

แผนธุรกิจการให้บริการร้าน KID'S GYM

Business Plan for Service KID'S GYM



แผนธุรกิจการให้บริการร้าน KID'S GYM

Business Plan for Service KID'S GYM



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2558



©2560

รัชตวรรษ ทองอยู่เลิศ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้าน Kid's Gym

ผู้วิจัย รัชตวรรณ ทองอยู่เลิศ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 13 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2560

รัชตวรรณ ทองอยู่เลิศ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , พฤษภาคม 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจการให้บริการร้าน KID'S GYM (60 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล

## บทคัดย่อ

การดำเนินแผนธุรกิจการให้บริการร้าน KID'S GYM ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกายของลูกค้าเพื่อเป็นแนวทางในการเริ่มธุรกิจใหม่ 2) เพื่อใช้ในการทำธุรกิจ และเป็นแนวทางในการศึกษาถึงสภาพธุรกิจสำหรับใช้เป็นข้อมูลในการขอยืมเงินสินเชื่อจากทางธนาคารในอนาคต โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเด็กที่มีอายุ 6-12 ปี และกลุ่มผู้ปกครองของเด็ก จำนวน 200 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า การเปิดธุรกิจ KID'S GYM เนื่องจากกระแสการออกกำลังกายกำลังมาแรงบวกกับอยากให้เด็กได้เรียนรู้นอกสถานที่เรียน เพราะที่โรงเรียนมีแค่วิชาพลศึกษา ซึ่งเล่นแค่อาทิตย์ละครั้งเท่านั้น และให้เด็กเปิดโลกทัศน์นอกบ้าน มาหาสังคมใหม่ ๆ หาเพื่อนใหม่ รวมถึงผู้ปกครองก็สามารถมาเจอสังคมผู้ปกครองได้เช่นกัน จึงคิดว่าเป็นการตอบโจทย์ที่ดีในการทำธุรกิจครั้งนี้ขึ้น และได้ทำการสำรวจข้อมูลความเป็นไปได้เบื้องต้นพบดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ภายใน KID'S GYM นั้นต้องมีการรับประกันความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สิน สอดคล้องกับความต้องการของเด็ก และมีความทันสมัย ด้านราคา ต้องมีการแสดงราคาอย่างชัดเจนทั้งภายในร้านและตามสื่อต่าง ๆ จัดให้มีส่วนลดราคาของการเลือกแต่ละคอร์สและมีราคาที่เหมาะสมไม่แพงเกินไป ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของร้านยิมสำหรับเด็กต้องมีความสะดวก มองเห็นได้ง่าย มีสถานที่จอดรถกว้างขวางปลอดภัย และสามารถจอดได้ฟรี และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีของแถมหรือของสะสม ควรมีการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ เผยแพร่ทางสื่ออินเทอร์เน็ต รวมทั้งควรมีการสมัครสมาชิกเพื่อการได้รับสิทธิพิเศษและสามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้

คำสำคัญ: KID'S GYM, แผนธุรกิจ, การให้บริการ

Thongyulard, R. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), May 2017,  
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Service KID'S GYM (60 pp.)

Advisor : Asst. Prof.Dr.Suchart Tripopsakul, Ph.D.

## ABSTRACT

The operation of KID'S GYM's business plan is 1) to study the customer behavior in choosing the place and pattern of exercising to start a new business. And 2) to use in business and to be a guideline for study the business conditions for applying for a loan from a bank in the future. This business plan was gained the information from document and 200 samples from children aged 6-12 years old and parents, then using descriptive analysis for analyze data.

The result shown that KID'S GYM business has been widely launched because the trend of exercise is popular, as well as the parents want their children to learn extra-curricular apart from physical education in school which is only once a week. Moreover, the parents also want their children open the outside world, being in the new society, find new friends, and parents can meet parents. So these are a good reason to launch this business.

The preliminary feasibility survey is as follows.

- Considering to the KID'S GYM product, life and property security should be guaranteed, meet the needs of the child and modernity.
- The price must be clearly displayed both in the shop and in the media and should have some discounted price of each course as well as price should be reasonable.
- The distribution channels, the location of the children's gym must be convenient, easy to access, adequate, safe and free parking lot.
- The promotion, Gym should have a free gift or a collection. It should be advertised via leaflets, brochures and internet. They should also have the member subscription for privilege and should provide credit card payment.

*Keywords: KID'S GYM, Business Plan, Service*



## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้าน KID'S GYM สำเร็จเรียบร้อยตามความมุ่งหมายได้ ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากท่านอาจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ท่านได้ให้คำแนะนำและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ด้วยความเมตตา รวมทั้งให้ความอนุเคราะห์เกื้อกูลในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และช่วยปรับปรุงให้เกิดความถูกต้องมีความสมบูรณ์ของเนื้อหาเพิ่มมากขึ้น ด้วยความเอาใจใส่ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อย ซึ่งผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือชี้แนะถึงข้อบกพร่องทุกอย่าง ทั้งตอนเรียนจนถึงเมื่อทำรายงานแผนธุรกิจฉบับนี้ได้ลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณประธานกรรมการสอบ และกรรมการสอบทุกท่าน ที่ช่วยแนะนำ ชี้แนะประเด็นสำคัญ และแก้ไขข้อบกพร่องของแผนธุรกิจฉบับนี้ให้สำเร็จสมบูรณ์ขึ้น

ท้ายนี้ผู้จัดทำรายงานแผนธุรกิจฉบับนี้ ได้รับกำลังใจเป็นอย่างสูงจาก บิดา มารดา และเพื่อนสนิทที่ได้คอยให้กำลังใจจนประสบความสำเร็จ ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

รัชตวรรณ ทองอยู่เลิศ



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและสถานะของกิจการในปัจจุบัน	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	2
1.3 ระเบียบวิธีการดำเนินการ	3
1.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	3
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน	
2.1 ความเป็นมาของโครงการ	6
2.2 ภาพรวมของกิจการ	6
2.3 โอกาสในการทำธุรกิจ (Business Opportunity)	6
2.4 แผนการในอนาคต	7
2.5 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	7
2.6 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของกิจการ (Vision, Mission & Goals)	8
2.7 แผนเชิงกลยุทธ์	9
2.8 แผนการบริหารจัดการ	10
2.9 แผนการผลิต/ ปฏิบัติการ	13
2.10 แผนการตลาด	14
2.11 การวิเคราะห์ด้านเทคนิคหรือกระบวนการซื้อ-ขายไปและการผลิตของกิจการ	17
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	
3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	26
3.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Five Force Analyses	26
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการศึกษา	
4.2 ลักษณะพฤติกรรมกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย	31
4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	35
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์	
5.1 สรุปผลการวิจัย	40
5.2 แผนกลยุทธ์	43
5.3 ข้อเสนอแนะ	51
บรรณานุกรม	53
ภาคผนวก	54
แบบสอบถาม	
ประวัติผู้เขียน	
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 : แสดงแผนการเงินในการดำเนินงาน	12
ตารางที่ 4.1 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ	28
ตารางที่ 4.2 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ	28
ตารางที่ 4.3 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา	29
ตารางที่ 4.4 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอาชีพ	29
ตารางที่ 4.5 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามสถานภาพสมรส	30
ตารางที่ 4.6 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว	30
ตารางที่ 4.7 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามลักษณะการพักอาศัย	31
ตารางที่ 4.8 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามคำถาม “1. ท่านชอบออกกำลังกายมากน้อยเพียงใด”	31
ตารางที่ 4.9 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามคำถาม “2. ท่านชอบออกกำลังกายในสถานที่ใด”	32
ตารางที่ 4.10 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามคำถาม “3. ท่านเลือกวิธีการออกกำลังกายแบบใด”	32
ตารางที่ 4.11 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามคำถาม “4. ท่านออกกำลังกายกี่ครั้งต่อสัปดาห์”	33
ตารางที่ 4.12 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย	33
ตารางที่ 4.13 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	36
ตารางที่ 4.14 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	37
ตารางที่ 4.15 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย	37
ตารางที่ 4.16 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	38
ตารางที่ 5.1 : แสดงแผนการเงินในการดำเนินงาน	48

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 : แสดงท่าเล ที่ตั้ง	10
ภาพที่ 2.2 : ผู้บริหารและโครงสร้างองค์การ	11
ภาพที่ 2.3 : แสดงท่าออกกำลังกาย	14
ภาพที่ 2.4 : แสดงรูปการวัดประชากร	15
ภาพที่ 2.5 : แสดงท่าออกกำลังกาย	17
ภาพที่ 2.6 : แสดงแผนการผลิต และท่าเลที่ตั้ง	18
ภาพที่ 2.7 : แสดงท่าเลที่ตั้ง	18
ภาพที่ 2.8 : หน้าโครงการ KID'S GYM	19
ภาพที่ 2.9 : แบบภายในอาคารตึก KID'S GYM	20
ภาพที่ 2.10 : ภายในและภายนอก GYM จะมีภาพประกอบ	20
ภาพที่ 2.11 : อยู่ใกล้ BTS และ MRT ใกล้ TERMINAL 21	21
ภาพที่ 2.12 : ภายใน KID'S GYM (1)	21
ภาพที่ 2.13 : ภายใน KID'S GYM (2)	22
ภาพที่ 2.14 : ภายใน KID'S GYM มีเทรนเนอร์ทั้งคนไทยและต่างประเทศ	22
ภาพที่ 2.15 : กิจกรรมใหม่ ๆ ภายใน KID'S GYM	23
ภาพที่ 2.16 : การทำกิจกรรมร่วมกันของผู้ปกครองและเด็กภายใน KID'S GYM	23
ภาพที่ 2.17 : ห้องน้ำที่จัดไว้สำหรับเด็กภายใน KID'S GYM	24
ภาพที่ 2.18 : ล็อกเกอร์สำหรับเก็บของภายใน KID'S GYM	24
ภาพที่ 2.19 : โซนนั่งพักสำหรับผู้ปกครองระหว่างรอเด็กทำกิจกรรมภายใน KID'S GYM	25

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและสถานะของกิจการในปัจจุบัน

ความเป็นมาของธุรกิจ เกิดขึ้นจากการที่ผู้ศึกษาเองชื่นชอบการออกกำลังกายมาก ชอบไปเล่น Fitness มาก ที่เริ่มออกกำลังกายเพราะต้องอธิบายให้ฟังก่อนว่า ตัวผู้ศึกษาเองเป็นโรคภูมิแพ้ ตั้งแต่เด็ก ร่างกายอ่อนแอ และเป็นหวัดบ่อยมาก ไปหาหมอบ่อยครั้งก็ไม่หาย โรคนี้คุณหมอแนะนำว่า ต้องหมั่นออกกำลังกายด้วย ให้ร่างกายแข็งแรง ตอนแรกผู้ศึกษาขี้เกียจมาก เวลาเล่นพักเดี๋ยวก็เหนื่อย จนมีการกระตุ้นโดยการจ้างเทรนเนอร์ขึ้นมา เพื่อช่วยบังคับและสร้างแรงจูงใจให้ จนกระทั่งร่างกายของดิฉันผู้ศึกษาปรับตัวได้ จึงเล่นมาเป็นปี ๆ ผลที่ได้รับรู้สึกที่ไม่เคยป่วยเลย ไม่เหนื่อยง่าย รู้สึกดีมาก จนกระทั่งตอนนี้ไม่ต้องทานยาอีกต่อไป

แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการออกกำลังกาย จึงเกิดขึ้นแต่เป็นการออกกำลังกายสำหรับเด็ก และผู้ศึกษาเห็นว่ารัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาพดีทั้งกายและใจ เป้าหมาย คือประชาชนอายุ 6 ปีขึ้นไปควรมีการออกกำลังกายสม่ำเสมอ และควรได้รับการปลูกฝังให้รักการออกกำลังกายและปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนเป็นวิถีชีวิต เพื่อที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพดี เป็นที่ทราบกันดีว่า การที่เด็กมีการเคลื่อนไหวร่างกาย และออกกำลังกายที่เหมาะสม ช่วยส่งเสริมให้มีการเจริญเติบโตของระบบกระดูก ระบบกล้ามเนื้อ และระบบข้อต่อของร่างกาย นอกจากนี้ยังทำให้เกิดผลดีต่อระบบหัวใจและหลอดเลือด การควบคุมน้ำหนัก รวมไปถึงการส่งเสริมสุขภาพจิต อีกทั้งยังเป็นการสร้างนิสัยการออกกำลังกายให้มีการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอเมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ กิจกรรมหนึ่งที่กระตุ้นให้เด็กและเยาวชน ได้ตระหนักและปลูกฝังนิสัยการออกกำลังกาย คือ การทำกิจกรรมออกกำลังกายที่ง่าย ๆ และสนุกเป็นประจำแทบทุกวัน เพื่อจูงใจให้มีการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2554) ได้สำรวจพฤติกรรมการออกกำลังกายของประชากรไทย พบว่า ในปี 2554 พบว่า มีผู้ที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย 15.1 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 26.1 โดยผู้ชายมีอัตราการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายสูงกว่าผู้หญิงเล็กน้อย (ร้อยละ 27.4 และ 25.0 ตามลำดับ) และเมื่อพิจารณาตามเขตการปกครองและภาค พบว่าผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาลมีอัตราสูงกว่าผู้อยู่นอกเขตเทศบาลอย่างเห็นได้ชัด (ร้อยละ 30.4 และ 23.9 ตามลำดับ) และกรุงเทพมหานครมีอัตราการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายสูงกว่าภาคอื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบอัตราการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายกับการสำรวจที่ผ่านมา (ปี 2547 และ 2550) พบว่า อัตราการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายลดลงประมาณร้อยละ 3 ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากในเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นคาบการอ้างอิงสำหรับการสำรวจนั้น 54 จังหวัด จาก 77 จังหวัดของประเทศประเทศไทยประสบปัญหาน้ำท่วมทำให้ไม่สะดวกที่จะ

ไปยังสถานที่สำหรับออกกำลังกายรวมทั้งในหลายจังหวัด สถานที่สำหรับออกกำลังกายหรือเล่นกีฬามี น้ำท่วม จึงไม่สามารถใช้งานได้ โดยเฉพาะในภาคใต้ พบว่าอัตราการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายลดลง มากถึงร้อยละ 7.5 และผู้ชายลดลงมากกว่าผู้หญิงโดยลดลงถึงร้อยละ 5.3 ขณะที่ผู้หญิงลดลงเพียง ร้อยละ 1.7

ผู้ศึกษาจึงเริ่มคิดที่จะเปิดธุรกิจ KID'S GYM ขึ้น เพราะกระแสการออกกำลังกายกำลังมาแรง บวกกับอยากให้เด็กได้เรียนรู้นอกสถานที่เรียน เพราะที่โรงเรียนมีแค่วิชาพลศึกษา ซึ่งเล่นแค่อาทิตย์ ละครั้งเท่านั้น และให้เด็กเปิดโลกทัศน์นอกบ้าน มาหาสิ่งใหม่ ๆ หาเพื่อนใหม่ รวมถึงผู้ปกครองก็ สามารถมาเจอสังคมผู้ปกครองได้เช่นกัน จึงคิดว่าเป็นการตอบโจทย์ที่ดีในการทำธุรกิจครั้งนี้ขึ้น ลักษณะของลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจที่กำหนดไว้ คือ เด็กที่มีอายุ 6-12 ปี เนื่องจากธรรมชาติของวัย เด็ก เป็นวัยที่ไม่ชอบอยู่นิ่งชอบเคลื่อนไหวร่างกายมีความอยากรู้อยากเห็นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในสิ่ง ใหม่ ๆ รอบตัวประกอบกับการมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ไม่หยุดนิ่งส่งผลให้เด็กมีพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่ ถูกต้องมีความสนใจเทคโนโลยีในรูปแบบของโทรทัศน์ เกม คอมพิวเตอร์ อีกทั้งเด็กยังมีพฤติกรรมการ บริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้องกล่าวคือชอบบริโภคขนมขบเคี้ยวไม่ค่อยเคลื่อนไหวร่างกายขาดการออก กายที่เหมาะสม ทำให้การเจริญเติบโตของเด็กผิดปกติและส่งผลให้เด็กมีสุขภาพทั้งทางด้าน ร่างกาย จิตใจที่ไม่สมบูรณ์ ไม่แข็งแรง

ดังนั้นการส่งเสริมให้เด็กเจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพแข็งแรงในวันหน้า จะต้องคำนึงถึง การส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อให้เด็กเจริญเติบโตอย่างสมวัย มีพละนาถัยสมบูรณ์ แข็งแรง ซึ่งผู้ที่ อยู่รอบตัวเด็กเองมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมการออกกำลังกายของเด็ก หมายรวมถึง พ่อ แม่ ผู้ปกครอง จะต้องทำเป็นตัวอย่างให้เด็กเห็นและปฏิบัติตาม เพราะการทำให้เด็กรักการออกกำลังกาย และออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ จะเป็นการสร้างคุณลักษณะนิสัยที่ดีต่อการออกกำลังกายของเด็ก ไปตลอดชีวิต

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงต้องการเปิด KID'S GYM ซึ่งจะเป็นการตอบโจทย์ กับการใส่ใจการออก กายสำหรับเด็กขึ้น จึงหวังว่าธุรกิจนี้จะได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งตอนนี้ในประเทศไทย ก็ยังไม่ค่อยมี ธุรกิจการออกกำลังกายสำหรับเด็กมากนัก

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกายของลูกค้าเพื่อเป็นแนวทาง ในการเริ่มธุรกิจใหม่
2. เพื่อใช้ในการทำธุรกิจ และเป็นแนวทางในการศึกษาถึงสภาพธุรกิจสำหรับใช้เป็นข้อมูลใน การขอวงเงินสินเชื่อจากทางธนาคารในอนาคต

### 1.3 ระเบียบวิธีการดำเนินการ

จากที่ได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 1 ว่าธุรกิจ KID'S GYM กำลังได้รับความนิยมนั้น รูปแบบธุรกิจ KID'S GYM จึงถือเป็นโอกาสดีที่จะเข้าสู่ตลาด และตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการออกกำลังกาย สร้างสุขภาพให้แข็งแรงได้อีกทางหนึ่ง ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจของร้าน KID'S GYM สามารถดำเนินไปได้ตรงตามเป้าหมายอย่างแท้จริงแล้ว จึงจำเป็นที่จะต้องมีการสำรวจและเก็บข้อมูลการตลาด เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและการออกกำลังกาย และลักษณะความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนการตลาดที่ดีและสามารถนำไปใช้ในธุรกิจได้จริง

### 1.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 1. ข้อมูลปฐมภูมิ

##### 1.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยตลาดนั้นจะเน้นที่การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาด เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและการออกกำลังกาย และลักษณะความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนการตลาดที่ดีและสามารถนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจได้ด้วย จึงได้มีการเก็บข้อมูลแบบของแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

##### 1.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล /สถานที่เก็บข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างประชากรหรือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นกลุ่มเด็กที่มีอายุ 6-12 ปี และกลุ่มผู้ปกครองของเด็ก จำนวน 200 คน ซึ่งถือว่าเป็นศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory Study) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงต้องหาข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ส่วนสถานที่เก็บข้อมูลย่านใจกลางเมืองสุขุมวิท ใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS

1.3 เครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรูปแบบคำถามจะเป็นการถามแบบกำหนดตัวเลือกให้ผู้ตอบเลือกตอบ ซึ่งมีจำนวนข้อทั้งหมด 7 ข้อ

ส่วนที่ 2: ลักษณะพฤติกรรมในการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกายของเด็ก โดยรูปแบบคำถามจะเป็นการถามแบบกำหนดตัวเลือกให้ผู้ตอบเลือกตอบ ซึ่งมีจำนวนข้อทั้งหมด 15 ข้อ

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรูปแบบคำถามจะเป็นการถามแบบกำหนดตัวเลือกให้ผู้ตอบเลือกตอบ ซึ่งมีจำนวนข้อทั้งหมด 24 ข้อ

โดยก่อนที่จะมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายนั้น ผู้ทำแผนธุรกิจได้ทำการทดสอบแบบสอบถามจากบุคคลทั่วไป ประมาณ 30 คน เพื่อทดสอบความเข้าใจของคำถามในแบบสอบถาม ทำให้ทราบถึงข้อบกพร่องของแบบสอบถาม และแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง

#### 1.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (การใช้สถิติ/การวิเคราะห์เนื้อหา)

การวิเคราะห์ข้อมูล เนื้อหาและสถิติมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เมื่อได้ข้อมูลจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ในการตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการใช้บริการ KID'S GYM แล้ว จะมีการรวบรวมข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะพฤติกรรมในการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกายของเด็ก และลักษณะความพึงพอใจต่อการใช้บริการ KID'S GYM เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จุดเด่นของสถานที่และวิธีออกกำลังกายที่จะเลือกใช้บริการ และมีความพึงพอใจต่อ KID'S GYM มากน้อยเพียงใด โดยจะมีการใช้สถิติเข้ามาเป็นตัวช่วยวัดในการหาค่าเฉลี่ย เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด และสามารถนำข้อมูลนี้มาใช้ในการวางแผนธุรกิจ KID'S GYM ต่อไปในอนาคตได้

#### 2. ข้อมูลทุติยภูมิ

##### 2.1 ข้อมูลที่ใช้และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นข้อมูลทุติยภูมิที่ถูกรวบรวมมาแล้วจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เชื่อถือได้ ทั้งของภาครัฐและเอกชน ทั้งที่ถูกเผยแพร่และอาจถูกเก็บไว้เป็นข้อมูลภายในองค์กร โดยใช้วิธีสืบค้นและเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลของมหาวิทยาลัย และบางส่วนจากเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ

##### 2.2 แหล่งที่มาของข้อมูล

การศึกษาข้อมูลทุติยภูมินั้นเป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลภายนอก (External Source) โดยการค้นคว้าจากตำรา ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความ เอกสารทางราชการ เอกสารทางวิชาการต่าง ๆ ที่ได้มีการจัดทำขึ้นโดยหน่วยงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ สำนักงานสถิติแห่งชาติ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น รวมทั้งเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องประกอบ

##### 2.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (การใช้สถิติ/การวิเคราะห์เนื้อหา)

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ในลักษณะต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงลักษณะจำนวนของประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณเป้าหมาย ภายในเขตกรุงเทพมหานคร รายได้เฉลี่ยครัวเรือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของครัวเรือน รวมไปถึงแนวโน้มสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ตลอดจนโอกาสในการทำธุรกิจประเภทต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้แล้วมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการรูปแบบกิจการต่อไปได้ในอนาคต



## บทที่ 2

### การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

#### 2.1 ความเป็นมาของโครงการ

ธุรกิจการออกกำลังกายสำหรับเด็ก KID'S GYM

ปัจจุบันเทรนด์การรักษาสุขภาพและการออกกำลังกายกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากท่ามกลางสภาพสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้น หนึ่งในรูปแบบการออกกำลังกายที่กำลังได้รับความนิยมคือการออกกำลังกายใน “GYM” โดยกระแสความนิยมการออกกำลังกายยังได้สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับธุรกิจต่อเนื่องอีกมากมาย

#### 2.2 ภาพรวมของกิจการ

##### 2.2.1 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ KID'S GYM

###### ภายในร้าน

- สะอาด กว้างขวาง หุรรุรา
- มีเครื่องออกกำลังกายที่ครบครัน และมีจำนวนมากพอ
- ที่นั่งรอสำหรับผู้ปกครองระหว่างรอเด็ก ทำกิจกรรม
- มีโซนน้ำดื่ม กาแฟ สำหรับผู้ปกครอง
- ล็อกเกอร์ และห้องอาบน้ำ รวมถึงห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าเมื่อเด็กทำกิจกรรมการออกกำลังกายเสร็จ

##### 2.2.2 การบริการ

- มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับ และ คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของการออกกำลังกาย อย่างละเอียด
- เทรนเนอร์ต่างชาติ และ คนไทย ที่มีประสบการณ์ความชำนาญสูง ด้านการฝึกเด็กออกกำลังกายโดยตรง
- บริการดุจเสมือนครอบครัว

#### 2.3 โอกาสในการทำธุรกิจ (Business Opportunity)

1. ปัจจุบันมี GYM มากมายแต่เป็นสำหรับผู้ใหญ่ เท่านั้น จึงไม่ค่อยมีGYM สำหรับเด็ก โดยเฉพาะ

2. ต่างประเทศ มี GYM สำหรับเด็ก แล้ว เช่น ประเทศ เกาหลี อินโดนีเซีย เป็นต้น

3. ผู้ปกครองเริ่มสนใจและส่งเสริมให้เด็กออกกำลังกาย เพราะจากการศึกษาพบว่า ร้อยละ 45.0 ชอบออกกำลังกาย
4. เปิดย่านใจกลางเมือง กลุ่มลูกค้า เน้น ชาวต่างชาติ เพราะมี ทุนในการใช้บริการค่อนข้างพร้อม

## 2.4 แผนการในอนาคต

ธุรกิจ KID'S GYM หรือ ที่ออกกำลังกายสำหรับเด็ก จะเป็นที่นิยมอันดับหนึ่งในประเทศไทย และ ชาวต่างที่อยู่เมืองไทยยอมรับว่า ธุรกิจนี้ เป็นกิจกรรมที่ดีสำหรับเด็ก เป็นชื่อเสียงให้กับประเทศไทยและ KID'S GYM อีกด้วย เมืองไทยเก่งไม่แพ้ชาติใดในโลก และจะขยายสาขาธุรกิจเพิ่ม อาจมีแผนในวันข้างหน้าเปิดที่ประเทศเพื่อนบ้าน หรืออาจก้าวกระโดดไปเปิดในต่างประเทศเพิ่มอีก จึงเป็นการตอบโจทย์และตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ในการพาเด็กออกกำลังกายอย่างมีความสุขและมีสุขภาพที่ดี

## 2.5 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

### 2.5.1 จุดแข็งของธุรกิจ

- บุคลากรและผู้บริหาร มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ ในแต่ละด้าน
- ตั้งอยู่ทำเลใจกลางเมือง สุขุมวิท ใกล้ BTS
- มีอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายสำหรับเด็กอย่างดี
- คิดค้นกิจกรรมใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับการออกกำลังกาย
- สะอาด สะดวกสบาย ปลอดภัย
- เทรนเนอร์ประสบการณ์สูง เป็นมืออาชีพ
- มีการโปรโมทพิตเนสโดยใช้คนรู้จักในวงการบิน
- บริการประทับใจชีวิตประทับใจ
- ราคาเหมาะสม

### 2.5.2 จุดอ่อนของธุรกิจ

- โครงการใหม่ ยังไม่มีคนรู้จักมากนัก
- ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ
- ใช้เงินลงทุนสูง

## 2.6 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของกิจการ (Vision, Mission & Goals)

### 2.6.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

Kid's Gym เป็นที่หนึ่งในประเทศไทยที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง เกี่ยวกับที่ออกกำลังกายสำหรับเด็ก จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ในการบริการเปรียบเสมือนครอบครัว

### 2.6.2 พันธกิจ (Mission)

- บรรยากาศภายใน Gym สะอาด สะดวกสบาย ตามมาตรฐาน ISO
- บริการดูแลอย่างดีเปรียบเสมือนครอบครัว
- เด็กที่มาใช้บริการ สุขภาพจิตและสุขกายกายดี สนุกสนาน

### 2.6.3 เป้าหมายทางธุรกิจ (Goals)

#### 1. เป้าหมายหลักของกิจการ

- เป้าหมายระยะสั้น ปีแรก 1 เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศไทย และเริ่มมีผู้ใช้บริการมากขึ้น
- เป้าหมายระยะปานกลาง 3-5 ปี ภายใน 3 ปีสามารถคืนทุนและนอกจากนี้จะมีการเพิ่มทุนในกิจการเพื่อขยายสาขาไปตามในเมืองเพิ่มอีก 1-2 สาขา เช่น นานา ทองหล่อ
- เป้าหมายระยะยาว ปี ขึ้นไป 5 พัฒนาระบบและคุณภาพของอุปกรณ์และสถานที่เข้าสู่ระดับสากลมากขึ้นเพื่อจะขยายธุรกิจไปยังประเทศอื่นต่อ และอาจมีการส่งไปยังตลาดหลักทรัพย์

#### 2. เป้าหมายตามแผนก

##### 2.1 ร้านบริการการออกกำลังกาย

- เป้าหมายระยะสั้น 1 ปีแรก ยอดขายต่อปี 13,000,000 บาท ในปีแรก และปีต่อไปเพิ่มขึ้น 20% จากยอดขายในแต่ละปี
- ปรับเปลี่ยนกิจกรรมในการใช้การออกกำลังกายเพิ่มขึ้นเพื่อให้เด็กเกิดความสนุกสนาน และ ชื่นชอบ และส่งผลให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น
- เป้าหมายระยะปานกลาง ปี 5-3 เพิ่มความหลากหลายในการใช้เครื่องเล่นออกกำลังกายใหม่ๆให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มากขึ้น
- เป้าหมายระยะยาว ปี ขึ้นไป 5 ขยายสาขาไปตามในตัวเมืองต่างๆเพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของลูกค้า

##### 2.2 ธุรกิจ KID'S GYM

- เป้าหมายระยะสั้น 1 ปีแรก ยอดขายต่อปี 13,000,000 บาท ในปีแรก และปีต่อไปเพิ่มขึ้น 20% จากยอดขายในแต่ละปี

- เป้าหมายระยะปานกลาง 3-5 ปี เพิ่มเครื่องเล่นออกกำลังกายใหม่ ๆ ให้คนได้รู้จัก KID'S GYM มากขึ้น
- เป้าหมายระยะยาว ปี 5 ขึ้นไป ขยายสาขาไปตามในตัวเมืองต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของลูกค้า

## 2.7 แผนเชิงกลยุทธ์

### 2.7.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

กลยุทธ์ที่ระดับองค์กรเลือกใช้ คือ กลยุทธ์ที่มุ่งการเติบโต คือ เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด หรือเพิ่มผลประกอบการ ซึ่งครอบคลุมถึงการหาตลาดใหม่ หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ไปด้วย โดยพัฒนาโครงสร้างต่าง ๆ ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ และให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของธุรกิจ โดยมีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าจะได้รับผลิตภัณฑ์ และการบริการที่มีคุณภาพ

### 2.7.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

KID'D GYM จะเน้นและใช้การสร้างความแตกต่างให้กับลูกค้า โดยอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายและบริการของเราได้รับการคัดสรรและเลือกแล้วว่าต้องดีที่สุด และเป็นสินค้าระดับที่ดีที่สุด และปลอดภัยที่สุด ซึ่งเน้นลูกค้าที่มีกำลังจ่าย เช่น ชาวต่างชาติ และการบริการที่ใส่ใจทุกรายละเอียด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ควบคุมคู่กับบรรยากาศภายใน GYM เพื่อเป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้มาสัมผัสและเกิดความประทับใจให้ได้มากที่สุด

### 2.7.3 กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Level Strategies)

#### 1. ด้านการบริหารจัดการ

- เน้นการดำเนินงานทางการบริหารที่ก่อให้เกิดคุณภาพสูงสุด
- เลือกบุคลากรที่มีความสามารถในด้านต่างๆ และมีความชำนาญในเฉพาะด้าน

เพื่อให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

- ดูแลสวัสดิการของพนักงานให้เกิดแรงบัลดาลใจ ในการทำงาน

#### 2. ด้านการตลาด

- สร้างบรรยากาศภายในร้านให้หรูหรา สะดวกสบาย และสะอาด เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัส ส่งผลกระตุ้นให้ลูกค้าได้อยากมาใช้บริการของเรา
- สร้างความแตกต่างของธุรกิจให้มีความโดดเด่นกว่าผู้แข่งขันในตลาด โดยมีการนำเสนอความแปลกใหม่ในรูปแบบการออกกำลังกาย ให้ได้คุณภาพสูงสุด และมีการให้บริการที่เหนือระดับ

- ตอบสนองความต้องการที่ลูกค้าอยากได้ โดยการสำรวจกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ว่าชอบรูปแบบหรือ กิจกรรมการออกกำลังกายประเภทไหน ให้มีความแปลกใหม่ในตลาด

### 3. ด้านผลิิตการจั้ดซื้อสินค้า

- เน้นใช้อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายที่ได้รับการคัดสรรและคัดเลือกว่าดั่งดีที่สุด และผ่านมาตรฐานการควบคุมที่สากล ให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจที่ได้เข้ามาใช้บริการของเรา
- มีการแต่งตั้ง QC เพื่อการตรวจสอบคุณภาพให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ
- เทรนเนอร์ หรือ ผู้ดูแล การออกกำลังกายของเด็ก ต้องได้รับการคัดเลือก หรือมีใบเรียนด้านนี้โดยตรง และต้องผ่านการตรวจสอบถึงความสามารถ และความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือในลูกค้า

### 4. ด้านการเงิน

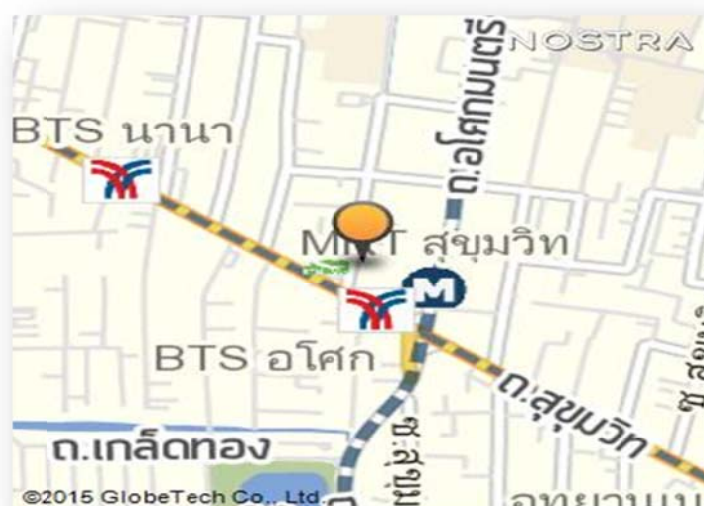
- เลือกบุคลากรที่จบมาตรงกับสาขา ในการบริการทรัพยากร ทางด้านการเงิน เพื่อลดปัจจัยเสี่ยงทางด้านต่าง ๆ
- ใช้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านนี้โดยเฉพาะ เพื่อให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงสุด
- มีการวางแผนการจัดการทางการเงินอย่างเป็นระบบ
- เน้นการใช้ระบบบัญชีที่ทันสมัย และปลอดภัยมากที่สุดในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความแม่นยำในทุก ๆ ส่วน

## 2.8 แผนการบริหารจัดการ

แผนการบริหารจัดการและแผนการดำเนินงาน

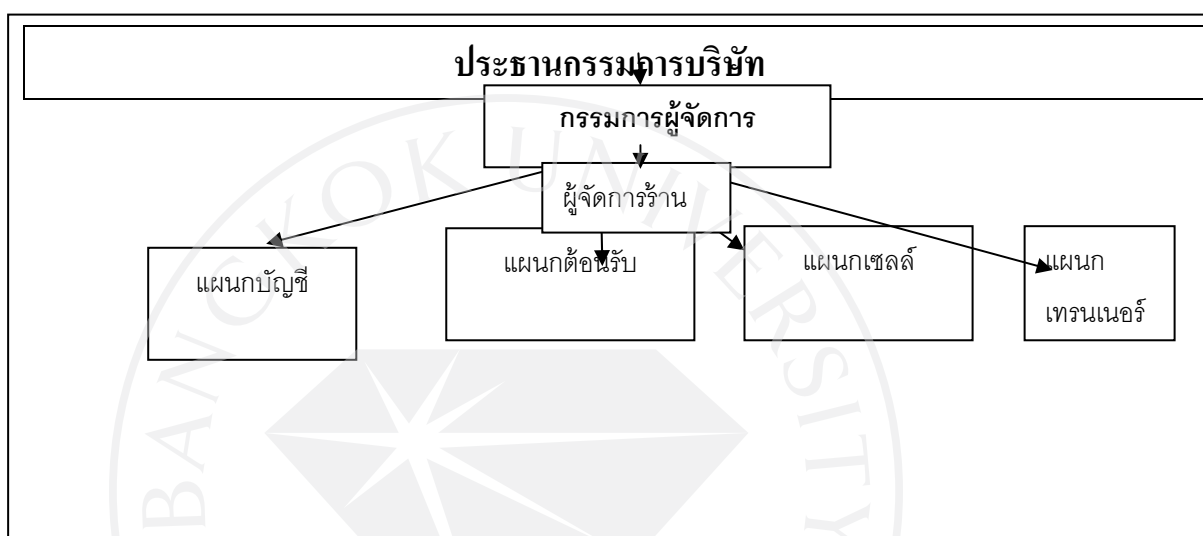
สถานที่ตั้ง

ภาพที่ 2.1 : แสดงทำเล ที่ตั้ง



ตั้งใกล้ห้าง Terminal 21 ห่างจาก BTS อโศก ประมาณ เมตร และ ห่างจาก MRT สุขุมวิท เมตร 500

ภาพที่ 2.2 : ผู้บริหารและโครงสร้างองค์การ



KID'S GYM เริ่มดำเนินการโดยมีผู้ก่อตั้งคือ คุณ รัชตวรรณ ทองอยู่เลิศ ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริษัท มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการวางแผนและกำหนดนโยบายการบริหารงานในส่วนต่าง ๆ นอกจากนั้นยังรับผิดชอบในการวิเคราะห์สภาพตลาด และการแข่งขัน ตลอดจนการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ที่เหมาะสม และการควบคุมเรื่องการบริหารเงินทุน เนื่องจากขนาดของธุรกิจที่บริษัทจะเปิดการดำเนินการเป็นธุรกิจขนาดไม่ใหญ่มาก จึงมีการวางโครงสร้าง องค์การแบบแบนราบ ที่ไม่มีความซับซ้อนมีสายการบังคับบัญชาที่สั้น ซึ่งมีข้อดีคือสามารถตัดสินใจได้รวดเร็ว

ตารางที่ 2.1 : แสดงแผนการเงินในการดำเนินงาน

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวนคน	เงินเดือน	จำนวนเงินรวม
1	ผู้บริหาร	1	100,000	100,000
2	กรรมการผู้จัดการ	2	70,000	140,000
3	ผู้จัดการร้าน	1	30,000	30,000
4	เทรนเนอร์	10	20,000	200,000
5	พนักงานเก็บเงิน	2	15,000	30,000
7	พนักงานเซลล์	2	15,000	30,000
8	พนักงานต้อนรับ	2	12,000	24,000
9	แม่บ้าน	2	10,000	20,000
รวม	22			574,000

### การคัดเลือกพนักงาน

บริษัทเราจะยึดหลักความเหมาะสมของบุคคลกับลักษณะงาน หลังจากนั้น การคัดเลือกควรมีข้อมูลมากเพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกได้แก่ ข้อมูลตำแหน่งงานที่จะบรรจุ และข้อมูลส่วนบุคคล บุคลากร ที่จะเข้ามาต้องมีความเที่ยงตรง (Validity) ในสิ่งที่ต้องการจะวัด เช่น วัดในความรู้ ความสามารถ วัดทักษะการปฏิบัติงาน วัดทัศนคติของผู้เข้าสอบ ตรงตามโครงสร้าง ซึ่งถ้าหากวัดได้ไม่ตรงกับสิ่งจะวัดย่อมมีโอกาสบรรจุบุคคลที่มีความรู้ความสามารถไม่ตรงกับความต้องการ ทางร้านจะทำการคัดเลือกพนักงานโดยพิจารณาเปรียบเทียบกับคุณสมบัติตามรายละเอียดงาน (Job Description) ให้มีความสำคัญกับบุคลิกภาพและประสบการณ์ของผู้สมัครโดยการคัดเลือกจะกระทำทันทีที่ทราบว่าจะมีตำแหน่งว่างเพราะตามนโยบายของร้านพนักงานต้องแจ้งลาออกก่อนกำหนด ลาออกจริงเป็นเวลา 1 เดือนซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นระยะเวลาในการคัดเลือกพนักงานและสอนงาน

ส่วนการคัดเลือกพนักงานครั้งแรกก่อนเปิดให้บริการจะกระทำก่อนการเปิดบริการ (Grand Opening) ประมาณ 1 เดือนเพื่อให้มีเวลาเพียงพอในการฝึกอบรมและเตรียมระบบและขั้นตอนงานที่ดีที่สุด

## 2.9 แผนการผลิต/ปฏิบัติการ

### คุณภาพ

1. KID'S GYM หรืองานบริการ ทางเราจะมีวิธีคัดเลือกเครื่องออกกำลังกายและเทรนเนอร์ ที่มีคุณภาพอีกทั้งทางธุรกิจจะมีการอบรมพนักงานบริการ เพื่อให้ทำงานบริการได้อย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นที่ยอมรับของลูกค้านอกจากนี้เราจะมีใบรับรองในด้านของคุณภาพเครื่องออกกำลังกาย และงานบริการของเรา เพื่อเป็นตัวประกันตีในความน่าเชื่อถือที่เราคัดสรร อุปกรณ์ และผู้เชี่ยวชาญ ที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง

2. ทางธุรกิจจะมุ่งเน้นในเรื่องของการให้บริการหรือการเน้นสินค้าที่มีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ โดยเครื่องออกกำลังกายคัดสรรพคุณภาพมาอย่างดีก่อนนำมาวาง ภายในร้านและสินค้าต้องได้ รับรองความปลอดภัยและคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. จัดทำมาตรฐานขั้นตอนการทำงาน (Operation Standard) สำหรับตรวจสอบสำหรับทั้งกระบวนการซื้ออุปกรณ์เครื่องออกกำลังกาย

4. ตรวจสอบคุณภาพในการให้บริการโดยพนักงานผู้มีความเชี่ยวชาญเป็นระยะ

5. มีการฝึกอบรมการให้บริการพนักงานกับสถาบันที่ได้รับการยอมรับ

6. มีกฎระเบียบในการแต่งกายของพนักงาน และ พฤติกรรมที่ไม่สุภาพ พร้อมบทลงโทษ การออกแบบสินค้าและบริการ

1. สินค้าและบริการของทางร้านจะดึงเอาความแปลกใหม่ ของเครื่องออกกำลังกาย และ กิจกรรมใหม่ ๆ

2. อุปกรณ์เครื่องเล่นจะมีความปลอดภัย และ สมัยใหม่ ให้ดูทันสมัย หรรษา สะดุดตา และสามารถเล่นได้อย่างสนุกสนาน

3. เรื่องการบริการทางร้านจะมีการออกแบบให้งานบริการมีความน่าประทับใจ โดยจะเน้นการบริการดูเหมือนครอบครัว ต้องการสร้างภาพลักษณ์ของพนักงานเราให้ออกมาเป็นสไตล์นี้ เพื่อดึงดูดผู้บริโภค ให้รู้สึกประทับใจ



ภาพที่ 2.3 : แสดงท่าออกกำลังกาย



## 2.10 แผนการตลาด

### 2.10.1 แผนการตลาดและการวิจัย

#### แผนการตลาด

#### ภาพรวมของตลาด

ธุรกิจ GYM ที่ใช้เงินลงทุนไม่สูง แต่คืนทุนได้เร็ว ถ้าเข้าไปอยู่ในชุมชนหรือโลเคชั่นที่ดี ๆ ในซีกโลกตะวันตก แลอเมริกา ยุโรป ธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพในรูปแบบโรงยิมไซส์เล็กนั้น ได้รับความนิยมมาพักใหญ่แล้ว แต่สำหรับประเทศไทยยังไม่มี ส่วนใหญ่ที่มีอยู่เวลานี้จะเป็นธุรกิจฟิตเนสขนาดใหญ่ ขนาดหลายพัน ตารางเมตรที่มีรูปแบบการให้บริการที่ครบวงจร ซึ่งก็เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งที่รักและต้องการมีสุขภาพดี แต่เวลานี้บ้านเรากำลังมี GYM แนวใหม่ที่ต้องการตอบสนองนักธุรกิจที่ต้องการลงทุนแต่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก ส่วนการตอบสนองผู้บริโภคก็คือ เป็น GYM ใกล้บ้าน อยู่ในชุมชน มีคนมาใช้บริการ ใช้เวลาออกกำลังกาย นานทีก็เห็นผลเรียกเหงื่อและ 30 ช่วยเผาผลาญได้ถึง แคลอรี 500 ดิฉันจึงดำเนินการเปิดสาขาทันแบบสาขาแรกในประเทศไทยย่าน

สุขุมวิท การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการออกกำลังกายของผู้บริโภคนำมาสู่โอกาสขยายตัวของธุรกิจ GYM ซึ่งเป็นบทเรียนที่เน้นย้ำว่าโอกาสทางธุรกิจมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงไม่ควรมองข้ามที่จะมองหาโอกาสใหม่ ๆ ที่จะมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นจริงเราคงได้เห็นคนไทยทุกเพศทุกวัยมีสุขภาพแข็งแรงพร้อมก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ ภายใน GYM เรามีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มให้กับเด็กและผู้ปกครองที่มาใช้บริการฟรี
- ใช้เครื่องออกกำลังกายที่ได้รับมาตรฐาน และมีความปลอดภัยสูง
- การจัดสถานที่การแต่งกายของบุคลากรและกระบวนการออกกำลังกายให้ดูน่าเชื่อถือ และ

น่าสนใจ

- ให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าที่มาใช้บริการ

เนื่องจาก KID'S GYM เป็นธุรกิจใหม่ที่ประเทศไทยยังไม่มี เราจึงเล็งเห็นว่าเป็นโอกาสที่เราจะสร้างธุรกิจนี้ขึ้นมา เพราะกระแสมนิยมของการออกกำลังกายเริ่มได้รับความนิยมมาก โดยสามารถสรุปการนำเสนอบริการของ KID'S GYM ได้ ดังนี้

- เป็น GYM ขนาดประมาณ 300 ตารางเมตร ร้านตั้งอยู่ในเมือง ย่านสุขุมวิท ใกล้ terminal 21 และยังใกล้ BTS และ MRT ออกแบบตกแต่งให้มีรูปแบบการออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับเด็ก โดยสร้างเครื่องออกกำลังกายใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างจากร้านทั่ว ๆ ไป เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 15.00 – 22.00 น.

- ให้บริการอาหารว่างและเครื่องดื่มฟรี สำหรับเด็กและผู้ปกครองที่มาใช้บริการ
- ให้บริการที่เป็นเลิศเสมือนหนึ่งดูแลสมาชิกในครอบครัว

ภาพที่ 2.4 : แสดงรูปการวัดประชากร



### 2.10.2 ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย (TARGET GROUP)

เมื่อพิจารณาจากผลการสำรวจเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาถึงกลุ่มลูกค้ำเป้าหมาย ที่มาใช้บริการ KID'S GYM มีอายุตั้งแต่ 6-12 ปีขึ้นไป และเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายของเด็กเป็นส่วนใหญ่

เนื่องจากการบริการ มีราคาค่อนข้างสูงพอสมควรดังนั้น ผู้บริโภคที่มีกำลังที่สามารถจ่ายค่าครอสให้กับลูก และคนต่างชาติส่วนใหญ่มีกำลังจ่ายให้กับบริการ เพราะอยากให้เด็กมีกิจกรรมการออกกำลังกาย ได้เจอกับสังคมใหม่ๆ ถึงการบริการมีราคาสูงก็สามารถจ่ายได้

#### การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

เนื่องจากเครื่องออกกำลังกายของ KID'GYM เป็นเครื่องออกกำลังกายที่มีความแปลกใหม่ และแบบทันสมัยที่เหมาะสมสำหรับเด็ก ซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการความสวยงาม หูหราแบบไม่เหมือนใครมาก่อน และมีรูปลักษณ์ที่แตกต่างจากที่อื่นดังนั้นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ ชอบความสวยงามหูหรร่าทันสมัยที่ความแตกต่าง ในการออกกำลังกาย จึงมีการจัดสถานที่ในเมือง เน้นความหูหรร่า สะดวกสบายต่อการเดินทาง บริการที่ประทับใจ และความทันสมัยของเครื่องออกกำลังกาย

#### ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)

KID'S GYM มีจุดเด่น คือ เป็นธุรกิจการออกกำลังกายที่เปิดสำหรับเด็ก อายุ ตั้งแต่ 6-12 ปี เป็นที่แรก ซึ่งทำการจัดตั้ง ถนน สุขุมวิท ใกล้ห้างสรรพสินค้า Terminal 21 มีความแปลกใหม่เพราะในประเทศไทย แทยังไม่มี GYM สำหรับเด็กจึงทำให้เกิดผู้ที่สนใจเป็นอย่างมาก

โดย KID'S GYM จะเริ่ม จัดตั้ง ในปี 60-61 โดยแผนการในปีที่ 1-5 ของบริษัทเป็นดังนี้

1. ในปีที่ 2-1KID'D GYM เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศไทย และเริ่มมีผู้ใช้บริการมากขึ้น

#### วิธีการดำเนินงาน

1) เมื่อสร้าง KID'S GYM เสร็จเรียบร้อยแล้วจะมีการโปรโมททางการตลาด ทางสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ social network ig facebook เป็นต้น

2) มีการจัดทำโปรโมชันแรกในการเปิดร้าน โดยมีการนำเสนอ ราคา และ ครอสที่น่าสนใจให้กับลูกค้ำ

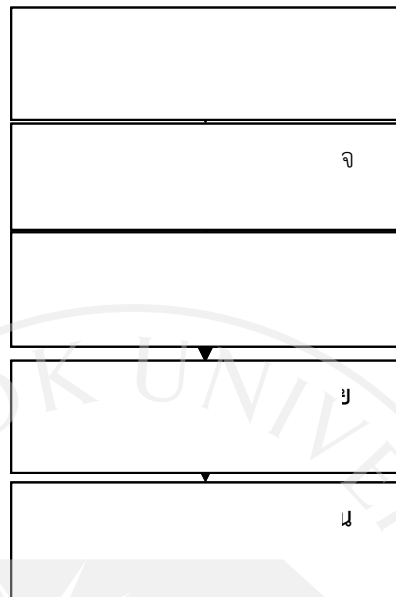
2. ในปีที่ 3-5 เมื่อ KID'S GYM เป็นที่รู้จักและตอบรับของผู้บริโภคแล้ว บริษัทจะทำการเพิ่มสาขาไปตามตัวเมืองต่าง ๆ เพิ่ม รวมถึงก้าวกระโดดเปิดที่ประเทศเพื่อนบ้าน หรือต่างประเทศอีกด้วย

ภาพที่ 2.5 : แสดงท่าออกกำลังกาย



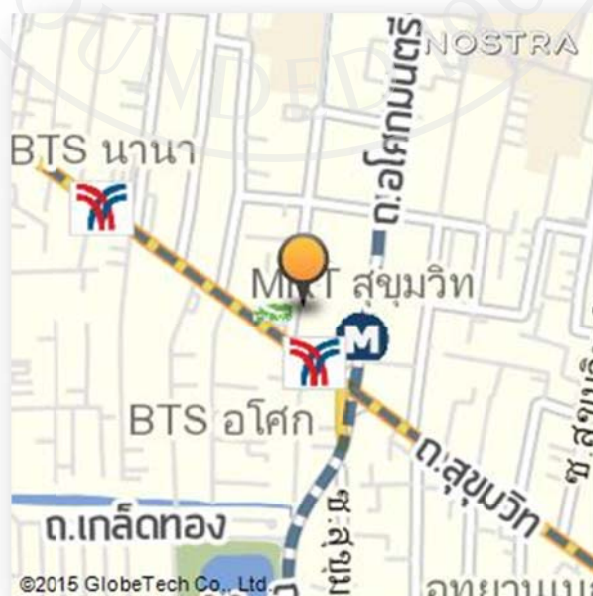
2.11 การวิเคราะห์ด้านเทคนิคหรือกระบวนการเข้ามา-ขายไป และการผลิตของกิจการ  
แผนการผลิต และทำเลที่ตั้ง

ภาพที่ 2.6 : แสดงแผนการผลิต และทำเลที่ตั้ง



ราคาเช่าตึก 80,000/เดือน (ทั้งนี้ราคาถูกเพราะเป็นคนรู้จัก)  
สถานที่ตั้ง

ภาพที่ 2.7 : แสดงทำเลที่ตั้ง



ตั้งใกล้ห้าง terminal 21 ห่างจาก BTS อโศก ประมาณ เมตร และ ห่างจาก 800MRT สุขุมวิท เมตร 500

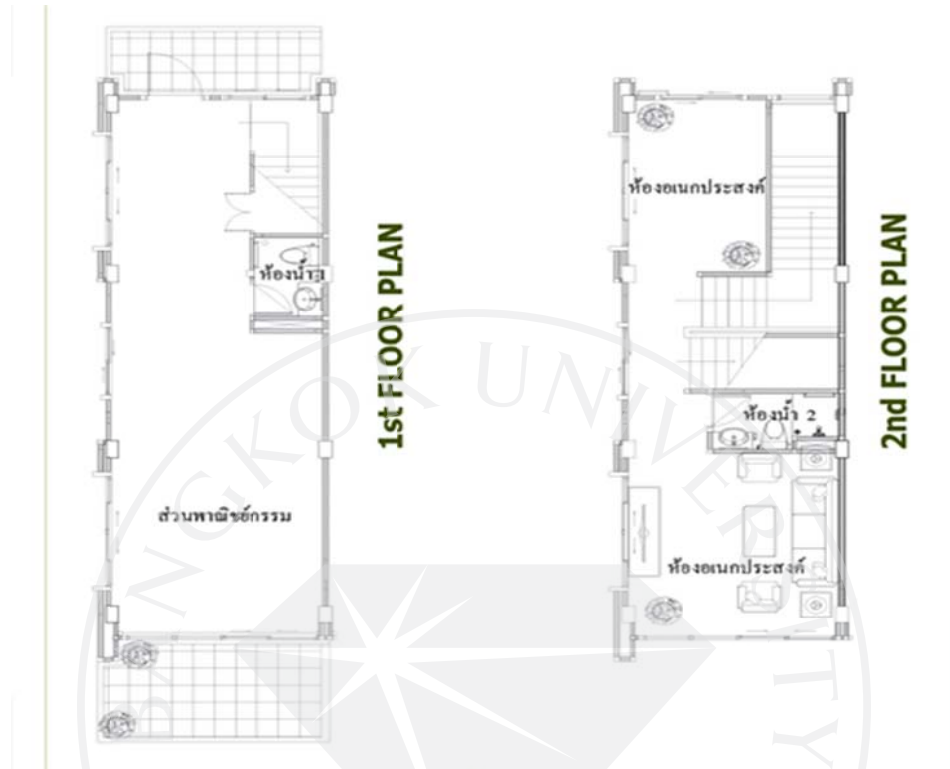
**สาเหตุที่เลือกการจัดตั้งโครงการตรงนี้**

- สะดวกสบายต่อการเดินทาง
- มีคนพบเห็นง่าย
- ชาวต่างชาติ และ คนที่มีกำลังซื้อสูง
- อยู่ในเมือง ติด BTS และ MRT

ภาพที่ 2.8 : หน้าโครงการ KID'S GYM



ภาพที่ 2.9 : แบบภายในอาคารตึก KID'S GYM



ภาพที่ 2.10 : ภายในและภายนอก GYM จะมีภาพประกอบ



ภาพที่ 2.11 : อยู่ใกล้ BTS และ MRT ใกล้ TERMINAL 21



ภาพที่ 2.12 : ภายใน KID'S GYM (1)





ภาพที่ 2.13 : ภายใน KID'S GYM (2)



ภาพที่ 2.14 : ภายใน KID'S GYM มีเทรนเนอร์ทั้งคนไทยและต่างประเทศ



ภาพที่ 2.15 : กิจกรรมใหม่ ๆ ภายใน KID'S GYM



ภาพที่ 2.16 : การทำกิจกรรมร่วมกันของผู้ปกครองและเด็กภายใน KID'S GYM



ภาพที่ 2.17 : ห้องน้ำที่จัดไว้สำหรับเด็กภายใน KID'S GYM



ภาพที่ 2.18 : ล็อกเกอร์สำหรับเก็บของภายใน KID'S GYM



ภาพที่ 2.19 : โซนนั่งพักสำหรับผู้ปกครองระหว่างรอเด็กทำกิจกรรมภายใน KID'S GYM



## บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

### 3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

ในปัจจุบันนี้พบว่าธุรกิจการออกกำลังกาย มีการกระจายตัวเป็นอย่างมาก แต่เป็น FITNESS ที่ใช้บริการได้สำหรับผู้ใหญ่เท่านั้น เด็กจึงไม่ค่อยมีสถานที่เฉพาะได้ออกกำลังกาย ดิฉันจึงสังเกตเห็นว่าการเปิดสถานที่ออกกำลังกายเฉพาะเด็กนั้น เป็นการตอบโจทย์ เพราะตอนนี้กระแสคนหันมารักสุขภาพและใส่ใจในการออกกำลังกายมากขึ้น ดิฉันจึงเปิดธุรกิจ KID'S GYM ขึ้น ใจกลางเมือง สุขุมวิท สามารถเดินทางได้ โดยรถส่วนตัวหรือ นั่ง BTS มาได้ ธุรกิจนี้จะประสบความสำเร็จแน่นอน มีมาตรฐานในการรองรับจาก ISO เพื่อให้ธุรกิจได้มาตรฐานอุตสาหกรรม อีกทั้งรัฐบาลให้การสนับสนุนการออกกำลังกายของเยาวชน เช่น กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น ด้วยเพื่อให้เด็กมีสุขภาพที่แข็งแรง ห่างจากโรคภัยและห่างจาก พกสือ IT ที่ไม่มีประโยชน์

### 3.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Five Force Analyses

#### 3.2.1 ความอยากง่ายในการเข้าสู่ธุรกิจ (Barriers to Entry)

ธุรกิจ KID'S GYM หรือ สถานที่ออกกำลังกายเฉพาะเด็ก จะเป็นตลาดแรก เพราะส่วนใหญ่การทำธุรกิจแบบนี้จะมีแต่ต่างประเทศ ซึ่งประเทศไทย ยังไม่ค่อยมี ถึงแม้ว่าจะเป็นคนละแบบ จึงไม่มีผลในการเปิดธุรกิจครั้งนี้ เพราะคู่แข่งน้อยมาก

#### 3.2.2 สินค้าทดแทน (Substitutive Product)

สำหรับผู้ในมุมมองที่เป็นเจ้าของธุรกิจ สถานที่นี้สำคัญรองที่มีความใส่ใจด้าน สุขภาพของเด็ก สินค้าทดแทนของธุรกิจ KID'S GYM ของเราจะช่วยเสริมสร้าง ดูแลสุขภาพ และยินดีบริการลูกหลานของท่าน ช่วยให้เกิดความสนุกสนาน ในการออกกำลังกาย มีสุขภาพจิตที่ดี สุขภาพกายก็แข็งแรงอีกด้วย

#### 3.2.3 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Be Gaining Power Supplier)

ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการนั้น ส่วนใหญ่จะมีอำนาจในการต่อรองน้อย เพราะเน้นชาวต่างชาติเป็นหลัก ส่วนคนไทย ที่เข้ามาใช้บริการ ก็จะมีความพร้อมในเรื่องของค่าใช้จ่ายอยู่แล้ว และเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงให้คว ธุรกิจ เรายังเปิดเป็นที่แรกมาสนใจ ยินดีจ่ายในการใช้บริการของเรา จึงไม่ค่อยมีผลกระทบมากนัก

#### 3.2.4 สภาพการแข่งขันของผู้ทำธุรกิจในปัจจุบัน (Business and Rivalry)

จำนวนคู่แข่งของธุรกิจเรานั้น แทบไม่มี เพราะส่วนใหญ่ธุรกิจ นี้จะนิยม เปิดที่ต่างประเทศ อาจจะมีแต่คู่แข่งน้อยมาก และไม่มีชื่อ ประเทศไทยเสียมากนัก อาจเป็นร้านเล็ก ๆ ดังนั้นเรื่องการ

แข่งขัน จึงไม่เป็นผลกระทบกับเรา อย่างไรก็ตาม เราจะมี การ เน้นการบริการ เป็นหลัก เพื่อให้ลูกค้า เกิดความประทับใจ และอาจนำกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะ ด้านราคา มาใช้ เช่น ลด แลก แจก แถม ให้ดึงดูดลูกค้า ละจะมีผลดีให้ GYM เป็นที่รู้จักได้เร็วขึ้นอีกด้วย

### **โอกาสทางธุรกิจ**

- ผู้ปกครองเริ่มส่งเสริมลูกหลานในการเรียนรู้เพิ่มเติมจากโรงเรียนและบ้าน โดยการให้ลูกมาออกกำลังกาย

- รัฐบาลส่งเสริมให้เยาวชนออกกำลังกายอีกด้วย
- มีโอกาสขยายธุรกิจเพิ่ม

### **อุปสรรคทางธุรกิจ**

- ลงทุนสูง
- เศรษฐกิจไม่ค่อยดี คนไม่ค่อยกล้าที่จะมาใช้บริการ
- เสียค่าบำรุงซ่อมแซมเครื่องกีฬาบ่อย



## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้าน KID’S GYM” ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

- 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ลักษณะพฤติกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย
- 4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

### 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือนของครอบครัว ลักษณะการพักอาศัย

ตารางที่ 4.1 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	129	64.5
หญิง	71	35.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 และเพศหญิง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5

ตารางที่ 4.2 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	14	7.0
21 – 30 ปี	33	16.5
31 – 40 ปี	56	28.0
41 – 50 ปี	54	27.0
51 ปีขึ้นไป	43	21.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า อันดับหนึ่งมีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.3 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	18	9.0
ปริญญาตรี	102	51.0
ปริญญาโท	75	37.5
ปริญญาเอก	5	2.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.4 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	50	25.0
รัฐวิสาหกิจ	59	29.5
บริษัทเอกชน	38	19.0
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	19	9.5
รับจ้างทั่วไป	24	12.0
เกษียณอายุ	10	5.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>



จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพรัฐวิสาหกิจ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมามีอาชีพข้าราชการ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 บริษัทเอกชน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รับจ้างทั่วไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และเกษียณอายุ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.5 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	13	6.5
สมรส	160	80.0
หม้าย / หย่าร้าง	27	13.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมามีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และโสด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 4.6 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

รายได้ต่อเดือนของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 40,000 บาท	35	17.5
40,001-60,000 บาท	102	51.0
60,001-80,000 บาท	45	22.5
80,001-100,000 บาท	13	6.5
มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป	5	2.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 40,001-60,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 60,001-80,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 มีรายได้ต่ำกว่า 40,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 มีรายได้ระหว่าง

80,001-100,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และมีรายได้มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.7 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามลักษณะการพักอาศัย

ลักษณะการพักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	41	20.5
ทาวเฮ้าส์/ทาวโฮม	27	13.5
แฟลตของการเคหะ	13	6.5
คอนโดมิเนียม	34	17.0
แมนชั่น/อาคารชุด	66	33.0
ห้องเช่า	19	9.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า อันดับหนึ่งพักอยู่แมนชั่น / อาคารชุด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 อยู่คอนโดมิเนียม จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 พักอยู่ทาวเฮ้าส์ / ทาวโฮม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 อยู่ห้องเช่า จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และพักอาศัยอยู่แฟลตของการเคหะ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

#### 4.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย

ตารางที่ 4.8 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามคำถาม “1. ท่านชอบออกกำลังกายมากน้อยเพียงใด”

ท่านชอบออกกำลังกายมากน้อยเพียงใด	จำนวน	ร้อยละ
เฉย ๆ	52	26.0
ชอบ	90	45.0
ชอบมากที่สุด	58	29.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า อันดับหนึ่งตอบว่าชอบออกกำลังกาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาตอบว่าชอบมากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และตอบว่าเฉย ๆ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0

ตารางที่ 4.9 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามคำถาม “2. ท่านชอบออกกำลังกายในสถานที่ใด”

ท่านชอบออกกำลังกายในสถานที่ใด	จำนวน	ร้อยละ
Gym (ยิม)	37	18.5
สวนสาธารณะ	69	34.5
ลานกีฬาของกรุงเทพฯ	48	24.0
สถานที่ทั่วไป	46	23.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า อันดับหนึ่งตอบว่าสวนสาธารณะ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาตอบว่าลานกีฬาของกรุงเทพฯ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ตอบว่าสถานที่ทั่วไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และตอบว่า Gym (ยิม) จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

ตารางที่ 4.10 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามคำถาม “3. ท่านเลือกวิธีการออกกำลังกายแบบใด”

ท่านเลือกวิธีการออกกำลังกายแบบใด	จำนวน	ร้อยละ
ขี่จักรยาน	21	10.5
เล่นกีฬา	28	14.0
เดิน/วิ่ง	97	48.5
Fitness	54	27.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า อันดับหนึ่งตอบว่าเดิน/วิ่ง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาตอบว่า Fitness จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ตอบว่าเล่นกีฬา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และตอบว่า ขี่จักรยาน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

ตารางที่ 4.11 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามคำถาม “4. ท่านออกกำลังกายกี่ครั้งต่อสัปดาห์”

ท่านออกกำลังกายกี่ครั้งต่อสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
1-2 วันต่อสัปดาห์	14	7.0
3-4 วันต่อสัปดาห์	56	28.0
5-6 วันต่อสัปดาห์	76	38.0
ทุกวัน	54	27.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า อันดับหนึ่งตอบว่า 5-6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาตอบว่า 3-4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ตอบว่าทุกวัน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และตอบว่า 1-2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.12 : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย

พฤติกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย	ระดับพฤติกรรม			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
5. การดำรงชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการออกกำลังกายของท่าน	88 (44.0)	107 (53.5)	5 (2.5)	-
6. ท่านมีการสำรวจตนเองสม่ำเสมอว่าร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นอุปสรรคต่อการออกกำลังกาย	65 (32.5)	130 (65.0)	5 (2.5)	-
7. ท่านมีการวางแผนหรือจัดสรรช่วงเวลาในการออกกำลังกาย	60 (30.0)	128 (64.0)	12 (6.0)	-
8. ท่านมีการวางแผนหรือจัดสรรช่วงเวลาในการออกกำลังกาย	61 (30.5)	108 (54.0)	26 (13.0)	5 (2.5)
9. ก่อนการออกกำลังกายท่านมีการปรับสภาพร่างกายด้วยการอบอุ่นร่างกายอย่างถูกต้อง	73 (36.5)	100 (50.0)	27 (13.5)	-
10. ท่านออกกำลังกายโดยใช้เวลาออกกำลังกายอย่างน้อย 30 นาทีต่อวัน และสัปดาห์ละ 3 วัน	54 (27.0)	121 (60.5)	25 (12.5)	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ) : จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย

พฤติกรรม การเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย	ระดับพฤติกรรม			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
11. ในแต่ละครั้งท่านออกกำลังกายจนรู้สึกเหนื่อยพอสมควร	78 (39.0)	103 (51.5)	19 (9.5)	-
12. ท่านเริ่มออกกำลังกายโดยเริ่มต้นที่เบา ๆ แล้วค่อยเพิ่มความหนักของการออกกำลังกาย	61 (30.5)	108 (54.0)	26 (13.0)	5 (2.5)
13. ท่านออกกำลังกายโดยปฏิบัติตามวิธีการปฏิบัติของอุปกรณ์นั้น	66 (33.0)	122 (61.0)	12 (6.0)	-
14. ท่านสามารถปรับเปลี่ยนประเภทของการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับสถานที่และเวลาว่างของท่าน	89 (44.5)	104 (52.0)	-	7 (3.5)
15. ท่านเลือกประเภทของการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับภาวะสุขภาพและวัยของท่าน	78 (39.0)	115 (57.5)	7 (3.5)	-

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย พบผลดังนี้

5. การดำรงชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการออกกำลังกายของท่าน ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 และตอบว่า น้อย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

6. ท่านมีการสำรวจตนเองสม่ำเสมอว่าร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นอุปสรรคต่อการออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และตอบว่า น้อย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

7. ท่านมีการวางแผนหรือจัดสรรช่วงเวลาในการออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และตอบว่า น้อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

8. ท่านเลือกกิจกรรมออกกำลังกายที่ง่าย ง่าย ชอบ เพื่อสร้างเสริมสุขภาพ ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ

30.5 ตอบว่าน้อย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และตอบว่า น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

9. ก่อนการออกกำลังกายท่านมีการปรับสภาพร่างกายด้วยการอบอุ่นร่างกายอย่างถูกต้อง ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และตอบว่า น้อย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

10. ท่านออกกำลังกายโดยใช้เวลาออกกำลังกายอย่างน้อย 30 นาทีต่อวัน และสัปดาห์ละ 3 วัน ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และตอบว่า น้อย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

11. ในแต่ละครั้งท่านออกกำลังกายจนรู้สึกเหนื่อยพอสมควร ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และตอบว่า น้อย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

12. ท่านเริ่มออกกำลังกายโดยเริ่มต้นที่เบา ๆ แล้วค่อยเพิ่มความหนักของการออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ตอบว่าน้อย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และตอบว่า น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

13. ท่านออกกำลังกายโดยปฏิบัติตามวิธีการปฏิบัติของอุปกรณ์นั้น ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และตอบว่า น้อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

14. ท่านสามารถปรับเปลี่ยนประเภทของการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับสถานที่และเวลาว่างของท่าน ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 และตอบว่า น้อย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

15. ท่านเลือกประเภทของการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับภาวะสุขภาพและวัยของท่าน ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และตอบว่า น้อย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

#### 4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ใช้เกณฑ์การแปลผล 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.13 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้าน  
ผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. การเปิดยิมสำหรับเด็กเป็นสิ่งที่ตรงตามความต้องการ ของผู้ปกครอง	4.24	0.665	มากที่สุด
2. ยิมสำหรับเด็กต้องมีคุณภาพ และความปลอดภัยสูง	4.35	0.762	มากที่สุด
3. ยิมสำหรับเด็กต้องสอดคล้องกับความต้องการของเด็ก และมีความทันสมัย	4.47	0.715	มากที่สุด
4. ยิมสำหรับเด็กต้องมีความแตกต่างจากสถานที่ออก กำลังกายทั่ว ๆ ไป	3.61	1.069	มาก
5. ยิมสำหรับเด็กต้องมีการรับประกันความปลอดภัยทั้งใน ชีวิตและทรัพย์สิน	4.50	0.897	มากที่สุด
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.23</b>	<b>0.578</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.23$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเกือบทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ข้อที่ 5. ยิมสำหรับเด็กต้องมีการรับประกันความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สิน ( $\bar{X}=4.50$ ) ข้อที่ 3. ยิมสำหรับเด็กต้องสอดคล้องกับความต้องการของเด็กและมีความทันสมัย ( $\bar{X}=4.47$ ) ข้อที่ 2. ยิมสำหรับเด็กต้องมีคุณภาพ และความปลอดภัยสูง ( $\bar{X}=4.35$ ) ข้อที่ 1. การเปิดยิมสำหรับเด็กเป็นสิ่งที่ตรงตามความต้องการของผู้ปกครอง ( $\bar{X}=4.24$ ) และอยู่ในระดับมากคือ ข้อที่ 4. ยิมสำหรับเด็กต้องมีความแตกต่างจากสถานที่ออกกำลังกายทั่ว ๆ ไป ( $\bar{X}=3.61$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ยิมสำหรับเด็กต้องมีราคาที่เหมาะสมไม่แพงเกินไป	3.91	0.824	มาก
2. มีส่วนลดราคาของการเลือกคอร์สต่าง ๆ	4.16	0.865	มาก
3. สามารถต่อรองราคาได้	3.61	1.069	มาก
4. มีราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา เช่น ช่วงปิดเทอม	3.44	1.097	มาก
5. มีการแสดงราคาอย่างชัดเจนทั้งภายในร้านและตามสื่อต่าง ๆ	4.65	0.547	มากที่สุด
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.96</b>	<b>0.567</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.96$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือข้อที่ 5. มีการแสดงราคาอย่างชัดเจนทั้งภายในร้านและตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X}=4.50$ ) ที่เหลืออยู่ในระดับมากดังนี้ ข้อที่ 2. มีส่วนลดราคาของการเลือกคอร์สต่าง ๆ ( $\bar{X}=4.16$ ) ข้อที่ 1. ยิมสำหรับเด็กต้องมีราคาที่เหมาะสมไม่แพงเกินไป ( $\bar{X}=3.91$ ) ข้อที่ 3. สามารถต่อรองราคาได้ ( $\bar{X}=3.61$ ) และข้อที่ 4. มีราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา เช่น ช่วงปิดเทอม ( $\bar{X}=3.44$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ทำเลที่ตั้งของร้านยิมสำหรับเด็กมีความสะดวกมองเห็นได้ง่าย	3.92	0.937	มาก
2. อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานเดินทางไปมาสะดวก	3.58	0.932	มาก
3. ลักษณะการจัดแต่งร้านเป็นสัดส่วน สวยงามน่าสนใจ	3.42	0.882	มาก
4. มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของร้านสังเกตเห็นได้ง่าย	3.57	0.847	มาก
5. สถานที่จอดรถกว้างขวางปลอดภัย และสามารถจอดได้ฟรี	3.61	1.060	มาก
6. กำหนดเวลาเปิด-ปิดร้านชัดเจน	3.83	0.908	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.66</b>	<b>0.761</b>	<b>มาก</b>



จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.66$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ข้อที่ 1. ท่าเลที่ตั้งของร้านยิ้มสำหรับเด็กมีความสะดวก มองเห็นได้ง่าย ( $\bar{X}=3.92$ ) ข้อที่ 6. กำหนดเวลาเปิด-ปิดร้านชัดเจน ( $\bar{X}=3.83$ ) ข้อที่ 5. สถานที่จอดรถกว้างขวางปลอดภัย และสามารถจอดได้ฟรี ( $\bar{X}=3.61$ ) ข้อที่ 2. อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานเดินทางไปมาสะดวก ( $\bar{X}=3.58$ ) ข้อที่ 4. มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของร้านสังเกตได้ง่าย ( $\bar{X}=3.57$ ) และข้อที่ 3. ลักษณะการจัดแต่งร้านเป็นสัดส่วน สวยงามน่าสนใจ ( $\bar{X}=3.42$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. KID'S GYM มีการโฆษณาผ่านทางหน้าร้าน	4.02	0.899	มาก
2. KID'S GYM มีการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ สื่ออินเทอร์เน็ต	4.05	0.755	มาก
3. พนักงานมีอัธยาศัยดี (สุภาพ, ยิ้มแย้ม)	3.82	0.976	มาก
4. มีการบริการอย่างรวดเร็ว	3.75	0.939	มาก
5. มีของแถมหรือของสะสม	4.15	0.809	มาก
6. สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	3.95	0.893	มาก
7. มีการสมัครสมาชิกเพื่อการได้รับสิทธิพิเศษ	4.01	0.811	มาก
8. ชื่อเสียงของร้านค่าน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ	3.93	0.729	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.15</b>	<b>0.809</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.15$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ข้อที่ 5. มีของแถมหรือของสะสม ( $\bar{X}=4.15$ ) ข้อที่ 2. KID'S GYM มีการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ สื่ออินเทอร์เน็ต ( $\bar{X}=4.05$ ) ข้อที่ 1. KID'S GYM มีการโฆษณาผ่านทางหน้าร้าน ( $\bar{X}=4.02$ ) ข้อที่ 7. มีการสมัครสมาชิกเพื่อการได้รับสิทธิพิเศษ ( $\bar{X}=4.01$ ) ข้อที่ 6. สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ ( $\bar{X}=3.95$ ) ข้อที่ 8. ชื่อเสียง

ของร้านค้าที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ ( $\bar{X}=3.93$ ) ข้อที่ 3. พนักงานมีอัธยาศัยดี (สุภาพ, ยิ้มแย้ม) ( $\bar{X}=3.82$ ) และข้อที่ 4. มีการบริการอย่างรวดเร็ว ( $\bar{X}=3.75$ ) ตามลำดับ



## บทที่ 5 แผนกลยุทธ์

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้าน KID’S GYM” ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งได้ทำการสรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.2 แผนกลยุทธ์

5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.5 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 35.5

อายุ พบว่า อันดับหนึ่งมีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมามีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.5 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.5 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.0

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาเป็นปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 37.5 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.0 และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 2.5

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมามีอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 25.0 บริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 12.0 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.5 และเกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 5.0

สถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมามีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 13.5 และโสด คิดเป็นร้อยละ 6.5

รายได้ต่อเดือนของครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 40,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 60,001-80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.5 มีรายได้ต่ำกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.5 มีรายได้ระหว่าง 80,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.5 และมีรายได้มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.5

ลักษณะการพักอาศัย พบว่า อันดับหนึ่งพักอยู่แมนชั่น / อาคารชุด คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.5 อยู่คอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 17.0 พักอยู่ทาวเฮ้าส์ / ทาวโฮม คิดเป็นร้อยละ 13.5 อยู่ห้องเช่า คิดเป็นร้อยละ 9.5 และพักอาศัยอยู่แฟลตของการเคหะ คิดเป็นร้อยละ 6.5

## 2. ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย

1. ท่านชอบออกกำลังกายมากน้อยเพียงใด อันดับหนึ่งตอบว่าชอบออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาตอบว่าชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.0 และตอบว่าเฉย ๆ คิดเป็นร้อยละ 26.0

2. ท่านชอบออกกำลังกายในสถานที่ใด อันดับหนึ่งตอบว่าสวนสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาตอบว่าลานกีฬาของกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 24.0 ตอบว่าสถานที่ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 23.0 และตอบว่า Gym (ยิม) คิดเป็นร้อยละ 18.5

3. ท่านเลือกวิธีการออกกำลังกายแบบใด อันดับหนึ่งตอบว่าเดิน/วิ่ง คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาตอบว่า Fitness คิดเป็นร้อยละ 27.0 ตอบว่าเล่นกีฬา คิดเป็นร้อยละ 14.0 และตอบว่า ขี่จักรยาน คิดเป็นร้อยละ 10.5

4. ท่านออกกำลังกายกี่ครั้งต่อสัปดาห์ อันดับหนึ่งตอบว่า 5-6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาตอบว่า 3-4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 28.0 ตอบว่าทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และตอบว่า 1-2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.0

5. การดำรงชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการออกกำลังกายของท่าน ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 และตอบว่า น้อย คิดเป็นร้อยละ 2.5

6. ท่านมีการสำรวจตนเองสม่ำเสมอว่าร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นอุปสรรคต่อการออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.5 และตอบว่า น้อย คิดเป็นร้อยละ 2.5

7. ท่านมีการวางแผนหรือจัดสรรช่วงเวลาในการออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.0 และตอบว่า น้อย คิดเป็นร้อยละ 6.0

8. ท่านเลือกกิจกรรมออกกำลังกายที่ง่าย ถนัด ชอบ เพื่อสร้างเสริมสุขภาพ ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.5 ตอบว่าน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.0 และตอบว่า น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5

9. ก่อนการออกกำลังกายท่านมีการปรับสภาพร่างกายด้วยการอบอุ่นร่างกายอย่างถูกต้อง ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.5 และตอบว่า น้อย คิดเป็นร้อยละ 13.5

10. ท่านออกกำลังกายโดยใช้เวลาออกกำลังกายอย่างน้อย 30 นาทีต่อวัน และสัปดาห์ละ 3 วัน ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.0 และตอบว่า น้อย คิดเป็นร้อยละ 12.5

11. ในแต่ละครั้งท่านออกกำลังกายจนรู้สึกเหนื่อยพอสมควร ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.0 และตอบว่า น้อย คิดเป็นร้อยละ 9.5

12. ท่านเริ่มออกกำลังกายโดยเริ่มต้นที่เบา ๆ แล้วค่อยเพิ่มความหนักของการออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.5 ตอบว่า น้อย คิดเป็นร้อยละ 13.0 และตอบว่า น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5

13. ท่านออกกำลังกายโดยปฏิบัติตามวิธีการปฏิบัติของอุปกรณ์นั้น ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.0 และตอบว่า น้อย คิดเป็นร้อยละ 6.0

14. ท่านสามารถปรับเปลี่ยนประเภทของการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับสถานที่และเวลาว่างของท่าน ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.5 และตอบว่า น้อย คิดเป็นร้อยละ 3.5

15. ท่านเลือกประเภทของการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับภาวะสุขภาพและวัยของท่าน ส่วนใหญ่ตอบว่ามาก คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาตอบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.0 และตอบว่า น้อย คิดเป็นร้อยละ 3.5

### 3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.23$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเกือบทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ข้อที่ 5. ยิมสำหรับเด็กต้องมีการรับประกันความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สิน ( $\bar{X}=4.50$ ) ข้อที่ 3. ยิมสำหรับเด็กต้องสอดคล้องกับความต้องการของเด็กและมีความทันสมัย ( $\bar{X}=4.47$ ) ข้อที่ 2. ยิมสำหรับเด็กต้องมีคุณภาพ และความปลอดภัยสูง ( $\bar{X}=4.35$ ) ข้อที่ 1. การเปิดยิมสำหรับเด็กเป็นสิ่งที่ตรงตามความต้องการของผู้ปกครอง ( $\bar{X}=4.24$ ) และอยู่ในระดับมากคือ ข้อที่ 4. ยิมสำหรับเด็กต้องมีความแตกต่างจากสถานที่ออกกำลังกายทั่ว ๆ ไป ( $\bar{X}=3.61$ ) ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.96$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือข้อที่ 5. มีการแสดงราคาอย่างชัดเจนทั้งภายในร้านและตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X}=4.50$ ) ที่เหลืออยู่ในระดับมากดังนี้ ข้อที่ 2. มีส่วนลดราคาของการเลือกคอร์สต่าง ๆ ( $\bar{X}=4.16$ ) ข้อที่ 1. ยิมสำหรับเด็กต้องมีราคาที่เหมาะสมไม่

แพงเกินไป ( $\bar{X}=3.91$ ) ข้อที่ 3. สามารถต่อรองราคาได้ ( $\bar{X}=3.61$ ) และข้อที่ 4. มีราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา เช่น ช่วงปิดเทอม ( $\bar{X}=3.44$ ) ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.66$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ข้อที่ 1. ท่าเลที่ตั้งของร้านยิมสำหรับเด็กมีความสะดวก มองเห็นได้ง่าย ( $\bar{X}=3.92$ ) ข้อที่ 6. กำหนดเวลาเปิด-ปิดร้านชัดเจน ( $\bar{X}=3.83$ ) ข้อที่ 5. สถานที่จอดรถกว้างขวางปลอดภัย และสามารถจอดได้ฟรี ( $\bar{X}=3.61$ ) ข้อที่ 2. อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานเดินทางไปมาสะดวก ( $\bar{X}=3.58$ ) ข้อที่ 4. มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของร้านสังเกตได้ง่าย ( $\bar{X}=3.57$ ) และข้อที่ 3. ลักษณะการจัดแต่งร้านเป็นสัดส่วน สวยงามน่าสนใจ ( $\bar{X}=3.42$ ) ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.15$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ข้อที่ 5. มีของแถมหรือของสะสม ( $\bar{X}=4.15$ ) ข้อที่ 2. KID'S GYM มีการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ สื่ออินเทอร์เน็ต ( $\bar{X}=4.05$ ) ข้อที่ 1. KID'S GYM มีการโฆษณาผ่านทางหน้าร้าน ( $\bar{X}=4.02$ ) ข้อที่ 7. มีการสมัครสมาชิกเพื่อการได้รับสิทธิพิเศษ ( $\bar{X}=4.01$ ) ข้อที่ 6. สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ ( $\bar{X}=3.95$ ) ข้อที่ 8. ชื่อเสียงของร้านค่าน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ ( $\bar{X}=3.93$ ) ข้อที่ 3. พนักงานมีอัธยาศัยดี (สุภาพ, ยิ้มแย้ม) ( $\bar{X}=3.82$ ) และข้อที่ 4. มีการบริการอย่างรวดเร็ว ( $\bar{X}=3.75$ ) ตามลำดับ

## 5.2 แผนกลยุทธ์

### 5.2.1 กลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติ

#### โอกาสทางธุรกิจ

เนื่องจากธรรมชาติของวัยเด็ก เป็นวัยที่ไม่ชอบอยู่นิ่งชอบเคลื่อนไหวร่างกายมีความอยากรู้อยากเห็นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ รอบตัวประกอบกับการมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ไม่หยุดนิ่งส่งผลให้เด็กมีพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่ถูกต้องมีความสนใจเทคโนโลยีในรูปแบบของโทรทัศน์ เกม คอมพิวเตอร์ อีกทั้งเด็กยังมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้องกล่าวคือชอบบริโภคขนมขบเคี้ยวไม่ค่อยเคลื่อนไหวร่างกายขาดการออกกำลังกายที่เหมาะสม ทำให้การเจริญเติบโตของเด็กผิดปกติและส่งผลให้เด็กมีสุขภาพทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจที่ไม่สมบูรณ์ ไม่แข็งแรง

ดังนั้นการส่งเสริมให้เด็กเจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพแข็งแรงในวันหน้า จะต้องคำนึงถึงการส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อให้เด็กเจริญเติบโตอย่างสมวัย มีพละนาถัยสมบูรณ์ แข็งแรง ซึ่งผู้ที่อยู่รอบตัวเด็กเองมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมการออกกำลังกายของเด็ก หมายถึง พ่อ แม่ ผู้ปกครอง จะต้องทำเป็นตัวอย่างให้เด็กเห็นและปฏิบัติตาม เพราะการทำให้เด็กรักการออกกำลังกาย

กาย และออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ จะเป็นการสร้างคุณลักษณะนิสัยที่ดีต่อการออกกำลังกายของเด็กไปตลอดชีวิต ดังนั้นการเปิด KID'S GYM จึงเป็นการตอบโจทย์เกี่ยวกับการใส่ใจในการออกกำลังกายสำหรับเด็กมากขึ้น จึงคาดว่าธุรกิจนี้จะได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งตอนนี้ในประเทศไทยก็ยังไม่ค่อยมีธุรกิจการออกกำลังกายสำหรับเด็กมากนัก

### ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ KID'S GYM

#### ภายในร้าน

- สะอาด กว้างขวาง หุรรุรา
- มีเครื่องออกกำลังกายที่ครบครัน และมีจำนวนมากพอ
- ที่นั่งรอสำหรับผู้ปกครองระหว่างรอเด็ก ทำกิจกรรม
- มีโซนน้ำดื่ม กาแฟ สำหรับผู้ปกครอง
- ล็อกเกอร์ และห้องอาบน้ำ รวมถึงห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าเมื่อเด็กทำกิจกรรมการออกกำลังกายเสร็จ

#### การบริการ

- มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับ และ คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของการออกกำลังกาย

กาย อย่างละเอียด

- เทรนเนอร์ต่างชาติ และ คนไทย ที่มีประสบการณ์ความชำนาญสูง ด้านการฝึกเด็ก

ออกกำลังกายโดยตรง

- บริการดุจเสมือนครอบครัว

#### โอกาสในการทำธุรกิจ (Business Opportunity)

1. ปัจจุบันมี GYM มากมายแต่เป็นสำหรับผู้ใหญ่ เท่านั้น จึงไม่ค่อยมีGYM สำหรับเด็กโดยเฉพาะ

2. ต่างประเทศ มี GYM สำหรับเด็ก แล้ว เช่น ประเทศ เกาหลี อินโดนีเซีย เป็นต้น

3. ผู้ปกครองเริ่มสนใจและส่งเสริมให้เด็กออกกำลังกาย

4. เปิดย่านใจกลางเมือง กลุ่มลูกค้า เน้น ชาวต่างชาติ เพราะมี ทุนในการใช้บริการ

ค่อนข้างพร้อม

#### แผนการในอนาคต

ธุรกิจ KID'S GYM หรือ ที่ออกกำลังกายสำหรับเด็ก จะเป็นที่นิยมอันดับหนึ่งในประเทศไทยและชาวต่างที่อยู่เมืองไทยยอมรับว่าธุรกิจนี้ เป็นกิจกรรมที่ดีสำหรับเด็ก เป็นชื่อเสียงให้กับประเทศไทยและ KID'S GYM อีกด้วย เมืองไทยเก่งไม่แพ้ชาติใดในโลก และจะขยายสาขาธุรกิจเพิ่ม อาจมีแผนในวันข้างหน้าเปิดที่ประเทศเพื่อนบ้าน หรืออาจก้าวกระโดด ไปเปิดในต่างประเทศ

เพิ่มอีก จึงเป็นการตอบโจทย์และตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ในการพาเด็กออกกำลังกายอย่างมีความสุขและมีสุขภาพที่ดี

#### จุดแข็งของธุรกิจ

- บุคลากรและผู้บริหาร มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ ในแต่ละด้าน
- ตั้งอยู่ทำเลใจกลางเมือง สุขุมวิท ใกล้ BTS
- มีอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายสำหรับเด็กอย่างดี
- คิดค้นกิจกรรมใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับการออกกำลังกาย
- สะอาด สะดวกสบาย ปลอดภัย
- เทรนเนอร์ประสบการณ์สูง เป็นมืออาชีพ
- มีการโปรโมทพิตเนสโดยใช้คนรู้จักในวงการบิน
- บริการประทับใจชีวิตประทับใจ
- ราคาม่าคบ

#### จุดอ่อนของธุรกิจ

- โครงการใหม่ ยังไม่มีคนรู้จักมากนัก
- ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ
- ใช้เงินลงทุนสูง

### 5.2.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของกิจการ (Vision, Mission & Goals)

#### วิสัยทัศน์ (Vision)

Kid's Gym เป็นที่หนึ่งในประเทศไทยที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงเกี่ยวกับที่ออกกำลังกายสำหรับเด็ก จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ในการบริการ เปรียบเสมือนครอบครัว

#### พันธกิจ (Mission)

- บรรยากาศภายใน Gym สะอาด สะดวกสบาย ตามมาตรฐาน ISO
- บริการดูแลอย่างดีเปรียบเสมือนครอบครัว
- เด็กที่มาใช้บริการ สุขภาพจิตและสุขภาพกายดี สนุกสนาน

#### เป้าหมายทางธุรกิจ (Goals)

##### 1. เป้าหมายหลักของกิจการ

- เป้าหมายระยะสั้น ปีแรก 1 เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศไทย และเริ่มมีผู้ใช้บริการมาก

ขึ้น



- เป้าหมายระยะปานกลาง 3-5 ปี ภายใน 3 ปีสามารถคืนทุนและนอกจากนี้จะมี การเพิ่มทุนในกิจการเพื่อขยายสาขาไปตามในเมืองเพิ่มอีก 1-2 สาขา เช่น นานา ทองหล่อ
- เป้าหมายระยะยาว ปี ขึ้นไป 5 พัฒนาระบบและคุณภาพของอุปกรณ์และสถานที่ เข้าสู่ระดับสากลมากขึ้นเพื่อจะขยายธุรกิจไปยังประเทศอื่นต่อ และอาจมีการส่งไปยังตลาดหลักทรัพย์

## 2. เป้าหมายตามแผนก

### 2.1 ร้านบริการการออกกำลังกาย

- เป้าหมายระยะสั้น 1-2 ปีแรก ยอดขายต่อปี 13,000,000 บาท ในปีแรก และปี ต่อไปเพิ่มขึ้น 20% จากยอดขายในแต่ละปี ปรับเปลี่ยนกิจกรรมในการใช้การออกกำลังกายเพิ่มขึ้น เพื่อให้เด็กเกิดความสุขสนาน และชื่นชอบ และส่งผลให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

- เป้าหมายระยะปานกลาง 3-5 ปี เพิ่มความหลากหลายในการใช้เครื่องเล่นออกกำลังกายใหม่ๆให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มากขึ้น

- เป้าหมายระยะยาว ปี ขึ้นไป 5 ขยายสาขาไปตามในตัวเมืองต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า

### 2.2 ธุรกิจ KID'S GYM

- เป้าหมายระยะสั้น 1 ปีแรก ยอดขายต่อปี 13,000,000 บาท ในปีแรก และปี ต่อไปเพิ่มขึ้น 20% จากยอดขายในแต่ละปี

- เป้าหมายระยะปานกลาง 3-5 ปี เพิ่มเครื่องเล่นออกกำลังกายใหม่ ๆ ให้คนได้รู้จัก KID'S GYM มากขึ้น

- เป้าหมายระยะยาว ปี 5 ขึ้นไป ขยายสาขาไปตามในตัวเมืองต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า

## 5.2.3 แผนเชิงกลยุทธ์

### กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

กลยุทธ์ที่ระดับองค์กรเลือกใช้ คือ กลยุทธ์ที่มุ่งการเติบโต โดยพัฒนา โครงสร้างต่าง ๆ ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ และให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของธุรกิจ โดยมีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าจะได้รับผลิตภัณฑ์ และการบริการที่มีคุณภาพ

### กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

KID'D GYM จะเน้นและใช้การสร้างความแตกต่างให้กับลูกค้า โดยอุปกรณ์เครื่อง ออกกำลังกายและบริการของเราได้รับการคัดสรรและเลือกแล้วว่าต้องดีที่สุด และเป็นสินค้าระดับ ที่ดีที่สุดและปลอดภัยที่สุด ซึ่งเน้นลูกค้าที่มีกำลังจ่าย เช่น ชาวต่างชาติ และการบริการที่ใส่ใจทุก รายละเอียดเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ควบคุมคู่กับบรรยากาศภายใน GYM เพื่อเป็นการ สร้างความแปลกใหม่ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้มาสัมผัสและเกิดความประทับใจได้มากที่สุด

## กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Level Strategies)

### 1. ด้านการบริหารจัดการ

- เน้นการดำเนินงานทางการบริหารที่ก่อให้เกิดคุณภาพสูงสุด
- เลือกบุคลากรที่มีความสามารถในด้านต่างๆ และมีความชำนาญในเฉพาะด้าน

เพื่อให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

- ดูแลสวัสดิการของพนักงานให้เกิดแรงบัลดาลใจ ในการทำงาน

### 2. ด้านการตลาด

- สร้างบรรยากาศภายในร้านให้หรูหรา สะดวกสบาย และสะอาด เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัส ส่งผลกระทบต่อลูกค้าได้อย่างมากมาใช้บริการของเรา
- สร้างความแตกต่างของธุรกิจให้มีความโดดเด่นกว่าผู้แข่งขันในตลาด โดยมีการนำเสนอความแปลกใหม่ในรูปแบบการออกกำลังกาย ให้ได้คุณภาพสูงสุด และมีการให้บริการที่เหนือระดับ

- ตอบสนองความต้องการที่ลูกค้าอยากได้ โดยการสำรวจกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ว่าชอบรูปแบบหรือ กิจกรรมการออกกำลังกายประเภทไหน ให้มีความแปลกใหม่ในตลาด

### 3. ด้านการผลิตการจัดซื้อสินค้า

- เน้นใช้อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายที่ได้รับการคัดสรรและคัดเลือกว่าดีที่สุด และผ่านมาตรฐานการควบคุมที่สากล ให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจที่ได้เข้ามาใช้บริการของเรา
- มีการแต่งตั้ง QC เพื่อการตรวจสอบคุณภาพให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ
- เทรนเนอร์ หรือ ผู้ดูแล การออกกำลังกายของเด็ก ต้องได้รับการคัดเลือก หรือมีใบเรียนด้านนี้โดยตรง และต้องผ่านการตรวจสอบถึงความสามารถ และความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือในลูกค้า

### 4. ด้านการเงิน

- เลือกบุคลากรที่จบมาตรงกับสาขา ในบริการทรัพยากร ทางด้านการเงิน เพื่อลดปัจจัยเสี่ยงทางด้านต่าง ๆ
- ใช้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านนี้โดยเฉพาะ เพื่อให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงสุด

- มีการวางแผนการจัดการทางการเงินอย่างเป็นระบบ

- เน้นการใช้ระบบบัญชีที่ทันสมัย และปลอดภัยมากที่สุดในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความแม่นยำในทุก ๆ ส่วน

## 5.2.4 แผนการบริหารจัดการ

แผนการบริหารจัดการและแผนการดำเนินงาน

สถานที่ตั้ง ตั้งใกล้ห้าง Terminal 21 ห่างจาก BTS อโศก ประมาณ 800 เมตร  
และ ห่างจาก MRT สุขุมวิท เมตร 500  
แผนด้านบุคลากร

ตารางที่ 5.1 : แผนด้านบุคลากรจำนวนเวลาทำงานค่าตอบแทนความรู้ความสามารถทักษะ

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวนคน	เงินเดือน	จำนวนเงินรวม
1	ผู้บริหาร	1	100,000	100,000
2	กรรมการผู้จัดการ	2	70,000	140,000
3	ผู้จัดการร้าน	1	30,000	30,000
4	เทรนเนอร์	10	20,000	200,000
5	พนักงานเก็บเงิน	2	15,000	30,000
7	พนักงานเซลล์	2	15,000	30,000
8	พนักงานต้อนรับ	2	12,000	24,000
9	แม่บ้าน	2	10,000	20,000
รวม	22			574,000

### 5.2.5 การคัดเลือกพนักงาน

บริษัทเราจะยึดหลักความเหมาะสมของบุคคลกับลักษณะงาน หลังจากนั้น การคัดเลือกควรจะมีข้อมูลมากเพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกได้แก่ ข้อมูลตำแหน่งงานที่จะบรรจุ และข้อมูลส่วนบุคคลบุคลากร ที่จะเข้ามาต้องมีความเที่ยงตรง (Validity) ในสิ่งที่ต้องการจะวัด เช่น วัดในความรู้ ความสามารถ วัดทักษะการปฏิบัติงาน วัดทัศนคติของผู้เข้าสอบ ตรงตามโครงสร้าง ซึ่งถ้าหากวัดได้ไม่ตรงกับสิ่งจะวัดย่อมมีโอกาสบรรจุบุคคลที่มีความรู้ความสามารถไม่ตรงกับความต้องการ ทางร้านจะทำการคัดเลือกพนักงานโดยพิจารณาเปรียบเทียบกับคุณสมบัติตามรายละเอียดงาน (Job Description) ให้มีความสำคัญกับบุคลิกภาพและประสบการณ์ของผู้สมัครโดยการคัดเลือกจะกระทำทันทีที่ทราบว่าจะมีตำแหน่งว่างเพราะตามนโยบายของร้านพนักงานต้องแจ้งลาออกก่อนกำหนด ลาออกจริงเป็นเวลา 1 เดือนซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นระยะเวลาในการคัดเลือกพนักงานและสอนงาน

ส่วนการคัดเลือกพนักงานครั้งแรกก่อนเปิดให้บริการจะกระทำก่อนการเปิดบริการ (Grand

Opening) ประมาณ 1 เดือนเพื่อให้มีเวลาเพียงพอในการฝึกอบรมและเตรียมระบบและขั้นตอนงานที่ดีที่สุด

### 5.2.6 แผนการผลิต/ปฏิบัติการ

#### คุณภาพ

1. KID'S GYM หรืองานบริการ ทางเราจะมิวิธีคัดเลือกเครื่องออกกำลังกายและเทรนเนอร์ ที่มีคุณภาพอีกทั้งทางธุรกิจจะมีการอบรมพนักงานบริการ เพื่อให้ทำงานบริการได้อย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นที่ยอมรับของลูกค้านอกจากนี้เราจะมีใบรับรองในด้านของคุณภาพเครื่องออกกำลังกาย และงานบริการของเรา เพื่อเป็นตัวประกันในความน่าเชื่อถือที่เราคัดสรร อุปกรณ์ และผู้เชี่ยวชาญ ที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง

2. ทางธุรกิจจะมุ่งเน้นในเรื่องของการให้บริการหรือการเน้นสินค้าที่มีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ โดยเครื่องออกกำลังกายคัดสรรคุณภาพมาอย่างดีก่อนนำมาวาง ภายในร้านและสินค้าต้องได้ รับรองความปลอดภัยและคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. จัดทำมาตรฐานขั้นตอนการทำงาน (Operation standard) สำหรับตรวจสอบสำหรับทั้งกระบวนการซื้ออุปกรณ์เครื่องออกกำลังกาย

4. ตรวจสอบคุณภาพในการให้บริการโดยพนักงานผู้มีความเชี่ยวชาญเป็นระยะ

5. มีการฝึกอบรมการให้บริการพนักงานกับสถาบันที่ได้รับการยอมรับ

6. มีกฎระเบียบในการแต่งกายของพนักงาน และ พฤติกรรมที่ไม่สุภาพ พร้อมบทลงโทษ การออกแบบสินค้าและบริการ

1. สินค้าและบริการของทางร้านจะดึงเอาความแปลกใหม่ ของเครื่องออกกำลังกาย และ กิจกรรมใหม่ ๆ

2. อุปกรณ์เครื่องเล่นจะมีความปลอดภัย และ สมัยใหม่ ให้ดูทันสมัย หรรษา สะดุดตา และสามารถเล่นได้อย่างสนุกสนาน

3. เรื่องการบริการทางร้านจะมีการออกแบบให้งานบริการมีความน่าประทับใจ โดยจะเน้นการบริการดูเหมือนครอบครัว ต้องการสร้างภาพลักษณ์ของพนักงานเราให้ออกมาเป็นสไตล์นี้ เพื่อดึงดูดผู้บริโภค ให้รู้สึกประทับใจ

### 5.2.7 แผนการตลาด

#### แผนการตลาดและการวิจัย

##### แผนการตลาด

ธุรกิจ GYM ที่ใช้เงินลงทุนไม่สูง แต่คืนทุนได้เร็ว ถ้าเข้าไปอยู่ในชุมชนหรือโลเคชั่นที่ดี ๆ ในซีกโลกตะวันตก แอพอเมริกา ยุโรป ธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพในรูปแบบโรงยิมไซซ์เล็กนั้น ได้รับความนิยมมาพักใหญ่แล้ว แต่สำหรับประเทศไทยยังไม่มี ส่วนใหญ่ที่มีอยู่เวลานี้จะเป็นธุรกิจพิเศษขนาด

ใหญ่ ขนาดหลายพัน ตารางเมตรที่มีรูปแบบการให้บริการที่ครบวงจร ซึ่งก็เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งที่รักและต้องการมีสุขภาพดี แต่เวลานี้บ้านเรากำลังมี GYM แนวใหม่ที่ต้องการตอบสนองนักธุรกิจที่ต้องการลงทุนแต่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก ส่วนการตอบสนองผู้บริโภคก็คือ เป็น GYM ใกล้บ้าน อยู่ในชุมชน มีคนมาใช้บริการ ใช้เวลาออกกำลังกาย เรียกเหงื่อและนาทีกี่เห็นผล 30 ช่วยเผาผลาญได้ถึง แคลอรี 500 ดิฉันจึงดำเนินการเปิดสาขาต้นแบบสาขาแรกในประเทศไทยย่าน สุขุมวิท การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การออกกำลังกายของผู้บริคนำมาสู่โอกาสขยายตัวของธุรกิจ GYM ซึ่งเป็นบทเรียนที่เน้นย้ำว่าโอกาสทางธุรกิจมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงไม่ควรมองข้ามที่จะมองหาโอกาสใหม่ ๆ ที่จะมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นจริงเราคงได้เห็นคนไทยทุกเพศทุกวัยมีสุขภาพแข็งแรงพร้อมก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ ภายใน GYM เรามีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มให้กับเด็กและผู้ปกครองที่มาใช้บริการฟรี
- ใช้เครื่องออกกำลังกายที่ได้รับมาตรฐาน และมีความปลอดภัยสูง
- การจัดสถานที่การแต่งกายของบุคลากรและกระบวนการออกกำลังกายให้ดูน่าเชื่อถือ และน่าสนใจ

- ให้มีความสำคัญกับการบริการลูกค้าที่มาใช้บริการ

เนื่องจาก KID'S GYM เป็นธุรกิจใหม่ที่ประเทศไทยยังไม่มี เราจึงเล็งเห็นว่าเป็นโอกาสที่เราจะสร้างธุรกิจนี้ขึ้นมา เพราะกระแสมนิยมของการออกกำลังกายเริ่มได้รับความนิยมมาก โดยสามารถสรุปการนำเสนอบริการของ KID'S GYM ได้ ดังนี้

- เป็น GYM ขนาดประมาณ 300 ตารางเมตร ร้านตั้งอยู่ในเมือง ย่านสุขุมวิท ใกล้ terminal 21 และยังใกล้ BTS และ MRT ออกแบบตกแต่งให้มีรูปแบบการออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับเด็ก โดยสร้างเครื่องออกกำลังกายใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างจากร้านทั่ว ๆ ไป เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 15.00 – 22.00 น.

- ให้บริการอาหารว่างและเครื่องดื่มฟรี สำหรับเด็กและผู้ปกครองที่มาใช้บริการ
- ให้บริการที่เป็นเลิศเสมือนหนึ่งดูแลสมาชิกในครอบครัว

#### **ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (TARGET GROUP)**

เมื่อพิจารณาจากผลการสำรวจเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่มาใช้บริการ KID'S GYM มีอายุตั้งแต่ 6-12 ปีขึ้นไป มีเชื้อชาติ ไทย ญี่ปุ่น อังกฤษ และเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายของเด็กเป็นส่วนใหญ่

เนื่องจากการบริการ มีราคาค่อนข้างสูงพอสมควรดังนั้น ผู้บริโภคที่มีกำลังที่สามารถจ่ายค่าคอร์สให้กับลูก และคนต่างชาติส่วนใหญ่มีกำลังจ่ายให้กับบริการ เพราะอยากให้เด็กมีกิจกรรมการออกกำลังกาย ได้เจอกับสังคมใหม่ๆ ถึงการบริการมีราคาสูงก็สามารถจ่ายได้

### การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

เนื่องจากเครื่องออกกำลังกายของ KID'GYM เป็นเครื่องออกกำลังกายที่มีความแปลกใหม่ และแบบทันสมัยที่เหมาะสมสำหรับเด็ก ซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการความสวยงาม หูหรรษาแบบไม่เหมือนใครมาก่อน และมีรูปลักษณ์ที่แตกต่างจากที่อื่นดังนั้นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ ชอบความสวยงามหูหรรษาทันสมัยที่ความแตกต่าง ในการออกกำลังกาย จึงมีการจัดสถานที่ในเมือง เน้นความหูหรรษา สะดวกสบายต่อการเดินทาง บริการที่ประทับใจ และความทันสมัยของเครื่องออกกำลังกาย

### ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)

KID'S GYM มีจุดเด่น คือ เป็นธุรกิจการออกกำลังกายที่เปิดสำหรับเด็ก อายุ ตั้งแต่ 6-12 ปี เป็นที่แรก ซึ่งทำการจัดตั้ง ถนน สุขุมวิท ใกล้ห้างสรรพสินค้า Terminal 21 มีความแปลกใหม่เพราะในประเทศไทย แทยังไม่มี GYM สำหรับเด็กจึงทำให้เกิดผู้ที่สนใจเป็นอย่างมาก

โดย KID'S GYM จะเริ่ม จัดตั้ง ในปี 60-61 โดยแผนการในปีที่ 1-5 ของบริษัทเป็นดังนี้

1. ในปีที่ 2-1KID'D GYM เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศไทย และเริ่มมีผู้ใช้บริการมากขึ้น

#### วิธีการดำเนินงาน

1) เมื่อสร้าง KID'S GYM เสร็จเรียบร้อยแล้วจะมีการโปรโมททางการตลาด ทางสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ Social Network ig Facebook เป็นต้น

2) มีการจัดทำโปรโมชันแรกในการเปิดร้าน โดยมีการนำเสนอ ราคา และ ครอสที่ น่าสนใจให้กับลูกค้า

2. ในปีที่ 3-5 เมื่อ KID'S GYM เป็นที่รู้จักและตอบรับของผู้บริโภคแล้ว บริษัทจะทำการเพิ่มสาขาไปตามตัวเมืองต่าง ๆ เพิ่ม รวมถึงก้าวกระโดดเปิดที่ประเทศเพื่อนบ้าน หรือต่างประเทศอีกด้วย

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ยิมสำหรับเด็กควรจะต้องมีการรับประกันความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สิน อุปกรณ์ตรงกับความต้องการของเด็กและมีความทันสมัย มีคุณภาพ และความปลอดภัยสูง และควรตรงตามความต้องการของผู้ปกครองด้วย

2. ด้านราคา ร้านยิมสำหรับเด็กต้องมีการแสดงราคาอย่างชัดเจนทั้งภายในร้านและตามสื่อต่าง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้เข้ารับบริการ รวมทั้งควรมีส่วนลดราคาของการเลือกคอร์ส ต่างๆ รวมทั้งมีราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา เช่น ช่วงปิดเทอมด้วย

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของร้านยิมสำหรับเด็กควรมีความสะดวก มองเห็นได้ง่าย มีการกำหนดเวลาเปิด-ปิดร้านที่ชัดเจน มีสถานที่จอดรถกว้างขวางปลอดภัยและสามารถจอดได้ฟรี และควรการจัดแต่งร้านเป็นสัดส่วน สวยงามน่าสนใจด้วย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางร้านควรมีของแถมหรือของสะสม มีการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ สื่ออินเทอร์เน็ต ควรมีการสมัครสมาชิกเพื่อการได้รับสิทธิพิเศษ และสามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้

5. ร้านยิมสำหรับเด็กเป็นร้านเกี่ยวกับธุรกิจบริการ ดังนั้นสิ่งสำคัญอีกอย่างคือต้องสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะเรื่องของพนักงานต้องมีอัธยาศัยดี สุภาพและมีการบริการอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ควบคู่กับการศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีรายละเอียดลึกซึ้ง เช่น ปัญหาในการประกอบการ แนวทางการแก้ไขและความช่วยเหลือที่ต้องการจากหน่วยงานต่าง ๆ ด้วย

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของสินค้าที่มีลักษณะเดียวกัน โดยนำแนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เข้ามาศึกษาร่วมด้วย

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจในสินค้าด้วยเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่ดีขึ้น

### บรรณานุกรม

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). *การสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของประชากร พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2557). สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/exercisemoph/sthankarn-kar-xxk-kalang-kay>.







## แบบสอบถาม

## เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้าน KID'S GYM

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามนี้เป็นข้อมูลในการทำรายงานวิจัย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2: ลักษณะพฤติกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย

ส่วนที่ 3: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 4: ข้อเสนอแนะ

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

**ส่วนที่ 1:** ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 21-30 ปี

( ) 31-40 ปี ( ) 41-50 ปี

( ) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี

( ) ปริญญาโท ( ) ปริญญาเอก

4. อาชีพ

( ) ข้าราชการ ( ) รัฐวิสาหกิจ

( ) พนักงานบริษัทเอกชน ( ) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

( ) รับจ้างทั่วไป ( ) เกษียณอายุ

5. สถานภาพสมรส

( ) สถานภาพโสด ( ) สถานภาพสมรส

( ) หม้าย/หย่าร้าง ( ) อื่น ๆ .....

6. รายได้ต่อเดือนของครอบครัว

( ) ต่ำกว่า 40,000 บาท ( ) 40,001-60,000 บาท

( ) 60,001-80,000 บาท ( ) 80,001-100,000 บาท

( ) มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป

## 7. ลักษณะการพักอาศัย

- ( ) บ้านเดี่ยว ( ) ทาวเฮ้าส์/ทาวโฮม  
 ( ) แพลตของการเคหะ ( ) คอนโดมิเนียม  
 ( ) แมนชั่น/อาคารชุด ( ) ห้องเช่า

## ส่วนที่ 2: ลักษณะพฤติกรรมกรรมการเลือกสถานที่และวิธีการออกกำลังกาย

## 1. ท่านชอบออกกำลังกายมากน้อยเพียงใด

- ( ) เฉย ๆ ( ) ชอบ ( ) ชอบมากที่สุด

## 2. ท่านชอบออกกำลังกายในสถานที่ใด

- ( ) Gym (ยิม) ( ) สวนสาธารณะ ( ) ลานกีฬาของกรุงเทพฯ ( ) สถานที่ทั่วไป

## 3. ท่านเลือกวิธีการออกกำลังกายแบบใด

- ( ) ขี่จักรยาน ( ) เล่นกีฬา ( ) เดิน/วิ่ง ( ) Fitness

## 4. ท่านออกกำลังกายกี่ครั้งต่อสัปดาห์

- ( ) 1-2 วันต่อสัปดาห์ ( ) 3-4 วันต่อสัปดาห์ ( ) 5-6 วันต่อสัปดาห์ ( ) ทุกวัน

## 5. การดำรงชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการออกกำลังกายของท่าน

- ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

## 6. ท่านมีการสำรวจตนเองสม่ำเสมอว่าร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นอุปสรรคต่อการออกกำลังกาย

- ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

## 7. ท่านมีการวางแผนหรือจัดสรรช่วงเวลาในการออกกำลังกาย

- ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

## 8. ท่านเลือกกิจกรรมออกกำลังกายที่ง่าย ถนัด ชอบ เพื่อสร้างเสริมสุขภาพ

- ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

## 9. ก่อนการออกกำลังกายท่านมีการปรับสภาพร่างกายด้วยการอบอุ่นร่างกายอย่างถูกต้อง

- ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

## 10. ท่านออกกำลังกายโดยใช้เวลาออกกำลังกายอย่างน้อย 30 นาทีต่อวัน และสัปดาห์ละ 3 วัน

- ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

## 11. ในแต่ละครั้งท่านออกกำลังกายจนรู้สึกเหนื่อยพอสมควร

- ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

12. ท่านเริ่มออกกำลังกายโดยเริ่มต้นที่เบา ๆ แล้วค่อยเพิ่มความหนักของการออกกำลังกาย  
 ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด
13. ท่านออกกำลังกายโดยปฏิบัติตามวิธีการปฏิบัติของอุปกรณ์นั้น  
 ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด
14. ท่านสามารถปรับเปลี่ยนประเภทของการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับสถานที่และเวลาว่างของท่าน  
 ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด
15. ท่านเลือกประเภทของการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับภาวะสุขภาพและวัยของท่าน  
 ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

### ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

**คำชี้แจง** โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้โดยละเอียด แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงความคิดเห็นหรือความรู้สึกของท่านซึ่งเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับคะแนน				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1	การเปิดยิมสำหรับเด็กเป็นสิ่งที่ตรงตามความต้องการของผู้ปกครอง					
2	ยิมสำหรับเด็กต้องมีคุณภาพ และความปลอดภัยสูง					
3	ยิมสำหรับเด็กต้องสอดคล้องกับความต้องการของเด็กและมีความทันสมัย					
4	ยิมสำหรับเด็กต้องมีความแตกต่างจากสถานที่ออกกำลังกายทั่วไป					
5	ยิมสำหรับเด็กต้องมีการรับประกันความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สิน					
<b>2. ด้านราคา</b>						
6	ยิมสำหรับเด็กต้องมีราคาที่เหมาะสมไม่แพงเกินไป					
7	มีส่วนลดราคาของการเลือกคอร์สต่าง ๆ					

ข้อ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับคะแนน				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
8	สามารถต่อรองราคาได้					
9	มีราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา เช่น ช่วงปิดเทอม					
10	มีการแสดงราคาอย่างชัดเจนทั้งภายในร้านและตามสื่อต่าง ๆ					
<b>3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย</b>						
11	ทำเลที่ตั้งของร้านยิมสำหรับเด็กมีความสะดวกมองเห็นได้ง่าย					
12	อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานเดินทางไปมาสะดวก					
13	ลักษณะการจัดแต่งร้านเป็นสัดส่วน สวยงาม น่าสนใจ					
14	มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของร้านสังเกตได้ง่าย					
15	สถานที่จอดรถกว้างขวางปลอดภัย และสามารถจอดได้ฟรี					
16	กำหนดเวลาเปิด-ปิดร้านชัดเจน					
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						
17	KID'S GYM มีการโฆษณาผ่านทางหน้าร้าน					
18	KID'S GYM มีการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ สื่ออินเตอร์เน็ต					
19	พนักงานมีอัธยาศัยดี (สุภาพ, ยิ้มแย้ม)					
20	มีการบริการอย่างรวดเร็ว					
21	มีของแถมหรือของสะสม					
22	สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้					
23	มีการสมัครสมาชิกเพื่อการได้รับสิทธิพิเศษ					
24	ชื่อเสียงของร้านค่าน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ					

**ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ**

ด้านผลิตภัณฑ์.....

.....

.....

.....

ด้านราคา.....

.....

.....

.....

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย.....

.....

.....

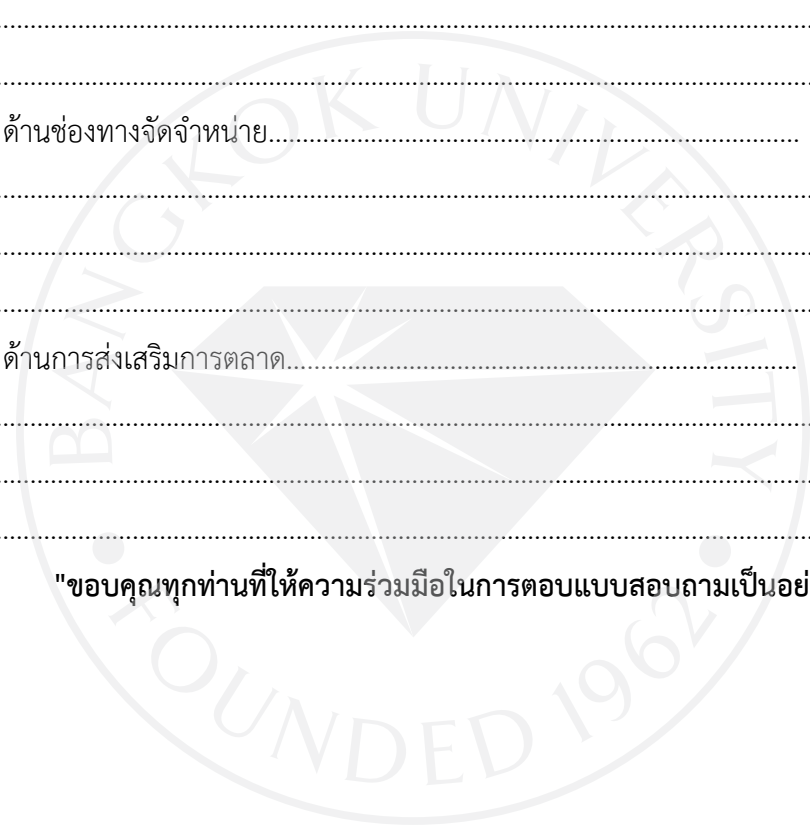
.....

ด้านการส่งเสริมการตลาด.....

.....

.....

.....

**"ขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี"**

## ประวัติผู้เขียน

ผู้จัดทำ	รัชตวรรณ ทองอยู่เลิศ
ภูมิลำเนา	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 2 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นิศารรณ ทงอชเณร อยู่บ้านเลขที่ 29/53  
ซอย - ถนน วิภาวดี ตำบล/แขวง บางนา  
อำเภอ/เขต บางนา จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 1130  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 758020369.8  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาทฤษฎีขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ  
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจ kid's sym สถานที่ 001 สคส วิศวะ วิทยา


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น




สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฉบับนี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..........ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( วัฒน หนองไผ่ )

ลงชื่อ..........ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ..........พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..........พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร