,0	-	(960,0	-
- trainer	00)	%	00)	%	00)	8%	00)	7%	00)	6%
	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-
- นักโภชนาการ	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	2%	00)	1%

- ผู้เชี่ยวชาญ	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-
วิทยาศาสตร์กีฬา	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%
- ผู้ช่วยวิทยาศาสตร์	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-
การกีฬา	00)	2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
- ผู้เชี่ยวชาญ	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-
กายภาพบำบัด	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%
- ผู้ช่วยกายภาพ	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-
บำบัดรักษาโรค	00)	2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-
- พนักงานบัญชี	00)	2%	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%
	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-
- พนักงานการเงิน	00)	2%	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%
- พนักงาน	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-
ประชาสัมพันธ์	00)	2%	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%
	(276,0	-	(276,0	-	(276,0	-	(276,0	-	(276,0	-
- ฝ่ายการตลาด	00)	3%	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	2%
	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-
- แม่บ้าน	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	2%	00)	1%
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่าย	(6,516,630)	79%	(6,599,430)	66%	(6,698,790)	56%	(6,818,022)	48%	(6,961,100)	41%
กำไรขั้นต้น	1,763,370	21%	3,336,570	34%	5,224,410	44%	7,489,818	52%	10,208,308	59%
ดอกเบี้ยจ่าย (5ล้าน X8.1%)	(405,000)	-	(405,000)	-	(405,000)	-	(405,000)	-	(405,000)	-
	00)	5%	00)	4%	00)	3%	00)	3%	00)	2%
	1,358,370	16%	2,931,570	30%	4,819,410	40%	7,084,818	50%	9,803,308	57%
กำไรก่อนภาษี	370	%	570	%	410	%	818	%	308	%
	(271,674)	-	(586,314)	-	(963,882)	-	(1,416,964)	10%	(1,960,662)	11%
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	74)	3%	14)	6%	82)	8%	964)	%	662)	%
	1,086,696	13%	2,345,256	24%	3,855,528	32%	5,667,854	40%	7,842,646	46%
กำไรสุทธิ	696	%	256	%	528	%	854	%	646	%

Ultimate Body งบกำไรขาดทุน – กรณีที่แย่งที่สุด สำหรับปี 2558 – 2562

หน่วย: บาท

	2558		2559		2560		2561		2562	
รายได้จากโปรแกรม	4,770,	77	5,247,	77	5,771,	77	6,348,	77	6,983,	77
บุคคลทั่วไป	000	%	000	%	700	%	870	%	757	%
รายได้จากโปรแกรม	1,440,	23	1,584,	23	1,742,	23	1,916,	23	2,108,	23
กายภาพบำบัด	000	%	000	%	400	%	640	%	304	%
	6,210,	100	6,831,	10	7,514,	10	8,265,	10	9,092,	10
รายได้รวม	000	%	000	0%	100	0%	510	0%	061	0%
ค่าใช้จ่าย:										
	-		-		-		-		-	
ค่าเช่าสถานที่	(1,237,830)	20%	(1,237,830)	18%	(1,237,830)	16%	(1,237,830)	15%	(1,237,830)	14%
ค่าเสื่อมราคา-ตกแต่ง	(316,800)	-5%	(316,800)	5%	(316,800)	4%	(316,800)	4%	(316,800)	3%
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์ออกกำลังกาย	(897,000)	14%	(897,000)	13%	(897,000)	12%	(897,000)	11%	(897,000)	10%
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน	(25,000)	0%	(25,000)	0%	(25,000)	0%	(25,000)	0%	(25,000)	0%
ค่าดูแลรักษาอุปกรณ์ออกกำลังกาย	(50,000)	-1%	(50,000)	1%	(50,000)	1%	(50,000)	1%	(50,000)	1%
ค่าสาธารณูปโภค	(310,500)	-5%	(341,500)	5%	(375,700)	5%	(413,200)	5%	(454,600)	5%
เงินเดือนพนักงาน:										
- ผู้จัดการ	(360,000)	-6%	(360,000)	5%	(360,000)	5%	(360,000)	4%	(360,000)	4%
- trainer	(960,000)	15%	(960,000)	14%	(960,000)	13%	(960,000)	12%	(960,000)	11%
- นักโภชนาการ	(240,000)	-4%	(240,000)	4%	(240,000)	3%	(240,000)	3%	(240,000)	3%
- ผู้เชี่ยวชาญ	(300,000)	-3%	(300,000)	-	(300,000)	-	(300,000)	-	(300,000)	-

วิทยาศาสตร์กีฬา	00)	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%	
- ผู้ช่วยวิทยาศาสตร์	(180,0	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	
การกีฬา	00)	-2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
- ผู้เชี่ยวชาญ	(300,0	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-	(300,0	-	
กายภาพบำบัด	00)	-3%	00)	2%	00)	2%	00)	1%	00)	1%
- ผู้ช่วยกายภาพ	(180,0	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	
บำบัดรักษาโรค	00)	-2%	00)	1%	00)	1%	00)	1%	00)	1%
	(180,0	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	
- พนักงานบัญชี	00)	-3%	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	2%
	(180,0	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	
- พนักงานการเงิน	00)	-3%	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	2%
- พนักงาน	(180,0	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	(180,0	-	
ประชาสัมพันธ์	00)	-3%	00)	3%	00)	2%	00)	2%	00)	2%
	(276,0	(276,0	-	(276,0	-	(276,0	-	(276,0	-	
- ฝ่ายการตลาด	00)	-4%	00)	4%	00)	4%	00)	3%	00)	3%
	(240,0	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-	(240,0	-	
- แม่บ้าน	00)	-4%	00)	4%	00)	3%	00)	3%	00)	3%
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวมค่าใช้จ่าย	(6,413,130)	103%	(6,444,180)	94%	(6,478,335)	86%	(6,515,906)	79%	(6,557,233)	72%
กำไรขั้นต้น	(203,130)	-3%	386,820	6%	1,035,765	14%	1,749,605	21%	2,534,828	28%
ดอกเบี้ยจ่าย (5 ล้าน X8.1%)	(405,000)	-7%	(405,000)	6%	(405,000)	5%	(405,000)	5%	(405,000)	4%
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	(608,130)	10%	(18,180)	0%	630,765	8%	1,344,605	16%	2,129,828	23%
กำไรก่อนภาษี	(608,130)	10%	(18,180)	0%	504,612	7%	1,075,684	13%	1,703,862	19%
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	-	0%	-	0%	53)	2%	21)	3%	66)	5%
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
กำไรสุทธิ	(608,130)	10%	(18,180)	0%	504,612	7%	1,075,684	13%	1,703,862	19%

6.7 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

หลังจากการประมาณงบกำไรขาดทุนแล้วจะเห็นว่าบริษัทมีผลกำไรจากการดำเนินงานซึ่งทางผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในส่วนตัวไป สำหรับงบแสดงฐานะทางการเงินของบริษัทซึ่งจะเป็นงบที่บ่งบอกความมั่งคั่ง

งบแสดงฐานะทางการเงินของโครงการแบบประมาณการนี้ถูกจัดทำขึ้นภายใต้สมมติฐานดังต่อไปนี้

- โครงการจะดำรงเงินสดในมือ 1,000,000 บาท สำหรับเงินส่วนที่เหลือโครงการจะนำไปลงทุนระยะสั้นไว้ในตราสารทุนและตราสารหนี้ที่มีความเสี่ยงต่ำ

- โครงการจะคืนเงินกู้ยืมระยะยาวในปีที่ 3 -5 จำนวน 1,000,000 บาท 2,000,000 บาท และ 2,000,000 บาท ตามลำดับ และดอกเบี้ยเงินกู้ 2,025,000 บาท จะจ่ายพร้อมเงินต้นในปีที่ 5 ของการดำเนินงาน

- กรณีที่มีกำไรจากการดำเนินงาน โครงการมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลปีละ 1,750,000 บาท อันเนื่องมาจากการคำนวณอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดหวัง ($35\% \times 5,000,000$)

สำหรับการประมาณงบแสดงฐานะทางการเงินโดยมีแนวทางในการจัดทำภายใต้สมมติฐานกรณีที่ดีที่สุดเพียงเท่านั้น โดยจะทำต่อจากงบกำไรขาดทุนแบบกรณีที่ดีที่สุด

Ultimate Body งบแสดงฐานะทางการเงิน – กรณีที่ดีที่สุด สำหรับปี 2558

หน่วย: บาท

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน

เงินสด	1,000,000
เงินลงทุนระยะสั้น	4,731,370

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

ค่าออกแบบตกแต่ง (สุทธิ)	2,851,200
อุปกรณ์ออกกำลังกาย (สุทธิ)	3,588,000
อุปกรณ์สำนักงาน (สุทธิ)	100,000

รวมสินทรัพย์ 12,270,570

หนี้สิน

หนี้สินหมุนเวียน

ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	723,114
เงินกู้ยืมระยะสั้น	-
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	405,000

หนี้สินไม่หมุนเวียน

เงินกู้ยืมระยะยาว	5,000,000
-------------------	-----------

รวมหนี้สิน 6,128,114

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ทุนสามัญ	5,000,000
กำไรสะสม	-
กำไรประจํางวด	2,892,456
เงินปันผลจ่าย	(1,750,000)

รวมส่วนของผู้ถือหุ้น 6,142,456

รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น 12,270,570

Ultimate Body งบแสดงฐานะทางการเงินแบบเปรียบเทียบ5 ปี – กรณีที่ดีที่สุด
สำหรับปี 2558 – 2562

หน่วย: บาท

	2558	2559	2560	2561	2562
สินทรัพย์					
สินทรัพย์					
หมุนเวียน					
เงินสด	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
เงินลงทุนระยะสั้น	4,731,39	10,5563	18,7179	30,2289	45,3595
	8%	6%	4%	3%	2%
	370%	4,586%	8,458%	5,183%	2,614%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
ค่าออกแบบ	2,851,23	2,534,15	2,217,	1,900,	1,584,
ตกแต่ง (สุทธิ)	200%	400%	600%	800%	000%
อุปกรณ์ออก	3,588,29	2,691,16	1,794,	897,0	
กำลังกาย (สุทธิ)	000%	000%	000%	00%	1%
อุปกรณ์สำนักงาน (สุทธิ)	100,000	75,000	50,000	25,000	
	1%	0%	0%	0%	0%
	12,27	16,85	23,78	34,04	47,93
	10	10	10	10	10
รวมสินทรัพย์	0,570	4,986	0,058	7,983	6,616
	0%	0%	0%	0%	0%

	2558	2559	2560	2561	2562					
หนี้สิน										
หนี้สินหมุนเวียน										
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	723,1	1,330,	2,120,	3,146,	4,481,					
จ่าย	14	6%	506	8%	116	9%	608	9%	048	9%
เงินกู้ยืมระยะสั้น	-	0%	000	6%	000	8%	000	6%	-	0%
	405,0		810,0		1,215,		1,620,			
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	00	3%	00	5%	000	5%	000	5%	-	0%
หนี้สินไม่หมุนเวียน										
เงินกู้ยืมระยะยาว	5,000,	41	4,000,	24	2,000,					
	000	%	000	%	000	8%	-	0%	-	0%
รวมหนี้สิน	6,128,	50	7,140,	42	7,335,	31	6,766,	20	4,481,	
	114	%	506	%	116	%	608	%	048	9%
ส่วนของผู้ถือหุ้น										
ทุนสามัญ	5,000,	41	5,000,	30	5,000,	21	5,000,	15	5,000,	10
	000	%	000	%	000	%	000	%	000	%
กำไรสะสม	-	0%	1,142,		4,714,	20	11,44	34	22,28	46
	-	0%	456	7%	480	%	4,942	%	1,375	%
กำไรประจำงวด	2,892,	24	5,322,	32	8,480,	36	12,58	37	17,92	37
	456	%	024	%	462	%	6,432	%	4,193	%
	-		-							
เงินปันผลจ่าย	(1,750	14	(1,750	10	(1,750	-	(1,750	-	(1,750	-
	,000)	%	,000)	%	,000)	7%	,000)	5%	,000)	4%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	6,142,	50	9,714,	58	16,44	69	27,28	80	43,45	91
เจ้าของ	456	%	480	%	4,942	%	1,375	%	5,568	%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	12,27	10	16,85	10	23,78	10	34,04	10	47,93	10
	0,570	0%	4,986	0%	0,058	0%	7,983	0%	6,616	0%

6.8 ประมาณการงบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด คือรายการบัญชีประเภทหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงสถานะของเงินสดในองค์กรเป็นสำคัญซึ่งสามารถช่วยให้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนหรือตรวจสอบสภาพคล่องทางการเงินของโครงการ สำหรับในแผนการเงินนี้จะจัดทำเพียงกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CFO หรือ Cash Flow from Operating Activities) เนื่องจากสะท้อนความสามารถวางแผนงานของโครงการศูนย์ปรับบุคลิกภาพและสร้างแรงบันดาลใจ Ultimate Body ตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้

Ultimate Body งบกระแสเงินสด – กรณีที่ดีที่สุด สำหรับปี 2558

	หน่วย: บาท				
	2558	2559	2560	2561	2562
	2,892,45	5,322,02		12,586,43	17,924,19
กำไรสุทธิ	6	4	8,480,462	2	3
	2,476,63	2,476,63			
บวก ค่าเสื่อมราคา	0	0	2,476,630	2,476,630	2,476,630
บวก เปลี่ยนแปลงในภาษีค้าง					
จ่าย	723,114	607,392	789,610	1,026,492	1,334,440
บวก เปลี่ยนแปลงในดอกเบี้ยค้าง					
จ่าย	405,000	405,000	405,000	405,000	(405,000)
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน	6,497,20	8,811,04	12,151,70	16,494,55	21,330,26
ดำเนินงาน	0	6	2	5	3

Ultimate Body งบกระแสเงินสด – กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด สำหรับปี 2558

	หน่วย: บาท				
	2558	2559	2560	2561	2562
กำไรสุทธิ	1,086,69	2,345,25	3,855,52	5,667,85	
	6	6	8	4	7,842,646
	2,476,63	2,476,63	2,476,63	2,476,63	
บวก ค่าเสื่อมราคา	0	0	0	0	2,476,630
บวก เปลี่ยนแปลงในภาษีฯค้างจ่าย	271,674	314,640	377,568	453,082	543,698
บวก เปลี่ยนแปลงในดอกเบีย้ค้างจ่าย	405,000	405,000	405,000	405,000	(405,000)
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน	4,240,00	5,541,52	7,114,72	9,002,56	10,457,97
ดำเนินงาน	0	6	6	6	4

Ultimate Body งบกระแสเงินสด – กรณีที่แย่ที่สุด สำหรับปี 2558

	หน่วย: บาท				
	2558	2559	2560	2561	2562
กำไรสุทธิ	(608,130)			1,075,68	1,703,86
)	(18,180)	504,612	4	2
	2,476,63	2,476,63	2,476,63	2,476,63	2,476,63
บวก ค่าเสื่อมราคา	0	0	0	0	0
บวก เปลี่ยนแปลงในภาษีฯค้างจ่าย	0	0	126,153	142,768	157,045
บวก เปลี่ยนแปลงในดอกเบีย้ค้างจ่าย					(405,000)
จ่าย	405,000	405,000	405,000	405,000)
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน	2,273,50	2,863,45	3,512,39	4,100,08	3,932,53
ดำเนินงาน	0	0	5	2	7

6.9 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการใช้เครื่องมือในการประเมิน 4 วิธีคือ

- ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)
- อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Assets; ROI)
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV)
- อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return; IRR)

โครงการ Ultimate Body มีสมมติฐานทางการเงินคือลงทุนครั้งแรกเพียงครั้งเดียว เท่ากับ 10 ล้านบาท สำหรับ 5 ปีที่ได้วางแผนทางการเงิน จากส่วนก่อนหน้าทำให้ได้ทราบถึงกำไรจากการดำเนินงานดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.12: แสดงประมาณกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานในปีที่ 1 - 5

	กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน(บาท)				
	2558	2559	2560	2561	2562
กรณีที่ดีที่สุด	6,497,200	8,811,046	12,151,702	16,494,555	21,330,263
กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	4,240,000	5,541,526	7,114,726	9,002,566	10,457,974
กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด	2,273,500	2,863,450	3,512,395	4,100,082	3,932,537

ตารางที่ 6.13: แสดงประมาณกำไรสุทธิในปีที่ 1 - 5

	กำไรสุทธิ (บาท)				
	2558	2559	2560	2561	2562
กรณีที่ดีที่สุด	2,892,456	5,322,024	8,480,462	12,586,432	17,924,193
กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	1,086,696	2,345,256	3,855,528	5,667,854	7,842,646
กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด	(608,130)	(18,180)	504,612	1,075,684	1,703,862

ตารางที่ 6.14: การคำนวณต้นทุนเงินลงทุนถัวเฉลี่ย

ประเภทการลงทุน	%สัดส่วนการลงทุน	สัดส่วนการลงทุน	อัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง	ผลตอบแทนที่คาดหวัง	ต้นทุนเงินลงทุนถัวเฉลี่ย
เงินกู้ยืมระยะยาว	50%	5,000,000	8.10%	405,000	
ส่วนของเจ้าของ	50%	5,000,000	35.00%	1,750,000	
รวม	100%	10,000,000		2,155,000	21.55%

1. ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)

การวิเคราะห์ผลการตอบแทนทางการเงินของ โครงการ Ultimate Body โดยใช้วิธี ระยะเวลาคืนทุนจะคำนวณกำไรสุทธิบวกกำไรค่าเสื่อมราคาเปรียบเทียบกับเงินลงทุน 10,000,000 บาทว่าต้องใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคืนทุน โดยอยู่ภายใต้สมมติฐานที่ว่าไม่มีการนำเงินได้ไปลงทุนต่อ หรือได้ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น

กรณีที่ดีที่สุดใช้ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 1.5937 ปี หรือ 1 ปี 4 เดือน

กรณีที่แย่ที่สุดใช้ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2.0569 ปี หรือ 2 ปี 3 เดือน

กรณีที่แย่ที่สุดใช้ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2.8262 ปี หรือ 3 ปี 4 เดือน

2. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Assets; ROI)

เงินลงทุนที่โครงการ Ultimate Body ลงทุนไปทั้งสถานที่ การออกแบบตกแต่ง อุปกรณ์และ เครื่องไม้เครื่องมือที่ใช้ในการบริการลูกค้า และอุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่ทำให้โครงการสามารถสร้างรายได้ จากการประมาณการลงทุนในหัวข้อที่ผ่านมา ทำให้สามารถประมาณเงินลงทุนทั้งหมดเป็นจำนวนเงินเท่ากับ 10,000,000 บาท เมื่อพิจารณาถึงประโยชน์และความคุ้มค่าจากการลงทุนในสินทรัพย์เหล่านี้จึงต้องเปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่ได้รับ เพื่อพิจารณาว่าผลตอบแทนกลับคืนมาจากการลงทุนเท่าใด

การคำนวณอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน เท่ากับกำไรสุทธิหารจำนวนเงินลงทุน หากมีค่าสูงก็แสดงถึงประสิทธิภาพในการหากำไรสูงด้วย พบว่าทางโครงการได้สร้างความพึงพอใจให้แก่การลงทุนเป็นอย่างมาก ซึ่งเห็นได้จาก ROI มีค่าสูงดังได้เห็นจากตารางด้านล่าง

ตารางที่ 6.15: แสดงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในปีที่ 1 - 5

	อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน				
	2558	2559	2560	2561	2562
กรณีที่ดีที่สุด	28.92%	53.22%	84.80%	125.86%	179.24%
กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	10.87%	23.45%	38.56%	56.68%	78.43%
กรณีที่แย่ที่สุด	-6.08%	-0.18%	5.05%	10.76%	17.04%

3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV)

$$\begin{aligned} \text{สูตร } NPV &= PV - I \\ NPV &= \text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} \\ PV &= \text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดตลอดอายุโครงการลงทุน} \\ I &= \text{เงินลงทุนเริ่มแรก} \end{aligned}$$

กฎการตัดสินใจ ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธินั้นมีค่าเป็นบวก กิจการก็ควรที่จะยอมรับการลงทุนในโครงการ Ultimate Body แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธินั้นมีค่าติดลบกิจการก็ควรปฏิเสธการลงทุน สำหรับอัตราคิดลด (Discount Rate) ใช้ตามต้นทุนเงินลงทุนถั่วเฉลี่ยซึ่งเท่ากับ 21.55% ตามที่ได้คำนวณไว้ในตารางที่ 6.15 การคำนวณต้นทุนเงินลงทุนถั่วเฉลี่ย และเงินลงทุนของบริษัท เท่ากับ 10,000,000 บาท

เนื่องจากสมมติฐานการดำเนินงานของบริษัทคือสามารถทำรายได้ได้อย่างต่อเนื่อง จึงกำหนด NPV สำหรับ 5 ปีข้างหน้าเพื่อการพิจารณา

ตารางที่ 6.16: แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่ดีที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน	PV สำหรับปี	PV สะสม	เงินลงทุน	NPV
ปีที่ 2558	6,497,200	5,345,290	5,345,290	(10,000,000)	(4,654,710)
ปีที่ 2559	8,811,046	5,963,724	11,309,014	(10,000,000)	1,309,014
ปีที่ 2560	12,151,702	6,766,627	18,075,641	(10,000,000)	8,075,641
ปีที่ 2561	16,494,555	7,556,501	25,632,142	(10,000,000)	15,632,142
ปีที่ 2562	21,330,263	8,039,359	33,671,500	(10,000,000)	23,671,500

ตารางที่ 6.17: แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน	PV สำหรับปี	PV สะสม	เงินลงทุน	NPV
ปีที่ 2558	4,240,000	3,488,276	3,488,276	(10,000,000)	(6,511,724)
ปีที่ 2559	5,541,526	3,750,761	7,239,038	(10,000,000)	(2,760,962)
ปีที่ 2560	7,114,726	3,961,807	11,200,845	(10,000,000)	1,200,845
ปีที่ 2561	9,002,566	4,124,264	15,325,109	(10,000,000)	5,325,109
ปีที่ 2562	10,457,974	3,941,602	19,266,710	(10,000,000)	9,266,710

ตารางที่ 6.18: แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่แย่ที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน	PV สำหรับปี	PV สะสม	เงินลงทุน	NPV
ปีที่ 2558	2,273,500	1,870,424	1,870,424	(10,000,000)	(8,129,576)
ปีที่ 2559	2,863,450	1,938,116	3,808,539	(10,000,000)	(6,191,461)
ปีที่ 2560	3,512,395	1,955,863	5,764,402	(10,000,000)	(4,235,598)
ปีที่ 2561	4,100,082	1,878,333	7,642,736	(10,000,000)	(2,357,264)
ปีที่ 2562	3,932,537	1,482,170	9,124,906	(10,000,000)	(875,094)
ปีที่ 2563	4,325,791	1,341,330	10,466,236	(10,000,000)	466,236

จากตารางด้านบนพบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิในกรณีที่ดีที่สุดและกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุดมีค่าเป็นบวกในปีที่ 2 และปีที่ 3 ของการดำเนินงาน ตามลำดับ อย่างไรก็ตามแม้กรณีที่ดีที่สุดทางโครงการสามารถได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกตั้งแต่ปีที่ 6 และสมมติฐานการลงทุนอีกอย่างคือบริษัทจะสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น มูลค่าปัจจุบันสุทธิในปีต่อไปก็จะเป็นบวกตามอย่างต่อเนื่อง สรุปว่าภายใต้วิธีการคำนวณแบบมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้วนักลงทุนควรตัดสินใจลงทุนกับโครงการ Ultimate Body

4. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return; IRR)

อัตราผลตอบแทนของโครงการ Ultimate Body ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบัน (Present Value; PV) ของกระแสเงินสดรับสุทธิมีค่าเท่ากับเงินลงทุน (10,000,000 บาท) หรืออีกนัยก็คือ NPV มีค่าเท่ากับ 0 กฎการตัดสินใจ คือควรยอมรับลงทุนโครงการ Ultimate Body ถ้า IRR มีค่าเกินกว่าต้นทุน

ของเงินทุน (Cost of Capital) ซึ่งเกินจากอัตราดอกเบี้ยสำหรับเงินกู้ระยะยาวจากธนาคาร และอัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ ตามต้นทุนเงินลงทุนถั่วเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 21.55% ตามที่ได้คำนวณไว้ในตารางที่ 6.15 การคำนวณต้นทุนเงินลงทุนถั่วเฉลี่ย

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนเท่ากับ 21.55% ซึ่งต่อไปจะคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ถ้า IRR ที่ได้มากกว่า 21.55% จึงพิจารณาลงทุน

เนื่องจากสมมติฐานการดำเนินงานของโครงการคือสามารถทำรายได้ได้อย่างต่อเนื่อง จึงกำหนด IRR สำหรับ 5 ปีข้างหน้าเพื่อการพิจารณา เหตุผลที่กำหนด 5 ปีก็เพียงพอแล้ว เนื่องจากสมมติฐานการลงทุนอีกอย่างคือบริษัทจะสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น IRR ในปีถัดไปก็จะเพิ่มขึ้นตามอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6.19: แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่ดีที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน (บาท)	IRR
ปีที่ 2557	(10,000,000)	
ปีที่ 2558	6,497,200	
ปีที่ 2559	8,811,046	31.82%
ปีที่ 2560	12,151,702	63.94%
ปีที่ 2561	16,494,555	79.87%
ปีที่ 2562	21,330,263	88.05%

ตารางที่ 6.20: แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน (บาท)	IRR
ปีที่ 2557	(10,000,000)	
ปีที่ 2558	4,240,000	
ปีที่ 2559	5,541,526	
ปีที่ 2560	7,114,726	28.56%
ปีที่ 2561	9,002,566	44.57%
ปีที่ 2562	10,457,974	53.09%

ตารางที่ 6.21: แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่ดีที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน	IRR
ปีที่ 2557	(10,000,000)	
ปีที่ 2558	2,273,500	
ปีที่ 2559	2,863,450	
ปีที่ 2560	3,512,395	
ปีที่ 2561	4,100,082	9.46%
ปีที่ 2562	3,932,537	17.82%
ปีที่ 2563	4,325,791	23.25%

เกณฑ์ในการพิจารณาคือ ถ้า IRR ที่ได้มากกว่า 21.55% จึงพิจารณาลงทุนในโครงการและจากตารางพบว่าผลตอบแทนของโครงการในกรณีที่ดีที่สุดสามารถทำผลตอบแทนได้มากกว่าที่คาดหวังไว้ได้ในปีที่ 2 เนื่องจากมี IRR ที่ 31.82% ซึ่งมากกว่า 21.55% แล้ว และสำหรับกรณีที่ เป็นไปได้มากที่สุดสามารถทำผลตอบแทนได้มากกว่าที่คาดหวังไว้ตั้งแต่ปีที่ 3 เช่นกันโดยมี IRR เท่ากับ 28.56% แม้สำหรับในกรณีที่แย่ที่สุดแล้วก็สามารถทำผลตอบแทนได้มากกว่าที่คาดหวังไว้ได้ ในปีที่ 6 ที่ 23.25% สรุปว่าภายใต้วิธีการคำนวณแบบอัตราผลตอบแทนภายในแล้วนักลงทุนควรตัดสินใจลงทุนกับโครงการ Ultimate Body

ตารางที่ 6.22: แสดงสรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

	กรณีที่ดีที่สุด	กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	กรณีที่แย่ที่สุด
ระยะเวลาคืนทุน	1 ปี 4 เดือน	2 ปี 3 เดือน	3 ปี 4 เดือน
อัตราผลตอบแทนในเงินลงทุน (ปี2558)	28.92%	10.87%	-6.08%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (ปี2562)	23,671,500	13,519,672	(875,094)
อัตราผลตอบแทนภายใน (ปี2562)	88.05%	53.09%%	17.82%

บทที่ 7

สรุปปัญหาประเด็นและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุปการวิจัย

7.1.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ มีช่วงอายุอยู่ที่ 20-36 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30000บาทขึ้นไป วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกายส่วนใหญ่ ต้องการมีรูปร่างที่ดี ช่วงเวลาที่สะดวกไปใช้สถานที่ออกกำลังกายคือ ช่วงบ่าย-เย็น(12.00-ปิด) ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกายจากทาง เพื่อนมากที่สุด ความพึงพอใจทางด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจกับความทันสมัยหรือคุณภาพของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจกับเงื่อนไขและข้อตกลงของการชำระเงินที่มีความเหมาะสม ด้านสถานที่ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ชอบทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางไปสะดวก ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจกับแผ่นบันทึก DVD ขณะที่ออกกำลังกายให้นำกลับไปดูเพื่อพัฒนาการเล่นของตัวเอง ทางด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจเจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ละเอียดพิถีพิถันด้านการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจกับห้องน้ำมีความสะอาด

ผลจากการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนส พบว่า ธุรกิจประเภทนี้ขึ้นไปถึงจุดสูงสุดแล้ว ลงไปต่ำที่สุด และกำลังกลับขึ้นมาใหม่ โดยกำลังจะกลับมาเพราะเทรนพวกดารานายแบบ มีหุ่นดี คนธรรมดาทั่วไปจึงอยากจะมีบ้าง ทำให้ความต้องการออกกำลังกายมีมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจฟิตเนสสามารถพัฒนามากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องมีความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการนั้นให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และผู้ประกอบการอีกท่านหนึ่งซึ่งประกอบธุรกิจฟิตเนสสมัยใหม่ได้กล่าวว่า ปัจจุบันคนยินดีเสียเงินเยอะมากกับการดูแลแค่ใบหน้าส่วนเดียว แต่ในอนาคตคนจะยอมจ่ายเงินเพื่อดูแลรูปร่างทุกส่วน

7.1.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่กลุ่มลูกค้าต้องการให้มีอยู่ภายในโครงการ Ultimate Body พบว่า ห้องน้ำมีความสะอาดเป็นการบริการที่กลุ่มลูกค้าต้องการมากที่สุด รองลงมา สถานที่ให้บริการมีความสะอาด รองลงมา สถานที่ให้บริการมีบรรยากาศเหมาะแก่การออกกำลังกาย รองลงมา พนักงานให้บริการสะดวกและรวดเร็ว รองลงมา อุปกรณ์มีเพียงพอต่อความต้องการ รองลงมา มีกล้องวงจรปิดตรวจดูความปลอดภัย รองลงมา .มีพนักงานคอยดูแลความปลอดภัยอย่างใกล้ชิด รองลงมา สถานที่มีการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ และมีข้อมูลบริการละเอียดทางเว็บไซต์ เป็นการบริการที่กลุ่มลูกค้าเลือกน้อยที่สุด

7.1.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง ควรมีความละเอียดในการตั้งคำถามมากกว่าเดิม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น
- 2) ศึกษาเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อให้เข้าใจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนไป ทำให้กำหนดกลุ่มลูกค้าได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
- 3) ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างให้เข้าใจความต้องการของกลุ่มตัวอย่างมากกว่านี้ ซึ่งอาจใช้เวลาเป็นจำนวนมากในการเก็บข้อมูล เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาศึกษาเป็นกลุ่มที่มีความเฉพาะ (Niche)

7.2 บทสรุปทางธุรกิจ

7.2.1 สรุปประเด็นปัญหา

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งโครงการ กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งโครงการทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก สถานที่ตั้งควรอยู่ใจกลางเมือง และสถานที่ควรมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ และการสร้างความแตกต่างในด้านของการบริการเนื่องจากในตลาดมีคู่แข่งที่เปิดอยู่ก่อน ส่งผลให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการใช้บริการ มีปัญหาในกรณี Worst Case ซึ่งกว่าจะคืนทุนต้องใช้เวลาถึง 3 ปี 4 เดือนซึ่งนานเกินไปอาจมีนวัตกรรมใหม่เข้ามาแทนที่

7.2.2 การแก้ไขปัญหา

การสร้างความแตกต่างในด้านการบริการ ผู้ประกอบการต้องศึกษา วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งอยู่ตลอดเวลาว่ามีการบริการอะไร ส่งผลต่อผู้ใช้บริการอย่างไรบ้าง เพื่อนำมาปรับใช้เข้ากับโครงการ รวมถึงการศึกษาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงศึกษาพฤติกรรมลูกค้าว่าต้องการอะไรเพิ่มอีกบ้าง และนำสิ่งที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น หากทางออกให้กับธุรกิจกรณีที่เกิด Worst Case

7.2.3 ข้อเสนอแนะ

- 1) การศึกษาความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก จะทำให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) การคัดเลือกบุคลากรที่มีใจรักการบริการเข้าทำงาน จะทำให้การบริการภายในโครงการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- 3) การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ทำให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้าอื่นๆ ได้ รวมถึงการเจริญเติบโตทางด้านธุรกิจของโครงการ

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากโครงการมีกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความเฉพาะ (Niche) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์จึงทำได้ค่อนข้างจำกัด สามารถทำการโฆษณาได้แบบปากต่อปาก (Word of Mouth) แนวทางการแก้ไขปัญหาคือ การแนะนำบอกต่อ มีส่วนลด หรือทดลองใช้บริการฟรีในครั้งแรก

5) ถ้าเกิดกรณี Worst Case ขึ้นควรขายต่ออุปกรณ์ฟิตเนสให้กับค่ายมวยหรือฟิตเนส และให้เช่าพื้นที่ต่อในกรณีที่สัญญาเช่ายังเหลือ

7.2.3 แนวทางในอนาคต

การดำรงธุรกิจฟิตเนสสมัยใหม่ในปัจจุบันให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน ต้องอาศัยการศึกษาหาข้อมูลเพื่อทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเป็นการอยู่เหนือคู่แข่ง รวมถึงศึกษาหาความต้องการของลูกค้าที่มีมากขึ้นและยังเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การทำโฆษณาต่างๆ เพื่อขยายฐานลูกค้า ขยายช่องทางธุรกิจ เพื่อสร้างรายได้มากยิ่งขึ้น และควรรักษามาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการประทับใจทางโครงการของเรามากกว่าคู่แข่ง การใส่ใจในรายละเอียดเล็กน้อยยังเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากลูกค้าจะรู้สึกได้ถึงความใส่ใจมากกว่าคู่แข่ง

บรรณานุกรม

- กลุ่มทฤษฎีองค์กรแบบคลาสสิก. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Utomphorn_R.pdf.
- เกษศิริรินทร์ กิตติพงษ์ภากรณ์ และจุฑา ดิงศภัทย์. (2555). *ความคิดเห็นของผู้บริหารและสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำการออกกำลังกายในฟิตเนสเซ็นเตอร์*. สืบค้นจาก http://www.spsc.chula.ac.th/backupnew/web_oldier/main2007/journal/journal/13-1/5.pdf.
- ความหมาย Personal trainer. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://www.rqclub.com/personal/>.
- ทองใบ สุดซารี. (2543). *ภาวะผู้นำและการจูงใจ*. อุบลราชธานี: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2541). *ทฤษฎีองค์การและการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2542). *การตลาดโลกาภิวัตน์ ยุคฟองสบู่แตก*. กรุงเทพฯ: เนชั่นพับลิชชิ่งกรุ๊ป.
- นิตยา เงินประเสริฐศรี. (2542). *ทฤษฎีองค์การ: แนวการศึกษาศึกษาเชิงบูรณาการ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นพวรรณ สุทธิศิลป์. (2548). *วิถีชีวิตหนุ่มเจ้าสำอาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นिरาพร บุคดา. (2551). *ความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ ของผู้ใช้บริการ Fitness ในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประภาพร ชินวงศ์. (2546). *Pretty Boy ปรากฏการณ์ความเป็นชายอีกรูปแบบหนึ่งในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เปิดงานวิจัย “ตลาดหนุ่มเจ้าสำอาง” Metrosexual โดพรอดหมื่นล้าน. (2555). สืบค้นจาก <http://m.matichon.co.th/readnews.php?newsid=1332478118&grpId=03&catid=05>.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2543). *ทฤษฎีองค์การสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภณาการพิมพ์.
- พิมลจรรยา นามวัฒน์. (2544). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล.
- วรรณภรณ์ สุขมาก. (2547). *ผู้ชายกับกระบวนการสร้างความเป็นชายแบบ "เมโทรเซ็กส์ชวล"*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทยาศาสตร์การกีฬา. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://www.ipecp.ac.th/ipecp/cgi-bin/vni/Program/unit1/p3.html>.

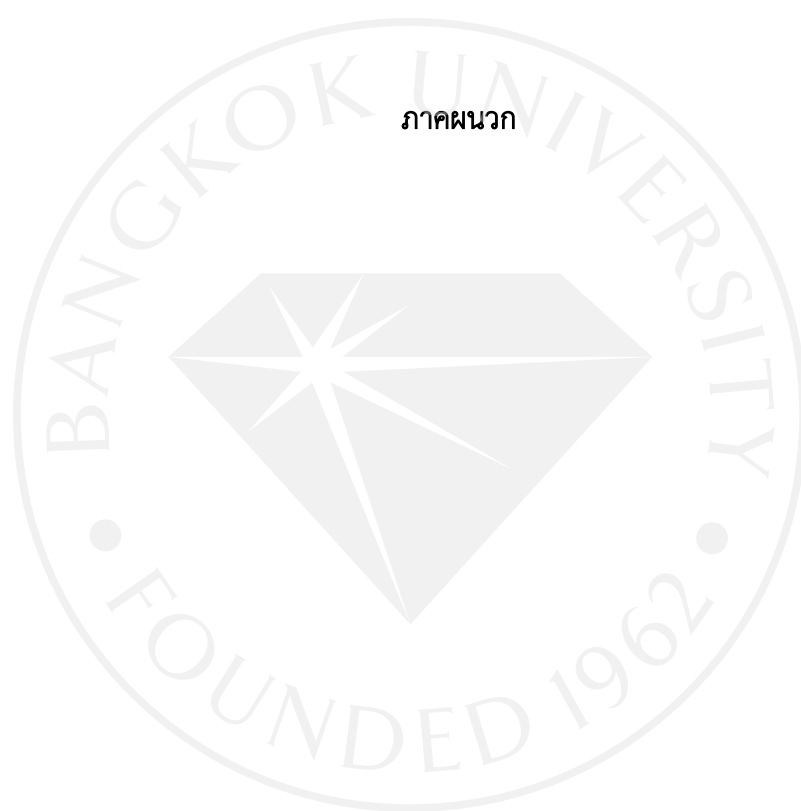
- วิสาข์ สุขเกษม. (2550). *พฤติกรรมของประชาชนในการเลือกใช้บริการสถานบริการออกกำลังกายในอำเภอเชียงใหม่*. สืบค้นจาก http://library.cmu.ac.th/digital_collection/etheses/fulltext.php?id=16944&word=2550&check_field=YEAR&select_study=&condition=2&search=9&philosophy=&master=#.
- วาสนา โฉมดี. (2550). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยการกีฬา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). *ทฤษฎีการจัดการองค์กรและการตัดสินใจ*. สืบค้นจาก <https://docs.google.com/document/edit?id=1GL1DPzPzru697hE6fxvBuiCSP0fL2TQRyacV57Nd71A&hl=en>.
- สมยศ นาวิการ. (2543). *การบริหารและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ 1991.
- สมยศ นาวิการ. (2544). *การบริหาร (Management)* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: บรรณกิจ 1991..
- สมรภูมิ"ฟิตเนส"8พันล้านร้อนฉ่า เจ้าตลาดจัดสรรพัฒนแคมเปญรับน้องใหม่เวอร์จิ้น. (2556). *ประชาชาติธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นจาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1385356066.
- สุรัสวดี ราชกุลชัย. (2543). *การวางแผนและการควบคุมทางการบริหาร*. กรุงเทพฯ: จามจุรี.
- Bartol, K.M., & Martin, D. C. (1991). *Management*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Certo, C.S. (2000). *Modern management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Griffin. (1997). *Management meaning*. Retrieved from <http://webboard.jssr.co.th/index.php?topic=15749.0;wap2>.
- Gulick, L., & Lydall, U. (1973). *Paper on the sciences of administration*. New York: Institute of Public Administration.
- Hodge, B.J., William, P. A., & Gales, L.M. (1996). *Organization theory : A strategic approach* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Moorhead, G., & Griffin, R.W. (1995). *Organizational behavior* (4th ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Robbin, S.P., & Coulter, M. (1999). *Management* (6th ed.). New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Thai Home Town*. (2557). สืบค้นจาก <http://www.thaihometown.com/office/>.

The Trendy office & Shop Space. (n.d.). Retrieved from

http://www.thetrendyoffice.com/f_25.html.

Schermerhorn, J. R. (1999). *Management.* New York: John Wiley.





ภาคผนวก ก

บทสรุปผู้บริหาร (EXECUTIVE SUMMARY)

Ultimate Body เป็นธุรกิจสตูดิโอฟิตเนสแบบ micro fitness โดยการใช้โดยนวัตกรรม เครื่องออกกำลังกายด้วยเครื่องกระตุ้นกล้ามเนื้อไฟฟ้าEMS(Electro Muscular Simulation)เป็นการ ฝึกสร้างกล้ามเนื้อทุกส่วนของร่างกายโดยใช้กระแสไฟฟ้ากระตุ้นในการสร้างหุ่นที่ดี โดยจะสร้างผล ตอบตอบแทนเพิ่มขึ้น 35 เปอร์เซ็นต์ ในปีถัดไป

โครงสร้างการลงทุนของธุรกิจ Ultimate body ประกอบด้วยเงินลงทุน 10,000,000 บาท แบ่งเป็นส่วนการกู้ยืม 50 เปอร์เซ็นต์ และ 50 เปอร์เซ็นต์ มาจากการลงทุนด้วยเงินทุนของกลุ่ม เจ้าของ ผู้ศึกษาได้จัดทำสมมุติฐานการเงินไว้ 3 กรณี คือ กรณีที่ได้รับผลกำไรมากที่สุด (BEST CASE) กรณีที่ได้รับผลกำไร ปกติ (MOST LIKELY CASE) และกรณี ที่ได้รับผลกำไรน้อยที่สุด (WOST CASE) โดยมีเงื่อนไขของรายได้จากการใช้บริการ โดยสามารถสรุปผลทางการเงินได้ดังนี้

	กรณีที่ดีที่สุด	กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	กรณีที่แย่ที่สุด
ระยะเวลาคืนทุน	6 เดือน	7 เดือน	11 เดือน
อัตราผลตอบแทนในเงิน ลงทุน ปี)2558)	138.36%	110.15%	81.06%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ปี)2562)	80,115,543	58,727,611	39,494,319
อัตราผลตอบแทนภายใน ปี)2562)	223.30%	183.30%	135.75%

กลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ Ultimate body สตูดิโอ เน้นใช้กลยุทธ์ กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategy) โดยการยกระดับการออกกำลังกายรูปแบบเดิมๆ ซึ่ง สามารถประหยัดเวลาไปได้มากสำหรับคนที่มีความจำกัดทางเวลาและต้องการเห็นการเปลี่ยนแปลงทาง ร่างกายเร็วที่สุด , กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Differentiation strategy) สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยนำนวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาช่วย , กลยุทธ์การผลิตและการ ดำเนินงาน มีการออกแบบขั้นตอนการทำงานให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกระบวนการและขั้นตอนจะ เริ่มจากการพูดคุยถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

โครงการจัดตั้งสตูดิโอพิตเนสมัยใหม่ Ultimate body

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ ทักษะ ทักษะ ทักษะ และความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจที่มีต่อโครงการจัดตั้ง สตูดิโอพิตเนสมัยใหม่ Ultimate body โดยรวบรวมข้อมูลข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการดังกล่าวข้างต้น โดยนักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยคำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำโครงการนี้ โดยมีเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ความต้องการที่มีผลต่อ ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของ ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่มีต่อ ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body

กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความแต่ละข้อที่กับท่านมากที่สุด
 ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

1.1 เพศ

1. ชาย 2. หญิง

1.2 อายุ

1. 20-25 ปี 2. 20-36 ปี
 3. 36ปีขึ้นไป

1.3 อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. พนักงานทั่วไป
 3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 4. ข้าราชการ/พนักงาน

รัฐวิสาหกิจ

5. อื่นๆ

1.4 รายได้ต่อเดือน

1. 15000-20000 บาท 2. 20001-25000 บาท
 3. 25001-30000 บาท 4. มากกว่า 30000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ความต้องการที่มีผลต่อ

สตูดิโอฟิตเนสสมัยใหม่ Ultimate body

2.1 ท่านเคยออกกำลังกายมาก่อนหรือไม่

- เคย ไม่เคย

2.2 ท่านเคยใช้บริการสถานออกกำลังกายจากที่อื่นมาก่อนหรือไม่

- เคย ไม่เคย

2.3 วัตถุประสงค์ที่ท่านมาใช้บริการสถานบริการออกกำลังกายเป็นแบบใด

- ต้องการมีรูปร่างที่ดี เพื่อนำไปประกอบอาชีพ เช่น นายแบบ/

ดารา

- ต้องการมีหุ่นแบบนักเพาะกาย ต้องการมีสมรรถภาพทางกายเพื่อ

เตรียมแข่งกีฬา

- ต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2.4 ท่านสะดวกมาออกกำลังกายจำนวน.....ครั้งต่อสัปดาห์ และเวลา.....
ชั่วโมงต่อครั้ง

2.5 ช่วงเวลาที่สะดวกไปใช้สถานที่ออกกำลังกาย เวลา.....น.

2.6 ท่านคาดหวังให้บรรยากาศของสถานที่ออกกำลังกายเป็นอย่างไร

เป็นห้องส่วนตัวไม่ปะปนกับผู้อื่น ผีกรวมกับผู้อื่นได้

อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2.7 ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

สถาบันโดยตรง

นิตยสาร

หนังสือพิมพ์

ป้ายโฆษณา

โปสเตอร์และแผ่นพับ

เพื่อน

เว็บไซต์

อื่นๆ.....



ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Ultimate body

โดยกำหนดระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับคือ

5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	ดีมาก/มากที่สุด/เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	ดี/มาก/เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	ปานกลาง/เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	น้อย/ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น	น้อยที่สุด/ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.คุณภาพที่ได้รับจากการเข้าคอร์ส ฝึกการออกกำลังกาย					
2.มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย					
3.ขนาดของพื้นที่ให้บริการ					
4.ความทันสมัยหรือคุณภาพของอุปกรณ์ที่ให้บริการ					
5.มีนวัตกรรมเครื่องออกกำลังกายที่ทันสมัย					
6.มีอาหารที่มีประโยชน์และโภชนาการครบสำหรับการออกกำลังกายจำหน่าย					
7.มีอาหารเสริมจำหน่าย					
8.ผู้ฝึกสอน (Trainer) มีคุณภาพ					
ด้านราคาสินค้า (Price)					
1.ราคาค่าใช้จ่ายบริการมีความเหมาะสม					
2.ราคาอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม					
ด้านสถานที่ และช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)					
1.ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางไปสะดวก					

2.สถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง					
3.มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ					
ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion)</u>					
1.บันทึก DVD ขณะที่ยังกำลังให้นำกลับไปดูการเล่นของตัวเอง					
2.ทดลองเล่นและฝึกโดยผู้ฝึกสอนฟรี 3 ครั้ง					
3.เปลี่ยนโปรโมชั่นในแต่ละเดือน					
4.การมีส่วนลดหรือราคาพิเศษ					
<u>ด้านบุคลากร (People)</u>					
1.จำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ					
2.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดี					
3.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรู้ในการให้บริการเป็นอย่างดี					
4.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
1.พนักงานให้บริการสะดวกและรวดเร็ว					
2.มีข้อมูลบอกรายละเอียดทางเว็บไซต์					
3.สถานที่ให้บริการมีความสะอาด					
4.สถานที่บริการมีบรรยากาศเหมาะแก่การออกกำลังกาย					
5.อุปกรณ์มีเพียงพอต่อความต้องการ					
6.สถานที่มีการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ					
7.มีพนักงานคอยดูแลความปลอดภัยอย่างใกล้ชิด					
8.ห้องน้ำมีความสะอาด					
9.มีกล้องวงจรปิดตรวจสอบความปลอดภัย					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่มีต่อ ศูนย์ปรับบุคลิกภาพ Ultimate body

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ: นาย สันติภาพ รุ่งกิจเจริญการ
Email: snookerlama@gmail.com
ประวัติการศึกษา: โรงเรียนนครสวรรค์
มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย คณะบริหารธุรกิจ สาขา การตลาด



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 2 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) สินศัพ พงษ์เจริญภร อยู่บ้านเลขที่ 671
ซอย - ถนน พหลโยธิน ตำบล/แขวง นครสวรรค์
อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด นครสวรรค์ รหัสไปรษณีย์ 60000
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7550300995

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต
คณะ นิเทศศาสตร์ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง
ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ /
สารนิพนธ์หัวข้อ

โครงการจัดตั้งสภาคีโลฟิเทคแก้มขุ่นใหม่ (Ultimate body)

ซึ่งถือ

เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด
ระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน
ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไข
อย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ
ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้
ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ
อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ..... พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..... พยาน

(ดร.ปีเตอร์ กัน)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร