



## การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจยิมยูจิตสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา

### Feasibility Study of Boriboonsil Suksa Ju-Jitsu Gym

#### ชลธี อร่ามวิบูลย์

นักศึกษาลัทธิศาสตร์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

chonlatee.a63@rsu.ac.th

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจยิมยูจิตสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์แผนการตลาด การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน การวิเคราะห์แผนกำลังคน และการวิเคราะห์แผนการเงิน จากการวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังกล่าวพบว่า กลุ่มเป้าหมายคือ เด็กนักเรียนที่เรียนอยู่ในโรงเรียนบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา กลุ่มอายุ ระหว่าง 4 - 18 ปี ที่มีรายได้ครอบครัว 15,000 บาทขึ้นไป มีการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีการวางแผนกำลังการบริการ ปริมาณบริการ และมีการกำหนดขั้นตอนบริการ มีระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 2 ปี 9 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 474,556.96 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ 58% จึงสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้และเหมาะสมในการลงทุน

**คำสำคัญ:** การศึกษาความเป็นไปได้, ยิมยูจิตสู

#### ABSTRACT

This study's purpose is to study the feasibility of the Boriboonsil Suksa Ju-Jitsu Gym Business in order to assess the business feasibility. The study consists of situational analysis, marketing plan analysis, operation plan analysis, manpower plan analysis and financial plan analysis. Based on the above analysis, it was found that the target group which is students from Boriboonsli Suksa school between the ages of 4 to 18 whose family income is more than 15,000 baht. A marketing mix is defined which includes product strategy, prices, distribution channels, marketing promotions, service capacity planning, service volume and service procedures. The payback period of the project equal to 2 years and 9 months, with a net present value (NPV) of 474,556.96 baht and a rate of return on investment (Internal Rate of Return; IRR) equal to 58%. This can be concluded that this project is feasible and suitable for investment.

**Keywords:** Feasibility Study, Ju-Jitsu Gym



## 1. บทนำ

ปัจจุบันแนวโน้มการออกกำลังกาย และการรักษาสุขภาพกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และท่ามกลางสภาพสังคมที่มีความอันตราย จากเหตุการณ์ทะเลาะวิวาท การถูกทำร้ายร่างกาย ภาวะเศรษฐกิจที่แย่งทำให้มีอัตราการปล้นชิงทรัพย์สูงขึ้น รวมไปถึงบรรดาผู้ปกครองพ่อแม่ และผู้ที่อยากหากิจกรรมให้ลูกหลาน เพื่อห่างไกลจากยาเสพติด และจากการคิดมือถือผู้คนจึงมองหาการออกกำลังกายในรูปแบบศิลปะการต่อสู้ นอกจากจะได้ ออกกำลังกายแล้วยังสามารถใช้ป้องกันตัวจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อีกด้วย ทำให้หนึ่งในรูปแบบการออกกำลังกาย ที่กำลังได้รับความนิยมคือ ศิลปะการต่อสู้ยูยิตสู นอกจากจะได้รับความนิยมแล้ว ยังได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน การออกกำลังกายในรูปแบบนี้ ส่งผลให้เกิด โอกาสทางธุรกิจอีกมากมาย

กีฬายูยิตสูพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง จนในปัจจุบัน ได้กลายมาเป็นหนึ่งในกีฬาที่เริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการตั้งกฎกติกา มีอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม อุปกรณ์ป้องกันอันตรายต่าง ๆ มีการแข่งขัน ระดับทวีป ระดับโลก เป็นกีฬาที่คล้าย ๆ ยูโด แต่มีรายละเอียดที่มากกว่า มีเทคนิคการเตะ ต่อย ล็อก รัคคอก ทูม หัก แขน ปัจจุบันมีการแข่งขันอย่างเป็นทางการในประเทศไทย มีสมาคมยูยิตสูแห่งประเทศไทย ซึ่ง ณ ปัจจุบัน ประเทศไทย ก็มีนักกีฬายูยิตสูลงทำการแข่งขันในรายการต่าง ๆ ทั่วโลกตลอด จากที่กล่าวมานี้ จึงทำให้มองเห็น โอกาส ที่จะประสบความสำเร็จ ในการลงทุนธุรกิจบริการ ศูนย์ฝึกศิลปะการต่อสู้ยูยิตสู ถึงแม้ว่า จะมีสถานบริการ ในลักษณะของการออกกำลังกาย เปิดให้บริการอยู่แล้วจำนวนมาก แต่สิ่งที่แตกต่างคือ ศิลปะยูยิตสูมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่เน้นการต่อสู้ภาคพื้นดิน (นอนสู้) สถานบริการยิมต่อสู้ทั่วไป จะเป็นศิลปะการต่อสู้ชนิดยืนสู้ เช่น มวยไทย มวยสากล เทควันโด เป็นต้น ในขณะที่ ยูยิตสูมีทั้ง เตะ ต่อย ทูม ล็อก รัคคอกต่อสู้ การทำให้คู่ต่อสู้ล้ม ทำให้ยอมแพ้โดยการรัคคอก การหักข้อต่อได้ทั้งร่างกาย ยูยิตสูจึงเป็นศิลปะการต่อสู้ ที่เหมาะสำหรับใช้ในเหตุการณ์ ที่ต้องป้องกันตัว เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น มวยไทยที่มีประสิทธิภาพการยืนสู้ แต่ไม่ได้มีการเรียนรู้ในการต่อสู้เมื่อมีการล้มลงไป ในขณะที่กีฬายูยิตสู เรียนรู้ถึงการเตะต่อย รวมถึงการทูม แม้จะล้มลงไปก็ยังสามารถต่อสู้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น เพื่อรองรับความต้องการของประชาชน จึงเป็นแรงบันดาลใจในการคิดที่จะลงทุนดำเนินธุรกิจ บริการสอนศิลปะการต่อสู้ยูยิตสู เพื่อป้องกันตัว เพื่อการออกกำลังกาย และเพื่อความเป็นเลิศ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยปัจจัยเหล่านี้ จึงมองเห็นช่องทาง และโอกาสในการประกอบธุรกิจกีฬายูยิตสู โดยเปิดสอนกีฬายูยิตสู ให้กับบุคคลทั่วไป ที่มีความสนใจ ทุกเพศทุกวัย ทุกระดับความแข็งแรง ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานมาก่อน หลักสูตรการสอน มีตั้งแต่กลุ่ม และเรียนแบบตัวต่อตัว เพื่อป้องกันตัวเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้ร่างกาย หรือเพื่อลดน้ำหนักเป็นต้น เพื่อมุ่งเน้นการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ แต่ก็สอดแทรกไปด้วยความสนุกสนาน และความเพลิดเพลิน ให้กับนักเรียนทุกคน ในระหว่างเรียนอีกด้วย ควบคุมการสอนโดยผู้ฝึกสอนมืออาชีพพิดิกรีทีมชาติ

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจยิมยูยิตสูบริบูรณ์ศิลปะศึกษา

## 3. ขั้นตอนการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจยิมยูยิตสูบริบูรณ์ศิลปะศึกษา โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 5 ส่วนประกอบด้วย การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์แผนการตลาด การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน การวิเคราะห์แผนกำลังคน และการวิเคราะห์แผนการเงิน



#### 4. ผลการวิจัย

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี Five Forces Model มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การคุกคามของกลุ่มแข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)

จากกระแสการออกกำลังกายและการป้องกันตัวที่มีมากขึ้น รวมไปถึงกระแสผู้ให้ความสนใจในกีฬาอีสปอร์ต ทำให้เกิดธุรกิจบริการศูนย์ฝึกศิลปะการต่อสู้ยูติตสู ส่งผลให้มีผู้สนใจที่จะเรียนจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามคู่แข่งทางตรงนั้นมี การแข่งขันที่ต่ำมาก และการมีผู้ประกอบการยิมยูติตสูรายใหม่ก็มีโอกาสเกิดน้อยเช่นกัน เนื่องจากกีฬาอีสปอร์ตเป็นกีฬา ที่ใหม่ มีผู้ที่ฝึกฝนจริงจังและเริ่มแพร่หลายความรู้นั้นมีมาประมาณ 15 ปี ส่งผลให้ผู้ที่มีความรู้ในทักษะยูติตสูนั้นมี จำนวนไม่มากนักและการจะเรียนรู้กีฬาเพื่อมาเป็นผู้สอนได้ใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 5 - 6 ปี การที่ผู้ประกอบการรายใหม่ จะเข้ามา ก็ยากเช่นกันที่จะทำการตลาดแข่งได้ เพราะยิมยูติตสูบริบูรณ์ศิลปะศึกษาที่มีภาพลักษณ์ที่ดีทั้งผลงานการแข่งขัน ที่เป็นที่ยอมรับ และมีผู้ฝึกสอนที่มีดีกรีถึงอดีตนักกีฬาทีมชาติ และทีมชาติชุดปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตามยังมี ผู้ประกอบการรายใหม่ทางอ้อมเช่น มวยไทย เทควันโด ยูโด ที่กระจายตามห้างสรรพสินค้า โรงแรม อาคารสำนักงาน หรือตามที่พักอาศัย ซึ่งธุรกิจมวยไทย เทควันโด ยูโดที่กระจายอยู่ตามห้างอาคารต่าง ๆ จะมีขนาดใหญ่ต้องใช้เงิน ลงทุนจำนวนมาก ซึ่งยากที่คู่แข่งรายใหม่ทั่วไปจะสามารถเข้ามาแข่งได้ เพราะต้องลงทุนด้านสถานที่และการทำ การตลาดแข่งกับรายเก่า ถึงแม้ว่าจะมีการเข้ามาของกลุ่มแข่งทางอ้อมรายใหม่ ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อยิมยูติตสูบริบูรณ์ศิลปะศึกษา เพราะรูปแบบกีฬาแตกต่างกัน กีฬาอีสปอร์ตมีจุดเด่นในการเรียนการสอนแบบออนไลน์ ในขณะที่ศิลปะอื่น ๆ เน้นการยื่น ต่อสู้ ซึ่งแบ่งความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน และยิมยูติตสูบริบูรณ์ศิลปะศึกษาตั้งในตำแหน่งที่คู่แข่งรายใหญ่ ยังเข้าไม่ถึง ดังนั้นคู่แข่งรายใหม่มีโอกาสน้อยที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้

2. การคุกคามจากสินค้าหรือการบริการทดแทน (Threat of Substitutes)

จากการที่ยิมยูติตสูบริบูรณ์ศิลปะศึกษา เป็นธุรกิจที่ให้บริการเกี่ยวกับการออกกำลังกายยูติตสูที่เน้นเป็นกลุ่ม ก็มีสินค้า ทดแทนที่ตอบสนองความต้องการแบบเดียวกันนั้นก็มียูหลายธุรกิจ ซึ่งก็คือการออกกำลังกายแบบเป็นกลุ่มประกอบ ไปด้วย ยิมเทควันโด ยิมมวยไทย สนามฟุตบอล สนามเบตมินตัน ฟิตเนสสวนสาธารณะ ซึ่งการใช้บริการยิมเทควัน โดและมวยไทยนั้นต้องเป็นการออกกำลังกายในรูปแบบศิลปะการต่อสู้เหมือนกัน แต่สิ่งที่แตกต่างคือศิลปะยูติตสูมี เอกลักษณะเฉพาะตัวคือ เน้นการต่อสู้ภาคพื้นดิน(นอนสู้) ในขณะที่ยิมเทควันโด มวยไทยจะเป็นศิลปะการต่อสู้ชนิดยืน สู้ ซึ่งมีความแตกต่างที่ชัดเจนสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้า ที่มีความต้องการศึกษาการต่อสู้ในด้านนี้ โดยเฉพาะ ในส่วนของสนามฟุตบอลและสนามเบตมินตันนั้น จำเป็นต้องมีกลุ่มคนที่รู้จักกันมาก่อนแล้วจึงสามารถ มาเล่นได้ ซึ่งเป็นจุดแตกต่างกับ ยิมยูติตสูบริบูรณ์ศิลปะศึกษาที่ไม่จำเป็นต้องรู้จักกันมาก่อน ในการเข้ามาใช้บริการครั้งแรก แต่ด้วยระบบการให้บริการของยิมยูติตสูบริบูรณ์ศิลปะศึกษา จะทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีเพื่อน ในส่วนของ สวนสาธารณะนั้นสามารถเล่นคนเดียวหรือสร้างความรู้จักกับบุคคลอื่นๆ ได้ แต่จะแตกต่างตรงที่มีข้อจำกัดในเรื่อง ของการบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีระบบหรือเครื่องมือที่ทันสมัยซึ่งแตกต่างกับ ยิมยูติตสูบริบูรณ์ศิลปะศึกษา ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า สินค้าทดแทนนั้นมีระดับในการทดแทนที่ไม่สูงมากนัก อีกทั้งคุณสมบัติในการทดแทนนั้น ยังดีไม่เท่า ยิมยูติตสูบริบูรณ์ศิลปะศึกษา



### 3. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)

ถึงแม้ว่าธุรกิจอิมมูติตัส เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันที่ต่ำ และอุปกรณ์หรือสถานที่ของธุรกิจแต่ละแห่งมีความคล้ายคลึงกัน โดยผู้ใช้บริการ ไม่เห็นถึงความแตกต่างมากนักแต่จะแตกต่างกันทางด้านการบริการและชื่อเสียงความสามารถของผู้ฝึกสอน โดยถ้าผู้ใช้บริการ ได้ให้ความไว้วางใจกับอิมที่ใดแล้ว จะมีความจงรักภักดี และวัฒนธรรมของกีฬาอิมมูติตัส ที่รับสาย(ขึ้นระดับความสามารถ)จากใคร ก็จะรับจากผู้สอนท่านนั้นตลอด ไปทำให้การเปลี่ยนอิมเป็นเรื่องที่ยาก แต่ถ้าอิมที่ใดที่ให้บริการที่ไม่เป็นที่พอใจผู้ฝึกสอนไม่มีความรู้ความสามารถ ที่จะถ่ายทอดให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง ก็มีโอกาสที่ผู้ใช้บริการจะเปลี่ยนสถานที่ได้เหมือนกัน เนื่องจากมี switching cost ที่ต่ำดังนั้นอำนาจต่อรองของผู้ซื้อจึงมีอยู่สูง แต่อย่างไรก็ตามนอกจากอิมมูติตัสบริบูรณ์ศัลป์ศึกษาจะเน้นกระบวนการสอนที่มีประสิทธิภาพให้บริการ ที่เน้นสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นในตัวของลูกค้าแล้ว ยังมีผู้ฝึกสอนที่มีชื่อเสียงและดีกรีระดับทีมชาติ และยังมีอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าอิมอื่นถึงประมาณ 30% จึงทำให้อิมมูติตัสบริบูรณ์ศัลป์ศึกษา มีอำนาจในการต่อรองลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพและราคา

### 4. อำนาจการต่อรองจากผู้จัดหาวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

ในการดำเนินธุรกิจอิมกีฬาอิมมูติตัสบริบูรณ์ศัลป์ศึกษานั้น จะมีการซื้ออุปกรณ์ออกกำลังกายเป็นจำนวนมากในการเริ่มต้นธุรกิจ โดยปริมาณที่สั่งซื้ออุปกรณ์นั้นขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจที่ทำ โดยสามารถสั่งซื้อ จากผู้ผลิตซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากทำให้อำนาจต่อรองของผู้ผลิตมีไม่มากนักอีกทั้ง อำนาจต่อรองของผู้ผลิตกับปริมาณการสั่งซื้ออุปกรณ์ออกกำลังกาย โดยถ้าปริมาณการสั่งซื้อมีปริมาณมาก ทำให้ผู้ดำเนินการธุรกิจมีอำนาจในการต่อรองกับผู้ผลิตสูง

### 5. การแข่งขันของกลุ่มในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)

ปัจจุบันผู้คนให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพและการออกกำลังกาย ด้วยรูปแบบชีวิตที่เปลี่ยนไปมีความเร่งรีบ สภาพสังคมที่มีความเป็นเมือง ทำให้การออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมคือการออกกำลังกายแบบสปีดการต่อสู้และที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคือสปีดการต่อสู้อิมมูติตัส ทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง สถานการณ์การแข่งขันภาพรวมในประเทศของธุรกิจประเภทนี้มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นคู่แข่งในกีฬาประเภทเดียวกันหรือเป็นกีฬาที่เป็นการต่อสู้ที่มีรูปแบบการออกกำลังกายใกล้เคียงกัน เช่น มวยไทย เทควันโด ยูโด แต่เมื่อเปรียบเทียบกับในบริเวณที่ตั้งของอิมมูติตัสบริบูรณ์ศัลป์แล้ว ถือว่าสถานการณ์การแข่งขันยังสูงมากนัก เนื่องจากยังมีธุรกิจประเภทนี้ให้บริการอยู่จำนวนน้อย

## การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### จุดแข็งของธุรกิจ (Strengths)

1. อิมมูติตัสบริบูรณ์ศัลป์ศึกษา ผู้ฝึกสอนมีความเป็นมืออาชีพ มีดีกรีเป็นอดีตทีมชาติและนักกีฬาทีมชาติปัจจุบัน และจบจากสาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญ และมีความเป็นกันเอง
2. สถานที่และทำเลที่ตั้งของอิมมูติตัสบริบูรณ์ศัลป์ศึกษา ตั้งอยู่ภายใน โรงเรียนบริบูรณ์ศัลป์ศึกษา หลังตลาดใหม่ดอนเมือง อิมมูติตัสบริบูรณ์ศัลป์ศึกษาห่างจาก รถไฟฟ้าสายสีแดง สถานีดอนเมืองเพียง 300 เมตร ใกล้สถานที่พักอาศัย เช่น หมู่บ้าน คอนโด ที่ทำงานเป็นแหล่งชุมชน และยังคงเดินทางสะดวกสบาย
3. อิมมูติตัสบริบูรณ์ศัลป์ศึกษามีความพร้อมเรื่องอุปกรณ์และสถานที่มีครูที่มีประสบการณ์และชำนาญเป็นพิเศษไว้คอยให้บริการ



4. มีพื้นที่ให้บริการที่กว้างจัดสรรพื้นที่ในการวางอุปกรณ์ให้มีแบบแผนยิมอยู่ชั้น 3 ของอาคารเรียน บรรยากาศปลอดภัยโปร่ง
5. มีโรงเรียนบริบูรณ์ศิลป์ศึกษาเป็นผู้ให้การสนับสนุนหลัก ทั้งในส่วนของ การประชาสัมพันธ์ เงินรางวัลของนักกีฬา การอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปแข่งขัน อาหาร และ อุปกรณ์
6. ยิมยูธิสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษามีอัตราค่าบริการที่ไม่สูง เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากโรงเรียนบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา ทำให้ภาระในด้านค่าเช่าที่นั้นถูก
7. เป็นสถานออกกำลังกายรูปแบบใหม่ที่ไม่น่าเบื่อ สนุกสนาน และได้ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพอีกด้วย จึงเป็นทางเลือกอันดับหนึ่ง ที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนใจ และตัดสินใจเข้าใช้บริการ

#### จุดอ่อนของธุรกิจ (Weaknesses)

1. ยิมยูธิสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษายังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของผู้ใช้บริการ เนื่องจากเพิ่งเปิดให้บริการไม่นาน
2. ผู้เชี่ยวชาญอาจต้องใช้เวลาในการปรับตัวเข้ากับผู้ที่มาใช้บริการ เพราะผู้เข้ามาใช้บริการต่างคน ต่างทัศนคติไม่ตรงกัน อาจทำให้มีความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นบ้าง
3. เวลาในการเรียนรู้ปรับปรุง และพัฒนาการสอนให้มีประสิทธิภาพมีไม่มากเท่าที่ควร
4. มีผู้ฝึกสอนน้อยทำให้เปิดคลาสเพิ่มไม่ได้
5. ธุรกิจเล็กนั้นใช้เงินลงทุนไม่มาก ทำให้การขยายพื้นที่ยิมหรือการปรับปรุงต้องใช้ระยะเวลานาน

#### โอกาสของธุรกิจ (Opportunities)

1. ภาครัฐมีการส่งเสริม นโยบายในเรื่องการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสุขภาพและบุคลิกภาพที่ดี กีฬายูธิสูได้รับ ความสนใจ และส่งเสริมจากภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเงินรางวัลในการแข่งขันยูธิสูชิงแชมป์แห่งประเทศไทย ที่มีมูลค่าถึง 3 แสนบาท และสมาคมยูธิสูมีนโยบายเชิงรุก ที่จริงจึงทำให้ยูธิสูเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว
2. แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญใส่ใจสุขภาพ และการป้องกันตัวเพิ่มมากขึ้น

#### อุปสรรคของธุรกิจ (Threats)

1. ผู้ใช้บริการ ไม่มีเวลาเข้ามาใช้บริการ หรือไม่สะดวกใช้บริการ ส่งผลให้รายได้ของธุรกิจลดลง
2. สถานการณ์โรคระบาดโควิด ทำให้ยิมไม่สามารถเปิดให้บริการได้ในบางช่วงเวลาตามที่รัฐกำหนด

#### ● การวิเคราะห์แผนการตลาด

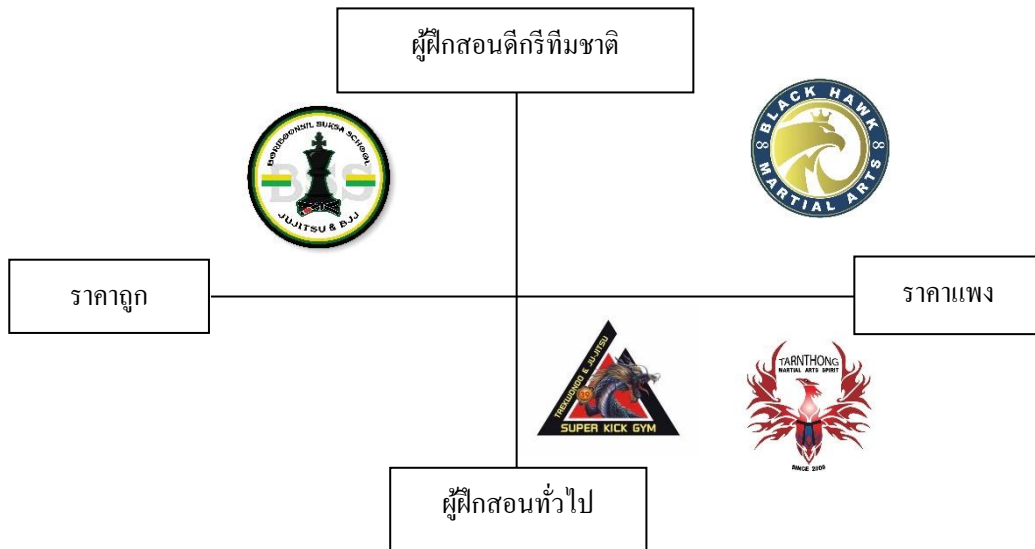
##### การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

ยิมยูธิสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษาได้ทำการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเด็กนักเรียน ที่เรียนอยู่ในโรงเรียนบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา กลุ่มวัยเด็กเล็ก อายุ ระหว่าง 4 - 13 ปี และ กลุ่มเด็กวัยรุ่น อายุระหว่าง 14 - 18 ปี ที่มีรายได้ครอบครัว 15,001 - 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป เป็นลูกค้าผู้ชื่นชอบการออกกำลังกาย มีความต้องการใช้บริการยิมยูธิสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มวัยผู้ใหญ่ อายุระหว่าง 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตคอนเมือง-หลักสี่ ที่มีความต้องการใช้บริการ ยิมยูธิสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีการเดินทางและมีค่าบริการต่ำ แต่มีคุณภาพสูงในการให้บริการ



การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (P: Positioning)

จากการวิเคราะห์คู่แข่งทางอิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ศึกษาได้ทำการวางตำแหน่งทางการตลาดไว้ในระดับที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ ในทุกระดับราคาที่อยู่ในระดับที่ไม่สูง เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถมีกำลังในการจ่ายค่าบริการ และมียังมีจุดเด่นในด้านบริการ โดยมีผู้ฝึกสอนดีกรีทีมชาติ



รูปที่ 1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของธุรกิจอิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ศึกษา

### กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Strategies)

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับธุรกิจอิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ศึกษา เป็นที่ให้บริการด้านการสอนศิลปะการต่อสู้ เพื่อการออกกำลังกาย เพื่อการลดน้ำหนัก เพื่อการแข่งขันในกีฬาประเภทกีฬาอิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ โดยเป็นธุรกิจให้บริการด้านออกกำลังกาย โดยใช้กีฬาอิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ให้สอดคล้องกับหลักการออกกำลังกายทั่วไป ตามหลักมาตรฐานการออกกำลังกาย โดยมีผู้ฝึกสอนที่จบด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา คอยควบคุมให้แก่ลูกค้าอีกด้วย แต่ทั้งนี้เพื่อสร้างความแตกต่าง อิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ศึกษา ได้ทำการคัดเลือกผู้ฝึกสอนที่มีคุณสมบัติดีกรีทีมชาติ และมีใบรับรองการเป็นผู้ฝึกสอนจากสมาคมอิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์แห่งประเทศไทยเท่านั้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการมั่นใจในคุณภาพ เพื่อการให้บริการที่มีคุณภาพ และถ่ายทอดทักษะทางกีฬาที่ถูกต้อง ทำให้ได้ผู้ฝึกสอนที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์จริง ทำให้เกิดความพร้อมทั้งด้านการให้คำปรึกษา ในเรื่องของออกกำลังกายและฝึกสอนอิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์อย่างถูกวิธีและยังสามารถสร้างผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งการบริการของอิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ศึกษา ประกอบไปด้วย

- 1) อิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ 4 - 18 ปี
- 2) อิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ 18 ปีขึ้นไป
- 3) อิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ นักกีฬา

แต่ละคลาสแบ่งรายละเอียดดังนี้

- 1) คลาสอิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์สำหรับเด็ก - ใช้เวลาเรียน 90 นาที
- 2) คลาสอิมมูนิตีสวามิบุรณศิลป์ผู้ใหญ่ - ใช้เวลาเรียน 90 นาที



3) คลาสนักรักกีฬายูยิตสู - ใช้เวลาเรียน 120 นาที

ตารางที่ 1 ตารางแสดงวันและเวลาในการทำงาน

เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	เสาร์	อาทิตย์
9:00 - 10:30	ยูยิตสูผู้ใหญ่		ยูยิตสูผู้ใหญ่		ยูยิตสูเด็ก	ยูยิตสูเด็ก No-gi
16:00 - 17:30	ยูยิตสูเด็ก	ยูยิตสูเด็ก	ยูยิตสูเด็ก	ยูยิตสูเด็ก		
15:00 - 16:30					ยูยิตสูเด็ก	ยูยิตสูเด็ก No-gi
17:30 - 19:00					ยูยิตสูผู้ใหญ่	ยูยิตสูผู้ใหญ่ No-gi
18:00 - 19:30		ยูยิตสูผู้ใหญ่		ยูยิตสูผู้ใหญ่		
18:00 - 20:00	นักกีฬา		นักกีฬา			

หลักสูตรการสอนมีตั้งแต่เรียนแบบกลุ่ม และเรียนแบบตัวต่อตัว เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้ร่างกาย หรือเพื่อลดน้ำหนักเป็นต้น เพื่อมุ่งเน้นการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ แต่ก็ไม่มีลิมิตต่อความสนุกสนาน และความเพลิดเพลินให้กับนักเรียนทุกคนในระหว่างเรียนอีกด้วย เหมาะกับทุกเพศทุกวัย และทุกระดับความแข็งแรงก็สามารถเรียนได้ ควบคุมการสอนโดยทีมงานมืออาชีพ โดย จันทร์, อังคาร, พุธ, พฤหัสบดี, เสาร์ เรียนในรูปแบบใส่ชุดฝึก Gi และวันอาทิตย์ เรียนในรูปแบบ ชุดครีรูป No-Gi สิ่งที่คุณจะได้รับ

- 1) เรียนรู้ทักษะกีฬายูยิตสู กฎระเบียบ กติกาการเล่นการแข่งขัน
- 2) เสริมสร้างความแข็งแรงทุกส่วนของร่างกาย และกระตุ้นระบบหายใจระบบการเต้นของหัวใจ
- 3) ได้รับสังคมใหม่ๆ ความสนุกสนานกับผู้ฝึกสอน และเพื่อนร่วมซ้อมอย่างอบอุ่น

กลยุทธ์การตั้งราคาของ ยิมยูยิตสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา จะใช้การตั้งราคาจากการเปรียบเทียบกับราคาของกลุ่มแข่งขันทางตรง และเน้นการบริการที่มีคุณภาพแต่ราคาไม่สูงสมเหตุผล เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 2 ตารางแสดงรายการค่าบริการ

การให้บริการ	ราคา
รายครั้ง 1 ครั้ง	400 บาทต่อครั้ง
18 ปีขึ้นไป 2 ครั้งต่อสัปดาห์	1,500 บาทต่อเดือน
ไม่เกิน 18 ปี 2 ครั้งต่อสัปดาห์	1,200 บาทต่อเดือน
ไม่จำกัดครั้ง	2,000 บาทต่อเดือน
ไม่จำกัดครั้ง 2 คน ครอบครัวเดียวกัน	3,500 บาทต่อเดือน



### กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์รวมชุมชนและสถานศึกษา ทำให้ผู้คนสามารถมองเห็นได้ง่าย บรรยากาศดี โดยบริเวณของทำเลที่ตั้งนั้นมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวนมาก ทั้งยังตั้งอยู่ติดกับสถานีรถไฟฟ้าสายสีแดงเพียง 300 เมตร สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ แลยังมีที่จอดรถที่กว้างขวางอีกด้วย อีกทั้งยังอยู่ตรงข้ามกับสนามบึงเดือนเมือง ทำให้มีโอกาสที่ชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการมากขึ้น ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ แต่มีเงื่อนไขในการเข้าสู่ช่องทางดังกล่าวค่อนข้างซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก

### กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

ความสนใจลูกค้ามาใช้บริการ ซึ่งมีการจัดโปรโมชั่นประจำวันตามเทศกาล วันสำคัญต่างๆ กระตุ้นกลุ่มลูกค้า เพื่อให้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายเกิดผลสัมฤทธิ์ทางการตลาด ยิมยูนิตสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา จึงมีการใช้สื่อทางด้านต่างๆ ดังนี้

1. Facebook: ยูนิตสู&bjj บริบูรณ์ศิลป์ศึกษา คอนเมือง เนื่องจากเป็นพื้นที่สาธารณะมีการเข้าถึงได้ง่ายและทั่วถึงจัดทำเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อบอกข่าวสาร และแสดงรายการข้อมูลสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าที่สนใจ
2. ติดต่อสื่อสาร Line: gorgong เบอร์โทรศัพท์: 0967283347 ภารกิจการสร้างพันธมิตรกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง
3. ป้ายโฆษณา
4. จัดบูธและแจกใบปลิว

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น ยิมใช้งบประมาณสำหรับการส่งเสริมการตลาดในปีที่ 1 เท่ากับ 8,500 บาท

### ● การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน

การเลือกทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้ง ของธุรกิจและการบริการ

- 1) ลูกค้า ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ในแหล่งลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น โรงเรียนหมู่บ้านหรือตลาดที่ใกล้แหล่งชุมชนทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ง่าย
- 2) ค่าเช่าราคาต่ำ การตั้งที่โรงเรียนบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา และใช้ชื่อโรงเรียนเป็นข้อตกลงกับโรงเรียน ทำให้ได้ค่าเช่าที่ต่ำเพราะ ได้ทำชื่อเสียงให้โรงเรียน
- 3) สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อม โรงเรียนมีการติดตั้ง และปรับปรุงในด้านนี้อย่างสม่ำเสมออยู่แล้ว
- 4) แรงงานและค่าจ้าง ในด้านพนักงานทำความสะอาด จ้างแม่บ้าน โรงเรียนทำความสะอาด เสริมจากที่ทำอยู่แล้ว ทำให้ได้ค่าแรงที่ต่ำ
- 5) การสนับสนุนจากสถานที่ผู้ให้เช่า การตั้งในพื้นที่นี้ทำให้ได้รับการสนับสนุนจากโรงเรียน ไม่ว่าจะเป็นรถรับส่งเมื่อเดินทางไปแข่ง น้ำ อาหาร และการที่โรงเรียนช่วยโปรโมทกระจายข่าวสาร
- 6) การเดินทางสะดวกมีระบบขนส่งที่เข้าถึง และใกล้กับรถไฟฟ้าติดกับถนนสายหลัก





### การวิเคราะห์ Layout

พื้นที่รวมเป็นพื้นที่ทั้งหมดกว้าง 7 เมตร ยาว 16 เมตร พื้นที่รวมทั้งสิ้น 112 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็นพื้นที่ใช้งานเป็นโซน ดังนี้

- 1) โซน A เป็นพื้นที่สำหรับการเรียนการสอนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการพื้นที่กว้าง 7 เมตร ยาว 12 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 84 ตารางเมตร ใช้ในการวางแผ่นยางรองพื้นเพื่อใช้เรียนยูยิตสู
- 2) โซน B เป็นพื้นที่สำหรับการออกกำลังกายในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Machine Weight, dumbbell, บาร์โหน, อื่นๆ พื้นที่ กว้าง 3 เมตร ยาว 4 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 12 ตารางเมตร
- 3) โซน C เป็นพื้นที่รองรับผู้มาใช้บริการมีเคาน์เตอร์ ชูคนั่ง โต๊ะเก้าอี้ และตู้เครื่องดื่ม พื้นที่กว้าง 4 เมตร ยาว 4 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 16 ตารางเมตร

ตารางที่ 3 ตารางแสดงการวางแผนกำลังการบริการ ปริมาณการบริการ และอัตราการบริการ

ยิมยูยิตสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำลังการให้บริการสูงสุด ครั้ง/ปี	30,720	30,720	30,720	30,720	30,720
ปริมาณการให้บริการ ครั้ง/ปี	6,838	9,231	12,462	16,824	22,712
อัตราส่วนการให้บริการ	22.25%	30.04%	40.56%	54.76%	73.93%

เวลาเปิดทำการ: เปิดทุกวัน เวลา 09.00 น. – 21.00 น. ยกเว้น วันศุกร์ ในส่วนของกำลังการให้บริการลูกค้านั้นทาง ยิมยูยิตสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษาได้คำนวณจาก 2 ปัจจัยหลักด้วยกันคือ

- 1) ความสามารถในการรองรับการให้บริการลูกค้า 40 คน ต่อ 1 คลาส
- 2) ยิมยูยิตสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษามีทั้งหมด 16 คลาสต่อ 1 สัปดาห์

กำลังการให้บริการ สูงสุดต่อปี: พบว่าใน 1 คลาสสามารถรับการใช้บริการได้ทั้งหมด 40 คน (1 คนเท่ากับ 1 ครั้ง) และใน 1 สัปดาห์มีทั้งหมด 16 คลาส 1 สัปดาห์สามารถรับการใช้บริการได้ 640 ครั้ง และให้บริการได้สูงสุด 2,560 ครั้ง/เดือน และพบว่าใน 1 ปี ให้บริการได้สูงสุด 30,720 ครั้ง/ปี จึงสามารถสรุปได้ว่า ยิมยูยิตสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา สามารถให้บริการสูงสุดทั้งหมด 30,720 ครั้งต่อปี

ปริมาณการให้บริการ : ในส่วนของการประมาณการให้บริการจริงนั้น ทางยิมยูยิตสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษาพบว่า ในปีแรกมีผู้ใช้บริการประมาณ 19 ครั้งต่อวันและใน 1 เดือนให้บริการรวม 569 ครั้ง และพบว่าในปีแรกให้บริการรวมในปีแรกอยู่ที่ 6,838 ครั้ง และคาดว่าในปีต่อไปจะมีอัตราการเติบโตประมาณ 35% (สามารถดูการประมาณการยอดขายได้ที่หน้า 48) และไม่จำเป็นต้องเพิ่มผู้ฝึกสอน เพราะคลาสที่ทำการเปิดสอนอยู่มีความสามารถในการรองรับลูกค้าได้ถึง 30,720 ครั้ง ต่อปีอยู่แล้ว

### ขั้นตอนการบริการ

การบริการของยิมยูยิตสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษามีกระบวนการบริการตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ขั้นตอนที่ 1

เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาใช้บริการ พนักงานกล่าวคำทักทายต้อนรับด้วยสไมล์ที่อบอุ่น



ขั้นตอนที่ 2

พนักงานทำการแจ้งรายละเอียดต่าง ๆ ของยิมให้ลูกค้าได้ทราบ

ขั้นตอนที่ 3

พนักงานพาลูกค้าที่เข้าชมเดินชมบริการ หรือทดลองใช้บริการของยิมยูนิคสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา และให้ข้อมูลระหว่างชมหรือทดลองใช้บริการ

ขั้นตอนที่ 4

ลูกค้าทำการตัดสินใจว่าจะตกลงทำสัญญาเพื่อเป็นสมาชิกหรือไม่

ขั้นตอนที่ 5

พนักงานทำสัญญาระหว่างทางยิมกับลูกค้าเป็นลายลักษณ์อักษร และให้ลูกค้าอ่านรายละเอียดของสัญญาให้ครบถ้วน

ขั้นตอนที่ 6

ลูกค้าเข้าใช้บริการของยิมยูนิคสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา

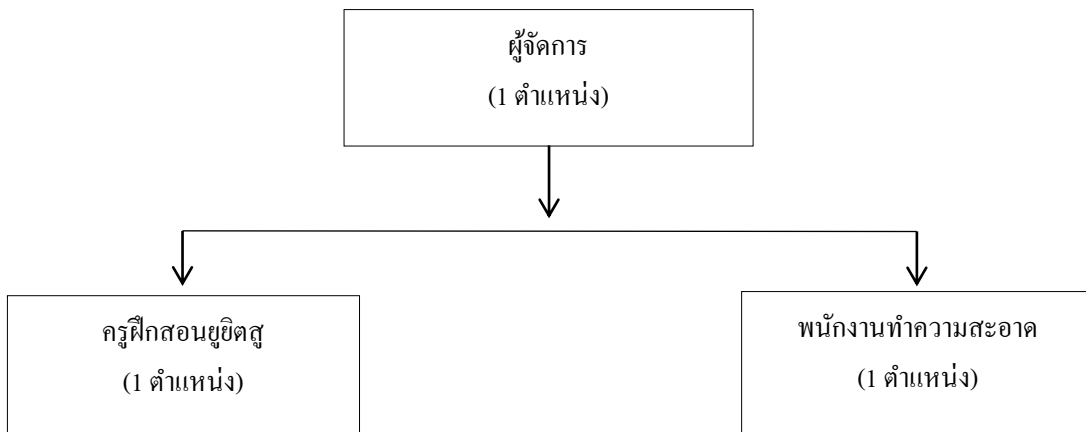
ขั้นตอนที่ 7

บริการหลังการให้บริการพนักงานกล่าวคำอำลาลูกค้าด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม

• การวิเคราะห์แผนกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กร บริษัทได้ออกแบบการทำงานให้มีลักษณะที่ง่าย โดยแบ่งตามความชำนาญของพนักงานทุกคน เพื่อทุกคนจะได้ทำหน้าที่ของตนเองที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเต็มที่ สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ โดยมีโครงสร้างขององค์กรดังต่อไปนี้



รูปที่ 2 แสดงแผนผังองค์กร (Organization Chart) ของธุรกิจของยิมยูนิคสูบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา



• การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 120,000 บาท มียอดขายปีที่ 1 – 5 เท่ากับ 363,398 บาท, 490,587 บาท, 662,293 บาท, 894,096 บาท และ 1,207,030 บาท ตามลำดับ มีกำไรสุทธิในปีที่ 1–5 เท่ากับ (95,121) บาท, 20,879 บาท, 136,618 บาท, 294,335 บาท และ 508,754 บาท ตามลำดับ ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 2 ปี 9 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 474,556 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ 58% โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงปริมาณการขาย

			ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ปริมาณการขายในปีแรก	6,838	ครั้ง	6,838	9,231	12,462	16,824	22,712
อัตราการเติบโต	35%	ของปีก่อนหน้า					

ตารางที่ 5 ตารางแสดงรายได้จากขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมคลาสยูนิคิตูสำหรับเด็ก 4-18 ปี	93,600	126,360	170,586	230,291	310,892
คลาสยูนิคิตูผู้ใหญ่ 18 ปีขึ้นไป	81,000	109,349	147,622	199,289	269,040
คลาสนักกีฬา&ไม่จำกัดครั้ง	180,000	243,000	328,050	442,867	597,870
บริการรายครั้ง	8,799	11,879	16,036	21,649	29,226
<b>รวม</b>	<b>363,398</b>	<b>490,588</b>	<b>662,294</b>	<b>894,097</b>	<b>1,207,030</b>

ตารางที่ 6 ตารางแสดงต้นทุนในการขาย

ต้นทุนสินค้าที่ขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
วัตถุดิบทางตรง (DM)	-	-	-	-	-
ค่าแรงงานทางตรง (DL)	312,000	318,240	324,605	331,097	337,719
ค่าใช้จ่ายในการผลิต (OH)	56,580	56,580	56,580	56,580	56,580
<b>ต้นทุนการบริการ</b>	<b>368,580</b>	<b>374,820</b>	<b>381,185</b>	<b>387,677</b>	<b>394,299</b>



ตารางที่ 7 ตารางแสดงงบกำไรและขาดทุน

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย		363,398	490,588	662,294	894,097	1,207,030
หัก ต้นทุนสินค้าที่ขาย		368,580	374,820	381,185	387,677	394,299
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์โรงงาน		18,160	18,160	18,160	18,160	18,160
ค่าเช่าที่	-	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
<b>กำไรขั้นต้น</b>	-	<b>(71,342)</b>	<b>49,608</b>	<b>214,949</b>	<b>440,260</b>	<b>746,572</b>
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	-	18,500	14,500	14,500	14,500	14,500
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์สำนักงาน		5,280	5,280	5,280	5,280	5,280
EBIT	-	(95,122)	29,828	195,169	420,480	726,792
กำไรก่อนภาษี	-	(95,122)	29,828	195,169	420,480	726,792
ภาษี	-	-	8,948	58,551	126,144	218,037
<b>กำไรสุทธิ</b>	-	<b>(95,122)</b>	<b>20,880</b>	<b>136,618</b>	<b>294,336</b>	<b>508,754</b>

ตารางที่ 8 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ในการลงทุน

ระยะเวลาคืนทุน	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินลงทุน	120,000					
Free Cashflow	2,800	(71,682)	44,320	160,058	317,776	532,194
กระแสเงินสดสุทธิ	(117,200)	(71,682)	44,320	160,058	317,776	532,194
Payback Period		(188,882)	(144,562)	15,496	333,272	865,466
NPVมูลค่าปัจจุบันสุทธิ	474,556					
IRR	58%					
อัตราส่วนลด	10%					

## 5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจอิมมูนิติสธุรกิจศิลปศึกษา โดยทำการวิเคราะห์ทั้งหมด 5 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1) การวิเคราะห์สถานการณ์

จากกระแสการออกกำลังกายและการป้องกันตัวที่มีมากขึ้น รวมไปถึงกระแสผู้ให้ความสนใจในกีฬาอิมมูนิติสทำให้เกิดธุรกิจบริการศูนย์ฝึกศิลปะการต่อสู้อิมมูนิติส ส่งผลให้มีผู้สนใจที่จะเรียนจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามคู่แข่งทางตรงนั้นมีการแข่งขันที่ต่ำมาก และการมีผู้ประกอบการอิมมูนิติสรายใหม่ก็มีโอกาสเกิดน้อยเช่นกัน เนื่องด้วยกีฬาอิมมูนิติสเป็นกีฬาที่ใหม่ มีผู้ที่ฝึกฝนจริงจังและเริ่มแพร่หลายความรู้นั้นมีมาประมาณ 15 ปี ส่งผลให้ผู้ที่มีความรู้ในทักษะอิมมูนิติสนั้น มีจำนวนไม่มากนักและการจะเรียนรู้กีฬานี้เพื่อมาเป็นผู้สอนได้ใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 5 - 6 ปี การที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้ามา ก็ยากเช่นกันที่จะทำการตลาดแข่งได้ เพราะอิมมูนิติสธุรกิจศิลปศึกษามีภาพลักษณ์ที่



ดีทั้งผลงานการแข่งขัน ที่เป็นที่ยอมรับ และมีผู้ฝึกสอนที่มีดีกรีถึงอดีตนักกีฬาทีมชาติ และทีมชาติชุด ดั้งนั้นผู้แข่งขันรายใหม่มีโอกาสน้อยที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ และมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

2) การวิเคราะห์ด้านการตลาด

อิมยูอิตซูบรินูร์นศิลป์ศึกษาได้ทำการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเด็กนักเรียน ที่เรียนอยู่ในโรงเรียนบรินูร์นศิลป์ศึกษา กลุ่มวัยเด็กอายุระหว่าง 4 - 18 ปี เป็นลูกค้าผู้ที่ชื่นชอบการออกกำลังกาย มีความต้องการใช้บริการอิมยูอิตซูบรินูร์นศิลป์ศึกษา กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มวัยผู้ใหญ่ อายุระหว่าง 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตคอนเมือง-หลักสี่ ที่มีความต้องการใช้บริการ อิมยูอิตซูบรินูร์นศิลป์ศึกษา ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีการเดินทางและมีค่าบริการต่ำ แต่มีคุณภาพสูงในการให้บริการ ปัจจุบันผู้ประกอบการของเด็กๆ มีความต้องการให้บุตรหลานได้ออกกำลังกายเนื่องด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปทำให้เด็กๆหาโอกาส หรือ สถานที่ในออกกำลังกายค่อนข้างยาก ด้วยเหตุผลนี้การทำการตลาดกับกลุ่มเด็ก ถือเป็นโอกาสที่ดีในการลงทุน

3) การวิเคราะห์ด้านการดำเนินงาน

อิมยูอิตซูบรินูร์นศิลป์ศึกษาได้วางแผนกระบวนการบริการและขั้นตอนการดำเนินงาน เชื่อว่าหากพนักงานทุกคนปฏิบัติตามกระบวนการ และตามขั้นตอนที่ทางอิมยูอิตซูบรินูร์นศิลป์ศึกษา ได้กำหนดไว้จะทำให้ลูกค้าประทับใจในการให้บริการทำให้เกิดการบอกต่อในกลุ่มเพื่อนและคนรู้จัก หรือสื่อออนไลน์ ทำให้มีลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ เข้ามาใช้บริการอิมมากขึ้น และส่งผลให้กิจการอิมยูอิตซูบรินูร์นศิลป์ศึกษา ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี

4) การวิเคราะห์ด้านกำลังคน

โครงสร้างองค์กร อิมได้ออกแบบการทำงานให้มีลักษณะที่ง่าย โดยแบ่งตามความชำนาญของพนักงานทุกคน เพื่อทุกคนจะได้ทำหน้าที่ของตนเองที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเต็มที่ สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ประกอบไปด้วย ผู้จัดการ มีหน้าที่คอยควบคุมและดูแลความเรียบร้อยของอิม ถัดมา ครูฝึกสอน มีหน้าที่ฝึกสอนและให้ความรู้การออกกำลังกายที่ถูกต้องให้กับลูกค้า และ พนักงานทำความสะอาด มีหน้าที่คอยทำความสะอาดอิมให้สะอาดพร้อมให้ลูกค้าใช้บริการอยู่เสมอเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

5) การวิเคราะห์ด้านการเงิน

อิมยูอิตซูบรินูร์นศิลป์ศึกษา มีเงินลงทุนเริ่มแรก 120,000 บาท โดยใช้ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 2 ปี ซึ่งมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV 474,556.96 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน IRR ที่ 58% ตลาดระยะเวลาดั้งเดิมของการลงทุนของกิจการได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจอิมยูอิตซูบรินูร์นศิลป์ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจอิมนั้นมีความเป็นไปได้แต่ควรเตรียมมีจัดเตรียมแผนฉุกเฉินที่รอบขอบมากขึ้นหรือในส่วนของเงินสำรองเพื่อรองรับกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดอย่าง เช่น โรคระบาดไวรัสโควิด-19

เอกสารอ้างอิง

ราชกิจจานุเบกษา. (2554). ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการให้บริการออกกำลังกาย เป็น

ธุรกิจที่ควบคุมสัญญา. เล่ม 128 ตอนพิเศษ 69 ง หน้า 58-60 ประกาศใช้ 22 มิถุนายน 2554.

สถาบันการพลศึกษา (2560). เทคโนโลยีการออกกำลังกายกับการกีฬา.

สืบค้นจาก <http://www.ipelp.ac.th/Center%20Sport/sara/sara%201/sara1.html>



---

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *เศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สามของปี 2563 และแนวโน้มปี 2563 – 2564*. สืบค้นจาก [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=10959](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=10959)

Mgonline. (2561, February 10). 'ยูยิตสู' ศิลปะป้องกันตัวสุดอันตราย สู้กีฬาสมัยใหม่สไตร์ญี่ปุ่น. *Mgonline*. Retrieved From <https://mgonline.com/marsmag/detail/961000079772>

Positioning. (2551, February 10). ฟิตเนส เซ็นเตอร์:มูลค่าตลาดปีหนู 6,000 ล้านบาทขยายตัว 7%. *Positioningonline*. Retrieved from <https://positioningmag.com/38786>