

แผนธุรกิจ เทรนเนอร์สำหรับการออกกำลังกายและโภชนาการ FIT MUSCLE

Business Plan for Fit Muscle Trainer for Exercise and Nutrition



แผนธุรกิจ เทรนเนอร์สำหรับการออกกำลังกายและโภชนาการ FIT MUSCLE

Business Plan for Fit Muscle Trainer for Exercise and Nutrition



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



©2561

ทศวรรณ ปานแก้ว

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจhrenเนอร์สำหรับการออกกำลังกายและโภชนาการ Fit Muscle

ผู้วิจัย ทศวรรณ ปานแก้ว

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภาพสกุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ลักษณวรรณ พิมพ์สวัสดิ์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 4 เดือน เมษายน พ.ศ. 2561

ทศวรรณ ปานแก้ว ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ,
พฤษภาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

แผนธุรกิจ เทรนเนอร์สำหรับการออกกำลังกายและโภชนาการ FIT MUSCLE (64หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล

บทคัดย่อ

ความเป็นมาของธุรกิจเนื่องจากปัจจุบันคนหันมาสนใจสุขภาพร่างกาย และการออกกำลังกาย มากขึ้นรวมถึงโภชนาการทางด้านอาหารด้วยเช่นกัน หนุ่มสาวกลุ่มคนสมัยใหม่รวมถึงประชากรวัยทำงาน หันมาสนใจรูปร่าง บุคลิกของตัวเอง โดยพื้นฐานแล้วคนทุกคนอยากมีหุ่นที่ดีควบคู่ไปกับสุขภาพที่ดี ตัวข้าพเจ้าเองด้วยก็เช่นกัน ดังนั้นข้าพเจ้าจึงสนใจ ที่จะทำธุรกิจนี้ขึ้นมาเพราะเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและ เป็นธุรกิจที่ตลาดผู้บริโภคต้องการ ที่สำคัญตัวข้าพเจ้าเองก็ชื่นชอบอีกด้วย

แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการออกกำลังกาย จึงเกิดขึ้นแต่เป็นการออกกำลังกาย ควบคู่ไปกับโภชนาการทางด้านอาหาร คนบางคนออกกำลังกายอย่างหนักแต่ไม่ได้รูปร่างตามแบบที่ต้องการ ส่วนหนึ่งนั้นเกิดจากอาหารที่ต้องรับประทานควบคู่ไปกับการออกกำลังกาย fitmuscle จึงคิดทำธุรกิจนี้ขึ้นมา สุขภาพดีเราต้องดูแลตนเอง นอกจากอาหาร อากาศบริสุทธิ์ และจิตใจสบายไม่เครียดแล้ว การออกกำลังกายให้สุขภาพดีนับเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง แต่มักจะมีข้อแก้ตัวบ่อยๆว่า ไม่มีเวลา ไม่มีสถานที่ ความจริงแล้วไม่ต้องใช้เวลามากมายเพียง แค่วันละ 30 นาที อย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง ก็พอ จะเกิดผลดีต่อหัวใจและปอด เราต้องออกกำลังกายให้สม่ำเสมอเป็นหนึ่งในกิจวัตรประจำวัน

การออกกำลังกายที่ดีการออกกำลังกายที่ไม่รุนแรงอย่างต่อเนื่อง นานพอคือประมาณ 30 นาที และ หนักพอ เช่น เดิน วิ่ง ว่ายน้ำ ถีบจักรยาน กระโดดเชือก เต้นแอโรบิค ฯลฯ ต้องใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่(เช่น ขา หรือแขน) ร่างกายต้องใช้ออกซิเจนและดึงเอาไขมันที่เก็บสะสมอยู่มาใช้เป็นพลังงาน การออกกำลังกายแบบแอโรบิคจะทำให้หัวใจ ปอด และระบบหมุนเวียนโลหิตแข็งแรง ซึ่งก็คือวิธีการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ในส่วนโภชนาการทางด้านอาหารนั้น พลังงานที่ได้รับจากอาหารพอเพียงกับพลังงานที่ต้องใช้ไปในการทำกิจกรรมต่างๆ ถ้าได้รับพลังงานมากกว่าพลังงานที่ต้องใช้อย่างต่อเนื่อง จะทำให้น้ำหนักเกิน ถ้าได้รับพลังงานน้อยกว่าที่ต้องใช้จะทำให้ น้ำหนักน้อย และในระยะยาวจะทำให้ขาดสารอาหารได้ สารอาหารต่างๆ เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย มีความสมดุล มีปริมาณของอาหารแต่ละกลุ่มหรือหมู่ในปริมาณที่เหมาะสม เมื่อบริโภคแล้วทำให้ได้รับสารอาหารในระดับที่สมดุลกัน

ผู้ศึกษาจึงเริ่มคิดจะเปิดธุรกิจ fitmuscle ขึ้นเพราะกระแสการออกกำลังกายและกา
รับประทานอาหารที่ถูกต้องและเพียงพอต่อปริมาณของร่างกายเพื่อรูปร่างและสุขภาพนั้นกำลังมา
แรงบวกกับความต้องการที่จะให้ประชากรมีสุขภาพที่ดีควบคู่ไปกับรูปร่างที่ดีพร้อมกับโภชนาการที่
ควรจะได้รับอย่างถูกต้อง รวมถึงกลุ่มคนที่รักสุขภาพและชื่นชอบการออกกำลังกายเหมือนกัน ได้มา
เจอสังคมใหม่ๆ หาเพื่อนใหม่ แลกเปลี่ยนความรู้ด้านสุขภาพซึ่งกันและกัน จึงคิดว่าเป็นการตอบโจทย์
ที่ดีในการทำธุรกิจครั้งนี้ขึ้น ลักษณะของลูกค้าเป้าหมาย ของธุรกิจที่กำหนดไว้คือ กลุ่มคนที่มีอายุ
17 - 60 ปีแต่การออกกำลังกาย และโภชนาการที่ ทาง fitmuscle นั้นจะให้บริการกับลูกค้าจะแตกต่าง
กันเนื่องจากวัยที่แตกต่าง ส่งผลต่อการทำงานของกล้ามเนื้อและระบบเผาผลาญในร่างกาย

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงต้องการเปิด fitmuscle ซึ่งเป็นการตอบโจทย์ กับการใส่ใจการออกกำลังกาย
และโภชนาการที่ถูกต้อง จึงหวังว่าธุรกิจนี้จะได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งตอนนี้ ใน
ประเทศไทยกำลังนิยมการออกกำลังกายและรับประทานอาหารที่ถูกต้องต่อความต้องการของร่างกาย
อีกด้วย

คำสำคัญ : การออกกำลังกาย, เทรนเนอร์, อาหารคลีน, การลดน้ำหนัก,อาหารสุขภาพ



Todsawan, P.M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), May 2018,
Graduate School, Bangkok University.
Business Plan for Fit Muscle Trainer for exercise and nutrition
(64 pp.)

Advisor: sst. Prof. Suchart Tripopsakul, Ph.D.

ABSTRACT

Background & current business situation

Our business background start from nowadays trend of lifestyle has been changed to be better in life quality and longer life. Many of people care about exercise and take care themselves to be younger. These groups of are young generation and working age. They change way to eat organic and calories count. Basically they would like to have both healthy and good shape.

From reason above, I can see opportunity that we can take this raising with low money investment and I do understand this business well because myself with many of people that I know love it and I do not find matching one for us.

Our business concept to be “Exercise & Nutrition”, without coaching many of them suffer for “Why I do exercise in fitness but my shape is not look good as I thought” The truth reasons is they lack of coach who understand for doing exercise & nutrition. FIITMUSCLE has been established, our vision to leverage our customers for better life. It is not only fresh-air, not stressed out. Exercise is very important but many people said they do not have time, not place to do. We designed program to do effective 30 golden minute for exercise!! and 3 day a weeks that sufficient for good heart and lung, that need to do regularly.

With suitable and not overdo exercise is 30 minutes examples walking, jogging, swimming, cycling, rope jumping that use big muscles (arm and leg) Body need oxygen to burn fat, change it to be power that can help heart, lung and blood circulation system healthy.

For nutrition, calories from food shall enough. If calories is over daily use, we will gain weight. For other side if calories is less daily. We will lose weight. In any cases nutrition deficiency can be happened that effect is our health in future. We will coach for suitable nutrition what to eat and what shall customer do exercise to gain as our concept “Good heath with nice shape” and make our customer look younger more than their own age.

Our aim to open FITMUSCLE business because of healthy and shape trend. It is positive that can leverage our business growth and success. We will setup community place in both online and offline to make targeted group meet others, to exchange their lifestyle, to join to discuss and to use our service for “Exercise & Nutrition”

Our aim we focus on group of people age from 17 – 60 year, who care on exercise and nutrition. We have standard set for different age and different purpose and we can do tailor-made for private group too.

This can guarantees FIT MUSCLES will answer for today trend “Exercise & Nutrition” we do believe our business will be interested from our targets group that is a high wave of Thailand “good fitness and good eating for our body.”

Keywords Exercise : Trainer Diet Clean Healthy Weight Loss Diet

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ (Independent Study) สำเร็จเสร็จลุล่วงเสร็จสมบูรณ์ได้ด้วย ความกรุณาจาก รศ.ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล อาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทาง การศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็น ประโยชน์ ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้ มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึง อาจารย์สารชัย เตโชตานนท์ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ และ นายยิ่งยศ ศรลาค์ดีที่ช่วยในการค้นคว้าข้อมูลต่างๆ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้ สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่คอยเป็นกำลังใจที่ดี ในการทำแผน ธุรกิจนี้ จนเสร็จสมบูรณ์ และขอขอบคุณเพื่อนๆทุกท่านที่ กำลังใจให้คำปรึกษาที่ดีมาโดยตลอด

ทศวรรณ ปานแก้ว



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 การแนะนำแผนธุรกิจการให้บริการ fit muscle	1
1.1 ความเป็นมาและสถานะของกิจการในปัจจุบัน	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	2
1.3 วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / เป้าหมายองค์กร / วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	2
1.4 สถานที่ตั้งประกอบการ	3
1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้	4
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	5
2.1 การศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย	5
2.2 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้	6
2.3 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	6
2.4 วิธีการจัดเก็บข้อมูล	7
2.5 ผู้ที่ให้ข้อมูล	7
2.6 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	8
2.7 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	10
2.8 บทสรุปผลวิจัย	24
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	28
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ	28
3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม	31
3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อโอกาสให้ธุรกิจ	32
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	33
4.1 โมเดลของธุรกิจ	33
4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทข้อมูลที่อยู่ในโมเดล	33

บทที่ 5 แผนกลยุทธ์	37
5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	37
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	45
5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ	50
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน	52
บรรณานุกรม	55
ภาคผนวก	56
ประวัติผู้เขียน	64
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าวิจัยอิสระ	



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยของการใช้บริการเทรนเนอร์	11
ตารางที่ 2.2: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรม การออกกำลังกายและพฤติกรรมการเลือกรับประทานโภชนาการที่ถูกควบคุม ไปกับการออกกำลังกายของผู้บริโภค	13
ตารางที่ 2.3: วิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงมาตรฐานของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด (4ps) โดยรวมในแต่ละด้าน	21
ตารางที่ 2.4: วิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงมาตรฐานของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านผลิตภัณฑ์	21
ตารางที่ 2.5: วิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงมาตรฐานของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านราคา	22
ตารางที่ 2.6: วิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	22
ตารางที่ 2.7: วิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงมาตรฐานของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านการส่งเสริมการขาย	23
ตารางที่ 5.1: หน้าที่และความรับผิดชอบคุณสมบัติของบุคลากร	38
ตารางที่ 5.2: ตารางแสดงรายละเอียดโครงสร้างและแหล่งที่มาของเงินทุน	51
ตารางที่ 5.3: แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน	52
ตารางที่ 5.4 ตารางแสดงเงินลงทุนเริ่มแรก	53
ตารางที่ 5.5: ตารางแสดงเงินลงทุนเริ่มแรก	53

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: สถานที่ตั้งบริษัท fit muscle Thailand	4
ภาพที่ 2.1: รูปสำหรับโฆษณาการรับประทานอาหารและการออกกำลังกาย	6
ภาพที่ 3.1: การวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจโดยใช้ SWOT Analysis	27
ภาพที่ 3.2: ภาพ Personal Trainer fit muscle	28
ภาพที่ 3.3: ภาพ คลิปวิดีโอการสอนออกกำลังกาย FREE ตาม channel Social Media	33
ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กร	37
ภาพที่ 5.2: นวัตกรรมที่นำมาใช้	45
ภาพที่ 5.3: สัญลักษณ์ตราบริษัท	48



บทที่ 1

การแนะนำแผนธุรกิจการให้บริการ fit muscle

เนื้อหาของบทที่ 1 เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเด็น ดังนี้

1.1 ความเป็นมาและสถานะของกิจการในปัจจุบัน

ความเป็นมาของธุรกิจเนื่องจากปัจจุบันคนหันมาสนใจสุขภาพร่างกาย และการออกกำลังกายมากขึ้นรวมถึงโภชนาการทางด้านอาหารด้วยเช่นกัน หนุ่มสาวกลุ่มคนสมัยใหม่รวมถึงประชากรวัยทำงาน หันมาสนใจรูปร่าง บุคลิกของตัวเอง โดยพื้นฐานแล้วคนทุกคนอยากมีหุ่นที่ดีควบคู่ไปกับสุขภาพที่ดี ตัวข้าพเจ้าเองด้วยก็เช่นกัน ดังนั้นข้าพเจ้าจึงสนใจ ที่จะทำธุรกิจนี้ขึ้นมาเพราะเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและ เป็นธุรกิจที่ตลาดผู้บริโภคต้องการ ที่สำคัญตัวข้าพเจ้าเองก็ชื่นชอบอีกด้วย

แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการออกกำลังกาย จึงเกิดขึ้นแต่เป็นการออกกำลังกาย ควบคู่ไปกับโภชนาการทางด้านอาหาร คนบางคนออกกำลังกายอย่างหนักแต่ไม่ได้รูปร่างตามแบบที่ต้องการ ส่วนหนึ่งนั้นเกิดจากอาหารที่ต้องรับประทานควบคู่ไปกับการออกกำลังกาย fitmuscle จึงคิดทำธุรกิจนี้ขึ้นมา สุขภาพดีเราต้องดูแลตนเอง นอกจากอาหาร อากาศบริสุทธิ์ และจิตใจสบายไม่เครียดแล้ว การออกกำลังกายให้สุขภาพดีนับเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง แต่มักจะมีข้อแก้ตัวบ่อยๆว่า ไม่มีเวลา ไม่มีสถานที่ ความจริงแล้วไม่ต้องใช้เวลามากมายเพียง แค่วันละ 30 นาที อย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง ก็พอ จะเกิดผลดีต่อหัวใจและปอด เราต้องออกกำลังกายให้สม่ำเสมอเป็นหนึ่งในกิจวัตรประจำวัน

การออกกำลังกายที่ดีการออกกำลังกายที่ไม่รุนแรงอย่างต่อเนื่อง นานพอคือประมาณ 30 นาที และ หนักพอ เช่น เดิน วิ่ง ว่ายน้ำ ฝึกจักรยาน กระโดดเชือก เต้นแอโรบิค ฯลฯ ต้องใช้กล้ามเนื้อใหญ่(เช่น ขา หรือแขน) ร่างกายต้องใช้ออกซิเจนและดึงเอาไขมันที่เก็บสะสมอยู่มาใช้เป็นพลังงาน การออกกำลังกายแบบแอโรบิกจะทำให้หัวใจ ปอด และระบบหมุนเวียนโลหิตแข็งแรง ซึ่งก็คือวิธีการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ในส่วนโภชนาการทางด้านอาหารนั้น พลังงานที่ได้รับจากอาหารพอเพียงกับพลังงานที่ต้องใช้ไปในการทำกิจกรรมต่างๆ ถ้าได้รับพลังงานมากกว่าพลังงานที่ต้องใช้อย่างต่อเนื่อง จะทำให้น้ำหนักเกิน ถ้าได้รับพลังงานน้อยกว่าที่ต้องใช้จะทำให้น้ำหนักน้อย และในระยะยาวจะทำให้ขาดสารอาหารได้ สารอาหารต่างๆ เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย มีความสมดุล มีปริมาณของอาหารแต่ละกลุ่มหรือหมู่ในปริมาณที่เหมาะสม เมื่อบริโภคแล้วทำให้ได้รับสารอาหารในระดับที่สมดุลกัน

ผู้ศึกษาจึงเริ่มคิดจะเปิดธุรกิจ fitmuscle ขึ้นเพราะกระแสการออกกำลังกายและ การรับประทานอาหารที่ถูกต้องและเพียงพอต่อปริมาณของร่างกายเพื่อรูปร่างและสุขภาพนั้นกำลังมา แรงบวกกับความต้องการที่จะให้ประชากรมีสุขภาพที่ดีควบคู่ไปกับรูปร่างที่ดีพร้อมกับโภชนาการที่ ควรจะได้รับอย่างถูกต้อง รวมถึงกลุ่มคนที่รักสุขภาพและชื่นชอบการออกกำลังกายเหมือนกัน ได้มา เจอสังคมใหม่ๆ หาเพื่อนใหม่ แลกเปลี่ยนความรู้ด้านสุขภาพซึ่งกันและกัน จึงคิดว่าเป็นการตอบโจทย์ ที่ดีในการทำธุรกิจครั้งนี้ขึ้น ลักษณะของลูกค้าเป้าหมาย ของธุรกิจที่กำหนดไว้คือ กลุ่มคนที่มีอายุ 17 - 60 ปีแต่การออกกำลังกาย และโภชนาการที่ ทาง fitmuscle นั้นจะให้บริการกับลูกค้าจะแตกต่าง กันเนื่องจากวัยที่แตกต่าง ส่งผลต่อการทำงานของกล้ามเนื้อและระบบเผาผลาญในร่างกาย

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงต้องการเปิด fitmuscle ซึ่งเป็นการตอบโจทย์ กับการใส่ใจการออกกำลังกาย และโภชนาการที่ถูกต้อง จึงหวังว่าธุรกิจนี้จะได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งตอนนี้ ใน ประเทศไทยกำลังนิยมการออกกำลังกายและรับประทานอาหารที่ถูกต้องต่อความต้องการของร่างกาย อีกด้วย

1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

จากที่ได้กล่าวไว้แล้วว่าธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพ กำลังได้รับความนิยมนั้น รูปแบบธุรกิจ fit-muscle จึงถือเป็นโอกาสที่ดีที่จะเข้าสู่ตลาดสุขภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต้องการ ออกกำลังกายอย่างถูกวิธีและได้ผล ทั้งยังสร้างสุขภาพและร่างกายให้แข็งแรงได้อีกทางหนึ่ง ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจของร้าน fitmuscle สามารถดำเนินไปได้ตรงตามเป้าหมายนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการ สืบหาและเก็บข้อมูลการตลาด เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมความต้องการเทรนเนอร์ในการออกกำลังกาย และลักษณะความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนการตลาดที่ดีและสามารถ นำไปใช้ในธุรกิจได้จริง

1.3 วิสัยทัศน์ /พันธกิจ /เป้าหมายองค์กร /วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1.3.1 วิสัยทัศน์

ธุรกิจมุ่งหวังให้ผู้สนใจการออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนัก หรือต้องการมีรูปร่างที่ดีและรัก สุขภาพนั้น ใช้เทรนเนอร์ของ fit muscle

1.3.2 พันธกิจ

สร้างความมั่นใจให้กับผู้มาใช้บริการเทรนเนอร์ของfit muscle ว่าจะได้รับการสอนการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี เพราะเทรนเนอร์ของ fit muscle นั้น ได้รับใบประกาศจากสถาบัน Fit Thailand ใน หลักสูตร CERTIFIED PERSONAL TRAINERS.

1.3.3 เป้าหมายองค์กร

เป้าหมายระยะสั้น

เป้าหมายระยะสั้นในระยะเวลา 6 เดือน ทาง fit muscle จะเน้นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องการออกกำลังกายเพื่อต้องการมีรูปร่างที่ดี ได้รู้จัก และใน 3 เดือนแรกทางเราจะต้องตั้งเป้าให้มีลูกเทรนจำนวน 5-10 คน ต่อเทรนเนอร์ 1 คน

เป้าหมายระยะยาว

เป้าหมายระยะยาวในช่วง 2-5 ปี fit muscle จะเน้นสร้าง Brand Awareness ให้เป็นที่รู้จัก และให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้า ที่เป็น net idol หรือดารานักแสดง โดยธุรกิจมุ่งขยายตลาด สู่อะไร Social network ให้คนคนที่ต้องการเปลี่ยนแปลงรูปร่างได้รู้จักและยอมรับในเทรนเนอร์ ของ fit muscle

1.3.4 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

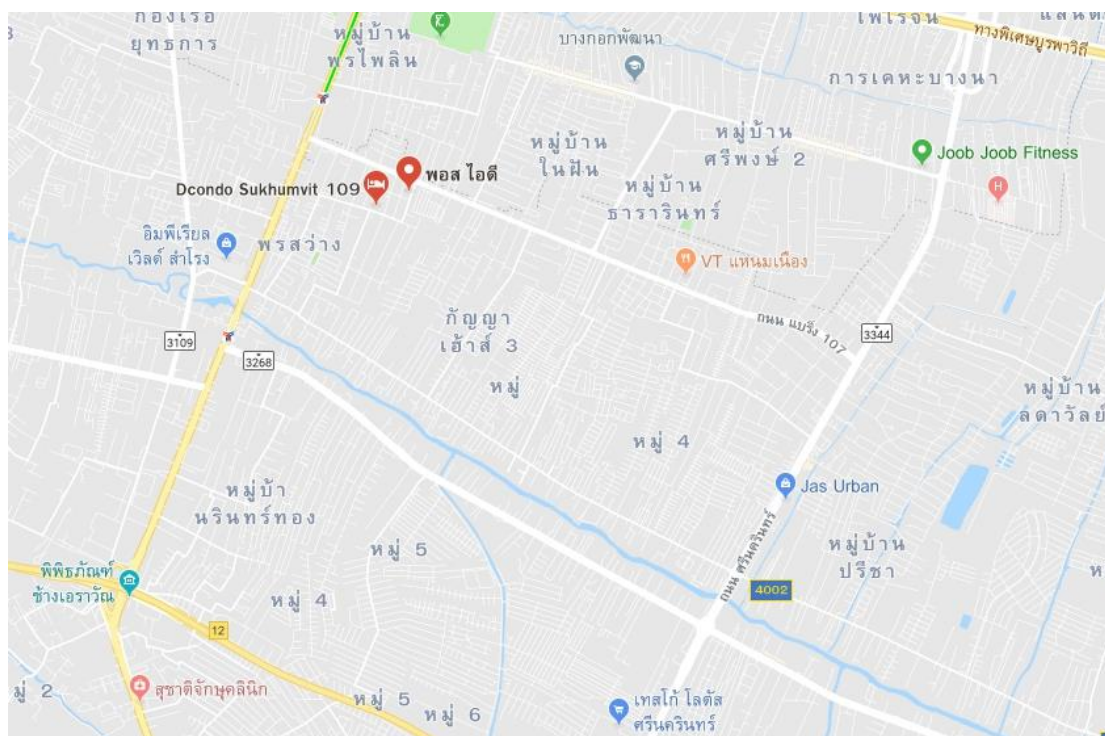
เพื่อสร้างยอดขายในปีแรกให้ได้ 1500000 บาท และเพิ่มส่วนครองตลาดให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันตลาดทางการออกกำลังกายนั้น เติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก แต่มีเทรนเนอร์ที่มีใบอนุญาตนั้นไม่มากในส่วนนี้ทาง fit muscle จึงต้องการเปิดธุรกิจการสอนการออกกำลังกายให้ถูกต้องเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปร่างให้ดูดี ทั้งในด้านโภชนาการและการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี โดย PERSONAL TRAINERS.

1.4 สถานที่ตั้งประกอบการ

บริษัท fit muscle Thailand

23/185 ซอยพหลโยธิน 57 อาคารรีเจนท์โฮม เฟส 3 อาคาร B ถนนพหลโยธิน แขวงอนุสาวรีย์ เขต บางเขน กทม. 10220

ภาพที่1.1: สถานที่ตั้งบริษัท fit muscle Thailand



ที่มา :

<https://www.google.co.th/maps/search/%E0%B8%94%E0%B8%B5%E0%B8%84%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%94+%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B8%A1%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%97+107/@13.6311704,100.5853189,14z>

1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้

1.5.1 เพื่อศึกษาทัศนคติและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการออกกำลังกาย เพื่อเป็นแนวทางในการเริ่มทำธุรกิจ

1.5.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจและสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้ เทรนเนอร์ ในการออกกำลังกายและดูแลรูปร่างรวมถึงโภชนาการทางด้านอาหาร

1.5.3 เพื่อใช้ในการทำธุรกิจ และเป็นแนวทางในการศึกษาถึงสภาพธุรกิจ สำหรับใช้เป็น ข้อมูลในการขอกู้เงินสินเชื่อจากทางธนาคารในอนาคต

บทที่ 2

วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

เนื้อหาของบทที่ 2 เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นดังนี้

2.1 การศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย

แนวโน้มธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและการออกกำลังกาย 2560

จากความแปรผันของปัจจัยทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะภายในหรือภายนอกประเทศก็ตาม ตลาดสุขภาพของไทยเติบโตต่อเนื่อง ปัจจุบันมีมูลค่ามากกว่า 40,000 ล้านบาทต่อปี พฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วหันมาใส่ใจสุขภาพ เลือktan เลือกบริโภคอย่างมีวินัย หันมาออกกำลังกาย ดูแลตัวเองมากขึ้น

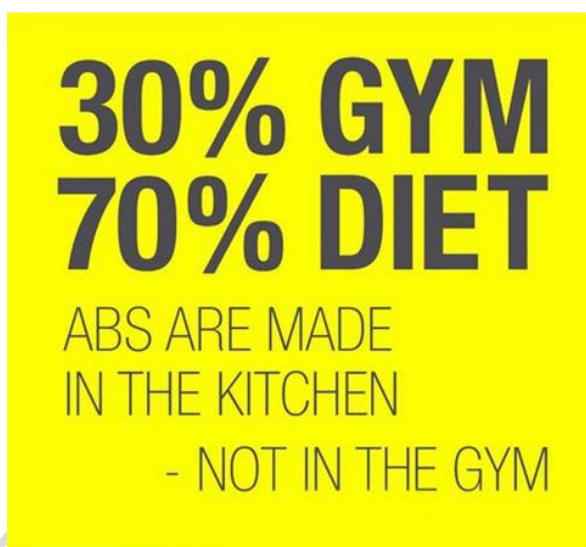
ปัจจัยเสี่ยง :วิเคราะห์ธุรกิจสุขภาพ เทรนเนอร์เริ่มออกมาสอนการออกกำลังกายฟรี ใน channel ต่างๆมากขึ้นเช่น YOUTUBE หรือ สร้างเพจตาม FACEBOOK เช่น BEBE Fit Routine เป็นเพจการสอนออกกำลังกายของ ดารานักแสดง คุณเบเบ ก็มาให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายฟรี จึงทำให้เกิดปัจจัยเสี่ยงต่อธุรกิจของ Fit muscle ได้

วิเคราะห์ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ธุรกิจสุขภาพนั้นไม่ว่าจะเป็นภายนอกประเทศหรือภายในประเทศนั้น เป็นที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ประชาชนหันมาสนใจสุขภาพและรูปร่างของตัวเองมากขึ้น ทั้งในวัยของวัยรุ่นที่กำลังจะเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย หรือ วัยทำงาน ไม่ว่าเศรษฐกิจจะเป็นเช่นไร แต่กลุ่มบุคคลที่ต้องการมีรูปร่างที่ดี เพื่อเพิ่มความมั่นใจ และเสริมบุคลิกภาพให้ตนเอง ก็จะใช้บริการเทรนเนอร์ เพราะต้องการการออกกำลังกายที่ถูกต้องและ รับประทานอย่างถูกวิธี ควบคู่ไปกับการออกกำลังกาย จึงทำให้ตลาดสุขภาพนั้นมีการเจริญเติบโตขึ้นในทุกๆปีและเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

การออกกำลังกายที่ดีนั้น จะต้องมิตเรนเนอร์ คอยควบคุมและดูแล ทั้งในด้านการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี เพื่อให้ได้รูปร่างตามที่ต้องการ ที่สำคัญการออกกำลังกายเพื่อที่จะให้มีรูปร่างที่นี้นั้นไม่ได้มาจากการออกกำลังกาย 100 % การที่จะมีรูปร่างที่ดีมาจากการรับประทานอาหาร 70 % และ 30 % คือการออกกำลังกาย ดังนั้นการมีเทรนเนอร์จึงเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเปลี่ยนรูปร่างของคนที่หันมาสนใจในการออกกำลังกาย

ภาพที่ 2.1: รูปสำหรับโฆษณาการรับประทานอาหารและการออกกำลังกาย



2.2 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้

ในการวิจัยตลาดนั้นจะเน้นที่การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของ FIT MUSCLE เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาด เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมความต้องการเทรนเนอร์ต่อการออกกำลังกาย และลักษณะความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนการตลาดที่ดี และสามารถนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจได้ด้วย จึงได้มีการเก็บข้อมูลแบบของแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

2.3 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์กลุ่มประชากรในการตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี และการรับประทานอย่างถูกต้องเพื่อผลลัพธ์ที่ดีต่อรูปร่างและสุขภาพจะมีการรวบรวมข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ในลักษณะต่างๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะพฤติกรรม การเลือกเทรนเนอร์ และวิธีการออกกำลังกาย และลักษณะความพึงพอใจต่อการใช้บริการ เทรนเนอร์ใน FIT MUSCLE เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในด้านการเทรนการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี รวมถึงการเลือกอาหารให้ลูกเทรนเพื่อผลลัพธ์ที่ดี มีความพึงพอใจต่อ FIT MUSCLE มากน้อยเพียงใด โดยจะมีการใช้สถิติเข้ามาเป็นตัวช่วยวัดในการหาค่าเฉลี่ย เพื่อให้เกิดความเหมาะสมใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุดและสามารถนำข้อมูลนี้มาใช้ในการวางแผนธุรกิจFITMUSCLEต่อไปในอนาคต

การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

กลุ่มตัวอย่างประชากรหรือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการเก็บแบบสอบถาม 200 ชุด จะเป็นกลุ่มประชากรที่มีอายุ 18ปี-50ปี ซึ่งถือว่าเป็นศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงต้องหาข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ส่วนสถานที่เก็บข้อมูล คือ สยาม และ สาทร ศาลาแดง ชองนนทรี ซึ่งมีประชากรของจำนวนพนักงานออฟฟิตเป็นจำนวนมาก

2.4 วิธีการจัดเก็บข้อมูล

ใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูล 2แบบ ดังนี้

2.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมที่ได้จากการสำรวจ โดยสัมภาษณ์ และ แจกแบบสอบถาม

2.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ใช้และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นข้อมูลทุติยภูมิที่ถูกรวบรวมมาแล้วจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เชื่อถือได้ ทั้งของภาครัฐและเอกชน ทั้งที่ถูกเผยแพร่และอาจถูกเก็บไว้เป็นข้อมูลภายในองค์กร โดยใช้วิธีสืบค้นและเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลของมหาวิทยาลัย

2.5 ผู้ที่ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้ จะทำจากกลุ่มประชากรที่มีอายุ 18ปี –45ปี กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ ถือเป็นกลุ่มที่มีการออกกำลังกาย แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545, หน้า26) มีสูตรดังนี้

$$n = 4e2$$

โดยที่ n แทน จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดได้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับ 0.5)

e แทน ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

$$n = (1.96)^2 / 4 (0.05)^2$$

$$= 384.16$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน และแจกแบบสอบถามเพิ่มเติมอีก 30 คน จึงรวมเป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 230 คน

2.6 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การสอบถามโดยใช้แบบสอบถาม จะจัดทำแบบสอบถามทั้งแบบเอกสารและแบบดิจิทัลโดยคำถามจะเป็นคำถามปลายปิดให้ลูกค้หรือผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกตัวเลือกที่เหมาะสมมากที่สุด และใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกใช้บริการ เทรนเนอร์ของผู้บริโภคเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำ แบบสอบถามเพื่อให้สอดคล้องกับงานวิจัยมากที่สุด

2) สร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรูปแบบคำถามจะเป็นการถามแบบกำหนดตัวเลือกให้ผู้ตอบเลือกตอบ ซึ่งมีจำนวนข้อทั้งหมด 7 ข้อ การนำเสนอในรูปแบบของจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามส่วนที่ 2 วิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรม การออกกำลังกาย และพฤติกรรม การรับประทานอาหารควบคู่กับการออกกำลังกาย รูปแบบคำถามจะเป็นการถามแบบกำหนดตัวเลือกให้ผู้ตอบเลือกตอบ ซึ่งจะมีทั้งหมด 15 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ของผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ข้อถามแบบกำหนดตัวเลือกให้ผู้ตอบ

โดยก่อนที่จะมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายนั้น ผู้ทำแผนธุรกิจได้ทำการทดสอบแบบสอบถามจากบุคคลทั่วไปประมาณ 20 คน เพื่อทดสอบความเข้าใจของคำถามในแบบทดสอบถามทำให้เราทราบถึงข้อบกพร่องของแบบสอบถาม และแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง

3) จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และแจกแบบสอบถามจริงจำนวน 230 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล (การใช้สถิติ / การวิเคราะห์เนื้อหา)

การวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาและสถิติมีรายละเอียดดังต่อไปนี้เมื่อได้ข้อมูลจากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คนในการตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการออกกำลังกายอย่างถูกวิธีและการรับประทานอาหารอย่างถูกต้องเพื่อผลลัพธ์ที่ดีต่อรูปร่างและสุขภาพ จะมีการรวบรวมข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ ในลักษณะต่างๆได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะพฤติกรรม การเลือก เทรนเนอร์ และวิธีการออกกำลังกาย และลักษณะความพึงพอใจต่อการใช้บริการ เทรนเนอร์ใน FIT Muscle เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จุดเด่นของเทรนเนอร์ ในด้านการเทรนการ

ออกกำลังกายอย่างถูกวิธี รวมถึงการเลือกอาหารให้ลูกเทรนเพื่อผลลัพธ์ที่ดี มีความพึงพอใจต่อ FIT Muscle มากน้อยเพียงใดโดยจะมีการใช้สถิติเข้ามาเป็นตัวช่วยวัดในการหาค่าเฉลี่ย เพื่อให้เกิดความเหมาะสมใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด และสามารถนำข้อมูลนี้มาใช้ในการวางแผนธุรกิจ fitmuscle ต่อไปในอนาคต

แบบสอบถามส่วนที่1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรูปแบบ การนำเสนอในรูปแบบของจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามส่วนที่2 วิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมการออกกำลังกายและพฤติกรรมมารับประทานอาหารควบคู่กับการออกกำลังกาย

แบบสอบถามส่วนที่ 3 วิเคราะห์เกี่ยวกับการวัดเจตคติที่เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ต่อการมีความต้องการที่ใช้บริการเทรนเนอร์

แบบสอบถามส่วนที่ 1และ 2ส่วนวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงโดยใช้ค่าความถี่ (Frequencies) และเสนอผลเป็นร้อยละ (Percentage) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การหาค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร

$$p = \frac{fx100}{n}$$

เมื่อ p แทน ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์

f แทน ความถี่ที่สำรวจได้

n แทน ขนาดของตัวอย่าง

แบบสอบถามที่ ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามแสดงระดับความคิดเห็น โดยใช้มาตรวัด แบบ Likert scale (ศักดิ์สิทธิ์ วัชรรัตน์ 2552) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลการประมาณค่าหรือระดับความคิดเห็นต้องหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) (บุญชม, 2545: 80)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

$$S.D. = \frac{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2}}{N(N-1)}$$

2. การแปลความหมายของข้อมูลการประมาณค่า 5 ระดับ ได้กำหนดเกณฑ์การ พิจารณา ขอบเขตของคะแนนเพื่อใช้ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนอันตรภาคชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เมื่อแทนค่าแล้วจะพบว่า ความกว้างอันตรภาคชั้นมีค่าเท่ากับ 0.8 หมายความว่า

ระดับคะแนนระหว่าง	1.00-1.80	หมายถึง	ระดับคะแนนน้อยสุด
	1.81-2.60	หมายถึง	ระดับคะแนนน้อย
	2.61-3.40	หมายถึง	ระดับคะแนนปานกลาง
	3.41-4.20	หมายถึง	ระดับคะแนนมาก
	4.21-5.00	หมายถึง	ระดับคะแนนมากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้มีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ สถิติพื้นฐาน ได้แก่

- 1) ค่าความถี่
- 2) ค่าร้อยละ
- 3) ค่าคะแนนเฉลี่ย
- 4) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
M	แทน	คะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.7 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรูปแบบ การนำเสนอในรูปแบบของจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามส่วนที่ 2 วิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมการออกกำลังกายและพฤติกรรมมารับประทานอาหารควบคู่กับการออกกำลังกาย

แบบสอบถามส่วนที่ 3 วิเคราะห์เกี่ยวกับการวัดเจตคติที่เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ต่อการมีความต้องการที่ใช้บริการเทรนเนอร์

1. ตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษา

1.1 เพศ

1.2 อายุ

1.3 อาชีพ

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.5 ความบ่อยของการใช้บริการเทรนเนอร์

2. ตัวแปรตาม

2.1 พฤติกรรมการเลือกซื้อการให้บริการคอร์สการออกกำลังกาย พร้อมเทรนเนอร์ ดูผลการออกกำลังกาย และ โภชนาการทางด้านอาหาร

2.2 ให้ความสำคัญด้านปัจจัยดังต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ การใช้บริการคอร์สการออกกำลังกาย พร้อมเทรนเนอร์ ดูผลการออกกำลังกาย และโภชนาการทางด้านอาหาร

แบบสอบถามส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 230 คน จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความบ่อยต่อการใช้บริการเทรนเนอร์ โดยนำเสนอในรูปแบบของจำนวนและ ค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 2.1: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศอายุอาชีพรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนของการใช้บริการเทรนเนอร์

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	125	54.35
หญิง	105	45.65
รวม	230	100.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1: (ต่อ): แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากแนกตามเพศอายุอาชีพรายได้
เฉลี่ยต่อเดือนของการใช้บริการเทรนเนอร์

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อายุ		
18-24 ปี	64	27.83
25 - 31ปี	53	23.04
32-38 ปี	49	21.30
39-45ปี	44	19.13
46-50 ปี	12	5.22
50 ปีขึ้นไป	8	3.48
รวม	230	100.00
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	73	31.74
ธุรกิจส่วนตัว	86	37.39
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	16	6.96
พนักงานบริษัทเอกชน	43	18.69
อื่นๆ เช่น ฟรีแลนซ์	12	5.22
รวม	230	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
10,001 – 20,000 บาท	30	13.04
20,001 – 30,000 บาท	47	20.44
30,001 – 50000 บาท	84	36.52
มากกว่า 50000 บาท	69	30.00
รวม	230	100.00
ความบ่อยของการใช้บริการ		
เทรนเนอร์		
5 ครั้ง / สัปดาห์	19	8.26
4 ครั้ง / สัปดาห์	36	15.65
3 ครั้ง / สัปดาห์	142	61.74
2 ครั้ง / สัปดาห์	28	12.17
1 ครั้ง / สัปดาห์	5	2.18

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1: (ต่อ): แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจาแนกตามเพศอายุอาชีพรายได้
เฉลี่ยต่อเดือนของการใช้บริการเทรนเนอร์

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รวม	230	100.00

จากตารางที่ 2.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 230 คน จาแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 54.35 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 45.65

อายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 27.83 ตามด้วย 25-31 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.04 อายุ 32-38 ปี 49 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 อายุ 39-45 ปี 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.13 อายุ 46-50 ปี 12 คนคิดเป็นร้อยละ 5.22 และอายุ 50 ปีขึ้นไปมี 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.48

อาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักธุรกิจส่วนตัว เป็นจำนวน 86 คนคิดเป็นร้อยละ 31.39 ตามด้วยนักเรียน / นักศึกษา 73 คน คิดเป็นร้อยละ 31.74 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 18.69 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ 16 คนคิดเป็นร้อยละ 6.96 และอาชีพอื่นๆ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ ระหว่าง 30,000-50,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 36.52 ตามด้วยมีระดับรายได้ต่อ เดือนมากกว่า 50,000 จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,000 ถึง 30,000 บาท จำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 20.44 และมีระดับรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาทเป็นจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 36.52

ความบ่อยของการใช้บริการเทรนเนอร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเทรนเนอร์ 3 ครั้ง/สัปดาห์ เป็นจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 61.74 ตามด้วยจำนวน 4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็น 36 คน คิดเป็นร้อยละ 15.65 2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็น 28 คนคิดเป็นร้อยละ 12.17 5 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็น 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26 และ 1 ครั้ง/สัปดาห์ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.18

แบบสอบถามส่วนที่ 2 วิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมการออกกำลังกายและพฤติกรรมมารับประทานอาหารควบคู่กับการออกกำลังกาย

ตารางที่ 2.2: แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรม การออกกำลังกาย และพฤติกรรมเลือกรับประทานโภชนาการที่ถูกควบคุมไปกับการออกกำลังกายของผู้บริโภค

พฤติกรรมการออกกำลังกายและการโภชนาการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ท่านชอบออกกำลังกายอย่างน้อยเพียงใด		
มากที่สุด	21	9.13
มาก	35	15.22
ปานกลาง	138	60
น้อย	30	13.04
น้อยที่สุด	6	2.61
รวม	230	
ท่านชอบออกกำลังกายในสถานที่ใดและสะดวกที่จะไปที่ใดมากที่สุด		
gym ที่มีเครื่องเล่นครบวงจร	103	44.78
gym ภายในคอนโด	58	25.22
ภายในที่อยู่อาศัย	33	14.35
สวนสาธารณะ	36	15.65
รวม	230	
ท่านออกกำลังกายกี่ครั้งต่อสัปดาห์		
1-2 วันต่อสัปดาห์	40	17.39
3 - 4 วันต่อสัปดาห์	136	59.13
5-6 วันต่อสัปดาห์	36	15.65
อื่น เช่นไม่ออกกำลังกายเลย	18	7.83
รวม	230	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ): แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรม การออกกำลังกาย และพฤติกรรมการเลือกรับประทานโภชนาการที่ถูกควบคุมไปกับการออกกำลังกายของผู้บริโภค

พฤติกรรมการออกกำลังกายและการโภชนาการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อออกกำลังกายของท่านหรือไม่		
มากที่สุด	23	10
มาก	38	16.52
ปานกลาง	89	38.70
น้อย	45	19.56
น้อยที่สุด	35	15.22
รวม	230	
ระยะทางมีผลต่อการออกกำลังกายของท่านหรือไม่		
มากที่สุด	18	7.83
มาก	37	16.09
ปานกลาง	67	29.13
น้อย	55	23.91
น้อยที่สุด	53	23.04
รวม	230	
ท่านมีการวางแผนหรือจัดสรรเวลาสำหรับการออกกำลังกาย		
มากที่สุด	34	14.78
มาก	58	25.22
ปานกลาง	75	32.61
น้อย	44	19.13
น้อยที่สุด	19	8.26
รวม	230	
ก่อนการออกกำลังกายท่านมีการอบอุ่นร่างกายอย่างถูกต้อง		
มากที่สุด	21	9.13

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ): แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรม การออกกำลังกาย และพฤติกรรมการเลือกรับประทานโภชนาการที่ถูกควบคุมไปกับการออกกำลังกายของผู้บริโภค

พฤติกรรมการออกกำลังกายและการโภชนาการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มาก	40	17.39
ปานกลาง	124	53.91
น้อย	32	13.91
น้อยที่สุด	13	5.65
รวม	230	
ทำนออกกำลังกายโดยปฏิบัติตามวิธีการปฏิบัติของอุปกรณ์ นั้นอย่างถูกต้องและท่านทราบว่าเครื่องออกกำลังกายนั้น ให้ประโยชน์ส่วนใดของกล้ามเนื้อ		
มากที่สุด	32	13.91
มาก	64	27.83
ปานกลาง	90	39.13
น้อย	28	12.17
น้อยที่สุด	16	6.96
รวม	230	
ท่านให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายให้ถูกวิธีและได้ผล ลัพธ์ที่ดี		
มากที่สุด	62	26.96
มาก	67	29.13
ปานกลาง	59	25.65
น้อย	27	11.74
น้อยที่สุด	15	6.52
รวม	230	
ท่านคาดหวังสิ่งใดจากการออกกำลังกาย		
รูปร่างที่ดี	90	39.13
สุขภาพที่ดี	107	46.52
ได้เจอสังคมใหม่	9	3.91

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ): แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรม การออกกำลังกาย และพฤติกรรมการเลือกรับประทานโภชนาการที่ถูกควบคุมไปกับการออกกำลังกายของผู้บริโภค

พฤติกรรมการออกกำลังกายและการโภชนาการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ได้รับความผ่อนคลาย	18	7.83
อื่นๆ	6	2.61
รวม	230	
ท่านชอบศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายเพื่อรูปร่างที่ดี		
มากที่สุด	110	47.83
มาก	92	40
ปานกลาง	23	10
น้อย	5	2.17
น้อยที่สุด	0	0
รวม	230	
ท่านมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการเกี่ยวกับการรับประทาน		
อาหารคลีน		
มากที่สุด	34	14.78
มาก	49	21.31
ปานกลาง	93	40.43
น้อย	38	16.52
น้อยที่สุด	16	6.96
รวม	230	
ท่านคิดว่าโภชนาการทางด้านอาหารมีผลต่อการสร้างกล้ามเนื้ออย่างน้อยเพียงใด		
มากที่สุด	140	60.87
มาก	73	31.74
ปานกลาง	13	5.65
น้อย	4	1.74
น้อยที่สุด	0	0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ): แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรม การออกกำลังกาย และพฤติกรรมการเลือกรับประทานโภชนาการที่ถูกควบคุมไปกับการออกกำลังกายของผูบริโภค

พฤติกรรมการออกกำลังกายและการโภชนาการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รวม	230	
ท่านให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเพื่อได้กล้ามเนื้อและรูปร่างที่ดี		
มากที่สุด	50	21.74
มาก	67	29.13
ปานกลาง	83	36.09
น้อย	21	9.13
น้อยที่สุด	9	3.91
รวม	230	
ท่านต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารการออกกำลังกายและการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีจากทาง FIT MUSCLE		
มากที่สุด	80	34.78
มาก	52	22.61
ปานกลาง	48	20.87
น้อย	38	16.52
น้อยที่สุด	12	5.22
รวม	230	

จากตารางที่ 2.2: พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 230คน คิดเป็นร้อยละ 100 โดยแบ่งข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นพฤติกรรม การออกกำลังกายและพฤติกรรมการเลือกรับประทานโภชนาการที่ถูกควบคุมไปกับการออกกำลังกายของผูบริโภค ดังนี้

1) ความชอบของการออกกำลังกาย

โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในการออกกำลังกาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือให้ความสำคัญระดับมาก จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.22ระดับน้อย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04ระดับมากที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.13 และให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด จำนวน 6 ค

2) ท่านชอบออกกำลังกายในสถานที่ใดและสะดวกที่จะไปทีไรมากที่สุด

โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในสถานที่ gym ที่มีเครื่องเล่นครบวงจรมากที่สุดจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 44.78 รองลงมาคือ gym ภายในคอนโดจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.22 ภายในที่อยู่อาศัยจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.35 และสวนสาธารณะจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 15.65

3) ท่านออกกำลังกายกี่ครั้งต่อสัปดาห์

โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบออกกำลังกาย 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 59.13 รองลงมา 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39 ส่วน 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 15.65 และอื่นๆเช่นไม่ออกกำลังกายเลยจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.83

4) ชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อการเล่นกีฬาของท่านหรือไม่

โดยส่วนใหญ่ชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อการเล่นกีฬาของผู้ตอบแบบสอบถามปานกลาง 89 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมาส่งผลกระทบน้อย 45 คน คิดเป็นร้อยละ 19.56 อันตบสามส่งผลกระทบมาก 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.52 ส่งผลกระทบน้อยที่สุด 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.22 และสุดท้ายส่งผลกระทบมากที่สุด 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10

5) ระยะเวลาที่มีผลต่อการออกกำลังกายของท่านหรือไม่

โดยส่วนใหญ่ระยะทางมีผลต่อการออกกำลังกายระดับปานกลางจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.13 รองลงมาระยะทางมีผลน้อยจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 23.91 อันตบสามน้อยที่สุดจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.04 ส่งผลกระทบมากจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.09 และสุดท้ายมีผลมากที่สุดจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.83

6) ท่านมีการวางแผนหรือจัดสรรเวลาสำหรับการออกกำลังกายหรือไม่

โดยส่วนใหญ่การวางแผนหรือจัดสรรเวลาสำหรับการออกกำลังกายระดับปานกลางจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 32.61 รองลงมาระดับมากจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.22 อันตบสามระดับน้อยจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.13 อันตบสี่มากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.78 และสุดท้ายน้อยที่สุดจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26

7) ชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อการเล่นกีฬาของท่านหรือไม่

โดยส่วนใหญ่ชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อการเล่นกีฬาของผู้ตอบแบบสอบถามปานกลาง 89 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมาส่งผลกระทบน้อย 45 คน คิดเป็นร้อยละ 19.56 อันตบสามส่งผลกระทบมาก 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.52 ส่งผลกระทบน้อยที่สุด 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.22 และสุดท้ายส่งผลกระทบมากที่สุด 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10

8) ระยะเวลาที่มีผลต่อการออกกำลังกายของท่านหรือไม่

โดยส่วนใหญ่ระยะทางมีผลต่อการออกกำลังกายระดับปานกลางจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.13 รองลงมาระยะทางมีผลน้อยจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 23.91 อันดับสามน้อยที่สุดจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.04 ส่งผลกระทบมากจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.09 และสุดท้ายมีผลมากที่สุดจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.83

9) ท่านมีการวางแผนหรือจัดสรรเวลาสำหรับการออกกำลังกายหรือไม่

โดยส่วนใหญ่การวางแผนหรือจัดสรรเวลาสำหรับการออกกำลังกายระดับปานกลางจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 32.61 รองลงมาระดับมากจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.22 อันดับสามระดับน้อยจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.13 อันดับสี่มากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.78 และสุดท้ายน้อยที่สุดจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26

10) ก่อนการออกกำลังกายท่านมีการอบอุ่นร่างกายอย่างถูกต้องหรือไม่

โดยส่วนใหญ่ก่อนการออกกำลังกายมีการอบอุ่นร่างกายอย่างถูกต้องระดับปานกลางจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 53.91 รองลงมาระดับมากจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39 อันดับสามระดับน้อยจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.91 อันดับสี่ระดับมากที่สุดจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.13 และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.65

11) ท่านออกกำลังกายโดยปฏิบัติตามวิธีการปฏิบัติของอุปกรณ์นั้นอย่างถูกต้องและทราบว่าเครื่องออกกำลังกายนั้นมีประโยชน์ส่วนใดของกล้ามเนื้อ

โดยส่วนใหญ่ระดับปานกลางจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 39.13 รองลงมาระดับมากจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 27.83 อันดับสามระดับมากที่สุดจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.91 อันดับสี่ระดับน้อยจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 12.17 และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.96

12) ท่านให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายให้ถูกวิธีและได้ผลลัพธ์ที่ดีหรือไม่

โดยส่วนใหญ่ระดับปานกลางจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.13 รองลงมาระดับมากที่สุดจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 26.96 อันดับสามระดับปานกลางจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 25.65 อันดับสี่ระดับน้อยจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 11.74 และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.52

13) ท่านคาดหวังสิ่งใดจากการออกกำลังกาย

โดยส่วนใหญ่คาดหวังเพื่อสุขภาพที่ดีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 46.52 รองลงมาเพื่อรูปร่างที่ดีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 39.13 อันดับสามเพื่อได้รับความผ่อนคลายจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.83 อันดับสี่เพื่อได้เจอสังคมใหม่จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.91 และอื่นๆจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.61

14) ท่านขอศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายเพื่อรูปร่างที่ดี

โดยส่วนใหญ่ระดับมากที่สุดจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมาระดับมากจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 40 อันดับสามระดับปานกลางจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับสี่ระดับน้อยจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

15) ท่านมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการเกี่ยวกับการรับประทานอาหารคลีนหรือไม่

โดยส่วนใหญ่ระดับปานกลางจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 40.43 รองลงมาระดับมากจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 21.31 อันดับสามระดับน้อยจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 16.52 อันดับสี่ระดับมากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.78 และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.96

16) ท่านคิดว่าโภชนาการทางด้านอาหารมีผลต่อการสร้างกล้ามเนื้ออย่างน้อยเพียงใด

โดยส่วนใหญ่ระดับมากที่สุดจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 60.87 รองลงมาระดับมากจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 31.74 อันดับสามระดับปานกลางจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.65 อันดับสี่ระดับน้อยจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.74 และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

แบบสอบถามส่วนที่ วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3(4ps) โดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย และ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3: วิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) โดยรวมในแต่ละด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps)	m	s.d.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.29	0.68	ระดับมาก
2. ด้านราคา	4.14	0.75	ระดับมาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.17	0.70	ระดับมาก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.21	0.71	ระดับมาก

จากตารางที่ 2.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมด

ตารางที่ 2.4: วิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	m	s.d.	ระดับความสำคัญ
1. ออกแบบหลักสูตรเหมาะสมแต่ละบุคคล	4.50	0.63	ระดับมาก
2. ระยะเวลาของแต่ละคอร์ส	4.18	0.67	ระดับมาก
3. รูปแบบของการสอนของเทรนเนอร์	4.36	0.71	ระดับมาก
4. เทรนเนอร์มีรูปร่างที่ดี	4.18	0.70	ระดับมาก
5. ตราสินค้าของ FIT MUSCLE	4.24	0.69	ระดับมาก
รวม	4.29	0.68	ระดับมาก

จากตารางที่ 2.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ผู้สอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด

ตารางที่ 2.5: วิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	m	s.d.	ระดับความสำคัญ
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.45	0.63	ระดับมาก
2. ราคาเหมาะสมกับเวลาในการเทรน	4.24	0.64	ระดับมาก
3. ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับราคาเทรนเนอร์	4.11	0.73	ระดับมาก
4. ราคาเวลาเทรนที่ต่ำกว่าสถาบันอื่น	3.9	0.78	ระดับมาก
5. ราคาของสินค้าคงที่	4.08	0.72	ระดับมาก
รวม	4.17	0.70	ระดับมาก

จากตารางที่ 2.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับ

มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ผู้สอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด

ตารางที่ 2.6: เเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	m	s.d.	ระดับความสำคัญ
1. ความสะดวกต่อการซื้อคอร์สเทรน	4.45	0.64	ระดับมาก
2. มีเว็บไซต์แนะนำข้อมูลการเทรนเนอร์อย่างเหมาะสม	4.12	0.83	ระดับมาก
3. สามารถติดต่อสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆได้ 24 ชม.	4.06	0.66	ระดับมาก
รวม	4.21	0.71	ระดับมาก

จากตารางที่ 2.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ผู้สอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด

ตารางที่ 2.7: วิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย	m	s.d.	ระดับความสำคัญ
1. มีการให้ทดลองชั่วโมงเทรนเนอร์ฟรี	4.38	0.74	ระดับมาก
2. มีส่วนลดโปรโมชั่น ในโอกาสต่างๆ	4.28	0.66	ระดับมาก
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	4.16	0.75	ระดับมาก
4. มีพนักงานขายคอยให้ข้อมูลแนะนำ	3.75	0.87	
5. มีการเพิ่มเนื้อหาในการสอน	4.14	0.72	
รวม	4.14	0.75	ระดับมาก

(ตารางมีต่อ)

จากตารางที่ 2.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความสำคัญในปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด (4ps) ด้านการส่งเสริมการขายที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ สอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด

2.8 บทสรุปผลวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเทรนเนอร์และคอร์สออกกำลังกาย” นั้นสามารถวิเคราะห์และสรุปผลได้ดังนี้ได้ดังนี้

1) ด้านปัจจัยพื้นฐานของข้อผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปผลได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 230 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้ เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 54.35 ในขณะที่ผู้ตอบ แบบสอบถามเพศหญิงจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 45.65 อายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 27.83 ตามด้วย 25-31 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.04 อายุ 32-38 ปี 49 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 อายุ 39-45 ปี 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.13 อายุ 46-50 ปี 12 คนคิดเป็นร้อยละ 5.22 และอายุ 50 ปีขึ้นไปมี 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.48

อาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักธุรกิจส่วนตัว เป็นจำนวน 86 คนคิด เป็นร้อยละ 31.39 ตามด้วยนักเรียน / นักศึกษา 73 คน คิดเป็นร้อยละ 31.74 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 18.69 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ 16 คนคิดเป็นร้อยละ 6.96 และอาชีพ อื่นๆ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ ระหว่าง 30,000-50,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 36.52 ตามด้วยมีระดับรายได้ต่อ เดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,000 ถึง 30,000 บาท จำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 20.44 และมีระดับรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาทเป็น จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 36.52

2) ด้านข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการออกกำลังกายและพฤติกรรมการเลือกรับประทาน โภชนาการที่ถูกควบคุมไปกับการออกกำลังกายของผู้บริโภค ดังนี้

โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในการออกกำลังกาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือให้ความสำคัญระดับมาก จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.22 ระดับน้อย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04 ระดับมากที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.13 และให้ความสำคัญ ระดับน้อยที่สุด จำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 2.61

โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในสถานที่ gym ที่มีเครื่องเล่นครบวงจรมากที่สุด จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 44.78 รองลงมาคือ gym ภายในคอนโดจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.22 ภายในที่อยู่อาศัยจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.35 และสวนสาธารณะจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 15.65

โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบออกกำลังกาย 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 59.13 รองลงมา 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39 ส่วน 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 15.65 และอื่นๆเช่นไม่ออกกำลังกายเลยจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.83 คิดเป็นร้อยละ 2.61

โดยส่วนใหญ่ชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่ออาการออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถามปานกลาง 89 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมาส่งผลกระทบต่อระดับน้อย 45 คน คิดเป็นร้อยละ 19.56 อันดับสามส่งผลกระทบมาก 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.52 ส่งผลกระทบต่อระดับน้อยที่สุด 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.22 และสุดท้ายส่งผลกระทบมากที่สุด 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10

โดยส่วนใหญ่ระยะทางมีผลต่อการออกกำลังกายระดับปานกลางจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.13 รองลงมาระยะทางมีผลน้อยจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 23.91 อันดับสามน้อยที่สุดจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.04 ส่งผลกระทบมากจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.09 และสุดท้ายมีผลมากที่สุดจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.83

โดยส่วนใหญ่การวางแผนหรือจัดสรรเวลาสำหรับการออกกำลังกายระดับปานกลางจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 32.61 รองลงมาระดับมากจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.22 อันดับสามระดับน้อยจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.13 อันดับสี่มากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.78 และสุดท้ายน้อยที่สุดจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26

โดยส่วนใหญ่ชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่ออาการออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถามปานกลาง 89 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมาส่งผลกระทบต่อระดับน้อย 45 คน คิดเป็นร้อยละ 19.56 อันดับสามส่งผลกระทบมาก 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.52 ส่งผลกระทบต่อระดับน้อยที่สุด 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.22 และสุดท้ายส่งผลกระทบมากที่สุด 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10

โดยส่วนใหญ่ระยะทางมีผลต่อการออกกำลังกายระดับปานกลางจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.13 รองลงมาระยะทางมีผลน้อยจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 23.91 อันดับสามน้อยที่สุดจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.04 ส่งผลกระทบมากจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.09 และสุดท้ายมีผลมากที่สุดจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.83

โดยส่วนใหญ่การวางแผนหรือจัดสรรเวลาสำหรับการออกกำลังกายระดับปานกลางจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 32.61 รองลงมาระดับมากจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.22 อันดับสาม

ระดับน้อยจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.13 อันดับี่มากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.78 และสุดท้ายน้อยที่สุดจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26

โดยส่วนใหญ่ก่อนการออกกำลังกายมีการอบอุ่นร่างกายอย่างถูกต้องระดับปานกลางจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 53.91 รองลงมาระดับมากจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39 อันดับสามระดับน้อยจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.91 อันดับี่ระดับมากที่สุดจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.13 และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.65

โดยส่วนใหญ่ระดับปานกลางจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 39.13 รองลงมาระดับมากจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 27.83 อันดับสามระดับมากที่สุดจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.91 อันดับี่ระดับน้อยจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 12.17 และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.96

โดยส่วนใหญ่ระดับมากกลางจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.13 รองลงมาระดับมากที่สุดจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 26.96 อันดับสามระดับปานกลางจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 25.65 อันดับี่ระดับน้อยจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 11.74 และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.52

โดยส่วนใหญ่คาดหวังเพื่อสุขภาพที่ดีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 46.52 รองลงมาเพื่อรูปร่างที่ดีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 39.13 อันดับสามเพื่อได้รับความผ่อนคลายจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.83 อันดับี่เพื่อได้เจอสังคมใหม่จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.91 และอื่นๆจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.61

โดยส่วนใหญ่ระดับมากที่สุดจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมาระดับมากจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 40 อันดับสามระดับปานกลางจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับี่ระดับน้อยจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

โดยส่วนใหญ่ระดับปานกลางจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 40.43 รองลงมาระดับมากจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 21.31 อันดับสามระดับน้อยจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 16.52 อันดับี่ระดับมากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.78 และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.96

โดยส่วนใหญ่ระดับมากที่สุดจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 60.87 รองลงมาระดับมากจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 31.74 อันดับสามระดับปานกลางจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.65 อันดับี่ระดับน้อยจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.74 และสุดท้ายระดับน้อยที่สุดจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) สามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4ps) ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด



บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

เนื้อหาของบทการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเด็นดังนี้

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ

SWOT Analysis

การวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจโดยใช้ SWOT Analysis จะทำให้เล็งเห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจซึ่งทำให้ผู้ประกอบการทราบว่าธุรกิจของตนเองนั้นมีข้อดีและข้อเสียในส่วนใดและข้อควรระวังในเรื่องของการวิเคราะห์ธุรกิจ

ภาพที่ 3.1: การวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจโดยใช้ SWOT Analysis



ที่มา: *SWOT Analysis for SEO*. (2012). Retrieved from <http://www.stateofdigital.com/swot-analysis-for-seo/>.

S (Strengths) หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจาก สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจซึ่งจะต้องใช้ทำให้ธุรกิจเกิดประโยชน์และผลกำไรจากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

W (Weaknesses) หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหา หรือ ข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่างๆ ซึ่งจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหาและ ข้อผิดพลาด เพิ่มนั้น

O (Opportunities) หมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากกาไรที่ สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ เอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาส แตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นการวิเคราะห์ผลจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้น เป็นการวิเคราะห์ผลจากสภาพแวดล้อมภายใน ผู้ประกอบการที่ดีจะต้องเจาะแสวงหาโอกาสอยู่ สม่ำ เสมอ และใช้มันให้เกิดประโยชน์จากโอกาสนั้น

T (Threats) หมายถึง อุปสรรค ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจาก สภาพแวดล้อม ภายนอก ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายามขจัด อุปสรรคต่างๆ ที่ เกิดขึ้น เศรษฐกิจ เป็นต้น

3.1.1 S (Strengths)

ภาพที่ 3.2: ภาพ Personal Trainer fit muscle



1. เทรนเนอร์ของ FIT MUSCLE นั้นได้รับใบ Certified Personal Trainer จากสถาบัน FIT Thailand ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเพราะสมัยนี้การออกกำลังกายไม่ถูกทำนั้นอาจทำให้ กล้ามเนื้อมีปัญหาและเกิดการอักเสบได้ดังนั้นเทรนเนอร์ของเราผู้ที่มาใช้บริการจึงสามารถได้รับ

ความปวยจากการออกกำลังเพราะในสมัยนี้ เทรนเนอร์ส่วนใหญ่มักไม่มีใบประกาศในการเป็น เทรนเนอร์

2. เทรนเนอร์ของFIT MUSCLEมีรูปร่างหน้าตาดี เพราะเทรนเนอร์ของเรา เป็นโมเดล เทรนเนอร์ ทำให้เป็นที่สนใจของคนที่น่าสนใจออกกำลังกายเพื่อต้องการมีรูปร่างที่ดีอยากจะมาเทรนกับ เรา

3. FIT MUSCLE ใส่ใจดูแลลูกค้าเทรนคอย PLUS ให้ลูกค้าเทรนประสบความสำเร็จใน Fit- ness goal ของลูกค้าที่ตัวเองได้

4. เจ้าของธุรกิจเป็น Personal Trainer มา 7ปี จึงทำให้มีความรู้ความสามารถและ เทคนิคพิเศษในการสอนลูกค้าเทรนให้ได้รูปร่างตามที่ตัวเองเป้าหมายไว้

5. FIT Muscle มีผู้เชี่ยวชาญในด้าน Nutrition Specialist ทำให้ลูกค้าเทรนที่มาออก กำลังกายกับเทรนเนอร์ของเรานั้น ได้ผลยิ่งขึ้น

6. รูปแบบการสอนของ fit muscle นั้นเป็นการสอนออกกำลังกายที่ทันสมัย เพราะ เราออกแบบหลักสูตรโดย เฉพาะของสถาบัน fit muscle

7.ทาง FIT Muscleมี content ที่มีประโยชน์ต่อผู้รักสุขภาพและมีการไลฟ์สด โดยโค้ช และนักโภชนาการ

3.1.2 W (Weaknesses)

1. เรายังเป็นสถาบันเทรนการออกกำลังกายน้องใหม่ จึงทำให้คนรู้จักเราไม่ค่อยเยอะ และอาจยังไม่ได้เป็นที่ยอมรับเท่าสถาบันเทรนการออกกำลังกายที่เปิดมานานแล้วมีชื่อเสียง

2. ราคาค่าเทรนจะค่อนข้างสูงกว่าเทรนเนอร์ธรรมดาเพราะ Fit muscleใช้โมเดล เทรนเนอร์ในการเทรน

3.1.3 O (Opportunities)

1. ปัจจุบันตลาดสุขภาพนั้นมีอัตราการเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง กระแสความ นิยมของการหันมาออกกำลังกายมากขึ้น จึงมีโอกาสนในการทำรายได้และสร้างกำไรให้กับ FIT MUSCLE

2. ปัจจุบันเรามีเทคโนโลยี จาก social Media ทำให้คนสามารถรู้จัก FIT MUSCLE ของเราได้ง่ายมากขึ้น และสามารถติดต่อสอบถามเราผ่านช่องทางทุกช่องทาง ทางsocial medie ทำ ให้ง่ายต่อการติดต่อสื่อสาร

3.1.4 T (Threats)

ภาพที่ 3.3: ภาพ คลิปวิดีโอการสอนออกกำลังกาย FREE ตาม channel Social Media



1. มี channel หลากหลายช่องทางที่มีการสอนออกกำลังกายฟรีตาม social network เช่น bebe fit routine POPSUGAR Fitness

2. ปัจจุบันมีเทรนเนอร์จำนวนมากในตลาดการออกกำลังกายมีให้ลูกค้าเลือก หลากหลายราคาจึงทำให้เรามีส่วนแบ่งการตลาดเยอะขึ้น

3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

เมื่อผู้บริหารทราบถึงสภาพแวดล้อมของบริษัททั้งภายในและภายนอกแล้วนั้น สิ่งที่เราได้ คือความสามารถของบริษัทที่สามารถนำสิ่งเหล่านั้นมาเป็นจุดแข็งของบริษัท

บริษัทมีเทรนเนอร์ที่มีใบ Certified Personal Trainer จากสถาบัน FIT Thailand และเทรนเนอร์ของ Fit Muscle นั้นมีรูปร่างหน้าตาดีเพราะเทรนเนอร์ของเรานั้นเป็นโมเดลเทรนเนอร์ ทำให้คนที่สนใจอยากจะมีรูปร่างที่ดีนั้นสนใจที่จะมาออกกำลังกายกับทางเราอีกทั้ง Fit Muscle มีความใส่ใจดูแลลูกค้า PLUS ให้ลูกค้าประสบความสำเร็จใน Fitness goal ของลูกค้าที่ตั้งเอาไว้ และด้วย เจ้าของธุรกิจเป็น Personal Trainer มา 7 ปี จึงทำให้มีความรู้ความสามารถและเทคนิคพิเศษในการสอนลูกค้าที่สำคัญ FIT Muscle มีผู้เชี่ยวชาญในด้าน Nutrition Specialist ทำให้ลูกค้าที่มาออกกำลังกายกับเทรนเนอร์ของเรานั้น ได้ผลยิ่งขึ้น เพราะการที่จะมีรูปร่างที่ดีนั้น เลือก

โภชนาการนั้นสำคัญถึง 70 % และออกกำลังกายอย่างถูกวิธี 30 % ทั้งนี้ในปัจจุบันกระแสการออกกำลังกายและการต้องการมีรูปร่างที่นี้นั้นกำลังเป็นที่นิยมเราสามารถใช้อีกาสนี้ ทำให้เราสามารถทำกำไรได้ และ ยังมีเทคโนโลยีจาก social Media ทำให้คนสามารถรู้จัก FIT MUSCLE ของเราได้ง่ายมากขึ้น และสามารถติดต่อสอบถามเราผ่านช่องทางทุกช่องทาง ทางsocial media ทำให้ง่ายต่อการติดต่อสื่อสาร

3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อโอกาสให้ธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทนอกจากจะสามารถทำให้บริษัททราบถึงจุดแข็งแล้ว ยังสามารถทราบจุดอ่อนของบริษัทได้อีกด้วย ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทนั้นจะทำให้เห็นว่าจุดใดที่จะต้องรับดำเนินการแก้ไข แต่การแก้ไขจุดอ่อนของบริษัทเหล่านั้นจะสามารถแก้ไขได้ยากแต่เราสามารถนำจุดแข็งของบริษัทมาช่วยปรับปรุงจุดอ่อนของบริษัทได้

เนื่องจาก เรายังเป็นสถาบันเทรนการออกกำลังกายน้องใหม่ จึงทำให้คนรู้จักเราไม่ค่อยเยอะ และอาจยังไม่ได้เป็นที่ยอมรับเท่าสถาบันเทรนการออกกำลังกายที่เปิดมานานแล้วมีชื่อเสียงและยังมีราคาค่าเทรนจะค่อนข้างสูงกว่าเทรนเนอร์ธรรมดาเพราะ Fit muscle ใช้โมเดลเทรนเนอร์ในการเทรน แต่เรามีหัวใจของคำว่าบริการและใส่ใจ โดยเราคอย PLUS ให้ลูกเทรนประสบความสำเร็จใน Fitness goal ของลูกเทรนที่ตั้งเอาไว้จึงทำให้ลูกเทรนมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจที่จะให้ เราเปลี่ยนรูปร่างให้กับเขาได้ตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ ในส่วนของอุปสรรคที่ในสมัยนี้มี channel หลากหลายช่องทางที่มีการสอนออกกำลังกายฟรีตาม social network เช่น bebe fit routine POPSUGAR Fitness แต่ทั้งนี้การออกกำลังกายตามคลิปวิดีโอ เป็นการเรียนรู้แบบ one way และยังออกแบบการออกกำลังกายให้หลายๆคนทำตามได้ ซึ่งแตกต่างจากการเทรนของเราที่ดูแลและใส่ใจเป็นรายบุคคล ดูแลและแก้ไขปัญหาเรื่องรูปร่างของลูกเทรน เป็น case by case เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด และสิ่งสำคัญของการออกกำลังกายนั้นคือวินัย ซึ่งเป็นสิ่งที่ Fit Muscle ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพราะเราจะคอยเป็นตัว plus ให้ลูกเทรนของเราประสบความสำเร็จในสิ่งที่ลูกเทรนตั้งไว้ จึงทำให้ Fit Muscle ได้รับความยอมรับจากลูกเทรน และทำให้ ลูกเทรนหันมาใช้บริการของเรา

บทที่ 4

โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

เนื้อหาของบทที่ 4 เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเด็น ดังนี้

บทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการทำโมเดลในการดำเนินธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) แบบเครื่องมือธุรกิจเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้เห็นภาพธุรกิจได้อย่างครบถ้วน ซึ่งจะช่วยในเรื่องการประเมินความสำเร็จของงานและเลือก Business Model ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับธุรกิจ

4.1 โมเดลของธุรกิจ

ส่วนประกอบหลักของโมเดลธุรกิจสำหรับใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักในโมเดลธุรกิจ รวมไปถึงการวิเคราะห์คู่แข่ง ทางตรง ทางอ้อม การเปรียบเทียบคู่แข่งกับธุรกิจในด้านผลิตภัณฑ์และราคา เพื่อให้ทุกคนในบริษัททราบถึงแนวทางและทิศทางในการดำเนินธุรกิจ บริษัทมีโมเดลในการทำธุรกิจโดยมีปัจจัยหลัก ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ดังนี้

4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทข้อมูลที่อยู่ในโมเดล

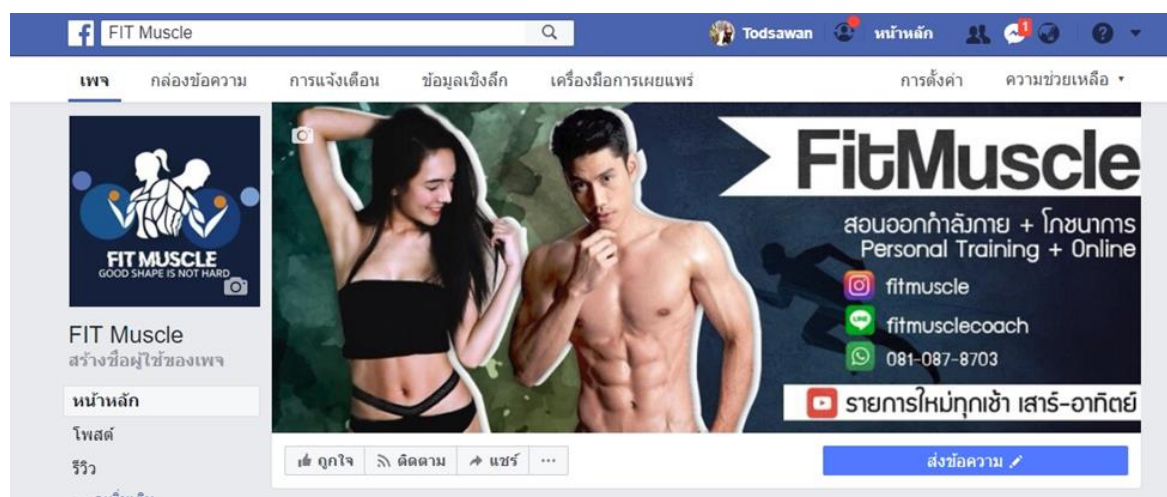
4.2.1 Value Proposition (คุณค่าที่นำเสนอ)

- เทรนเนอร์ของ FIT MUSCLE นั้นได้รับใบ Certified Personal Trainer จากสถาบัน FIT Thailand ทำให้ลูกค้าที่จะมาออกกำลังกาย กับเรานั้นมั่นใจได้ว่าเราสอนออกกำลังกายอย่างถูกวิธีเพื่อที่ลูกค้าจะได้มีรูปร่างที่ดีตามที่ได้อ้างอิงไว้
- เทรนเนอร์ของ FIT MUSCLE นั้นเป็นโมเดลเทรนเนอร์ซึ่งเป็นนายแบบมีรูปร่างและหน้าตาที่ดีทำให้เป็นที่ดึงดูดให้มีลูกค้าสนใจที่จะมาเทรนกับเทรนเนอร์ของเรา
- FIT MUSCLE ใส่ใจดูแลลูกค้าเทรนคอย PLUS ให้ลูกค้าประสบความสำเร็จใน Fitness goal ของลูกค้าที่ตัวเองได้
- FIT Muscle มีผู้เชี่ยวชาญในด้าน Nutrition Specialist ทำให้ลูกค้าที่ออกมาออกกำลังกายกับเทรนเนอร์ของเรานั้น ได้ผลยิ่งขึ้น
- รูปแบบการสอนของ fit muscle นั้นเป็นการสอนออกกำลังกายที่ทันสมัย เพราะเราออกแบบหลักสูตรโดย เฉพาะของสถาบัน fit muscle
- มีอัตราส่วนกำไรที่คุ้มค่า

4.2.2 Customer segment (การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)

- ผู้ชาย ผู้หญิงในช่วงวัยรุ่นถึงวัยทำงาน(ช่วงอายุ 18-45ปี) ที่ต้องการมีรูปร่างที่ดี รักสุขภาพ ลดน้ำหนัก และต้องการสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจให้กับตนเอง และสำหรับผู้ต้องการประกวดทาง FIT Muscle มีคอร์สสำหรับนักเพาะกายอีกด้วย

ภาพที่ 4.1 ช่องทาง social media face book



4.2.3 Channel (ช่องทางการนำเสนอ)

ธุรกิจของเรานั้น บริการเทรนเนอร์ ในการสอนออกกำลังกาย และ เป็นการขายคอร์สการออกกำลังกาย ลูกค้าสามารถติดต่อเราผ่านช่องทาง Social Media ทั้ง Line Facebook INSTAGRAM และ เว็บไซต์ของทางบริษัท

4.2.4 Customer Relationships (การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า)

การติดต่อกับลูกค้า นั้น เราจะติดต่อที่ช่องทาง ดังต่อไปนี้ Facebook , INSTAGRAM, line เว็บไซต์ และ application ของธุรกิจของเรา คนที่จะทำหน้าที่ในการตอบคำถามของลูกค้าหรือผู้ที่มีความสนใจ คือ Admin ซึ่งจะเป็นคนตอบคำถามลูกค้าและ แนะนำคอร์สต่างๆให้กับทางลูกค้า

4.2.5 Key Activities (กิจกรรมหลักของบริษัท)

Fit Muscle เป็นธุรกิจบริการในด้านสุขภาพ เรารับเทรน หรือเป็นโค้ชให้กับผู้ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตัวเองให้ดูดี เรามีเทรนเนอร์ที่เป็นโมเดลเทรนเนอร์และมีใบ Certified Personal Trainer อีกทั้งเรายังดูแลลูกค้าของเราในด้านโภชนาการ โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีใบ Nutrition

Specialist ช่องทาง ในด้านการประชาสัมพันธ์ เราจะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media เทรนเนอร์ของ Fit Muscle นั้นเป็นโมเดล มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากจึงทำให้การประชาสัมพันธ์ และทำให้คนรับรู้ข่าวสารการรับเทรน หรือข่าวสารด้านการออกกำลังกายเป็น.

4.2.6 Key resources (ทรัพยากรหลักในการดำเนินธุรกิจ)

Key Resources ทรัพยากรใน ธุรกิจ fit muscle นั้นจะเป็นทรัพยากรบุคคล จะแบ่งเป็น 3 ส่วนด้วยกันในส่วน คือ

- model trainer ในการดำเนิน business นั้น model trainer จะ ต้องคอยคิด หลักสูตรการออกกำลังกายต่างๆเพื่อให้ลูกเทรนมีรูปร่างที่ดี ตามความต้องการของลูกค้าเทรน และ จะ ต้องออกไปเทรน ให้ลูกเทรน ตาม gym หรือที่พักอาศัยของลูกค้า ที่ได้มีการตกลงกันไว้ ในส่วน ทรัพยากร อีกหนึ่งบุคคล ที่สำคัญ
- Admin เป็นคนที่สำคัญมากเพราะต้องคอยประสานงานกับลูกเทรน และ เทรนเนอร์ อยู่ตลอดเวลา ทั้งการจัดตารางเวลา ของเทรนเนอร์ เพื่อให้ไปพบลูกเทรน หรือ ในส่วน ของการตามหลักสูตร การออกกำลังกายต่างๆของเทรนเนอร์ ที่จะต้องส่งให้ลูกเทรน และแอดมินต้อง คอยติดตามผล สอบถามทุกวัน ทั้งในด้านโภชนาการทานอาหาร และ ผลของการออกกำลังกายตาม ที่ เทรนเนอร์ได้ออกแบบ หลักสูตรให้ เพราะในแต่ละเดือนที่จบหลักสูตรนั้นต้องมีการประเมิน ทุกครั้ง เพื่อผลลัพธ์ที่ดี
- Graphic design ใช้ในการตัดต่อคลิปวิดีโอ เพื่อลงใน channel Youtube และ ทำคลิปการออกกำลังกายสำหรับลูกค้าที่ไม่ได้มาเทรนด้วยตัวเอง และทำเว็บไซต์ของ และเพจของ Fit Muscle

4.2.7 Key Partners (พันธมิตรคู่ค้าทางธุรกิจ)

ในสถาบันของเรานั้นจะมีการจ้างเทรนเนอร์ที่รับเทรนเนอร์ฟรีแลนซ์เข้ามาช่วยในการเทรน การออกกำลังกายให้กับลูกเทรนของ Fit Muscle เพราะในบางช่วงเวลาที่ Personal Trainer ของ เราไม่พอกับจำนวนคนที่มาเทรนแล้วทางเราจะไม่เสียโอกาสเราก็จะมีการรับ Freelance Personal Trainer model เข้ามาช่วยในกิจการของเรา

4.2.8 Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)

ต้นทุนขายของ FIT Muscle นั้นจะแบ่งเป็น ต้นทุนที่ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ ต้นทุนที่ใช้ใน การพัฒนาธุรกิจ

ต้นทุนในการขับเคลื่อนธุรกิจ เช่น ค่าจ้างPersonal Trainer model, ค่าจ้างAdmin,ค่าจ้าง Graphic design เพื่อนำมาเป็นการดำเนินกิจการ คิดเป็น

ต้นทุนที่ใช้ในการพัฒนาธุรกิจ เช่น การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ในช่องทาง social media ทุกช่องทาง

ต้นทุนคงที่ ค่าจ้างเทรนเนอร์ประจำใน FIT Muscle ค่าจ้าง Admin,ค่าจ้าง Graphic design คิดเป็นร้อยละ 85

ต้นทุนผันแปร ค่าจ้างเทรนเนอร์ Freelance Personal Trainer model ค่าโฆษณา จิปาถะ คิดเป็นร้อยละ 15

4.2.9 Revenue Streams (รายได้ที่เกิดจากการบริการ)

- 1.รายได้จากการบริการ ของ สถาบัน Fit Muscle โดยแยกเป็นรายได้ดังนี้
- 2.รายได้จากการเทรนเนอร์ ของ Personal Trainer โดยตรง ซึ่งเกิดจากการที่เทรนเนอร์ของสถาบัน ของไปเทรนให้กับลูกเทรน มียอดรายได้คิดเป็น ร้อยละ 39 %
- 3.รายได้จากส่วนแบ่งของ Freelance Personal Trainer model ซึ่งเกิดจากทางสถาบันนั้นได้จ้าง outsource เข้ามาช่วยทำให้เกิดรายได้ให้กับบริษัท มียอดรายได้คิดเป็น ร้อยละ 18 %
- 4.รายได้จากการขายคอร์สออนไลน์สำหรับผู้ชาย รายได้ที่เกิดจากการขายคอร์สสอนออกกำลังกายสำหรับการเทรนออนไลน์ มียอดรายได้คิดเป็น ร้อยละ 28 %
- รายได้จากการขายคอร์สออนไลน์สำหรับผู้หญิง รายได้ที่เกิดจากการขายคอร์สสอนออกกำลังกายสำหรับการเทรนออนไลน์ มียอดรายได้คิดเป็น ร้อยละ 15 %

บทที่ 5

แผนกลยุทธ์

เนื้อหาของบทที่ 5 เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเด็น ดังนี้

5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

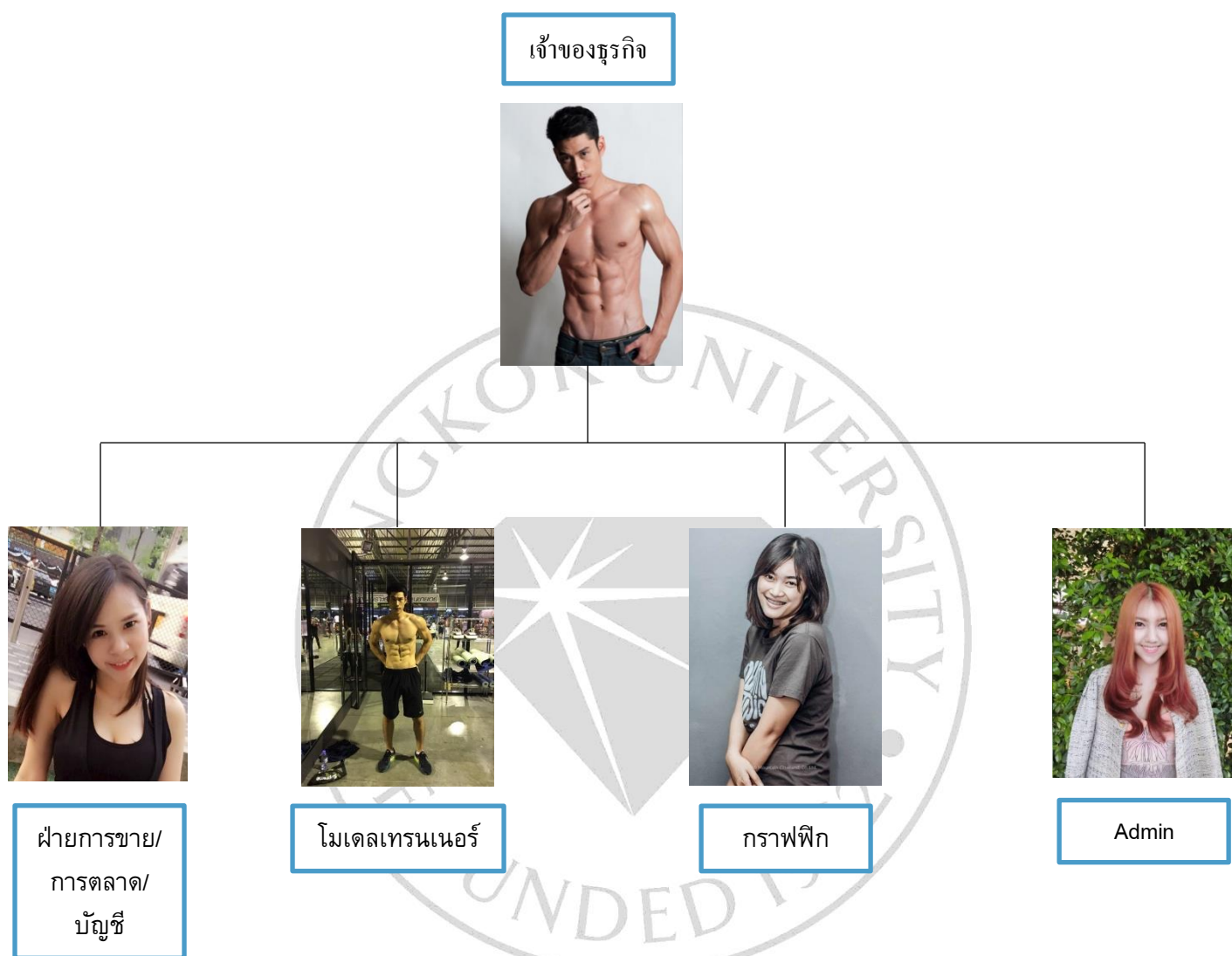
5.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์การบริหารงาน ประยุกต์ใช้เครื่องมือ Balances Scorecard ศึกษาวิจัยหาความต้องการของลูกค้า Balanced Scorecard เป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการสมัยใหม่เครื่องมือหนึ่งที่ใช้สำหรับการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) ซึ่งองค์กรที่มีการจัดการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานนิยมนำมาใช้ในการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร

5.1.2 การจัดการโครงสร้างองค์กร และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

บริษัท ฟิต มัสเซล จำกัด (Fit Muscle Co.,Ltd) มีการจัดโครงสร้างองค์กร ดังนี้

ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กร



จากแผนผังโครงสร้างองค์กรข้างต้น ในแต่ละตำแหน่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1: หน้าที่และความรับผิดชอบคุณสมบัติของบุคลากร

ตำแหน่ง
เจ้าของธุรกิจ /ผู้บริหาร
หน้าที่ความรับผิดชอบ
1. วางแผนกำหนดแนวทางกลยุทธ์และนโยบายหลักขององค์กรและควบคุมบริหารงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้รวมทั้งตัดสินใจในกิจกรรมดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร
2. ควบคุมในงานและกิจการทั่วไป
3. คัดเลือกบุคลากรให้เหมาะสมกับหน้าที่และตำแหน่งของงาน เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร
4. ติดตามผลงานของแต่ละฝ่ายอย่างสม่ำเสมอ คอยแนะนำและช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหาในการทำงาน
5. ประเมินผลงานของพนักงานและกำหนดค่าตอบแทนพนักงาน
จำนวน 1 คน
คุณสมบัติผู้ทำงาน
1. มีความเป็นผู้นำ มีความคิดและวิสัยทัศน์กว้างไกล กล้าคิด กล้าตัดสินใจ และมีความริเริ่มสร้างสรรค์
2. รู้รายละเอียดขอบเขตงานทั้งหมด และมีระบบการบริหารจัดการที่ดี
ตำแหน่ง
พนักงานฝ่ายขายฝ่ายการตลาด/พนักงานขาย/admin
หน้าที่ความรับผิดชอบ
1. ดูแลเรื่องการวางแผนทางการตลาดในการขายข้าวโม่งเหรนเนอร์ คอรัสอกกำลังกาย และทำกาปิดการขาย
2. วางแผนหากลยุทธ์ที่จะทำให้ยอดขายเป็นไปตามเป้าหมายให้ได้ตามเป้า
3. จัดทำรายงานรีพอร์ตยอดขายในแต่ละสัปดาห์
4. ประสานงานระหว่างเหรนเนอร์และลูกค้าที่จะมาออกกำลังกาย
5. ประสานงานกับลูกค้าที่ซื้อคอรัสออนไลน์ และคอยติดตามผลของลูกค้าในทุกๆวันด้วยความใส่ใจ
จำนวน 1 คน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): หน้าที่และความรับผิดชอบคุณสมบัติของบุคลากร

คุณสมบัติผู้ทำงาน
1. ชอบงานขาย
2. มีใจรักในการบริการ และชอบการติดต่อประสานงานกับผู้อื่น
3. มีทักษะในการสื่อสารที่ดี
4. มีความขยัน และมีระเบียบวินัย เป็นคนตรงต่อเวลา
แอดมิน
1. อายุตั้งแต่ 18ปี - 25ปี
2.วุฒิการศึกษาตั้งแต่ ปวส - ปริญญาตรี
3. มีความรู้ความสามารถด้านคอมพิวเตอร์ และ social network
4. มีความรู้ความสามารถด้านการตอบคำถาม และการรักบริการ
บัญชี
ในส่วนนี้ข้าพเจ้าจะเป็นคนทำเอง แม้ว่ากิจการของข้าพเจ้าจะขยายกิจการ แต่ในส่วนในเรื่องบัญชี ข้าพเจ้าจะเป็นคนดูแลเองทั้งหมด
การขาย
1. อายุตั้งแต่ 20ปี - 35ปีขึ้นไป
2. วุฒิการศึกษาตั้งแต่ ปวส - ปริญญาตรี
3. มีความรู้ความสามารถในด้านการขาย มีทักษะและพื้นฐานการขายของ
4. รักในการขายและการบริการ
Model trainer
1. อายุตั้งแต่ 23ปี -35ปี
2. วุฒิการศึกษา ปริญญาตรี และต้อง มีใบ Certified Personal Trainer
3. มีใจรักบริการ และมีความรู้ความสามารถ ในด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาและโภชนาการ
4. รูปร่างหน้าตาดี ส่วนสูง180 ขึ้นไป

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): หน้าที่และความรับผิดชอบคุณสมบัติของบุคลากร

Trainer
1. อายุตั้งแต่ 23ปี - 45ปี
2. วุฒิการศึกษา ปริญญาตรี และต้อง มีใบ Certified Personal Tainer (ตารางมีต่อ)
3. มีใจรักบริการ และมีความรู้ความสามารถ ในด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาและโภชนาการ
4. ไม่จำกัดส่วนสูง และ หน้าตา
* หมายเหตุ ในส่วนนี้ข้าพเจ้า ไม่ได้จ้างเทรนเนอร์ประจำแต่เป็นการ ใช้ outsource เข้ามา
Graphic
1. อายุตั้งแต่ 20ปี -35ปี
2. มีความชื่นชอบและรักในการออกแบบ มีความคิดสร้างสรรค์
3. มีความสามารถในการใช้ photo shop power point และการใช้ ai ได้ดี
4. สามารถตัดต่อวิดีโอ พร้อม การสร้าง content ได้

5.1.3 เกณฑ์ในการรับบุคลากร

บุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญสำหรับบริษัท เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และมีคุณสมบัติที่เหมาะสมของแต่ละตำแหน่งงาน ทางบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร โดยจะใช้วิธีการ หาเทรนเนอร์จากเพื่อนโมเดลเทรนเนอร์ด้วยกันและ รับสมัครผ่านทางเว็บไซต์สมัครงานทั่วไป และเมื่อได้ผู้สมัคร แล้วก็จะมีการคัดเลือกเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถและมีคุณสมบัติที่ตรงกับ ตำแหน่งงานที่ต้องมากที่สุด โดยมีขั้นตอนดังนี้

พิจารณาและคัดเลือกความรู้ของผู้สมัคร

ผู้บริหารจะต้องพิจารณาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ชาญในสาขาวิชานั้นจริง ๆ และ ต้องแน่ใจว่าเขาเหล่านั้นมีความรู้ในเรื่องดังกล่าวซึ่งอาจจะใช้วิธีการตรวจวัด โดยให้ทำ แบบทดสอบหรือการทดลองงาน จึงจะเป็นแนวทางที่ดีที่สุดในการสรรหาผู้ที่มีความรู้เข้ามาปฏิบัติงานในหน่วยงานได้

การสัมภาษณ์

การคัดเลือกผู้มีประสบการณ์ในการทำงาน มักจะพิจารณาจากประวัติส่วนตัว ไหวพริบ และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะปัญหาเฉพาะหน้า ได้ดีกว่าผู้ที่ยังไม่มี ประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งในส่วนนี้ผู้บริหารสามารถพิจารณาได้จากประวัติการทำงาน และจากการสัมภาษณ์ รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมปฏิบัติงานไหวพริบ

ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ

ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ ถือเป็นหลักเกณฑ์ที่สำคัญมากในการตรวจสอบพิจารณาคัดเลือกพนักงานเข้าสู่ในบริษัท เพราะคนที่มีความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ ทั้งต่อตัวเอง และผู้อื่นจะเป็นผู้ที่มีความจริงใจกับองค์กรและผู้ร่วมงานมาก ซึ่งคนบุคคล ดังกล่าวจะเป็นผู้ที่มีมาตรฐานในการทำงานสูงและเป็นผู้ที่สามารถไว้วางใจให้ดูแลในเรื่องที่สำคัญ ๆ ขององค์กรได้ในบางโอกาสด้วย ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบนี้อาจจะ พิจารณาได้จากการรับบุคคลเข้ามาปฏิบัติงาน แล้วโดยอยู่ในช่วงการทดลองงาน

ลักษณะบุคลิกภาพ

เจ้าของกิจการต้องพิจารณาบุคลิกภาพของพนักงานนับแต่เดินเข้ามารับการสัมภาษณ์ ซึ่งไม่ได้หมายถึงรูปร่างหน้าตา แต่หมายถึงมารยาทในการพูด การตอบข้อซักถาม และการ ปฏิบัติ กาลเทศะ รวมถึงการแต่งกายที่เหมาะสมด้วย

มีมนุษยสัมพันธ์เป็นเลิศ

การทำงานในองค์กรเป็นลักษณะของการทำงานในรูปแบบทีมเวิร์คที่จะต้องอาศัย การพึ่งพาติดต่อระหว่างกันภายในองค์กรอยู่ตลอด องค์กรใดมีพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ระบบการ ทำงานจะมีปัญหา การตรวจสอบด้านมนุษยสัมพันธ์จะสามารถ พิจารณาได้จากการทดลองปฏิบัติงาน การสังเกตพฤติกรรมในการทำงาน

5.1.4 เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

เนื่องจากการประเมินผลการปฏิบัติงานนั้นมีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อการบริหารงาน เป็นเครื่องชี้วัดความรู้ ความสามารถของพนักงานและยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการปรับ เงินเดือน พนักงาน องค์กรได้มีวิธีการประเมินผลพนักงาน ดังนี้

เป้าหมายของการปฏิบัติงาน

โดยจะมีการกำหนดเป้าหมายทุก 3 เดือน เพื่อดูว่างานนั้นได้สำเร็จตามเป้าหมาย ที่ วางไว้หรือไม่หรือเข้าใกล้เป้าหมายมากเพียงใด

ประสิทธิภาพในการทำงาน

บริษัทจะมีการตรวจสอบว่าพนักงานมีความใส่ใจกับงานที่ได้รับมากเพียงใด โดย จะ ตรวจสอบจากเวลาที่พนักงานใช้ไปกับกิจกรรมอื่นๆ เช่น การเข้าเว็บไซต์ต่าง ๆ การเช็ค อีเมล การ โทรศัพท์ในเรื่องส่วนตัว เป็นต้น

การขาด ลา มาสาย

หากพนักงานคนไหนขาดงานบ่อยจนมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน หัวหน้างานจะต้องคำนึงถึงเหตุผลและความจำเป็นในการขาด ลา มาสายของพนักงานประกอบด้วย ไม่ดูจากจำนวนวัน ที่พนักงานขาด ลา มาสายเพียงอย่างเดียว

5.1.5 วิธีการจูงใจ และรักษาบุคลากร

ความสำเร็จของธุรกิจนั้นจะต้องอาศัยบุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการผลักดันผลงานให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง สม่าเสมอ และการที่จะทำให้ผลงานขององค์กรดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอได้นั้น ก็ต้องอาศัยพนักงานที่ทำงานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เมื่อองค์กรหาพนักงานที่มี ความสามารถเข้ามาทำงานได้แล้ว และมีการพัฒนาจนกระทั่งสามารถทำงานได้แล้ว สิ่งที่ต้องคิดจะต้องทำต่อไปก็คือ จะต้องหา แนวทางในการรักษาไว้ซึ่งพนักงานเหล่านั้น เพื่อทำงานกับองค์กรให้นานที่สุด

สรรหาและพัฒนาหัวหน้างาน

ให้เป็นหัวหน้างานที่มีความสามารถในการบริหารคน เนื่องจากสาเหตุที่พนักงานลาออก และไม่อยากอยู่ทำงานกับบริษัทนั้น สาเหตุหลักมาจากหัวหน้างานเป็นอันดับหนึ่ง ถ้าเราต้องการจะแก้ไขเรื่องของการรักษาพนักงาน เราก็คงต้องไปแก้ที่ตัวหัวหน้างาน นองค์กร โดยเวลาที่เราจะรับพนักงานในระดับหัวหน้า ต้องพิจารณาถึงเรื่องของทักษะในการบริหารจัดการคนด้วย ไม่ใช่แค่เพียงเรื่องงานอย่างเดียว ส่วนหัวหน้างานที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน ก็ ต้องเติมทักษะความรู้ในเรื่องของการบริหารคนเข้าไปให้มากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องของทักษะ การสร้างแรงจูงใจ การให้การยอมรับในตัวพนักงาน การสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม ส่วนใหญ่พนักงานที่ลาออกไปก็เพราะหัวหน้างานของตนไม่มีทักษะเหล่านั้นนั่นเอง ก็เลยทำให้ เราเป็นโรงเรียนให้คนอื่นอยู่ตลอดเวลา

สร้างระบบความก้าวหน้าทางสายอาชีพให้ชัดเจน

ระบบนี้ก็คือเรื่องของ Career Path ในการทำงานในองค์กรนั่นเอง การที่องค์กร จะรักษาพนักงานที่เป็นคนเก่งไว้ทำงานได้อย่างต่อเนื่อง ก็ต้องแสดงให้เห็นว่า การที่อยู่ ทำงานในองค์กรนั้น เขาจะสามารถเติบโตไปไหนได้บ้าง และมีเครื่องมืออะไรบ้างที่จะทำให้ เขาโตไปได้ตามที่เขายากจะเป็น โดยที่องค์กรก็ต้องให้การพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ยิ่งพนักงานที่เก่ง ๆ รู้ว่าทำงานที่นี่แล้ว เขาจะสามารถโตไปในสายงานต่าง ๆ ได้ตามที่ตนเอง วางแผนไว้ ก็ยิ่งทำให้เขายากที่จะอยู่ทำงานในองค์กรต่อไปเรื่อย ๆ เพราะอยู่ทำงานแล้วเติบโต ก็ไม่ต้องไปโตที่อื่น

ทำระบบประเมินผลงานที่เน้นไปที่ผลงานจริง ๆ

คนที่ฝีมือส่วนใหญ่ จะสร้างผลงานที่ดี แต่ถ้าองค์กรไม่มีระบบประเมินผลงานที่ดี ก็จะทำให้คนกลุ่มนี้อายากออกไปแสดงผลงานที่ดีในองค์กรอื่นมากกว่า ดังนั้นองค์กรที่ ยากจะรักษาคนเก่งคนดีไว้ ก็ต้องปรับปรุง และพัฒนาระบบการประเมินผลงานของ ตนเองให้เป็นการประเมินผลงาน

ที่ตัวผลงานจริง ๆ ไม่ใช่เป็นการประเมินแบบคนของใคร คนนั้นก็ได้อะไรที่หายไป โดยที่ไม่ได้ดูจากผลงานอย่างแท้จริง

สร้างระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการที่แข่งขันได้

ระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการที่สามารถดึงดูด และรักษาคนเก่งได้นั้น ไม่ใช่เป็นระบบที่ง่ายสูงที่สุด แต่เป็นระบบที่สามารถจ่ายแข่งขันกับตลาดที่บริษัทเราแข่งด้วยได้ และยิ่งไปกว่านั้น ระบบบริหารจัดการเรื่องค่าตอบแทนก็ต้องมีความเป็นธรรมด้วย อีก ทั้งต้องนำระบบค่าตอบแทนนี้ไปเชื่อมโยงกับระบบความก้าวหน้าทางสายอาชีพด้วย เพื่อ ทำให้พนักงานรู้สึกว่าได้เติบโตไปแล้วตามตำแหน่งงาน ระบบค่าตอบแทนก็เติบโตตามไปด้วย เช่นกัน

5.1.6 การบริหารเงินเดือนและสวัสดิการ

การบริหารค่าจ้างของบริษัทเน้นเรื่องของการจ้างตามความเป็นธรรมและความเหมาะสม กับความสามารถของแต่ละบุคคล รวมถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง โดยมี รูปแบบดังนี้

เงินเดือน สำหรับพนักงานประจำที่ทำงานในส่วนของสำนักงาน

เงินเดือนและค่าคอมมิชชั่นในการขาย สำหรับพนักงานขาย

โบนัสประจำปี สำหรับพนักงานประจำและพนักงานขาย โดยจะประเมินจากยอดขายและ ผลกำไรประจำปี

รายละเอียดอัตราค่าจ้างพนักงาน มีรายละเอียด ดังนี้

การบริหารเงินเดือน และสวัสดิการ

การบริหารเงินเดือนนั้น บุคลากรในองค์กรของข้าพเจ้าเบื้องต้นนั้นจะมี ทั้งหมด 4 ตำแหน่ง ได้แก่ แอดมิน บัญชี ขาย 3ตำแหน่งนี้ตอนเปิดตัวธุรกิจนี้ขึ้นมาจะเป็นข้าพเจ้าทำเอง โดยให้ค่าจ้างอยู่ที่ 12000 บาท แต่ถ้าในอนาคตธุรกิจมีกิจการที่มีการขยายตัวขึ้นนั้นจะต้องมีการแบ่ง 3 ตำแหน่งนี้แบบชัดเจนดังนี้

1. แอดมิน เงินเดือน 12000 บาท
2. บัญชี เงินเดือน 12000 บาท
3. พนักงานขาย เงินเดือน 8000 บาท ไม่รวมค่าคอมมิชชั่น
4. กราฟฟิก เงินเดือน 15000 บาท
5. โมเดล เทรนเนอร์ เงินเดือน 10000 บาท
6. เทรนเนอร์ปกติ เงินเดือน ไม่มี เราจะใช้ outsource

5.1.7 การจ้างบุคลากร

การจ้างบุคลากรเข้ามาทำงานในบริษัท บริษัทจะให้ เป็นพนักงานชั่วคราว มีการทดลองงาน 121 วันและเมื่อครบกำหนดการทดลองงานแล้วจะทำงานปรับให้เป็นพนักงานประจำและมี สวัสดิการตามที่บริษัทกำหนดไว้ และมี out source trainer เข้ามาช่วยองค์ในการเทรน โดยให้ผลตอบแทนโดยการให้ส่วนแบ่ง

5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

5.2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

หลักการบริหารการตลาดของบริษัท จะใช้หลักการของ 4Ps และ SWOT ในการบริหารการตลาดของบริษัท เพื่อให้บริษัทสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากที่สุด และทำให้การขายสินค้าและบริการของบริษัทสมบูรณ์มากที่สุด ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทาง การตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Products) ต้องมีคุณภาพและออกแบบหลักสูตรตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปนั้นต้องให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุด

2) ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไร ในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies)(ณัฐ อธิรณไพญ์ 2554)หรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคาสำคัญมีผลต่อกิจการมากกิจการไม่ สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต ภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่ เหมาะสมในการกำหนดราคา สินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคา ได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms) (ธีรธรณ เจริญสุข 2547)

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จะจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในช่องทาง social media โดยเรายังมีส่วนของการซื้อ ad อีกไตรมาสละ 24000 บาท เราจะ ซื้อกับทาง facebook ให้กดlike หรือกดติดตามเรื่องของการรักสุขภาพและการออกกำลังกายให้เห็นเพจ ของเรามากขึ้น เพื่อให้กลุ่มบุคคลนี้ได้ เข้ามาเห็น content ที่ดีที่เราได้นำเสนอให้ และ บริการที่มีของธุรกิจ fit muscl

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายและการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทาง

การตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของ การ
 ร้างประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับลูกค้า ก็จะนำไปสู่การสร้างคามผูกพันทางด้าน อารมณ์ที่แนบ
 แน่น ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการ ดำเนินกลยุทธ์ทาง
 การตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้นเมื่อเทียบกับ
 คู่แข่งขัน(ณัฐ อธิรณไพบูลย์, 2554)หรือ เป็นกิจกรรม

ติดต่อสื่อสารไปยัง ตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความ
 จำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริม
 การขาย (ชานนท์ รุ่งเรือง 2555)หรือเป็นเครื่องมือหรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึง
 พอใจต่อตราสินค้านำบริการความคิด ต่อ บุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความ
 ทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ(ชีรรณ เจริญ
 สุข 254

5.2.2 นวัตกรรมที่นำมาใช้กับบริการ

ภาพที่ 5.2: นวัตกรรมที่นำมาใช้



จะนำนวัตกรรมด้าน เทคโนโลยีเกี่ยวกับsmart phone เข้ามาใช้กับธุรกิจfit musle โดยการ
 ที่ข้าพเจ้าจะสร้างแอปพลิเคชันขึ้นมาว่า alert fit แนวความคิดที่ข้าพเจ้าจะใช้ alert fit ขึ้นมานั้น

เพราะสาเหตุสำคัญของการออกกำลังกายและ ไม่ได้ผลนั้น ต้องยอมรับว่าปัจจัยหลักนั้นมาจาก เรื่อง โภชนาการ หรือ การเลือกรับประทานอาหารนั่นเอง และ อีกหนึ่งอย่างสำคัญคือ ความไม่มีวินัย ดังนั้น ข้าพเจ้า จึงมีแนวคิดที่จะสร้าง ตัว alert fit ขึ้นมา วิธีการใช้ คือ จะใช้ร่วมกับ ลิสแบนร ออกแบบให้ดูทันสมัย

วิธีการใช้ alert fit

- โหลดแอปพลิเคชัน alert fit

- ตั้งค่าเชื่อมต่อกับสายรัดข้อมือ โดย เมื่อได้รับสายรัดข้อมือไปจะมีเครื่องสแกนนิ้วมือให้กับผู้ใช้ alert fit หลังจากสแกนลายนิ้วมือไปแล้วนั้น เครื่องจะประมวลผลเลยว่า น้ำหนักส่วนสูง และ มวลกล้ามเนื้อ ของเรานั้นเป็นอย่างไร รวมถึงไขมันและพลังงานในร่างกาย และ จะระบุเลยว่า ใน1วันเราต้องรับประทานอาหาร ก็แคลลอรีในอัตราส่วนเท่าไร ต่อการออกกำลังกาย ของในวันนั้น และ สำหรับวันไม่ออกกำลังกาย เราจะต้องรับประทานอย่างไร ถ้าเรา รับประทานจำนวนเกิน แคลลอรีที่เครื่องระบุสายรัดข้อมือ จะรัดข้อมือเราและมีการสั่นเตือน และภาพหน้าจอ จะเป็นรูปของ หมู หรือ รูปร่างที่ ดูอ้วน จะส่งผลต่อทางด้านจิตใจและเราจะได้ หยุดรับประทานได้ และยังเตือนในเรื่อง ของ การออกกำลังกาย ว่าเราควรไปออกกำลังกายได้แล้ว และจะมีรูปอาหารพร้อมกับรูปร่างที่ดีโชว์ที่ หน้าจอว่าถ้าเรา ออกกำลังกายไปเท่านี้ตามที่เครื่องประมวลผลให้เราจะสามารถรับประทาน อาหาร อะไรได้บ้างหลังจากการออกกำลังกาย โดยไม่อ้วน และยังมี กล้ามเนื้อที่ชัดเจน จะทำให้เรานั้นมี กำลังใจในการออกกำลังกายและเพิ่ม วินัย มากขึ้น

5.2.3 การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ ทางfit muscle จะยึดหลักดังนี้

การ เพิ่มคุณค่าให้กับบริการ นั้น ให้บริการควรจะตระหนักถึงการส่งมอบบริการที่ดีให้กับ ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ คือ

- ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) fit muscle มีการออกแบบคอร์ส ที่ ถูกต้องตามหลักสูตรวิทยาศาสตร์การกีฬา และที่สำคัญ เทรนเนอร์ของเราทุกคนนั้น มีใบ

Certified Personal Tainer จึงทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่า มาซื้อบริการของเราและจะ ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าอย่างแน่นอน

- การให้ความมั่นใจ (Assurance) ทาง fit muscle มีผลงานรีวิว ที่เทรนเนอร์เคย เทรนให้กับลูกค้า ทั้งก่อนและหลังเทรน และ ข้อมูล การบริการที่ผ่านมา จึงทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่า เราสามารถ เปลี่ยนแปลงรูปร่างของคุณได้แน่นอนเพียงแค่คุณมีวินัย

- การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) บุคลากรทุกคนที่อยู่ใน fit muscle นั้นมีความตั้งใจและเอาใจใส่ลูกค้าเพราะเราเปิดธุรกิจนี้ขึ้นมาด้วยความชอบ และต้องการให้คนที่มาใช้ บริการของเรานั้นได้รับความประทับใจ

- การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ทางfit muscle มีการจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขาย และหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าของเรานั้นมีความพึงพอใจมากที่สุด
- รูปลักษณ์ (Tangibles) รูปลักษณ์ขององค์กรเรานั้น มีผู้บริหารเป็น โมเดล เทรนเนอร์ซึ่ง มีรูปร่างที่ดี และ จบทางด้าน วิทยาศาสตร์การกีฬา มาดังนั้นจึงมั่นใจได้ว่า องค์กรของเรานั้น มีภาพลักษณ์ที่ดี

5.2.4 แนวทางการพัฒนาบริการ

ปัจจุบันนี้ธุรกิจของเรานั้นจะเปิดบริการขายคอร์สการออกกำลังกายให้คนภายในประเทศไทย แต่ในอนาคตนั้นเราจะเปิด ขายคอร์สกับประเทศจีน นี่คือ แผนของการบริหารธุรกิจของเรา สาเหตุที่เรา จะขยายตลาดให้กับคนจีน นั้นเพราะ คนจีนนั้นกำลังซื้อและตอนนี้ตลาดจีนชอบ เรื่องสุขภาพ และ ชื่นชอบผู้ชายที่มี รูปร่างที่ดีหรือซิกแพค จาก คำบอกเล่าและประสบการณ์ของผู้บริหาร ที่เป็นโมเดล เทรนเนอร์ ซึ่งจะทำงานกับคนจีน มาผู้หญิงจีนที่เป็นแม่บ้าน ต้องการมีรูปร่างที่ดีและชอบที่จะให้โมเดล เทรนเนอร์ สอนการออกกำลังกายให้กับ เขา นี่จึงเป็นสาเหตุที่เราจะ ขายคอร์สไปยัง ประเทศจีน

ซึ่ง fit muscle ก็จะไม่หยุด พัฒนาเพียงแต่ในประเทศเท่านั้น เรามีการพัฒนารายไปยังต่างประเทศ รวม ถึง ในอนาคต ทาง fit muscle จะมีการพัฒนาการสร้างอาชีพ เปิดการ สอน เพื่อไปเป็นเทรนเนอร์ และเมื่อ เรียนจบหลักสูตร มาร่วมงานกับ fit muscle ก็จะเป็นการ เพิ่มบุคลากร และเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรอีกด้วย

5.2.5 การตั้งราคา

การตั้งราคาของ fit muscle บริการของ fit muscle นั้น เราจะแบ่งเป็นการขายคอร์สการเทรนซึ่งราคานั้น คอร์ส สำหรับ1เดือนผู้ชายจะอยู่ที่ 3000 บาท สำหรับผู้หญิง 1 คอร์ส อยู่ที่ 2500 บาท ต่อเดือน และ บริการที่สองของเราคือ บริการด้าน ชั่วโมงเทรนเนอร์ ครั้งละ 1000 บาท เวลาในการเทรนคือ 1.30ชม. ในหนึ่งเดือน เทรน 12ครั้ง 1เดือนราคา 12000 บาท

5.2.6 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย (place)

ธุรกิจ fit muscle ทางเรามองช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

- เราจะทำการใช้ลงสื่อโฆษณาเจาะกลุ่มลูกค้าที่กำลังต้องการ บริการของเราคือ คอร์ส ออกกำลังกาย ผู้ที่ต้องการมีรูปร่างที่ดี แต่ไม่มีเวลาที่จะไป ยิม เราจะยิงโฆษณาไปที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนี้

- เราจะทำให้ธุรกิจของเรานั้น เป็นที่รู้จักในโลกออนไลน์ ผ่านสื่อออนไลน์ยอดนิยมของคนไทย Google , Facebook และ Youtube

- เรา จะพัฒนา application ของ fit muscle ให้ใช้ง่ายและทันสมัยและคอยอัปเดตตลอด เพื่อให้ ลูกค้าของเรานั้นมีความสะดวกเพิ่มมากขึ้น

5.2.7 การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

Brand Identity

ชื่อตราสินค้า

Fit muscle เราต้องยอมรับว่าในปัจจุบันนี้ โลกออนไลน์ นั้นเข้ามามีบทบาทต่อ ประชาชนเพิ่มมากขึ้นดังนั้นเราจำเป็นต้องใช้สื่อ ออนไลน์ ในsocial network ทุกช่องทางเพื่อที่จะทำให้ fit muscle มีตัวตน และ เป็นที่รู้จักบนโลกอินเทอร์เน็ต สิ่งที่ข้าพเจ้าคิดจะทำคือสร้างเว็บเพจผ่าน face book สำหรับ fit muscle ขึ้นมา เพื่อสร้าง content ต่างๆเกี่ยวกับสุขภาพและการออกกำลังกายขึ้นมาเพื่อสื่อสารกับคนที่เขามาอ่าน และให้คนที่เขามาอ่านได้รับประโยชน์ จาก content สำหรับ การแชร์บน social media จึงจะส่งผลให้คนรู้จักและกดติดตาม จะทำให้คนได้รู้ บริการของเรา

ภาพที่ .53 : สัญลักษณ์ตราบริษัท



5.2.8 การสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้า

แรงจูงใจ ในสินค้าและบริการของข้าพเจ้านั้น คือความต้องการมีรูปร่างที่ดี เพราะคนที่มาซื้อสินค้าและบริการคือ กลุ่มบุคคลที่ต้องการมีรูปร่างที่ดี ดังนั้นเราต้องมีการสร้างแรงจูงใจ โดย มีรูปภาพ

ของ ลูกค้าที่เคยมาซื้อคอร์ส และ บริการของเราว่าเขาสามารถเปลี่ยนแปลง ตัวเองได้ โดยการออกกำลังกาย เพราะ ถ้าคนอื่นทำได้ เราก็ทำได้ เพียงแค่เรานั้นต้องมีวินัย โดยวินัยนั้นทาง fit muscle ก็จะช่วย ลูกค้า อีกด้วยเพราะจะคอย เตือนเรื่องวินัย และ โภชนาการอยู่ตลอดเวลา

5.2.9 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าข้าพเจ้ามองเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะถ้าลูกค้า รู้สึกได้ถึง ความเอาใจใส่ของเรา ที่มีให้ต่อเขา เราก็จะได้ลูกค้าในระยะยาว ข้าพเจ้าจึงใส่ใจในการบริการ ทาง fit muscle จะมี line official อยู่ทางแอดมินของเราจะมีการติดต่อสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ทุกวันและทุกเช้า เวลา 8.00ทางเรา จะส่งคอนเทนต์ดีๆให้กับลูกเทรนของเราเราทุกท่าน ในส่วนของ ตอนเที่ยง จะมีการแจ้งเตือนจากแอดมินเตือนในเรื่องของ โภชนาการทางด้านอาหารแบบน่ารักๆและ เป็นห่วง ในรูปร่างและสุขภาพของสมาชิกใน fit muscle เช่น เที่ยงนี้รับประทานอาหารกลางวันอะไรกันคะแล้ว จะมีการส่งเมนูอาหารให้ทางสมาชิก ของ fit muscle เราทำงานด้วยความรักและความเอาใจใส่ ข้าพเจ้ามั่นใจได้ว่า ลูกค้า จะรับรู้ถึงความใส่ใจและ สิ่งที่เราอยากจะทำมอบให้แก่เขาจริงๆ

5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ

ในด้านของการผลิตสินค้าที่เราต้องผลิตออกมาในบริการของเราครั้งนี้คือ คอร์สการออกกำลังกาย ซึ่งจะออกแบบหลักสูตร โดย คุณยัยยศ ศรีลาภศักดิ์ ซึ่งเป็นผู้บริหารของธุรกิจของ fit muscle ด้วยความเชี่ยวชาญทางด้าน การออกกำลังกายและเป็นเทรนเนอร์มาตลอด 6 ปี พร้อมกับใบประกาศนียบัตรคุณ Certified Personal Trainer จึงทำให้ลูกค้า มั่นใจได้ ว่า การซื้อคอร์สออกไปนั้น จะได้ผลอย่างแน่นอน

5.3.2 วิธีการผลิต

ในด้านการผลิตนั้น การผลิตของเราไม่ใช่ว่าการผลิตสินค้า แต่เป็นการผลิต ทางด้านความรู้ เรา จะแบ่งวิธีการผลิตเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- การเขียนคอร์สการออกกำลังกาย โดย เทรนเนอร์ของเราจะเป็นผู้ออกแบบ คอร์ส เริ่มต้นเราจะแบ่งคอร์ส ออกเป็น 3 ระดับ ด้วยกันก่อน แต่จะเป็นระดับพื้นฐานที่สามารถใช้ในการปรับ หรือ วอร์มร่างกาย ก่อนที่จะเน้นการสร้างกล้ามเนื้อ คอร์ส พื้นฐานนี้ สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่มบุคคล
- การนำ outsource เข้ามาช่วยในเรื่องของ trainer เราจะไม่มีเทรนเนอร์ประจำใน fit muscle แต่เราจะใช้ outsource ในการให้ไปเทรนลูกเทรน และหักรายได้ 30 % ให้กับทาง fit muscle

5.3.3 วิธีการจัดซื้อวัตถุดิบ

อย่างที่กล่าวไปข้างต้นว่า ธุรกิจของเรานั้นไม่ได้มีผลผลิตเป็นสินค้า แต่เราเป็นการบริการทางด้านความรู้ และ เทรนเนอร์ ในการออกกำลังกาย ในส่วนการจัดหา เทรนเนอร์นั้นเบื้องต้น เราจะใช้เทรนเนอร์ในธุรกิจของเราก่อน แต่ถ้า ความต้องการเทรนของลูกเทรนมีมาก เราจำเป็นต้องใช้ outsource เข้ามาช่วย โดยการจัดหาเทรนเนอร์ นั้นไม่ใช่เรื่องยาก เพราะว่า เจ้าของกิจการนั้น เป็นเทรนเนอร์อยู่แล้ว และการหาเทรนเนอร์เข้ามาเป็น outsource จึงเป็นเรื่องง่ายเพราะเรารู้จัก คนที่เป็นเทรนเนอร์เยอะอยู่แล้ว

5.3.4 กระบวนการผลิต

การผลิตของเรานั้น ในส่วนของคอร์สฝึกอบรม ที่จะเอาไว้ ขายคอร์สรายเดือนสำหรับผู้ที่ต้องการ ซื้อคอร์ส เราจะให้ทาง คุณยิ่งยศ ศรีลาศักดิ์ ในการ เขียนคอร์สฝึกอบรมพื้นฐานไว้ก่อนแล้ว แต่ เมื่อ ลูกเทรนได้ปรับร่างกาย โดนการใช้คอร์สพื้นฐาน 3 คอร์สแล้ว ต่อมา ในส่วนการเขียน คอร์สเฉพาะสำหรับบุคคล จะเกิด ขึ้นจากการประมวล ผลรูปร่างของแต่ละบุคคล แล้วนำมา เขียนตารางการออกกำลังกายให้แต่ละบุคคล จะใช้เวลา 3 วัน ต่อการออกแบบหลักสูตร ให้สำหรับ1คนที่จะสามารถจะนำไปใช้ได้ ใน 1 เดือน

5.3.5 การจัดการคลังสินค้า และระบบควบคุมสินค้าคงเหลือ

สินค้าของเรานั้นเป็นสินค้าและบริการไม่มีสินค้าที่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นจึงไม่มีการจัดเก็บสินค้าคงคลัง

5.3.6 การขนส่งสินค้าและบริการ

สินค้าและบริการของทาง fit muscle นั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ

- คอร์สการออกกำลังกาย เมื่อ เทรนเนอร์เขียนหลักสูตร ให้แต่ละบุคคล เสร็จเรียบร้อยแล้ว จะส่งต่อให้ กับทางกราฟฟิก เพื่อให้กราฟฟิกทำการตกแต่งและ ตัดต่อในส่วนคลิปวิดีโอให้สมบูรณ์แบบ หลังจากนั้น จึงส่งให้ทางแอดมินที่คอยประสานงานกับทางลูกค้า ส่งให้กับลูกเทรนผ่านช่องทาง social network ที่ได้ติดต่อกับลูกเทรนไว้ เมื่อส่งคอร์สการออกกำลังกายให้เรียบร้อยแล้ว ทางแอดมินก็จะคอยสอบถาม ลูกเทรนอย่างสม่ำเสมอ และคอยติดตามผล
- การให้เทรนเนอร์ไป เทรน ให้กับลูกค้า ที่คอนโด หรือ ยิม ที่ลูกค้ากำหนด โดยเบื้องต้นเราจะให้เทรนเนอร์ ของเราไปเองทั้งหมดก่อน ยังไม่ใช้ outsource แต่เมื่อ ลูกเทรนเพิ่มเยอะขึ้นทางเราจึงจำเป็นต้อง ใช้ trainer outsource เข้ามา

5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน

5.4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแผนการเงินสำหรับธุรกิจบริการการออกกำลังกาย มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยในการวางแผนทางการเงิน ตรวจสอบรายได้ ค่าใช้จ่าย และสถานะทางการเงินของบริษัท ประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ และตัดสินใจในด้านการลงทุน การบริหารธุรกิจให้ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาในเรื่องของแหล่งเงินทุนการประมาณการทางการเงิน งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด ทั้งนี้เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างราบรื่น

5.4.2 แหล่งที่มาของเงินทุนประเภทของการลงทุน/

โครงสร้างและแหล่งที่มาของเงินทุน

มาจาก เงินทุนส่วนตัว (Self-funding) ซึ่งมาจาก เจ้าของกิจการ fit muscle ได้ใช้เงินส่วนตัวที่เจ้าของกิจการเก็บสะสมมาใช้ในการบริหารธุรกิจนี้

โดยบริษัทใช้เงินลงทุนจำนวน 200000 บาท โดยเป็นเงินของเจ้าของทั้งหมด

ตารางที่ 5.2: ตารางแสดงรายละเอียดโครงสร้างและแหล่งที่มาของเงินทุน

รายละเอียดโครงสร้างเงินทุนจาก
รายชื่อ นายยิ่งยศ ศรีลาศักดิ์ จำนวน 200000 บาท

ตารางที่ 5.3: แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุน	รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
เงินทุนของเจ้าของ	เงินลงทุนเริ่มแรก	200000

ตารางที่ 5.4: ตารางแสดงเงินลงทุนเริ่มแรก

เงินลงทุนเริ่มแรก (แหล่งใช้ไปของเงินทุน)

รายการ	จำนวนเงิน
อุปกรณ์การสอนออกกำลังกาย	50000
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	20000
ค่าประชาสัมพันธ์และการโฆษณา	50000
เงินทุนหมุนเวียน	50000
รวม	170000

5.4.3 การประเมินระยะเวลาคืนทุน

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) หมายถึง ระยะเวลาของการลงทุนที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายสุทธิพอดี หรือกล่าวได้ว่าการลงทุนไม่มีกำไรและไม่ขาดทุนนั่นเอง ระยะเวลาคืนทุนเป็นเครื่องมือในการประเมินความเป็นไปได้ของการลงทุนอย่างง่าย และไม่ซับซ้อน เป็นการประเมินคร่าวๆและรวดเร็วเหมาะกับเม็ดเงินลงทุนจำนวนไม่มาก

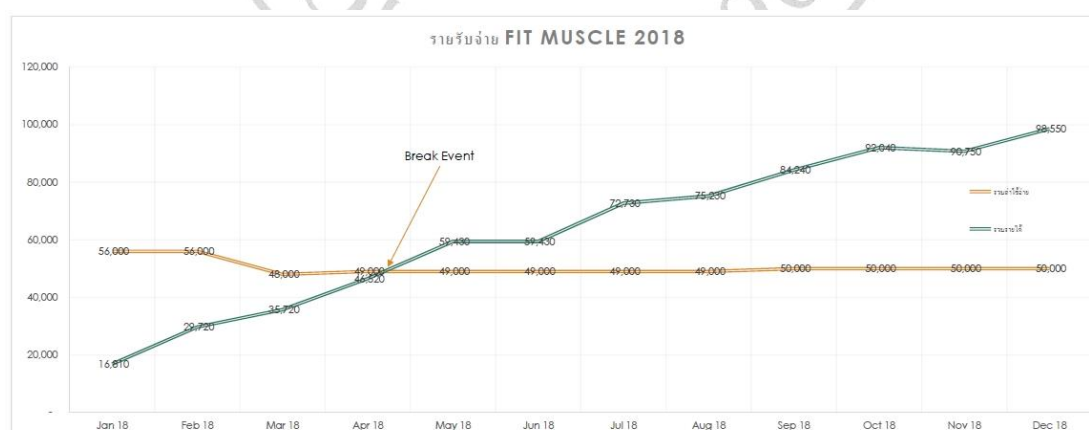
$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุนสุทธิเมื่อเริ่มโครงการ} - \text{กระแสเงินสดรับสุทธิตายปี}}{\text{สะสมไปเรื่อยๆจนเงินจ่ายลงทุนสุทธิเมื่อเริ่มโครงการเท่ากับศูนย์}}$$

ตารางที่ 5.5: ตารางแสดงเงินลงทุนเริ่มแรก

ปีที่	กระแสเงินสดรับสุทธิ (บาท)
1	144000
2	158400
3	174240
4	209088
5	292723

ตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าในปีที่ 1 ปีที่ 2 และปีที่ 3 ได้รับเงินมา 144000 และถ้าปีที่ 2 ได้รับเงินมาเพิ่มจำนวน 56000 บาท จะได้เท่ากับ 200000 ซึ่งเท่ากับทุนพอดี งั้นจึงกล่าวได้ว่าในปีที่ นั้น ใช้เวลาในการได้เงิน 56000 บาทเพียงครึ่งปีกว่าๆ หรือ คำนวณจาก $56000 \div 158400$ จะเท่ากับ 0.35 ระยะเวลาคืนทุนจึงเท่ากับ 1.4 ปี

5.4.4 การประเมินจุดคุ้มทุน (Break Even Point)



การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เพื่อพิจารณาว่าจำนวนผลิตภัณฑ์ที่บริษัทควรจะขายให้ได้ อย่างต่ำคือจำนวนเท่าไรเพื่อให้มีรายได้เพียงพอสำหรับการจ่ายค่าใช้จ่ายคงที่และค่าใช้จ่ายผันแปร และนำไปตั้งเป้าหมายยอดขายขั้นต่ำให้กับพนักงาน ซึ่งมาจากการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{จุดคุ้มทุน} &= \text{ต้นทุนคงที่รวม} / (\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปร}) \\ &= 605000 (761170 - 85000) \\ &= 1.1\end{aligned}$$

พบว่าบริษัทจะต้องขายคอร์สและชั่วโมงเทรนเนอร์จำนวน 12 ชั่วโมง หรือ 1 คอร์ส

รายละเอียดรายได้อาชีพ Fit muscle 2018

Trend	Dec 17	Jan 18	Feb 18	Mar 18	Apr 18	May 18	Jun 18	Jul 18	Aug 18	Sep 18	Oct 18	Nov 18	Dec 18	YEARLY
เงินลงทุน	200,000													
อุปกรณ์การเทรน	50,000													
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	20,000													
ค่าเช่าสถานที่	50,000													
รวมค่าใช้จ่ายเริ่มต้น	120,000													
ค่าใช้จ่าย														
เงินเดือน Trainer		20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	240,000
Outsource Graphic & Content		13,000	13,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	76,000
เงินเดือน Admin	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	180,000
ค่าโฆษณา online		6,000	6,000	6,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	8,000	8,000	8,000	8,000	85,000
facebook, google		2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	24,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		15,000	56,000	56,000	48,000	49,000	49,000	49,000	49,000	50,000	50,000	50,000	50,000	605,000
รวมรายได้อาชีพ														
ส่วนแบ่งราคา		7,800	11,700	11,700	19,500	23,400	23,400	31,200	31,200	31,200	39,000	31,200	39,000	300,300
Outsource Model		3,510	7,020	7,020	7,020	10,530	10,530	10,530	10,530	14,040	14,040	17,550	17,550	129,870
ส่วนแบ่งราคา Outsource Trainer		3,000	6,000	12,000	15,000	18,000	18,000	21,000	21,000	24,000	24,000	27,000	27,000	216,000
ค่าโฆษณาออนไลน์		2,500	5,000	5,000	5,000	7,500	7,500	10,000	12,500	15,000	15,000	15,000	15,000	115,000
รวมรายได้อาชีพ		16,810	29,720	35,720	46,520	59,430	59,430	72,730	75,230	84,240	92,040	90,750	98,550	761,170
Break event														
กำไรขาดทุน		65,000	25,810	(470)	(12,750)	(15,230)	(4,800)	5,430	29,360	55,590	89,830	131,870	172,420	221,170
เงินคงเหลือ														
ROI		78%												
จุดคุ้มทุน														



บรรณานุกรม

การออกกำลังกายที่ดี และการรับประทานอาหารให้ถูกต้องสำหรับการมีสุขภาพที่ดี. สืบค้นจาก

<https://sites.google.com/site/webaharpheusukhaphaph/fooddrinkdaieat>

เทรนด์สุขภาพมาแรง. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/613700>

ธุรกิจด้านสุขภาพ ภาพรวมธุรกิจ. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2560/T26/T26_201711.pdf





แบบสอบถาม

มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อการใช้บริการคอร์สการออกกำลังกายพร้อมเทรนเนอร์ ดูแลการออกกำลังกาย และ โภชนาการ ทางด้านอาหารเพื่อ รูปร่างที่ดี และ เพื่อสุขภาพที่ดีสำหรับผู้ที่ต้องการออกกำลังกายแต่ไม่มีเวลาไป GYM หรือ FITNESS ประกอบการค้นคว้าอิสระ ระดับปริญญาโท หลักสูตร บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต โครงการวิจัย INDEPENDENT STUDIES มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ทุกข้อความจริงทั้งนี้จะไม่มีการระบุชื่อผู้ตอบ โดยผู้ศึกษาจะเก็บคำตอบของท่านเป็นความลับ และนำมาวิเคราะห์เชิงสถิติในภาพรวมเท่านั้น ขอขอบพระคุณอย่างสูงสำหรับเวลาในการตอบแบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการ fit muscle

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นข้อมูลในการทำรายงานวิจัย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมการเลือกซื้อการใช้บริการคอร์สการออกกำลังกายพร้อม เทรนเนอร์ ดูแลการออกกำลังกาย และ โภชนาการทางด้านอาหาร

ส่วนที่ 3 ระดับการให้ความสำคัญด้านปัจจัยดังต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อการใช้บริการคอร์สการออกกำลังกาย พร้อมเทรนเนอร์ ดูแลการออกกำลังกาย และโภชนาการทางด้านอาหาร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย✓ ลงในช่อง ()

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ

() ชาย () หญิง () ไม่ระบุ

2 อายุ

() 18-24	() 25 - 31ปี
() 32-38 ปี	() 39-45ปี
() 46-50 ปี	() 50 ปีขึ้นไป

3. ท่านออกกำลังกายกี่ครั้งต่อสัปดาห์

- () 1-2 วันต่อสัปดาห์ () 3 - 4 วันต่อสัปดาห์
() 5-6 วันต่อสัปดาห์ () อื่นโปรดระบุ.....

4. การดำรงชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการออกกำลังกายของท่าน

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

5. ระยะเวลาที่มีผลต่อการออกกำลังกายของท่านหรือไม่

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

6. ท่านมีการวางแผนหรือจัดสรรเวลาสำหรับการออกกำลังกาย

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

7. ก่อนการออกกำลังกายท่านมีการอบอุ่นร่างกายอย่างถูกต้อง

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

8. ท่านออกกำลังกายโดยปฏิบัติตามวิธีการปฏิบัติของอุปกรณ์นั้นอย่างถูกต้องหรือไม่และท่านทราบหรือไม่ว่าการออกกำลังกายในเครื่องออกกำลังกายนั้นให้ประโยชน์ส่วนใดของกล้ามเนื้อ

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

9. ท่านให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายให้ถูกวิธีและได้ผลลัพธ์ที่ดีหรือไม่

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

10. ท่านคาดหวังสิ่งใดจากการออกกำลังกาย (ตอบได้มากกว่า1 ข้อ)

- () รูปร่างที่ดี () สุขภาพที่ดี
() ได้เจอสังคมใหม่ () ได้รับความผ่อนคลาย อื่นๆ.....

11. ท่านชอบศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายเพื่อรูปร่างที่ดีหรือไม่

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

12. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการเกี่ยวกับการรับประทานอาหารคลีนหรือไม่

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

13.ท่านคิดว่าโภชนาการทางด้านอาหารมีผลต่อการสร้างกล้ามเนื้อมากน้อยเพียงใด

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

14.ท่านให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเพื่อได้กล้ามเนื้อและรูปร่างที่ดีมากน้อยเพียงใด

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

15.ท่านต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารการออกกำลังกายและการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีจากทาง FIT MUSCLE

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

ส่วนที่ 3 ระดับการให้ความสำคัญด้านปัจจัยดังต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อการ ใช้บริการคอร์ส การออกกำลังกาย พร้อมเทรนเนอร์ ดูแลการออกกำลังกาย และ โภชนาการทางด้านอาหาร

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

รายละเอียด (Detail) ด้านบริการการออกกำลังกายและด้านโภชนาการ	มากที่สุด (Best)	มาก (Good)	พอใช้ (Average)	น้อย (Less)
1. ท่านจะออกกำลังกายเสมอเมื่อมีเวลาว่าง				
2. บ่อยครั้งที่การออกกำลังกายเป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับท่าน				
3. เพื่อให้สุขภาพกายและใจดีจุดเริ่มต้นคือการออกกำลังกาย				
4. การออกกำลังกายเป็นการเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้กับตัวเอง				
5. การออกกำลังกายเป็นเรื่องสิ่งที่สามารถทำได้ด้วยตนเองไม่ต้องอาศัยผู้อื่น				
6. ท่านเป็นบุคคลที่เลือกรับประทานอาหารและ เลือก รับประทานแต่ของมีประโยชน์				
7. ท่านทราบข้อมูลของแหล่งโปรตีนอาหาร				

ตารางมีต่อ

8.ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกรับประทาน ไขมัน อิ่มตัวและไขมันทรานส์ หรือไขมันเลว				
9.ท่านรับประทานอาหารประเภทคาร์โบไฮเดรต ใน ปริมาณที่พอดี				
10.ท่านรับประทานอาหารเสริม ประเภท WHEY หรือ UK- NARVA 10				

รายละเอียด (Detail) ด้านราคา บริการ ของ Fit muscle	มากที่สุด (Best)	มาก (Good)	พอใช้ (Average)	น้อย (Less)
1.ราคาคอร์สการออกกำลังกาย มีราคาที่เหมาะสม (2500บาท/เดือน สำหรับผู้หญิง) (3000บาท/เดือน สำหรับ ผู้ชาย)				
2.ราคาชั่วโมงเทรนเนอร์มีความเหมาะสม ชั่วโมงละ800 บาท / 15 ครั้ง 12000บาท(Trainer model)				
3.ราคาชั่วโมงเทรนเนอร์มีความเหมาะสมชั่วโมงละ300บาท / 15 ครั้ง 4500บาท (Trainer)				

รายละเอียด (Detail) ด้านช่องทางการจำหน่ายบริการของ Fit muscle	มากที่สุด (Best)	มาก (Good)	พอใช้ (Average)	น้อย (Less)
1.สามารถติดต่อซื้อคอร์สการออกกำลังกาย และบริการ เทรนเนอร์ได้สะดวกเพราะมี แอดมิน คอยตอบคำถามใน face book และช่องทางการจำหน่าย ตลอด 24 hrs.				
2.บริการเทรนเนอร์ ถึงที่ ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า BTS และ MRT				
3.มีความสะดวกในการสอบถาม เกี่ยวกับบริการ และข้อมูล ต่างๆเกี่ยวกับการออกกำลังกาย โฆษณาการผ่านทาง Social network ตลอด 24 hrs.				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (Additional comment)

.....

บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและการมีรูปร่างที่ดีความเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้ไลฟ์สไตล์และมุมมองของคนรุ่นใหม่ที่เติบโตมาท่ามกลางความทันสมัยของเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยเฉพาะเรื่องของการดูแลสุขภาพ ซึ่งคนรุ่นใหม่ได้หันมาให้ความสนใจ ทั้งในเรื่องของอาหารและการออกกำลังกายกันมากขึ้น จึงส่งผลให้ธุรกิจเทรนเนอร์ เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Fit muscle จึงได้เปิดบริษัทขึ้นมาเพื่อเปิดการสอนการออกกำลังกาย และแนะนำด้านโภชนาการให้ถูกวิธีและมี ผลลัพธ์ที่ดีต่อความต้องการของผู้บริโภค เริ่มจากบริษัทวางกลยุทธ์ในการทำธุรกิจโดยเน้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จัก Fit muscle และให้ทราบข้อแตกต่างที่ เมื่อให้ทาง Fit muscle ดูแลเรื่องรูปร่างนั้นจะได้ผลลัพธ์เป็นไปตาม gold ที่ลูกค้าตั้งไว้อย่างแน่นอน เพราะเทรนเนอร์ของเรานั้นได้รับใบประกาศ Personal Trainer fit muscle และ Fitness Nutrition Specialis เทรนเนอร์ของเราเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ อีกทั้งทาง fit muscle นั้นยังมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหลากหลายช่องทาง จึงทำให้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลต่างได้อย่างง่าย เพราะเป็นเรื่องสำคัญเราจะแสดงให้ลูกค้ารับรู้ถึงความใส่ใจ และเพิ่มความน่าเชื่อถือของเทรนเนอร์อีกด้วย ผู้บริโภคสามารถมั่นใจในการได้รับบริการของเราได้ ด้วยประสบการณ์ และ ชื่อเสียงของโมเดลเทรนเนอร์

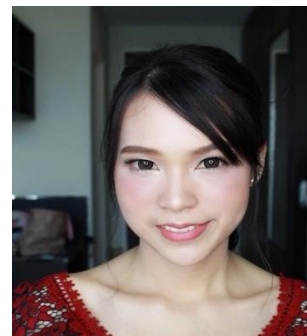
สำหรับการลงทุนเริ่มต้นใช้เงินลงทุนจำนวน 200000 บาท ซึ่งจากการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนพบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เป็นบวกมีระยะเวลาคืนทุน payback period เท่ากับ 1.08 ปี ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแผนธุรกิจ เทรนเนอร์สอนออกกำลังกายมีความน่าสนใจ และสามารถสร้างผลกำไรและผลตอบแทนที่ดีได้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล: นางสาวทศวรรณ ปานแก้ว

เบอร์ติดต่อ: 0810878703

E-mail: todsawan_p@hotmail.com



ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาสหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม

ปริญญาตรี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะ บริหารธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

มัธยมศึกษา: เซนต์โยเซฟ ทิพวัล

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน: บริษัท คีย์โซลูชั่นเทรนนิง จำกัด

ประสบการณ์ที่ผ่านมา: ธนากรกรุงศรีอยุธยา

ธนากรยูโอบี



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาห์กิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 15 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ทศวรรษ ปานแก้ว อยู่บ้านเลขที่ 120/2008

ซอย อ่อนอารีย์ ถนน สุขุมวิทสายเก่า ตำบล/แขวง ห้วยบ้านใหม่

อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด สมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10280

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590203258

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาห์กิจขนาดกลางและขนาดย่อม 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 เทรนเนอร์สำหรับการออกกำลังกายและโภชนาการ (Business Plan For Fit Muscle Trainer For Exercise and Nutrition)

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

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

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกมาทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
()

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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