

แผนธุรกิจ สนามฟุตบอลหญ้าเทียมชอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice)

โดย

นายอินทัช ปฐมศิริพรเพชร

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 761 411 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

แผนธุรกิจ สนามฟุตบอลหญ้าเทียมชอกเกอร์ไนซ์ (Soccer Nice)

โดย

นายอินทัช ปฐมศิริพรเพชร

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 761 411 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

BUSINESS PLAN OF ARTIFICIAL FOOTBALL TURFS “SOCCER NICE”

BY

Mister Intouch Pathomsiriphonpetr

**A Business Plan Submitted in Fulfillment of the Requirements for the Degree
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

2020

1120156 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ / “ซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice)”

อินทัช ปฐมศิริพรเพชร : แผนธุรกิจ สนามฟุตบอลหญ้าเทียมซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice) . อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์อัมรินทร์ เทวตา. 44 หน้า

บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันความชื่นชอบกีฬาฟุตบอลในสังคมไทยนั้นมิได้น้อยลงเลยกลับเกิดความชื่นชอบเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ด้วยอิทธิพลและบทบาทของการถ่ายทอดสดฟุตบอลให้ดูจากหลากหลายลีกในต่างประเทศรวมถึงการเติบโตของลีกฟุตบอลในประเทศไทย ตั้งแต่ลีกเล็กๆตามสนามท้องถิ่นไปยัง โตโยต้าไทยพรีเมียร์ลีก ซึ่งถือเป็นลีกสูงสุด รวมถึงศักยภาพที่สูงขึ้นของนักฟุตบอลไทย ที่สามารถก้าวไปเล่นในลีกต่างประเทศได้เนื่องด้วยการแข่งขันของฟุตบอลอาชีพที่สูงขึ้นทำให้ศักยภาพของนักเตะจึงสูงขึ้นตาม ทำให้หลายๆปัจจัยเหล่านี้ยังส่งผลให้ธุรกิจกีฬาฟุตบอลเติบโตไปในทางที่ดีไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเสื้อผ้ารองเท้ากีฬา อุปกรณ์กีฬา เครื่องดื่มเกลือแร่ โรงเรียนฝึกสอนเยาวชน และธุรกิจสนามฟุตบอล ฯลฯ

ด้วยเหตุผลข้างต้นนี้ทำให้เกิดแนวคิดแผนธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซึ่งเป็นโครงการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมครบวงจร ซึ่งจะมีบริการสนามหญ้าเทียมให้เช่าเพื่อแข่งขันหรือออกกำลังกายแบบคิดเป็นรายชั่วโมงหรือเหมาวันเพื่อจัดกิจกรรม และมีบริการเสริมเป็นห้อง 샤워หน้า ในด้านการบริการต่างๆ จะมีลักษณะที่เน้นไปทางเป็นกันเองกับลูกค้า เหมาะสำหรับลูกค้าที่ชื่นชอบการเตะฟุตบอลทุกเพศทุกวัย ซึ่งทำเลที่ตั้งอยู่ติดถนนพุทธมณฑลสาย 4 เป็นทำเลที่เดินทางสะดวกติดถนนใหญ่มีรถสาธารณะวิ่งผ่าน ล้อมรอบด้วยเขตโรงงาน เขตชุมชนและเขตโรงเรียน ซึ่งสามารถตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ในแผนธุรกิจนี้จะอธิบายถึงการวิเคราะห์ตลาด ภาพรวมของธุรกิจประเภทนี้ในปัจจุบันทั้งข้อดีข้อเสีย ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก ปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อธุรกิจ การวางแผนกระบวนการบริหาร รูปแบบการให้บริการประเภทต่างๆกลยุทธ์การตลาด ซึ่งแผนธุรกิจนี้จะกล่าวถึงในรายละเอียดของการจัดการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อนำไปใช้บริหารงานตามขั้นตอน

แผนธุรกิจนี้จะใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 21.6 ล้านบาท ซึ่งเป็นการลงทุนจากเจ้าของทั้งหมด ในด้านการประมาณการผลกำไรจากการดำเนินการนั้น ธุรกิจเริ่มทำกำไรในปีที่ 3 ของการดำเนินการ ระยะเวลาที่กิจการจะคุ้มทุนประมาณหนึ่งปี โดยการพิจารณากระแสเงินสดว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับเมื่อกิจการดำเนินการครบ 5 ปี (IRR) คือ 15.186%

คณะวิทยากรจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สามารถประสบความสำเร็จล่วงไปได้ด้วยดี ก็ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากบุคคลต่างๆ ที่คอยให้คำปรึกษา แนะนำ คอยช่วยแก้ปัญหา รวมถึงทุ่มเททั้งความรู้ความสามารถ กำลังกาย ตลอดจนกำลังใจ และกรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้แผนธุรกิจฉบับนี้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ และเสร็จสิ้นด้วยดี จึงใคร่ขอขอบพระคุณบุคคลเหล่านี้

ผู้จัดทำมีความซาบซึ้งอย่างสูงกับความเมตตา และขอบพระคุณ อาจารย์อัมรินทร์ เทวตา อาจารย์ที่ปรึกษาในการทำแผนธุรกิจครั้งนี้ที่คอยให้คำปรึกษา แนะนำแนวคิด ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ รวมถึงช่วยตรวจสอบแก้ไข และปรับปรุงข้อบกพร่องให้แผนธุรกิจครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ ประธานกรรมการ และคณะกรรมการที่คอยให้คำแนะนำ ช่วยตรวจสอบความถูกต้องของแผนธุรกิจฉบับนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ อย่างสูงที่คอยสนับสนุน ช่วยเหลือในด้านต่างๆ และให้ความอนุเคราะห์ในเรื่องค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังเป็นแรงบันดาลใจสำคัญให้มีความอดทนในการทำแผนธุรกิจครั้งนี้ให้เสร็จสมบูรณ์

อินทัช ปฐมศิริพรเพชร

สารบัญ

บทที่	หน้า
บทที่1.....	1
บทนำ.....	1
ประวัติความเป็นมา.....	1
วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจ.....	3
บทที่2.....	4
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ.....	4
สภาพแวดล้อมอุตสาหกรรมของธุรกิจ.....	4
2.1. การวิเคราะห์ตามทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five Force Model).....	4
2.2. สภาพของการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน.....	5
2.3. ที่มาของการแข่งขัน.....	6
2.4. คู่แข่งของธุรกิจ.....	6
2.5. การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ.....	8
2.6. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค.....	9
2.7. การวิเคราะห์ เมทริกซ์ทาวซ์ (TOWS Matrix).....	10
2.8. การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงภายใน วิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้.....	10
2.9. การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงภายนอก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้.....	11
ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน.....	13
ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก.....	14
บทที่ 3.....	15
แผนการบริหารและการจัดการ.....	15
3.1. โครงสร้างองค์กร.....	15
3.2. หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก.....	15
3.3. วิสัยทัศน์.....	17

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4. พันธกิจ	17
3.5. เป้าหมายองค์กร	17
3.6. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	18
3.7. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ	19
บทที่ 4.....	20
แผนการตลาด	20
กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์.....	20
แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	20
บทที่ 5.....	26
แผนการจัดการดำเนินงาน.....	26
ที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ.....	26
การจัดสถานบริการ	27
ขั้นตอนในการให้บริการ.....	29
บทที่ 6.....	31
แผนทางการเงิน.....	31
6.1. วัตถุประสงค์การวางแผนทางการเงิน.....	31
6.2. เป้าหมายทางการเงิน.....	31
6.3. แหล่งที่มาของเงินลงทุน	31
บทที่ 7.....	40
แผนฉุกเฉิน	40
7.1. การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ	40
7.2. การประเมินสถานการณ์สำรอง	41
บรรณานุกรม	43
ประวัติผู้จัดทำ	44

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 กลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix	10
2.2 แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	13
2.3 แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	14
4.1 จำนวนอุปกรณ์ในการให้บริการ	21
4.2 อัตราค่าบริการ.....	22
5.1 ต้นทุนในการตกแต่งสถานที่.....	28
5.2 ต้นทุนในการจัดทำสนามหญ้าเทียมซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice).....	29
5.3 ต้นทุนค่าจ้างพนักงาน	29
6.1 ตารางแสดงต้นทุนการจัดซื้ออุปกรณ์ของกิจการ	32
6.2 ตารางงบประมาณการลงทุน	33
6.3 ตารางค่าเสื่อมแบบเส้นตรงและตัดจ่าย.....	3
6.4 ตารางแสดงการประมาณรายได้จากการบริการสนาม และรายได้อื่นๆ	35
6.5 ตารางประมาณการรายได้ปีที่ 1-5	35
6.6 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการบริหาร	36
6.7 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด	36
6.8 ตารางงบประมาณงบกำไรขาดทุน	36
6.9 ตารางงบดุล	37
6.10 ตารางแสดงฐานะทางการเงิน.....	37
6.11 ตารางงบกระแสเงินสดประมาณการจากสถานการณ์ปกติ.....	38
6.12 ตารางมูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนของโครงการ และระยะเวลาคืนทุน (ปี).....	39
7.1 ตารางความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ผลกระทบต่อโครงการ และแผนรองรับ(แนวทางการแก้ไข).....	41

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ภาพแสดงการวิเคราะห์ BCG Matrix	8
4.1 กลยุทธ์ 7P	20
2.2 ภาพแสดงสถานที่ตั้ง	23
5.1 ภาพแผนผังจำลองการจัดการสนามฟุตบอลหมู่บ้านเทียมชอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice)	27

บทที่ 1

บทนำ

ประวัติความเป็นมา

ฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมที่สุดในโลกและเป็นที่ยอมรับอย่างมากในประเทศไทยผู้คนส่วนใหญ่รู้จักกีฬาฟุตบอลและยังชอบเล่นกีฬาประเภทนี้ซึ่งเล่นในทั้งเชิงออกกำลังกายและการแข่งขัน (ความนิยมในกีฬาฟุตบอลของไทย สร้างเม็ดเงินหมุนเวียนกว่า 12,000 ล้านบาท, 2016) กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาประเภททีมที่เน้นความสามัคคีโดยมีผู้เล่น 11 คนตามกฎกติกาสากลแต่ส่วนใหญ่การเตะฟุตบอลเพื่อออกกำลังกายนั้นจะมีจำนวนผู้เล่นอิสระไม่เกิน 11 คนแล้วแต่ตกลงกัน ด้วยความชื่นชอบในการเตะฟุตบอลในประเทศไทยนั้นเป็นสาเหตุให้เกิดธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเป็นจำนวนมาก ในสมัย "พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว" รัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้มีการนำเข้ากีฬาฟุตบอลเข้ามาในประเทศไทย เนื่องจากสมัยรัชกาลที่ 5 นั้นพระองค์ได้ส่งพระเจ้าลูกยาเธอ พระเจ้าหลานยาเธอ และข้าราชการไปศึกษาวิชาการด้านต่างๆ ที่ประเทศอังกฤษ และผู้ที่นำกีฬาฟุตบอลกลับมายังประเทศไทยเป็นคนแรกคือ "เจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี (ชื่อเต็ม สนั่น เทพหัสดิน ณ อยุธยา)"

ในประเทศไทยกีฬาฟุตบอลได้รับความนิยมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันจึงได้เกิดการพัฒนาเป็นอาชีพหรือก็คือนักฟุตบอลอาชีพ สตัฟฟ์ โก๊ส ต่างๆและการจัดแข่งขันขันในฟุตบอลอาชีพหลักนั้นถูกจัดขึ้นโดยสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ซึ่งในอดีตการกีฬาแห่งประเทศไทยได้จัดการแข่งขัน โปรลีกขึ้น โดยเป็นการแข่งขันจากทีมหลากหลายภูมิภาคภายในประเทศไทยเอเอฟซีแชมเปียนส์ลีก คือการแข่งขันในระดับทวีปเอเชียสำหรับทีมในประเทศไทยที่อยากเข้าร่วมนั้นมีเพียงทางเดียวคือชนะเลิศในไทยลีกถึงจะได้รับสิทธิเข้าร่วมการแข่งขันในเอเอฟซีแชมเปียนส์ลีก นอกจากนั้นยังมี ฟุตบอลถ้วยเว็ลด์คัพ หรือการแข่งขันในระดับสโมสรโลกเพื่อคัดหาสโมสรที่ดีที่สุดในโลกในปีนั้นและทีมที่ชนะเลิศใน เอเอฟซีแชมเปียนส์ลีกเท่านั้นถึงมีสิทธิเข้าร่วมเล่นในฟุตบอลถ้วยเว็ลด์คัพได้ในสถานะตัวแทนแห่งทวีปเอเชีย (ประวัติฟุตบอลไทย ประวัติฟุตบอลในประเทศไทย, 2015)

ธุรกิจฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยเริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจะเห็นได้จากการที่มีผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพเพิ่มสูงขึ้น (นภคกุล ร่มโพธิ์, 2556) ในอดีตคนไทยนิยมดูบอลลีกต่างประเทศมากเป็นพิเศษ โดยเฉพาะบอลอังกฤษแต่ในปัจจุบันคนไทยได้กลับมาดูบอลลีกไทยกันมากขึ้นจนแข่งหน้าลีกต่างประเทศไปแล้ว (เกาะกระแสบอลไทยพีเวอร์ เมื่อธุรกิจบอลไทยมาแรงกว่าบอลนอก, 2016)

ปัจจุบันนี้ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีจำนวนมากและอึดแล้วแต่ยังสามารถเข้ามาแข่งขันได้ ถ้ามีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมคุณภาพในการให้บริการและคุณภาพของสนามมากเพียงพอที่จะดึงดูดลูกค้า ถ้ามีปัจจัยเหล่านี้ก็จะส่งผลให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จได้ (ธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าอยู่รอดได้ด้วยคุณภาพ, 2560)

ด้วยเหตุนี้แผนธุรกิจจะนำเสนอธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมภายใต้ชื่อ Soccer nice เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่มสำหรับ 5-7 คน มีสนามให้บริการ 4 สนามโดยเป็นสนามฟุตบอลขนาดความกว้าง 33 เมตร ความยาว 53 เมตรจำนวน 3 สนามและสนามขนาดความกว้าง 22 เมตร ความยาว 42 เมตรจำนวน 1 สนาม และมีบริการเสริมอื่นๆ นอกเหนือจากสนามฟุตบอล เช่นอินเทอร์เน็ตคาเฟ่รองรับอาหารเครื่องดื่ม WIFI และร้านเสื้อผ้ากีฬา ภายในห้องน้ำห้องและแต่งตัวมีอุปกรณ์ไว้คอยให้บริการอย่างครบครัน เช่นล็อกเกอร์ส่วนตัว ห้องซาวน่า แชมพู คริมอาบน้ำ ที่เป่าผม และห้องวีไอพี มีคาเฟ่มีการเรียนการสอนกีฬาฟุตบอลสำหรับเยาวชน และในส่วนของอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐาน เช่นลูกฟุตบอล เสาคกรวย เสื้อเอี่ยม และสนามมีความพร้อมในการรองรับกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับด้านกีฬาทั้งหมด เช่นการจัดงานกีฬาของโรงเรียนหรือองค์กรต่างๆ และทางสนามเองมีการจัดการแข่งขันฟุตบอล7คนแบบลีกเพื่อตอบสนองลูกค้าที่ชื่นชอบการแข่งขัน

พุทธมณฑลสาย 4 ทางผู้ประกอบการได้สังเกตเห็นว่า พุทธมณฑลสาย 4 นั้นเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นสถานที่ออกกำลังกาย เนื่องจาก พุทธมณฑลสาย 4 นั้นมีความสะดวกในด้านคมนาคม ใกล้สถานศึกษาและมหาวิทยาลัยหลายแห่งเช่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ฯลฯ และยังมีโรงงานและบริษัทมากมาย พุทธมณฑลสาย 4 เป็นที่ที่เหมาะสมอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจนี้ โดยเลือกใช้พื้นที่ขนาด 5 ไร่ซึ่งรวมพื้นที่สำหรับจอดรถของลูกค้าแล้ว และในพื้นที่ดังกล่าวยังมีการแข่งขันค่อนข้างน้อย

แนวคิดในการดำเนินธุรกิจทางผู้ประกอบการได้ที่ความสนใจและศึกษาตลาดสนามฟุตบอลหญ้าเทียมพร้อมทั้งเป็นลูกค้าของสนามหญ้าเทียมหลายแห่งด้วยความชื่นชอบในการเตะฟุตบอล แต่ด้วยบริการในสนามฟุตบอลหลายๆแห่งนั้นยังมีบริการที่ไม่เป็นที่พอใจ และไม่ได้มาตรฐานจึงทำให้ทางผู้ประกอบการมีความคิดริเริ่มที่จะเป็นผู้ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่มีคุณภาพที่ดีสนามหนึ่งในประเทศไทย

กลยุทธ์ทางการตลาด ทางผู้ประกอบการได้วางแผนที่จะนำกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps มาใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านส่งเสริมการตลาด(Promotion) ด้านบุคคล(People) ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการ(Process)

วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจ

1. วิเคราะห์โอกาส อุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อนของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ภายใต้ชื่อสนาม ซอกเกอร์ไนซ์ (Soccer Nice)
2. ศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในการหาแหล่งเงินทุนในการจัดตั้งธุรกิจ
3. เพื่อการวางแผนการจัดการที่ดี ที่สามารถทำให้ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมประสบความสำเร็จได้

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

สภาพแวดล้อมอุตสาหกรรมของธุรกิจ

ตลาดอุตสาหกรรมของธุรกิจการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมนั้นกำลังเข้าสู่จุดอิ่มตัว แต่ด้วยความนิยมการเล่นกีฬาฟุตบอลของคนไทยทำให้ธุรกิจนี้ค่อยๆเติบโต ด้วยความเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการออกกำลังกาย และใช้ผู้เล่นจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าและบริการทดแทนได้ค่อนข้างง่าย ที่เป็นการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอื่นทดแทน (ธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าอยู่รอดได้ด้วยคุณภาพ, 2560) แต่ด้วยสถานที่ตั้งของธุรกิจนี้ที่ยังมีการแข่งขันน้อยในเขตพุทธมณฑลสาย 4 ธุรกิจนี้จะสามารถดึงดูดผู้บริโภคที่ชื่นชอบการเตะฟุตบอลและการแข่งขันฟุตบอลเข้ามาได้เป็นจำนวนมาก ด้วยการบริการและคุณภาพของสนามหญ้าเทียมของธุรกิจนี้

ในปัจจุบันการลงทุนในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมนั้นถือได้ว่ามีจำนวนมากแล้วแต่ในบางพื้นที่ยังมีการแข่งขันค่อนข้างน้อยและมีการให้บริการที่ยังไม่มีคุณภาพมากพอ ในเขตพุทธมณฑลสาย 4 นั้นมีสนามฟุตบอลหญ้าเทียมอยู่ค่อนข้างน้อยถ้าเทียบกับสัดส่วนประชากรในเขตพื้นที่นี้มีอยู่จำนวนมากซึ่งในเขตพื้นที่นี้มีทั้งเขตชุมชนเขตโรงงานและสถานศึกษาจำนวนมาก สนามฟุตบอลที่มีอยู่ในเขตพื้นที่ส่วนใหญ่เปิดมานานแล้วทำให้คุณภาพเสื่อมโทรมไปบ้างและด้วยการแข่งขันที่น้อยทำให้ศักยภาพในการพัฒนาของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในเขตพื้นที่นี้ขาดการพัฒนาทำให้ผู้บริโภคได้รับการบริการที่ต่ำกว่ามาตรฐานการลงทุนในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในพื้นที่นี้นั้นจะช่วยยกระดับคุณภาพของธุรกิจในพื้นที่ให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในเขตพื้นที่นี้ยกระดับคุณภาพมากขึ้น

การวิเคราะห์การแข่งขันภายใต้แนวคิด และทฤษฎี Five Force Model ของ Michael Porter (1985) ซึ่งประกอบไปด้วย คู่แข่งขันของธุรกิจ ที่มาของการแข่งขัน และสภาพของการแข่งขัน โดยการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้าการวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจและการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ แสดงรายละเอียดเป็นรายข้อดังต่อไปนี้

2.1. การวิเคราะห์ตามทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five Force Model)

2.1.1. การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในเขตพุทธมณฑลสาย 4 ที่มีอยู่มาก่อนแล้วนั้นเป็นที่รู้จักอย่างมาก อัตราการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการเข้ารับบริการเป็นอย่างมาก ทางสนามจึงมุ่งเน้นไปที่การแข่งขันด้านคุณภาพและสร้างความแตกต่างในการให้บริการ

2.1.2. อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์

ในธุรกิจสนามฟุตบอลจะมีการซื้ออุปกรณ์กีฬาฟุตบอลเป็นจำนวนมาก ในตอนเริ่มต้นทางธุรกิจจะมีปริมาณการสั่งซื้อตามขนาดของธุรกิจ โดยสั่งซื้อจากซัพพลายเออร์ซึ่งมีอยู่จำนวนมากซึ่งส่งผลให้อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์มีน้อย อีกทั้งอำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ที่ขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้ออุปกรณ์กีฬา ซึ่งถ้าธุรกิจยังมีการสั่งซื้อจำนวนมาก ยังส่งผลให้ผู้ดำเนินการในธุรกิจมีอำนาจในการต่อรองซัพพลายเออร์สูงยิ่งขึ้น

2.1.3. อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อสินค้าและบริการ

ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลมีทางเลือกในการเลือกใช้บริการค่อนข้างมาก เนื่องจากอุปกรณ์และสนามฟุตบอลแต่ละแห่งที่มีความคล้ายคลึงกันแต่จะมีความแตกต่างกันในด้านของการให้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการได้ให้ความไว้วางใจกับสนามที่ใดแล้วก็ยากที่จะเปลี่ยนสนามบริการแห่งใหม่ ถ้าสนามแห่งใดให้บริการไม่เป็นที่พึงพอใจต่อผู้ใช้บริการก็มีโอกาสที่ผู้ใช้บริการจะเปลี่ยนสถานที่ได้สูง เนื่องด้วยผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลนั้นเป็นกลุ่มใหญ่ที่ใช้บริการสนามร่วมกันดังนั้นอำนาจต่อรองของผู้ใช้บริการจึงมีอยู่สูง

2.1.4. ข้อจำกัดการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้แข่งขันรายใหม่

ด้วยจำนวนการเติบโตของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่มีอยู่สูงจนกำลังจะอยู่ในจุดอิ่มตัว ส่งผลให้การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่เกิดขึ้น ซึ่งธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมนั้นมีการใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมากซึ่งยากที่ผู้แข่งขันรายใหม่จะสามารถเข้ามาแข่งได้ เนื่องด้วยต้องลงทุนสถานที่และการทำตลาดแข่งกับสนามฟุตบอลที่มีอยู่ก่อนแล้ว อีกทั้งธุรกิจสนามที่มีขนาดเล็กจะมีบริการที่ไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน

2.1.5. แรงผลักดันจากสินค้าอื่นๆ ซึ่งสามารถใช้ทดแทนกันได้

เนื่องด้วยเป็นธุรกิจที่ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ดังนั้นจึงมีสินค้าทดแทนของการให้บริการคือ สนามเบตมินตัน สวนสาธารณะ ฟิตเนส สนามฟุตบอล ซึ่งมียุทธศาสตร์ทดแทนที่ไม่สูงมาก อีกทั้งคุณสมบัติในการทดแทนด้านการแข่งขันฟุตบอลแบบลีกยังไม่ดีเท่าธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

2.2. สภาพของการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน

2.2.1. ระดับการแข่งขัน

เนื่องด้วยการแข่งขันในธุรกิจนี้ค่อนข้างสูง ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการเข้ารับบริการเป็นอย่างมาก ทำให้มีการแข่งขันในด้านคุณภาพและการสร้างความแตกต่างในการให้บริการ

2.2.2. จุดเด่น/ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

- สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice) ตั้งอยู่ในใจกลางถนน พุทธมณฑลสาย 4 สะดวกแก่การเดินทาง
- มีการจัดการแข่งขันแบบลีกและการแข่งขันแบบวันเดี่ยวยอบ
- มีสนามรองรับการให้บริการที่เพียงพอ
- เน้นการบริการที่มีความเป็นกันเอง
- คุณภาพของสนามและอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานและความทันสมัย

2.2.3. ผู้ครองส่วนการตลาด

สนามฟุตบอล SPANN Sports Complex สนามฟุตบอล แชมเปียน สนามฟุตบอล OKANE Stadium

2.3. ที่มาของการแข่งขัน

ด้วยกระแสของการแข่งขันฟุตบอลลีกต่างๆทั้งในและต่างประเทศ และกระแสรักสุขภาพ ทำให้การเติบโตของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเติบโตขึ้น ส่งผลให้การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่เกิดขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมนั้นมีการใช้เงินลงทุนจำนวนมาก จึงมีความยากต่อผู้เข้าแข่งขันรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขัน เพราะต้องลงทุนสถานที่และทำการตลาดแข่งกับสนามฟุตบอลที่มีอยู่แล้ว อีกทั้งธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมขนาดเล็กนั้นจะมีบริการที่ไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน

2.4. คู่แข่งของธุรกิจ

2.4.1. คู่แข่งหลัก 1: สนามฟุตบอล OKANE Stadium เป็นสนามฟุตบอลที่ครบวงจร เก้าอี้เป็นที่รู้จัก ในอดีตใช้ชื่อสนามฟุตบอล บอยท่าพระจันทร์ FC มีการจัดการแข่งขันฟุตบอล และการบริการเครื่องดื่มให้บริการสนามมาอย่างยาวนานด้วยผู้มากประสบการณ์และความรู้ด้านฟุตบอล ทำให้สนามแห่งนี้เป็นที่รู้จักในเรื่องความครบครันของการบริการสนามฟุตบอล และรองรับที่จอดรถเพียงพอ

จุดแข็ง

- เป็นสนามฟุตบอลที่เปิดมานาน และมีชื่อเสียง เจ้าของธุรกิจมีประสบการณ์สูง
- มีอุปกรณ์ครบครัน
- มีพื้นที่และลานจอดรถกว้างขวาง

- มีการจัดแข่งขันอย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อน

- สนามฟุตบอลเก่าและทรุดโทรม
- ไม่มีรถสาธารณะผ่าน
- เน้นการแข่งขันแบบลีคมากกว่าการให้บริการเข้าสนามทั่วไป
- เน้นบริการลูกค้าเก่าเป็นหลัก

คู่แข่งหลัก 2: สนามฟุตบอล SPANN Sports Complex สนามฟุตบอลหมู่บ้านเทียมครบวงจรที่เพิ่งเปิดใหม่ และมีสนามเบตมินตันบริการ

จุดแข็ง

- อุปกรณ์และสนามมีความทันสมัย
- มีอุปกรณ์ครบครัน
- มีพื้นที่และลานจอดรถกว้างขวาง
- มีบริการสนามเบตมินตัน

จุดอ่อน

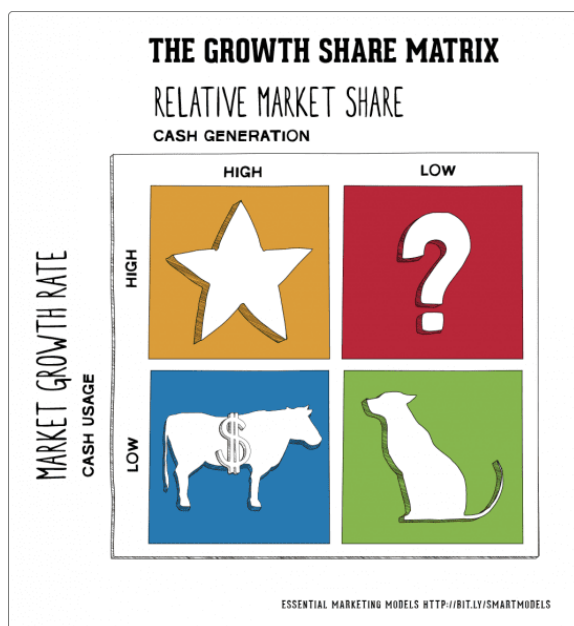
- ที่ตั้งสนามอยู่ในซอยลึก
- สนามยังไม่เป็นที่รู้จัก
- ไม่มีรถสาธารณะผ่าน

2.4.2. คู่แข่งรอง: สนามฟุตบอล แชมเปียน

2.5. การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ

2.5.1. การเขียนภาพวิเคราะห์

ภาพที่ 2.1: ภาพแสดงการวิเคราะห์ BCG Matrix



ที่มา: How to use BCG Matrix. (2020).

<https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/use-bcg-matrix/>

2.5.2 คำอธิบายสถานภาพของธุรกิจตามภาพ

ธุรกิจ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer nice) ดำเนินธุรกิจให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสำหรับกีฬาฟุตบอลครบวงจร มีสนามให้บริการ 4 สนาม และมีการจัดการแข่งขันทั้งจากภายในและภายนอก ถือเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง แต่มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่ต่ำ เนื่องจากธุรกิจเพิ่งเริ่มเข้าสู่ตลาด ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ส่งผลให้ธุรกิจนี้ยังคงอยู่ในกลุ่มน่าสงสัย (Question Mark) ในการดำเนินการของธุรกิจในกลุ่มน่าสงสัยนั้นต้องกำหนดระยะเวลาในการทำการตลาดให้ชัดเจน และเมื่อทำการตลาดประสบผลจะเปลี่ยนจากกลุ่มน่าสงสัย (Question Mark) กลายเป็นกลุ่มดาวรุ่ง (Star) แต่ในทางกลับกันจะกลายเป็นกลุ่มสุนัข (Dog) เมื่อการตลาดไม่ประสบผล

แนวคิดและทฤษฎี SWOT Analysis ของ Albert Humphrey (1960) และแนวคิดและทฤษฎีเรื่อง PESTEL Analysis ของ Francis J. Aguilar (1967) จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อธุรกิจ โดยนำมาสรุปเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการดำเนินงานของธุรกิจ โดยแบ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงภายใน และ ปัจจัยเสี่ยงภายนอก รวมถึงการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของธุรกิจ ดังรายละเอียดเป็นรายชื่อต่อไปนี้

2.6. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

2.6.1. จุดแข็ง

สถานที่ตั้งของสนามตั้งอยู่บริเวณชานเมือง ความหนาแน่นของประชากรและมลภาวะจากรถยนต์ น้อยกว่าสนามใจกลางเมือง สภาพอากาศและบรรยากาศโดยรอบของสนามถือว่าดีกว่าสนามในเขตเมือง และการเดินทางค่อนข้างสะดวกไม่ไกลจากเมืองมากนัก และด้วยความสดใหม่และคุณภาพของสนามทำให้ดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ ได้ด้วยคุณภาพ มีการจัดอีเวนต์การแข่งขันต่างๆ ให้ผู้ใช้บริการ ได้แข่งขันในระบบลีกทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ารู้สึกสนุกกับการแข่งขันและสัมผัสการเป็นนักบอลมากขึ้น มีกิจกรรมและ โปร โมชั่น ต่างๆ ในแต่ละเดือน ทำให้ลูกค้ารู้สึกเบื่อในการใช้บริการสนาม

2.6.2. จุดอ่อน

ยังไม่มีโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์มากพอที่ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้เท่าที่ควรในช่วงแรกซึ่งทำให้สนามยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก อีกทั้งเจ้าของกิจการมีประสบการณ์การทำสนามฟุตบอลให้เขาค่อนข้างน้อย ทำให้จำเป็นต้องใช้เวลาในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการและการให้บริการของสนาม ซึ่งแรกเริ่มอาจจะทำให้การบริการของสนามยังไม่เต็มที่เท่าที่ควร และอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่ประทับใจ

2.6.3. โอกาส

ด้วยความชื่นชอบในกีฬาฟุตบอลของผู้คนในประเทศไทยทำให้การเตะฟุตบอลเป็นที่นิยมอยู่เรื่อยมาทั้งเพื่อการออกกำลังกายและการแข่งขัน อีกทั้งนโยบายการส่งเสริมให้ประชาชนคนไทยออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของรัฐบาล ผ่านสำนักงานกองทุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.) ซึ่งทำหน้าที่สนับสนุน กระตุ้นส่งเสริม จุดประกาย และประสานความร่วมมือเพื่อให้คนไทยได้ริเริ่ม โครงการ หรือกิจกรรมการ สร้างเสริมสุขภาพ โดยไม่จำกัดกรอบความคิดด้วยการเสริมสร้างสุขภาพแก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.6.4. อุปสรรค

คู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงมีจำนวนหลายแห่ง และด้วยสนามของเราเป็นสนามเปิดใหม่ทำให้จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรหลายๆด้านเพื่อให้เข้าไปอยู่ในตลาดนั้นให้ได้ อีกทั้งผู้ใช้บริการสนามยังยึดติดกับสนามเดิมที่เคยใช้บริการอยู่ก่อนแล้ว

2.7. การวิเคราะห์ เมทริกซ์ทาวส์ (TOWS Matrix)

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จึงได้นำ TOWS Matrix มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีเชิงรุก เชิงรับ เชิงรองและเชิงแก้ไขสำหรับผู้บริหาร

ตาราง 2.1: กลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix

	Internal	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
Eternal			
โอกาส (Opportunities)		กลยุทธ์เชิงรุก (SO) สร้างช่องทางการประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ตั้งของสนามคุณภาพของสนามการจัดการโปรแกรมชั้นต่างๆ และการจัดการแข่งขัน สร้างการกระตุ้นความชื่นชอบฟุตบอลของผู้คนด้วยรูปภาพวิดีโอโปรแกรม	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) สร้างการรับรู้ของธุรกิจด้วยการประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง สร้างเสริมประสบการณ์ด้วยการขอคำปรึกษาจากผู้ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน
ภัยคุกคาม (Threats)		กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยโปรแกรมชั้นต่างๆและระบบสมาชิกเพื่อสร้างฐานลูกค้า	กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ส่งเสริมการทำตลาด จัดทำแคมเปญการกุศลบริจาคและการช่วยเหลือต่างๆเกี่ยวกับการกีฬา สร้างภาพลักษณ์ทางบวก

2.8. การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงภายใน วิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

2.8.1. ปัจจัยด้านการบริหาร

สถานการณ์ เนื่องจากเป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเปิดใหม่ ทำให้สนามยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้ใช้บริการสนามมากเท่าที่ควร จึงต้องมีการทำการตลาดการส่งเสริมต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า อีกทั้งเจ้าของธุรกิจไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจนี้ ซึ่งอาจเป็นจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจ

ผลต่อธุรกิจ สนามยังไม่เป็นที่รู้จัก ไม่มีฐานลูกค้า และความเสถียรต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

2.8.2. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

สถานการณ์ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม Soccer nice ตั้งอยู่บนถนนพุทธมณฑลสาย 4 จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีความสะดวกในด้านคมนาคม ใกล้สถานศึกษาและมหาวิทยาลัยหลายแห่งเช่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ฯลฯ และยังมีโรงงานและบริษัทมากมาย จึงอาจมีปัญหาเรื่องที่จอดรถในช่วงที่มีการแข่งขัน

ผลต่อธุรกิจ เกิดความไม่สะดวกต่อลูกค้าที่นำรถยนต์มา เนื่องจากที่จอดไม่เพียงพอ

2.8.3. ปัจจัยด้านการเงิน

สถานการณ์ การลงทุน จะใช้เงินของเจ้าของธุรกิจลงทุนเพียงแหล่งเดียวในการลงทุน จะมิได้มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินอื่น เพื่อลดปัญหาการจ่ายดอกเบี้ย โดยจะจัดทำงบการเงิน เพื่อแสดงให้เห็นถึงสภาพการเงินของธุรกิจตลอดเวลา

ผลต่อธุรกิจ เนื่องด้วยเป็นการนำเงินมาลงทุนเองทั้งหมด ซึ่งก่อให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจเนื่องด้วยใช้เงินลงทุนสูง

2.8.4. ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์

สถานการณ์ เนื่องจากเป็นสนามเปิดใหม่ การจัดการทางด้านบุคลากร ใช้บุคลากรจำนวน 8 คน โดยแบ่งเป็นพนักงานดูแลสนาม 3 คน ผู้จัดการสนาม 1 คน และพนักงานต้อนรับและบริการต่างๆ อีก 4 คน

ผลต่อธุรกิจ ยังไม่ทราบจำนวนบุคลากรที่เหมาะสมกับสนาม และบุคลากรยังไม่มี ความชำนาญในการทำงานอาจทำให้ล่าช้าในช่วงแรก

2.9. การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงภายนอก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

2.9.1. ปัจจัยทางนโยบาย และการเมือง

สถานการณ์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในฐานะผู้กำกับดูแลการกีฬาแห่งประเทศไทย มีภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการกีฬา จัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการกีฬาที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของประเทศ โดยมีแผนงานขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านกีฬาจำนวน 7 ด้าน ได้แก่ 1.ส่งเสริมให้คนไทยออกกำลังกาย เล่นกีฬา และนันทนาการอย่างสม่ำเสมอ 2. ส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้ในการพัฒนานักกีฬา 3.ส่งเสริม โรงเรียนกีฬาเฉพาะด้าน เช่น ฟุตบอล วอลเลย์บอล กอล์ฟ เป็นต้น 4.ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) 5.ส่งเสริมความ

ร่วมมือด้านกีฬาระหว่างประเทศ 6.ส่งเสริมการจัดกิจกรรมกีฬาระดับโลกในประเทศไทย 7.ส่งเสริมการพัฒนานักกีฬาไทยสู่กีฬาระดับโลก

ผลต่อธุรกิจ ทำให้ผู้คนสนใจเล่นกีฬาและออกกำลังกายมากขึ้นซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจ

2.9.2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

สถานการณ์ ตลาดสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีจำนวนมากและอิ่มตัวแล้วแต่ยังสามารถเข้ามาแข่งขันได้ถ้ามีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมคุณภาพในการให้บริการและคุณภาพของสนามมากเพียงพอที่จะดึงดูดใจลูกค้า ถ้ามีปัจจัยเหล่านี้ก็จะส่งผลให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จได้ (ธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าอยู่รอดได้ด้วยคุณภาพ, 2560)

ผลต่อธุรกิจ ถ้าคุณภาพในด้านต่างๆของสนามมีมากพอที่จะมัดใจลูกค้าไว้ได้ส่งผลดีต่อธุรกิจ

2.9.3. ปัจจัยทางสังคม

สถานการณ์ กีฬาฟุตบอลได้รับความนิยมมาอย่างยาวนานตั้งแต่อดีตและยังมีการถ่ายทอดสดฟุตบอลลีกต่างๆมากขึ้นกีฬาฟุตบอลก็ได้รับความนิยมมากขึ้นไปอีก และในปัจจุบันผู้คนใส่ใจสุขภาพมากขึ้น จนเกิดกระแสรักสุขภาพ ทำให้ผู้คนสนใจที่จะออกกำลังกายมากขึ้น สนามฟุตบอลหญ้าเทียมจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับกลุ่มผู้คนที่ชื่นชอบฟุตบอลและต้องการออกกำลังกาย

ผลต่อธุรกิจ มีผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลมากขึ้น

2.9.4. ปัจจัยทางเทคโนโลยี และนวัตกรรม

สถานการณ์ เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารในยุคปัจจุบัน มีความทันสมัย ก้าวหน้า รวดเร็วและเข้าถึงง่าย ทำให้ลูกค้าผู้ใช้บริการสนามสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้สะดวกรวดเร็ว

ผลต่อธุรกิจ ข้อมูลข่าวสารทั้งเชิงลบและเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจอย่างมาก

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ตาราง 2.2: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			การดำเนินการเพื่อลดและป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1. ปัจจัยด้านการบริหาร		/		เนื่องด้วยยังมีประสบการณ์ การทำธุรกิจค่อนข้างน้อย จึงต้องศึกษาการทำธุรกิจสนามฟุตบอลจากแหล่งต่างๆ เพื่อการวางแผนและบริหารให้ดียิ่งขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงต่อธุรกิจ
2. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง		/		จัดสรรปันส่วนพื้นที่ให้เหมาะสมและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ
3. ปัจจัยด้านการเงิน	/			วางแผนทางการเงินให้เหมาะสม และจัดทำงบการเงินเพื่อแสดงสภาพทางการเงินของธุรกิจ มีการกู้ยืมเงินบางส่วนเพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้ธุรกิจ
4. ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์			/	เมื่อธุรกิจถึงจุดอยู่ตัว และมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะมีการจัดสรรบุคลากรเข้ามาทำงานเพิ่มขึ้น

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

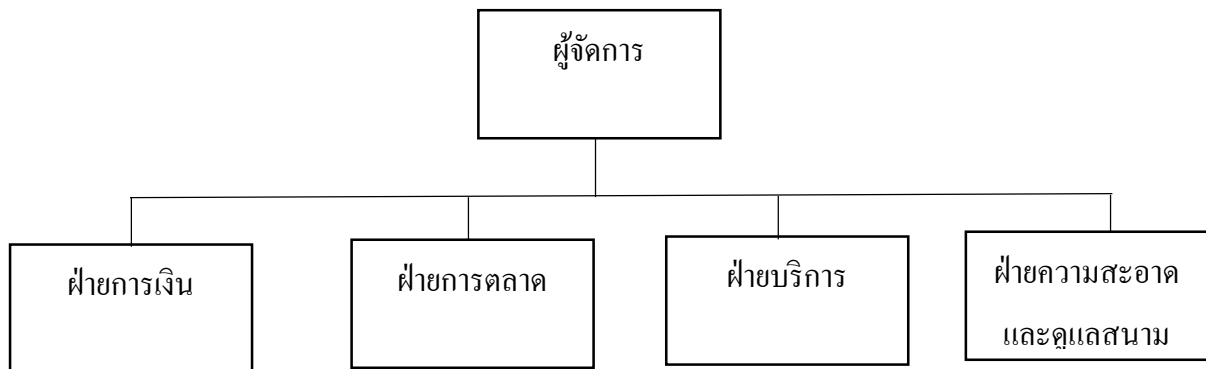
ตาราง 2.3: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			การดำเนินการเพื่อลดและป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1. ปัจจัยด้านนโยบาย และ การเมือง		/		จัดทำโปรโมชันให้น่าสนใจเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ
2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ		/		ทำการตลาด ประชาสัมพันธ์โปรโมชันเข้าถึงกลุ่มลูกค้า
ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			การดำเนินการเพื่อลดและป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
3. ปัจจัยด้านสังคม		/		ประชาสัมพันธ์ข้อมูล สร้างการรับรู้กับผู้บริหาร โภคแสดงจุดเด่นของสนามแห่งนี้
4. ปัจจัยด้านการเทคโนโลยี		/		ตรวจสอบการทำงานและการบริการของพนักงาน จัดอบรมพนักงาน ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆของสนาม บนสื่อออนไลน์ ตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า

บทที่ 3

แผนการบริหารและการจัดการ

3.1. โครงสร้างองค์กร



3.2. หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

3.2.1. ผู้จัดการ

บริหารจัดการและควบคุมดูแลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงาน ทั่วไปของบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ นโยบาย ระเบียบและข้อบังคับของบริษัท จัดหาบุคลากรและการบริการ รวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ พิจารณาแผนการลงทุนในด้านต่างๆ มีอำนาจในการทำนิติกรรม และอำนาจอนุมัติการดำเนินงานใดๆ

- ตำแหน่งความรับผิดชอบ
- กำหนดนโยบาย บริหารกิจการวางแผนกลยุทธ์และการตลาด
 - ควบคุมการทำงานของฝ่ายต่างๆตรวจสอบรายงานในแต่ละด้าน
 - จัดหาบุคลากรและจัดซื้ออุปกรณ์
 - ควบคุมจำนวนอุปกรณ์และสินค้าคงคลัง รวมทั้งตรวจสอบคุณภาพ

ค่าตอบแทนประจำตำแหน่ง 40,000 บาท

3.2.2. ฝ่ายการเงิน

พนักงานดูแลบริหารด้านการเงินและบัญชีของกิจการ

- ตำแหน่งความรับผิดชอบ
- ดูแลการเคลื่อนไหวทางการเงิน
 - ทำบัญชีรายรับรายจ่ายของกิจการ
 - ประสานงานกับผู้จัดการในการเบิกค่าใช้จ่าย
 - ประสานงานกับฝ่ายต่างๆ

ค่าตอบแทนประจำตำแหน่ง 20,000 บาท

3.2.3. ฝ่ายการตลาด

พนักงานดำเนินการด้านการตลาด

- ตำแหน่งความรับผิดชอบ
- ดำเนินการด้านการตลาดตามแผนของผู้จัดการ
 - ดูแลการประชาสัมพันธ์และจัดทำกรประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ
 - ประสานงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์กับผู้จัดการ

ค่าตอบแทนประจำตำแหน่ง 20,000 บาท

3.2.4. ฝ่ายบริการ

พนักงานบริการลูกค้า

- ตำแหน่งความรับผิดชอบ
- บริการด้านข้อมูลให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
 - รับโทรศัพท์ ตอบข้อความจากการติดต่อทุกช่องทาง
 - จัดคิวการใช้บริการให้ลูกค้า
 - ติดต่อประสานงานกับผู้จัดการ
 - รับชำระค่าบริการและประสานงานกับฝ่ายการเงิน

ค่าตอบแทนประจำตำแหน่ง 17,000 บาท

3.2.5. ฝ่ายความสะอาดและดูแลสนาม

พนักงานทำความสะอาดและดูแลสนาม

- ตำแหน่งความรับผิดชอบ
- ดูแลรักษาความสะอาดทุกๆจุด

- ดูแลความเรียบร้อยก่อนและหลังการให้บริการ
- ทำความสะอาดก่อนและหลังการให้บริการ
- ทะนุบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่างๆของสนาม

ค่าตอบแทนประจำตำแหน่ง 15,000 บาท

3.3. วิสัยทัศน์

เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่ส่งเสริมให้ผู้คนรักกีฬาฟุตบอล และให้บริการด้วยความเป็นกันเอง มุ่งสู่ความเป็นผู้นำด้านการบริการสนามหญ้าเทียม

3.4. พันธกิจ

- ส่งเสริมการออกกำลังกายด้วยกีฬาฟุตบอลด้วยบริการคุณภาพและทันสมัยจากสนาม
- ส่งเสริมการพบปะกันของลูกค้าและการสร้างสังคมผ่านกีฬาฟุตบอล
- มุ่งเน้นการจัดการแข่งขันที่สนุกสนามและสร้างมิตรภาพสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่แตกต่าง
- ยกระดับมาตรฐานการจัดการด้านกีฬาให้มีคุณภาพ
- เป็นศูนย์รวมของผู้ที่ชื่นชอบการเตะฟุตบอล

3.5. เป้าหมายองค์กร

3.5.1. เป้าหมายระยะสั้น

- มีส่วนแบ่งทางการตลาดไม่น้อยกว่า 30 เปอร์เซ็นต์ ทำรายได้ในปีแรกไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท
- มุ่งเฉพาะไปที่การเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่
- สร้างฐานลูกค้าให้ได้มากที่สุด
- รักษาระดับของต้นทุนในการดำเนินงานให้ต่ำและคงที่ มุ่งเน้นการคืนทุนที่รวดเร็วให้มากที่สุด
- ส่งเสริมภาพลักษณ์และชื่อเสียงด้านบวกของสนามสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่งอย่างรวดเร็วที่สุด
- สร้างและรักษากระดับของคุณภาพในการให้บริการให้คงที่ตลอดการดำเนินงาน

3.5.2. เป้าหมายระยะยาว

- มุ่งการสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากที่สุด เพื่อนำไปสู่การขยายกิจการ
- มีการคิดริเริ่มในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและยึดมั่นในวิสัยทัศน์และพันธกิจอย่างเข้มงวด
- พัฒนาศักยภาพของกิจการและผู้ประกอบการให้แข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว
- ใช้ภาพลักษณ์ของกิจการที่เป็นบวกสร้างสรรค์เป็นตราสินค้าใหม่ๆ
- รักษาความภักดี สร้างความประทับใจกับลูกค้าให้เกิดการใช้ซ้ำอย่างต่อเนื่อง

3.6. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

การจัดการ

มุ่งเน้นการบริหารการจัดการภายในกิจการให้มีประสิทธิภาพ มีการกระจายอำนาจการตัดสินใจไปยังพนักงานเพื่อแบ่งเบาภาระการทำงานและการตัดสินใจของผู้จัดการ

การบริการ

พัฒนาคุณภาพและกระบวนการการให้บริการให้ได้มาตรฐานส่งเสริมพนักงานให้ใส่ใจกับบริการและพัฒนาคุณภาพของสนามให้ได้มาตรฐานสากล โดยเฉพาะอุปกรณ์การเล่นและพื้นสนามให้มีความทันสมัยเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าและรักษาคุณภาพที่ดีอย่างต่อเนื่อง

การตลาด

สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ด้านบวกให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าอยู่เสมอ ส่งเสริมการตลาดด้วยกลยุทธ์ใหม่ๆ ไม่จำเจ สร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า

การเงิน

สร้างมาตรฐานทางการเงินให้อยู่ในระดับสูง ดูแลระบบบัญชีและการเงินด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพและรักษาระดับการเงินของกิจการให้อยู่ตามเกณฑ์เพื่อเป็นมาตรฐานในการขยายกิจการต่อไป เน้นการรักษาระดับของต้นทุนให้ไม่เกินตามเกณฑ์ที่กำหนด

3.7. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

ด้วยสภาวะการแข่งขันและปัจจัยต่างๆในการดำเนินกิจการในปัจจุบันที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกพร้อมกับปัจจัยภายในต่างๆของธุรกิจ ได้พบว่าระดับการแข่งขันในธุรกิจบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในเขตพุทธมณฑลสาย 4 นั้นอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก แต่ยังมีบริการชนิดอื่นที่เป็นทางเลือกแทนได้ แต่ในส่วนของธุรกิจพบว่ามีความได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้งและคุณภาพความทันสมัยของสนามในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และมีการจัดการแข่งขันเพื่อดึงดูดลูกค้าและผู้สนับสนุน กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ถือเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสม โดยการสร้างความแตกต่างด้วยคุณภาพในการให้บริการ ความทันสมัยของสนามและอุปกรณ์ ความสะดวกในการใช้บริการ และเมื่อธุรกิจดำเนินการบรรลุผลมาในระดับหนึ่งแล้ว จะพิจารณาใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategy) เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด และใช้ภาพลักษณ์ของชื่อสนามในการขยายกิจการหรือเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ สร้างการเติบโตของธุรกิจในระดับประเทศ

บทที่ 4

แผนการตลาด

การจัดทำกลยุทธ์แผนการตลาดและแผนปฏิบัติการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer nice)

กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

ในช่วงเริ่มต้นสนามยังไม่เป็นที่รู้จักและยังไม่มีลูกค้ามาใช้บริการเป็นสนามเปิดใหม่ที่ยังไม่ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า แต่ในอนาคตทางสนามมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในกลุ่มผู้คนที่ชื่นชอบการแข่งขันและการเล่นกีฬาฟุตบอล จนเกิดการจนจำภายใต้ชื่อสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer nice) เพื่อขยายสาขาหรือสร้างผลิตภัณฑ์ในอนาคต

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

กลยุทธ์ 7P ประเภทกลยุทธ์และแผนปฏิบัติงาน

ภาพที่ 4.1. กลยุทธ์ 7P



4.1.1. Product สินค้าและบริการ

สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer nice) เป็นธุรกิจให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมครบวงจร โดยมีสนามให้บริการ 4 สนาม เป็นสนามสำหรับ 7 คน 3 สนามและสนามสำหรับ 5 คน 1 สนาม โดยเน้นรูปแบบการออกกำลังกายที่ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกสนุกไปกับการเตะฟุตบอลกับเพื่อนร่วมทีมด้วยคุณภาพของสนาม และยังมีบริการอื่นๆเช่นการจัดการแข่งขัน ซึ่งการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer nice) ประกอบด้วย

บริการหลัก

สนามฟุตบอลหญ้าเทียมสำหรับการแข่งขันและออกกำลังกายเป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่มสำหรับ 5-7 คน มีสนามให้บริการ 4 สนามโดยเป็นสนามฟุตบอลขนาดความกว้าง 33 เมตร ความยาว 53 เมตรจำนวน 3 สนามและสนามขนาดความกว้าง 22 เมตร ความยาว 42 เมตรจำนวน 1 สนาม

การรองรับผู้ใช้บริการสามารถรองรับได้สูงสุด 50-70คน ขึ้นอยู่กับจำนวนทีมในแต่ละสนามและจำนวนเวลาในการใช้บริการขึ้นอยู่กับจำนวนชั่วโมงที่ผู้ใช้บริการทำการจองไว้และการขยายเวลาการใช้บริการสนามสามารถทำได้ในกรณีที่ไม่มีผู้ใช้บริการอื่นจองเวลาต่อไว้

ตารางที่ 4.1. จำนวนอุปกรณ์ในการให้บริการ

รายละเอียด	จำนวน
ลูกฟุตบอล	30
โกลฟุตบอล	10
โดมมัลติคอนส์	40
Speed Hurdle	5
Speed ladder 6m.	1
เสื้อเอี๊ยม	30
รวมอุปกรณ์ในการให้บริการ	116

บริการเสริม

บริการอินเทอร์เน็ตคาเฟ่รองรับอาหารเครื่องดื่ม WIFI และร้านเสื้อผ้ากีฬาล็อคเกอร์ส่วนตัว ห้องชานา แชมพู ครีมาบน้ำ ที่เป่าผม และห้องวีไอพี มีคาเฟ่มีการเรียนการสอนกีฬาฟุตบอลสำหรับเยาวชน

4.1.2. Price ราคา

ส่วนที่สำคัญอย่างมากของการดำเนินธุรกิจนี้คือการตั้งราคา ในด้านการตั้งราคาจะมีการสำรวจราคาในตลาดที่เป็นมาตรฐานก่อนว่ามีราคาอยู่ที่เท่าไรและให้บริการอะไรและเป็นอย่างไรบ้างในราคาที่เหมาะสมต่อการให้บริการ การตั้งราคาจึงพิจารณาจากการรับรู้ผลประโยชน์และบริการที่ลูกค้ามาใช้บริการได้รับ โดยระดับราคาการให้บริการจะใกล้เคียงกับคู่แข่งในพื้นที่เนื่องจากเป็นราคาที่เหมาะสมมากแล้วแต่จะมีกลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อส่งเสริมการตลาดบ้างตามความเหมาะสมของธุรกิจ

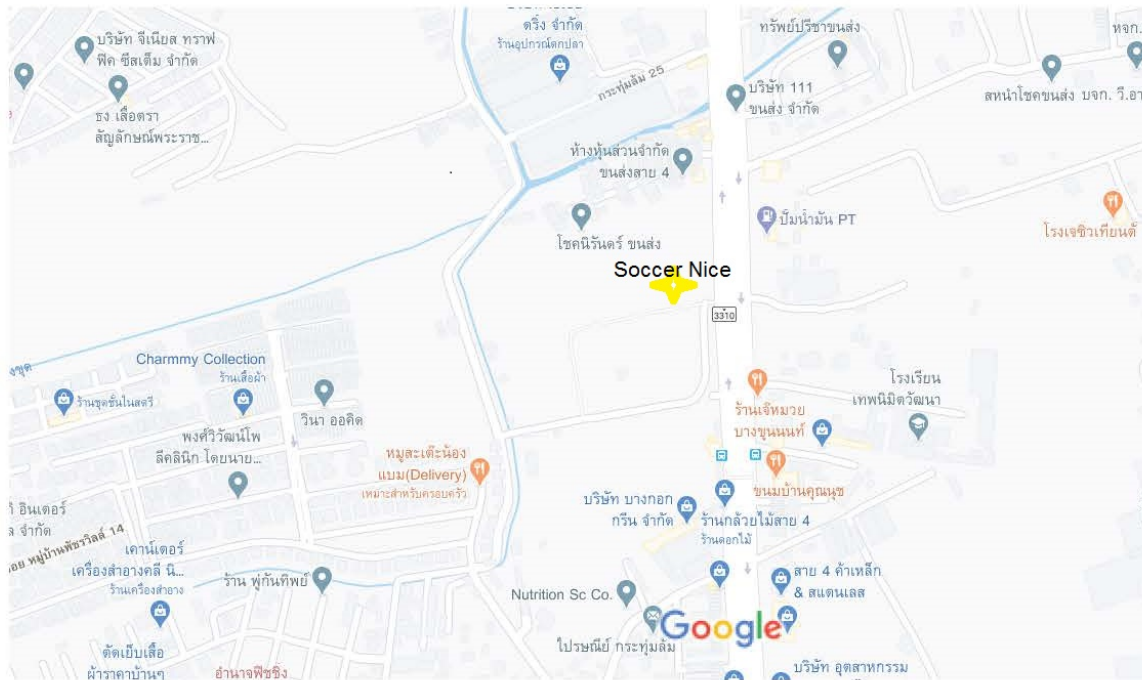
ด้านกลยุทธ์ในการตั้งราคาในช่วงแรกจะเป็นการตั้งราคาต่ำ (Penetration Pricing) เป็นการตั้งราคาให้ต่ำในช่วงแรกของการนำบริการเข้าสู่ตลาด ซึ่งเป็นการตั้งราคาเพื่อเจาะตลาดให้ครอบคลุม สร้างการยอมรับของผู้บริโภคและการรับรู้อย่างรวดเร็วที่สุด ก่อนกับเข้าสู่ราคาปกติหลังจากเป็นที่ยอมรับแล้ว และจะมีการตั้งราคาเพื่อส่งเสริมการตลาด (Promotion Pricing) เป็นการตั้งราคาพิเศษในช่วงเทศกาล เพื่อกระตุ้นลูกค้าให้ใช้บริการตามเทศกาลนั้นๆ เช่นราคาพิเศษช่วงฟุตบอลโลก เป็นต้น

เป็นที่รู้กันคืออยู่แล้วในด้านราคาของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมด้านราคานั้นจะปรับเปลี่ยนไปตามช่วงเวลาซึ่งราคาในช่วงเวลาเช้านั้นจะมีราคาถูกกว่าราคาในช่วงเย็นจนถึงกลางคืน ด้วยสาเหตุหลักๆเลยคือต้นทุนในการเปิดไฟสปอร์ตไลท์บริการของแต่ละสนาม

ตารางที่ 4.2. อัตราค่าบริการ

การบริการ	อัตราค่าบริการตามช่วงเวลา	
	08.00 – 18.00 น.	18.00 – 24.00 น.
สนามฟุตบอลขนาด 7-8 คน	1000บาท:ชั่วโมง	1500บาท:ชั่วโมง
สนามฟุตบอลขนาด 5-6 คน	600บาท:ชั่วโมง	900บาท:ชั่วโมง

ภาพที่ 4.2. ภาพแสดงสถานที่ตั้ง



4.1.3. Place สถานที่ตั้ง ซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice) ตั้งอยู่ใจกลางพุทธมณฑลสาย 4 เป็นทำเลที่ดีเดินทางสะดวกติดถนนใหญ่มีรถสาธารณะวิ่งผ่าน ล้อมรอบด้วยเขตโรงงาน เขตชุมชนและเขตโรงเรียน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วถือว่าได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งสามารถติดต่อสอบถามและทำการจองได้ทางเว็บไซต์ แฟนเพจ ไลน์ และเบอร์โทร

4.1.4. Promotion การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมทางการตลาดมีหน้าที่ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายวัตถุประสงค์หลักของการส่งเสริมการขายนั้นคือการสร้างการรับรู้ การกระตุ้นให้เกิดการใช้สินค้าบริการ โดยรูปแบบการส่งเสริมการขายของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียมซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice) มีดังนี้

การประชาสัมพันธ์ หรือการ โฆษณาผ่านช่องทางต่างๆถือเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่สำคัญเนื่องด้วยเป็นการที่จะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายพบเห็นได้มากที่สุด ซึ่งจะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อ โซเชียลมีเดีย หลากหลายช่องทาง เช่นเว็บไซต์ แฟนเพจเฟสบุ๊ก ต่างๆ การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางนี้ยังช่วยประหยัดต้นทุนอย่างมาก มีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ในพื้นที่รอบๆ

การบอกต่อแบบปากต่อปาก ใช้สังคมของผู้ที่ชื่นชอบการเตะฟุตบอลและได้รับการที่นำประทับใจของสนาม บอกต่อกันใกล้ชิดใจให้มาใช้บริการ เป็นการบอกต่อกันไปจนเป็นที่รู้จักและเกิดการใช้บริการในที่สุด

การจัดโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นการใช้บริการในบางช่วงของธุรกิจ โดยจะมีการลดราคาตามเทศกาล ราคาพิเศษในวันเกิด หรือแถมชั่วโมงการบริการเพิ่มเมื่อใช้บริการครบจำนวนที่กำหนด การใช้บริการแบบ บูฟเฟ้จ่ายเป็นรายหัวแล้วใช้บริการร่วมกับลูกค้าอื่นเพื่อสร้างสังคมใหม่ๆ แจกน้ำฟรีให้กับลูกค้าผู้ให้บริการ และการจัดการแข่งขัน ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของการกระตุ้นการใช้บริการ โดยการจัดการแข่งขันจะเป็นการจัดการแข่งขันแบบลีกและมีระบบคิวชั้น ซึ่งเมื่อการจัดการแข่งขันประสบผลสำเร็จ จะส่งผลให้สนามมีการใช้บริการอย่างต่อเนื่องในทุกๆวัน มีระบบสมาชิกและบัตรสะสมช่วยให้เกิดการใช้บริการของลูกค้าบ่อยขึ้น

4.1.5. People บุคลากร

ผู้จัดการจะทำหน้าที่บริหารจัดการและควบคุมดูแลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปของบริษัทเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ นโยบาย ระเบียบและข้อบังคับของบริษัท จัดหาบุคลากร และการบริการรวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ พิจารณาแผนการลงทุนในด้านต่างๆ มีอำนาจในการทำนิติกรรม และอำนาจอนุมัติการดำเนินงานใดๆ

พนักงานซึ่งประกอบด้วยฝ่ายการเงินทำหน้าที่ดูแลบริหารด้านการเงินและบัญชีของกิจการ ฝ่ายการตลาดทำหน้าที่ดำเนินการด้านการตลาด ฝ่ายบริการทำหน้าที่บริการลูกค้าและฝ่ายความสะอาดและดูแลสนามทำหน้าที่ดูแลสนามให้สะอาดและพร้อมให้บริการ ซึ่งในทุกๆฝ่ายจะทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายและมีการสื่อสารกับผู้จัดการในการประสานงานต่างๆทั้งในและนอกสนาม และทุกๆฝ่ายต้องมีใจบริการเมื่อได้พบปะกับลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจและสร้างมาตรฐานของการบริการที่มีคุณภาพของสนามแห่งนี้

4.1.6. Physical evidence ลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมชอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice) ลักษณะโดยรวมที่ลูกค้าจะมองเห็นคือความทันสมัยและความสวยงามของสนาม และจะคงความสวยงามนั้นด้วยความสะอาด ใช้การตกแต่งด้วยความสวยงามและตกแต่งด้วยภาพนักฟุตบอลให้อารมณ์เหมือนอยู่สนามแข่งขันในลีกต่างๆ มีการจัดวางเคาน์เตอร์ต้อนรับไว้บริการด้านหน้าเพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อมีจุดพักผ่อนและบริการ อินเทอร์เน็ตคาเฟ่รองรับอาหารเครื่องดื่ม WIFI ไวร์รองรับสำหรับผู้ใช้บริการหรือผู้ที่มาใช้บริการและร้าน เสื้อผ้ากีฬาขนาดย่อม ล็อกเกอร์ส่วนตัว ห้องซาวน่า และห้องวีไอพี สร้างภาพลักษณ์ของสนามด้วยความทันสมัยและการสร้างใจบริการกับพนักงานและรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

4.1.7. Process กระบวนการให้บริการ

ในด้านกลยุทธ์การให้บริการนั้นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice) ให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์ในการบริการที่เหมาะสมกับผู้ที่ชื่นชอบการออกกำลังกายด้วยการเตะฟุตบอล โดยจะมุ่งเน้นที่การบริการแบบเป็นกันเอง เข้าถึงง่าย เพราะด้วยความเป็นการบริการแบบกลุ่ม จึงมีการกำหนดนโยบายกระบวนการในการให้บริการเพื่อให้แนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานนั้นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีขั้นตอนดังนี้

การดูแลลูกค้าขณะใช้บริการ ในการดูแลลูกค้าขณะใช้บริการสนามนั้นจะมีพนักงานคอยเดินตรวจตรารอบๆสนาม เพื่อรองรับการบริการต่างๆเช่นการส่งเครื่องดื่มหรือการต่อชั่วโมงและคอยดูแลความปลอดภัยของลูกค้าเมื่อเกิดอุบัติเหตุระหว่างการให้บริการเพื่อการรับมือกับปัญหาได้ทันท่วงที ซึ่งถือเป็นการแสดงความใส่ใจในการให้บริการ

การต้อนรับลูกค้า ในด้านการต้อนรับลูกค้า นั้น พนักงานจะต้อนรับลูกค้าด้วยความที่เป็นมิตรมีการกล่าวคำต้อนรับ สร้างความเป็นกันเองในการเข้าถึงลูกค้า มีการแนะนำการบริการต่างๆรวมถึงโปรโมชั่นของสนามและกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น พนักงานจะจำชื่อลูกค้าประจำและสมาชิกของสนามได้และกล่าวชื่อเรียกลูกค้าด้วยความสุภาพ

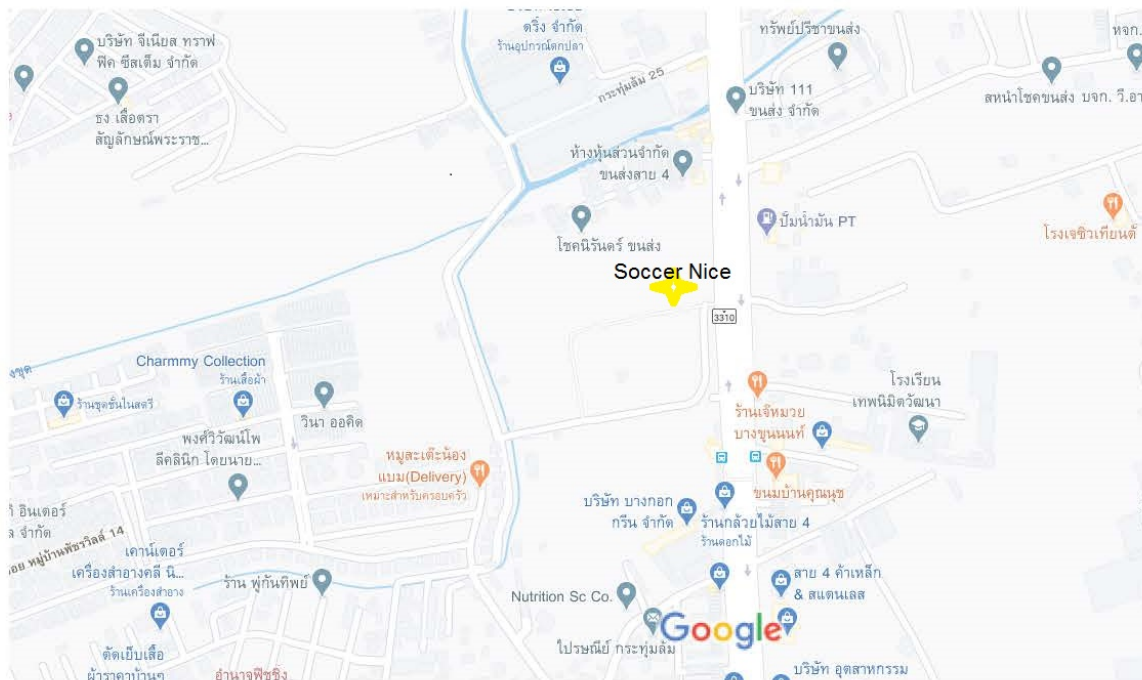
บทที่ 5

แผนการจัดการดำเนินงาน

ที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ

สนามฟุตบอลหญ้าเทียมชอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice) ตั้งอยู่ใจกลางพุทธมณฑลสาย 4 จังหวัดนครปฐมซึ่งมีความสะดวกในด้านคมนาคมเดินทางสะดวกติดถนนใหญ่มีรถสาธารณะวิ่งผ่าน ล้อมรอบด้วยเขตโรงงาน เขตชุมชนและเขตโรงเรียน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วถือว่าได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง

แผนที่ตั้งของสถานประกอบการ



การจัดสถานบริการ

ภาพที่ 5.1. ภาพแผนผังจำลองการจัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมชอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice)



การจัดพื้นที่บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice) ในเขตถนนพุทธมณฑลสาย 4 โดยมีขนาดของพื้นที่เท่ากับ 5 ไร่ซึ่งได้แบ่งส่วนพื้นที่ในการให้บริการโดยคำนึงถึงความสะดวกในการมาใช้บริการสนามและความพร้อมในการให้บริการของทางสนาม

เมื่อเข้ามายังสนามจะพบจุดจอดรถที่มีเพียงพอต่อการรองรับผู้ใช้บริการซึ่งมีจุดจอดรถถึง 3 จุดและมีจุดจอดสำหรับรถมอเตอร์ไซด์ และเมื่อผ่านเข้าไปยังประตูทางเข้าจะพบเคาน์เตอร์ต้อนรับสำหรับการให้บริการติดต่อใช้บริการต่างๆของสนามและสามารถให้ข้อมูลทั่วไปของสนามได้ ซึ่งเป็นเคาน์เตอร์ที่เลือกมาตั้งไว้ให้ลูกค้าได้พบเป็นจุดแรกเมื่อเข้ามาสนาม ทางด้านซ้ายมือจะเป็นที่ตั้งของห้อง VIP สำหรับรองรับลูกค้าหรือแขกพิเศษซึ่งลูกค้าสามารถทำการจองเพื่อเข้าใช้บริการได้และทางด้านขวามือจะเป็นโซนรับรองลูกค้าและร้านค้าซึ่งมีทั้งร้านน้ำ อาหาร เครื่องดื่มและอุปกรณ์กีฬาไว้บริการจำหน่ายซึ่งเป็นโซนที่มีโต๊ะเก้าอี้ไว้บริการลูกค้าของสนาม

ถัดเข้ามาด้านในซึ่งจะเป็นทางเดินเพื่อลงไปยังสนามซึ่งก่อนจะลงไปสนามลูกค้าจะพบได้กับที่ตั้งของห้องน้ำและห้องซาวน่าซึ่งภายในจะมีบริการล็อกเกอร์ส่วนตัว ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำและห้องซาวน่าไว้บริการลูกค้า ถัดมาก็จะเป็นส่วนของสนามจัดเรียงฝั่งละ 2 สนามโดยเป็นสนามฟุตบอลขนาดความกว้าง 33 เมตร ความยาว 53 เมตรจำนวน 3 สนามและสนามขนาดความกว้าง 22 เมตร ความยาว 42 เมตรจำนวน 1 สนามตั้งอยู่ด้านในสุด

การตกแต่งภายในสนาม จะตกแต่งด้วยโปสเตอร์รูปภาพนักฟุตบอลชื่อดัง รูปตราสโมสรต่างๆและรูปถ้วยรางวัลแต่ละลีก ติดอยู่โดยรอบสนาม ในโซนต้อนรับจะมีต้นไม้ตกแต่งโดยรอบเพื่อช่วยเพิ่มความร่มรื่นภายในสนาม ในโซนสนามจะมีการวางเก้าอี้แบบยาวอยู่โดยรอบสนามไว้สำหรับนั่งชมจากด้านนอกทางด้านหน้าสนามจะมีป้ายชื่อสนามขนาดใหญ่ เพื่อเป็นจุดสังเกตและสร้างการจดจำ

ตารางที่ 5.1. ต้นทุนในการตกแต่งสถานที่

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
โปสเตอร์ติดผนัง	20	400	8,000
ต้นไม้ประดับ	10	1,500	15,000
ชุดโต๊ะเก้าอี้	16	3,000	48,000
เก้าอี้ยาว	8	1,500	12,000
ป้ายชื่อสนาม	4	5,000	20,000
ถังขยะและที่เขียนหูรี	15	240	3600

ตารางที่ 5.2. ต้นทุนในการจัดทำสนามหญ้าเทียมชอกเกอร์ ไนซ์ (Soccer Nice)

รายการค่าใช้จ่ายในการลงทุน	มูลค่า (บาท)
สนามฟุตบอลหญ้าเทียมขนาด 33×53 เมตร 3 สนามราคา ตม.ละ 1600 บ.	8,395,200
สนามฟุตบอลหญ้าเทียมขนาด 22×42 เมตร 1สนามราคา ตม.ละ 1600 บ.	1,478,400
อาคารสำนักงานและห้อง VIP	1,500,000
ห้องน้ำและห้อง 샤워	1,000,000
ลานจอดรถพร้อมไฟส่องสว่าง	800,000
ตาข่ายล้อมรอบสนาม สูง 10 เมตร ขนาด 7,680 ตรม. ราคา ตม.ละ 45 บ.	345,600
อุปกรณ์กีฬาอุปกรณ์สำนักงานและของตกแต่งบริเวณพื้นที่	727,220
โคมไฟสปอร์ตไลท์ 60 ดวง	300,000
หลังคาสนาม	7,000,000

ตารางที่ 5.3. ต้นทุนค่าจ้างพนักงาน

ตำแหน่ง	จำนวน	รวมอัตราค่าจ้างต่อเดือน
ผู้จัดการ	1 ตำแหน่ง	40,000 บาท
ฝ่ายการเงิน	1 ตำแหน่ง	20,000 บาท
ฝ่ายการตลาด	1 ตำแหน่ง	20,000 บาท
ฝ่ายบริการ	2 ตำแหน่ง	34,000 บาท
ฝ่ายความสะอาดและดูแลสนาม	3 ตำแหน่ง	45,000 บาท
ฝ่ายรักษาความปลอดภัย	2 ตำแหน่ง	30,000 บาท

ขั้นตอนในการให้บริการ

ขั้นตอนในการให้บริการของทางสนามมุ่งเน้นไปที่ความง่ายในการใช้บริการไม่ยุ่งยากเน้นความ เป็นกันเอง โดยจะแบ่งเป็นลูกค้าที่ไม่ได้ทำการจองและลูกค้าที่ทำการจองมาซึ่งลูกค้าที่ไม่ได้ทำการจองมา สามารถติดต่อใช้บริการสนามที่หน้าเคาน์เตอร์บริการได้เลยซึ่งถ้าสนาม ไม่มีลูกค้าท่านอื่นใช้บริการอยู่ก็

สามารถเข้าใช้งานได้ทันทีโดยชำระเงินหลังจากใช้บริการเสร็จ แต่ถ้ามีลูกค้าใช้บริการอยู่ก่อนหน้าก็จะเป็นการจองที่หน้าเคาน์เตอร์และรอใช้บริการต่อจากลูกค้าก่อนหน้า สำหรับการจองของทางสนามสามารถจองได้ 4 ช่องทาง ดังนี้

- 1) จองที่หน้าเคาน์เตอร์
- 2) จองผ่านเบอร์โทรศัพท์
- 3) จองผ่านแอปพลิเคชัน Line
- 4) จองผ่าน Facebook Fanpage ของทางสนาม

ซึ่งการจองล่วงหน้าในการใช้บริการตั้งแต่ 3 ชั่วโมงขึ้นไปจะมีการมัดจำค่าใช้บริการ

บทที่ 6

แผนทางการเงิน

6.1. วัตถุประสงค์การวางแผนทางการเงิน

- 6.1.1. เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการเงินที่สอดคล้องและเหมาะสมกับกลยุทธ์ของธุรกิจ
- 6.1.2. เพื่อบริหารจัดการต้นทุนทางธุรกิจบริการสนามฟุตบอลให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพ
- 6.1.3. เพื่อรักษาเสถียรภาพและสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจให้เหมาะสม

6.2. เป้าหมายทางการเงิน

- 6.2.1. กำหนดให้มีระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) ไม่เกิน 5 ปี
- 6.2.2. มีอัตราผลตอบแทนของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก
- 6.2.3. ผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) สูงกว่าต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินลงทุน (WACC)

6.3. แหล่งที่มาของเงินลงทุน

แหล่งที่มาของเงินลงทุนของธุรกิจนั้นในการเริ่มธุรกิจมาจากทุนส่วนตัวของเจ้าของทั้งหมด 100 % เป็นจำนวน 22,796,420 บาท ซึ่งเป็นเงินลงทุนในช่วงเริ่มต้นของธุรกิจและถือเป็นธุรกิจที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก ซึ่งได้ลงทุนในที่ดินของเจ้าของกิจการเอง รวมทั้งได้มีการจดทะเบียนพาณิชย์ และในอนาคตอาจมีการขยายขยายกิจการเพื่อขยายสาขาและจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด

ตารางที่ 6.1. ตารางแสดงต้นทุนการจัดซื้ออุปกรณ์ของกิจการ

รายการ	ราคา	จำนวน	ราคารวม
อุปกรณ์กีฬา			
ลูกฟุตบอล	500	30	15,000
โกลฟุตบอล	9,000	10	90,000
ชุดโดมมัลติโคนส์	1,125	1	1,125
Speed Hurdle	300	5	1,500
Speed ladder 6m.	2,000	1	2,000
เสื่อเอี่ยม	100	30	3,000
อุปกรณ์ตกแต่งสถานที่			
โปสเตอร์ติดผนัง	400	20	8,000
ต้นไม้ประดับ	1,500	10	15,000
ชุดโต๊ะเก้าอี้	3,000	16	48,000
เก้าอี้ยาว	1,500	8	12,000
ป้ายชื่อสนาม	5,000	4	20,000
ถังขยะ	200	10	2,000
ที่เขียนหูรี	320	5	1,600
อุปกรณ์ ส่วนห้องน้ำห้องอาบน้ำ และความสะดวก			
อุปกรณ์ทำความสะอาด	300	5	1,500
ตุ้ล้อกเกอร์	400	60	24,000
ผ้าขนหนู	135	40	5,400
เครื่องซักผ้า	7,000	2	14,000
อุปกรณ์สำนักงาน			
คอมพิวเตอร์	15,000	3	45,000
เครื่องปรับอากาศ	30,000	8	240,000
เครื่องเสียง	20,000	2	40,000

(ตารางมีต่อ)

ต่อ ตารางแสดงต้นทุนการจัดซื้ออุปกรณ์ของกิจการ

รายการ	ราคา	จำนวน	ราคารวม
อุปกรณ์สำนักงาน			
เก้าอี้สำนักงาน	1,500	20	30,000
โต๊ะประชุม	15,000	2	30,000
โซฟา	6,000	4	24,000
กระดานฟลิปชาร์ต	2,500	2	5,000
ทีวี	9,000	5	45,000
อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยและชุดปฐมพยาบาล			
ชุดปฐมพยาบาล	300	2	600
ถังดับเพลิง	699	5	3,495

ตารางที่ 6.2. ตารางงบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
ค่าก่อสร้าง	20,819,200	20,819,200	
อุปกรณ์เครื่องใช้	161,620	161,620	
สินทรัพย์ถาวรรวม	20,980,820		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	106,650	106,650	
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	459,000	459,000	
เงินทุนหมุนเวียน	150,000	150,000	
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	21,696,470	21,696,470	
สัดส่วนเงินลงทุน(%)	100	100	

ตารางที่ 6.3. ตารางค่าเสื่อมแบบเส้นตรงและตัดจ่าย

รายการค่าเสื่อม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ที่คิดค่าเสื่อม	21,696,470				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33
ค่าเสื่อมราคาสะสม	1,446,431.33	2,892,862.66	4,339,293.99	5,785,725.32	7,232,156.65

โอนไปงบดุล

สินทรัพย์ที่คิดค่าเสื่อม	21,696,470	21,696,470	21,696,470	21,696,470	21,696,470
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	1,446,431.33	2,892,862.66	4,339,293.99	5,785,725.32	7,232,156.65
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	20,250,038.67	18,803,607.34	17,357,176.01	15,910,744.68	14,464,313.35

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าตกแต่ง	565,650				
ค่าตกแต่งตัดจ่าย	113,130	113,130	113,130	113,130	113,130
ตัดจ่ายสะสม	113,130	226,260	339,390	452,520	565,650

โอนไปงบดุล

ค่าตกแต่ง	565,650	565,650	565,650	565,650	565,650
หักตัดจ่ายสะสม	113,130	226,260	339,390	452,520	565,650
ค่าตกแต่งสุทธิ	452,520	339,390	226,260	113,130	0

ตารางแสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ของธุรกิจ เนื่องจากสินทรัพย์ดังกล่าวเป็นอาคารสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์เครื่องใช้จะมีอายุการใช้งานเฉลี่ยประมาณ 15 ปี ค่าเสื่อมราคาจะลดลงเรื่อยๆ จึงใช้วิธีการคำนวณค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง

ตารางที่ 6.4. ตารางแสดงการประมาณรายได้จากการบริการสนาม และรายได้อื่นๆ

	รายได้ ต่อเดือน											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
อัตราค่าบริการสนาม7-8คน ช่วงกลางวัน ต่อ ชม. (บาท)	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
จำนวนใช้บริการ (ชม.)	190	180	170	170	170	180	180	170	180	170	170	190
รายได้ (แสนบาท)	1.9	1.8	1.7	1.7	1.7	1.8	1.8	1.7	1.8	1.7	1.7	1.9
อัตราค่าบริการสนาม7-8คน ช่วงกลางคืน ต่อ ชม. (บาท)	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
จำนวนใช้บริการ (ชม.)	410	390	400	400	400	404	390	404	390	400	400	410
รายได้ (แสนบาท)	6.15	5.85	6	6	6	6.06	5.85	6.06	5.85	6	6	6.15
อัตราค่าบริการสนาม5-6คน ช่วงกลางวัน ต่อ ชม. (บาท)	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
จำนวนใช้บริการ (ชม.)	65	55	60	60	60	65	65	60	60	65	60	65
รายได้ (แสนบาท)	0.39	0.33	0.36	0.36	0.36	0.39	0.39	0.36	0.36	0.39	0.36	0.39
อัตราค่าบริการสนาม5-6คน ช่วงกลางคืน ต่อ ชม. (บาท)	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
จำนวนใช้บริการ (สนาม)	96	90	94	94	90	90	92	94	90	92	94	96
รายได้ (แสนบาท)	0.864	0.81	0.846	0.846	0.81	0.81	0.828	0.846	0.81	0.828	0.846	0.864
รวมรายได้จากสนาม (แสนบาท)	9.304	8.79	8.906	8.906	8.87	9.06	8.868	8.966	8.82	8.918	8.906	9.304
รายได้อื่นๆ (แสนบาท)	0.35	0.29	0.3	0.3	0.32	0.35	0.3	0.3	0.33	0.3	0.32	0.35
รายได้รวม (แสนบาท)	9.654	9.08	9.206	9.206	9.19	9.41	9.168	9.266	9.15	9.218	9.226	9.654

ตารางที่ 6.5. ตารางประมาณการรายได้ปีที่ 1-5

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราค่าบริการ	55%	60%	65%	68%	70%
รายได้จากสนาม	10,761,800	11,299,890	11,864,884	12,220,830	12,465,247
รายได้อื่นๆ	381,000	400,050	420,052	432,654	441,307
รายได้รวม	11,142,800	11,699,940	12,284,936	12,653,484	12,906,554

ตารางที่ 6.6. ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย: บาท

ตำแหน่ง	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนพนักงาน	2,268,000	2,309,040	2,351,311	2,394,850	2,439,696
ค่าประกันสังคม	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
ค่าไฟ	140,000	147,000	154,350	162,067	170,170
ค่าน้ำ	36,000	37,800	39,690	41,675	43,758
ค่าบำรุงรักษาสนาม	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000

ตารางที่ 6.7. ตารางแสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	100,000	80,000	70,000	70,000	70,000

ตารางที่ 6.8. ตารางงบประมาณงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการดำเนินงาน	10,761,800	11,299,890	11,864,884	12,220,830	12,465,247
รายได้อื่นๆ	381,000	400,050	420,052	432,654	441,307
รวมรายได้	11,142,800	11,699,940	12,284,936	12,653,484	12,906,554
ค่าใช้จ่าย					
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	2,634,000	2,683,840	2,735,351	2,788,592	2,743,624
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	100,000	80,000	70,000	70,000	70,000
หัก ค่าใช้จ่ายทั้งหมด	4,180,431	4,210,271	4,251,782	4,305,023	4,260,055
กำไรก่อนหักภาษี	6,962,369	7,489,669	8,033,154	8,348,461	8,646,499
หัก ภาษี (35%)	2,436,829.15	2,621,384.15	2,811,603.9	2,921,961.35	3,026,274.65
กำไรสุทธิ	4,525,539.85	4,868,284.85	5,221,550.1	5,426,499.65	5,620,224.35

ตารางที่ 6.9. งบดุล

งบดุล ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
ยกยอดไปงบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	4,525,539.85	9,393,824.70	14,615,374.8	20,041,874.45
บวก กำไรสุทธิ	4,525,539.85	4,868,284.85	5,221,550.1	5,426,499.65	5,620,224.35
รวมกำไรสะสม	4,525,539.85	9,393,824.70	14,615,374.8	20,041,874.45	25,662,098.8
กำไรสะสมปลายงวด	4,525,539.85	9,393,824.70	14,615,374.8	20,041,874.45	25,662,098.8

ยกยอดไปงบกระแส เงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาษีเงินได้	2,436,829.15	2,621,384.15	2,811,603.9	2,921,961.35	3,026,274.65
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	2,436,829.15	184,555	190,219.75	110,357.45	69,313.3

ตารางที่ 6.10. ตารางแสดงฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะทางการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	5,971,971.18	12,286,687.36	18,954,668.79	25,827,599.77	32,894,255.45
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	5,971,971.18	12,286,687.36	18,954,668.79	25,827,599.77	32,894,255.45
สินทรัพย์ถาวรรวม	21,696,470	21,696,470	21,696,470	21,696,470	21,696,470
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	1,446,431.33	2,892,862.66	4,339,293.99	5,785,725.32	7,232,156.65
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	20,250,038.67	18,803,607.34	17,357,176.01	15,910,744.68	14,464,313.35
รวมสินทรัพย์	26,222,009.85	31,090,294.7	36,311,845	41,738,344	47,358,569
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
เงินลงทุน	21,696,470	21,696,470	21,696,470	21,696,470	21,696,470
กำไรสะสม	4,525,539.85	9,393,824.70	14,615,374.8	20,041,874.45	25,662,098.8
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	26,222,009.85	31,090,294.7	36,311,845	41,738,344	47,358,569

ตารางที่ 6.11. ตารางงบกระแสเงินสดประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
งบกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	4,525,539.85	4,868,284.85	5,221,550.1	5,426,499.65	5,620,224.35
ค่าเสื่อมราคา	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33
เงินสดจ่ายสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33	1,446,431.33
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
ค่าก่อสร้าง	20,819,200				
อุปกรณ์เครื่องใช้	161,620				
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	106,650				
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	459,000				
เงินทุนหมุนเวียน	150,000				
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(21,696,470)				
เงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินลงทุนจากเจ้าของ	21,696,470				
เงินสดสุทธิ ใช้ไป ในกิจกรรมจัดหา	21,696,470				
เงินสดและรายการเทียบเท่าเพิ่มขึ้นสุทธิ	5,971,971.18	6,314,716.18	6,667,981.43	6,872,930.98	7,066,655.68
เงินสดและรายการเทียบเท่าต้นปี		5,971,971.18	12,286,687.36	18,954,668.79	25,827,599.77
เงินสดและรายการเทียบเท่าสิ้นปี	5,971,971.18	12,286,687.36	18,954,668.79	25,827,599.77	32,894,255.45

ตารางที่ 6.12.

การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (ปี)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิรายปี	จำนวนเงิน
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	(21,696,470)
1	กระแสเงินสดรับ	5,971,971.18
2	กระแสเงินสดรับ	6,314,716.18
3	กระแสเงินสดรับ	6,667,981.43
4	กระแสเงินสดรับ	6,872,930.98
5	กระแสเงินสดรับ	7,066,655.68
	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	32,894,255.45
	หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	(21,696,470)
	มูลค่าปัจจุบัน (NPV)	11,197,785.45
	อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)	15.186%
	ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	3.4 ปี

บทที่ 7

แผนฉุกเฉิน

เพื่อให้เกิดการปรับแผนการดำเนินงานของกิจการ ในสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามแผนหรือการดำเนินงานไม่สอดคล้องกันกับแผนการที่วางไว้ หรือเกิดเหตุการณ์ที่มีโอกาสเดาได้เกิดขึ้นซึ่งส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมในด้านลบของกิจการ ฉะนั้นจึงต้องประเมินความเป็นไปได้ที่จะเกิดความเสียหายขึ้น รวมถึงการระบุแนวทางในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์นั้นๆ

7.1. การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ

7.1.1. ด้านการปฏิบัติงาน

ทางสนามจะมีการสำรวจความพึงพอใจในทุกภาคส่วนของการบริการในสนามเช่นความสะอาด การบริการของพนักงาน คุณภาพของสนาม และสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ อีกทั้งทางสนามยังได้มีการเก็บแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจในกิจกรรมต่างๆที่ทางสนามจัดขึ้นเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง ให้ตรงกับความต้องการกับลูกค้าผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.1.2. ด้านการเงิน

ในด้านแผนการดำเนินการควบคุมและการประเมินด้านการเงิน จะมีการวัดอัตราส่วนทางการเงิน และการจัดงบประมาณประจำปีรายเดือนตามผลการดำเนินการตามความเป็นจริง ซึ่งจะเป็นสิ่งที่จะช่วยสะท้อนถึงความมั่นคงของกิจการได้และจะช่วยให้ทางกิจการสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบกลยุทธ์การบริหารและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงทีหากมีปัญหาเกิดขึ้น โดยทำการประเมินและวิเคราะห์จากการเติบโตของรายได้เมื่อเทียบกับของกลุ่มแข่งและของตนเองในปีที่ผ่านมา ซึ่งรวมถึงการประเมินจากค่าใช้จ่ายที่ประมาณไว้เทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในงบประมาณ เพื่อเป็นการทราบถึงข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นและกระทำการแก้ไขการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง

7.1.3. ด้านบุคลากร

ความสุขในการทำงานของพนักงานหรือลูกจ้างภายในกิจการนับเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ จึงจำเป็นต้องมีการประเมินด้านความสุขในการทำงาน เนื่องจากทรัพยากรบุคคลคือปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจด้านการบริการ ธุรกิจจึงจะต้องมั่นใจว่าพนักงานทุกคนปฏิบัติงานได้อย่างมี

ความสุข เพื่อที่พนักงานทุกคนจะได้ทำงานและให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยทางธุรกิจจะมีการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงาน จากการประเมินพนักงานแบบ 360 องศา ซึ่งเป็นการประเมินจากบุคคลรอบข้างทั้งจากลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน เพื่อเก็บข้อมูลและมอบเป็นรางวัลตอบแทนให้แก่พนักงานดีเด่นในแต่ละปี

ตารางที่ 7.1. ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ผลกระทบต่อโครงการ และแผนรองรับ(แนวทางแก้ไข)

ปัญหา	ผลกระทบ	แนวทางแก้ไข
1. มีคู่แข่งเพิ่มขึ้น	เกิดการแบ่งลูกค้าออกไปยังตลาดคู่แข่ง	ดำเนินการทางการตลาดจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงลูกค้ากลับมาและการทำรีวิวจากลูกค้าประจำ
2. ต้นทุนต่างๆสูงกว่าที่ประมาณการไว้	ทำให้ราคาในการให้บริการอาจขาดทุนหรือได้รับกำไรน้อยลง	ขึ้นราคาบริการจนกว่าจะลดต้นทุนได้
3. ขาดสภาพคล่องทางการเงิน	ไม่มีเงินหมุนเวียนในกิจการในการจ่ายค่าแรงหรือการกระทำอื่นๆที่เกี่ยวข้อง	สำรองเงินสดหรือหาแหล่งเงินทุนภายนอก
4. เศรษฐกิจตกต่ำ	ยอดการใช้บริการลดลง	ปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นไปตามสถานการณ์
5. ความเสี่ยงอื่นๆ	การเกิดภัยธรรมชาติ หรือภัยต่างๆที่เหตุการณ์เหล่านี้จะส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง ต่อการดำเนินธุรกิจ	ทำประกันภัยให้กับสนามเพื่อรองรับความเสียหายที่จะเกิดขึ้นถือเป็นการกระจายความเสี่ยงของธุรกิจ

7.2. การประเมินสถานการณ์สำรอง

7.2.1. กรณีรายได้ไม่ได้ตามเป้าหมาย

ในกรณีที่ไม่สามารถให้บริการสนามฟุตบอลได้ตามเป้าหมายที่ตั้ง ทางกิจการจะดำเนินการดังนี้

1. การเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย จากกลยุทธ์การตลาดที่เจาะกลุ่มไปที่ผู้ชื่นชอบการเตะฟุตบอลซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงวัยรุ่นถึงวัยกลางคน ทางกิจการจะทำการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น โดยจะจัดการแข่งขันแบบลีกผู้สูงอายุ 50 PLUS ซึ่งเป็นการจัดการแข่งขันสำหรับผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 50ปี ขึ้นไปเพื่อเพิ่มขนาดตลาดให้กว้างขึ้น โอกาสที่จะเพิ่มยอดขายก็มากขึ้นเช่นกัน

2. เพิ่มช่องทางการสื่อสารทางการตลาดให้มากขึ้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงการมีอยู่ของสนามจากการสื่อสารทางการตลาด ผ่านทางวิทยุหรืออินเทอร์เน็ต รวมถึงการขยายขอบเขตการโฆษณาไปในพื้นที่อื่นๆ นอกเหนือจากเขตพื้นที่พุทธมณฑลสาย 4

บรรณานุกรม

การกีฬาแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.) .(2541). ประวัติฟุตบอลในประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://ps.sat.or.th /Default.aspx?subid=9>.

เกาะกระแสบอลไทยฟีเวอร์ เมื่อธุรกิจบอลไทยมาแรงกว่าบอลนอก .(2016). สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/football-thai-premier-league-business/>

ความนิยมในกีฬาฟุตบอลของไทย สร้างเม็ดเงินหมุนเวียนกว่า 12,000 ล้านบาท.(2016). สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/content/81358>

ธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าอยู่รอดได้ด้วยคุณภาพ .(2560). สืบค้นจาก <https://www.pptvhd36.Com/sport /news/54013>

นภคธ ร่มโพธิ์. (2556). ประเด็นด้านการบริหารการปฏิบัติการกับฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย. สืบค้นจาก www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba139/Column/JBA139NopadolC.pdf.

ประวัติฟุตบอลไทย ประวัติฟุตบอลในประเทศไทย.(2015). สืบค้นจาก <https://www .educatepark.com /story/thai-football-history/>

ข้อมูลหญ้าเทียมก่อนตัดสินใจ .(2015). สืบค้นจาก <https://www.greenygrass.co.th/about-grass>

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ-สกุล	นายอินทัช ปฐมศิริพรเพชร
ที่อยู่	48/91 ต.กระทุ่มล้ม อ.สามพราน จังหวัดนครปฐม หมู่8 73220 ซอยกระทุ่มล้ม12
เบอร์โทรศัพท์	084-1635244
E-Mail Address	intouchnice@outlook.co.th
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2559	สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาโรงเรียนกรพิทักษ์ศึกษา บางบอน3 กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2560	ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร