

แผนธุรกิจ Young Cool Club

บริการจัดกิจกรรมรวมกลุ่มของผู้สูงอายุ เสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง และสุขภาพจิตที่ดี



วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ Young Cool Club บริการจัดกิจกรรมรวมกลุ่มของผู้สูงอายุ
เสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง และสุขภาพจิตที่ดี

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2566

นางสาวพรประธาร ครองราช
ผู้วิจัย

ตรียุทธ พรหมศรี,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

วสุ กิรีดิวิติเศรษฐ์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

Young Cool Club บริการจัดกิจกรรมรวมกลุ่มของผู้สูงอายุ เสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง และสุขภาพจิตที่ดี หรือ “Young Cool Club” ฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์โดยได้รับความช่วยเหลือและการให้คำปรึกษาตั้งแต่เรียนในภาคการเรียนที่ 3-5 จาก ดร. ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งดำรงตำแหน่งหัวหน้าภาควิชาสาขาภาวผู้ประกอบการและนวัตกรรม ของวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งได้มีความกรุณาแนะนำและชี้แนะแนวทางในการต่อยอดธุรกิจ รวมไปถึงแนะนำการหาข้อมูลในด้านต่าง ๆ ตลอดจนสะดวกเวลาตรวจทางเนื้อหาและแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้ถูกต้องครบถ้วน เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นไปอย่างสมบูรณ์ที่สุด

ขอขอบพระคุณประธานกรรมการและคณะกรรมการสอบที่ให้คำแนะนำ และแนวทางในการปรับปรุงงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และทำให้ผู้วิจัยได้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับงานวิจัยมากขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ให้ความช่วยเหลือ ให้ข้อมูล ตอบข้อสงสัย และให้คำแนะนำ ในการทำงานวิจัยฉบับนี้ เพื่อให้งานวิจัยออกมาอย่างถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์แบบออฟไลน์ ที่สะดวกอันมีค่าและให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งข้อมูลของท่านเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการศึกษาวิจัย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทำธุรกิจ หากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับด้วยความเต็มใจและอภัย ณ ที่นี้ด้วย

พรประธาร ครองราช

บทสรุปผู้บริหาร

อย่างที่ทราบในประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยมีแนวโน้มมาตั้งแต่ปี 2561 ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ในปี 2565 โดยจำนวนผู้สูงอายุจะอยู่ราวร้อยละ 20-30 เปรียบให้เห็นภาพอย่างง่ายคือ หากมีคนเดินมา 5 คน ในจำนวนนั้นจะเป็นผู้สูงอายุอย่างน้อย 1 คน โดยประชากรผู้สูงอายุในปี 2565 นั้นมีมากถึง 12,116,199 คน คิดเป็น 18.3% ของประชากรทั้งหมด ซึ่งทาง Young Cool Club ได้เห็นโอกาสจากจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น และปัญหาที่ตามมาเมื่อจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นคือ ความเปราะบางทั้งทางด้านกายภาพ จิตใจ และสังคม ผู้สูงวัยจึงต้องพึ่งพาคนอื่นมากขึ้นในหลายด้าน การที่ครอบครัว คนรอบข้าง และสังคม ทำให้ Young Cool Club เกิดแนวคิดของการสร้าง Community ของผู้สูงอายุที่มาทำกิจกรรมร่วมกัน ได้พบปะพูดคุยเพื่อคลายเหงา ได้เจอสังคมใหม่ๆ

เดิมผู้ก่อตั้งมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจเกี่ยวกับห้องพักรายเดือนในจังหวัดพิษณุโลกเป็นเวลา 20 ปี โดยเริ่มธุรกิจตั้งแต่รุ่นคุณยายจนมาถึงเจนเนอร์เรชั่นปัจจุบันคือตัวของผู้ก่อตั้งเอง โดยมี 2 ที่คือในใจกลางเมือง และชานเมือง ซึ่งห้องพักในใจกลางเมืองลูกค้าจะเป็นบุคคลกรในโรงพยาบาล และนักศึกษาพยาบาล เพราะสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับโรงพยาบาลที่มีขนาดใหญ่ และในส่วนของห้องพักที่อยู่ชานเมืองนั้นจะเป็นลักษณะห้องเช่าเพื่อทำค้าขายเป็นหลัก เนื่องจากบริเวณดังกล่าวใกล้ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่อย่างเซ็นทรัลพิษณุโลก และคูโสม ทำให้บริเวณนี้จะมีทั้งบ้านจัดสรร และหอพักจำนวนค่อนข้างมาก ซึ่งเมื่อก่อนการที่มีห้องพักทำให้มีรายได้ดี มั่นคง แต่ปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการด้านห้องพักที่เพิ่มมากขึ้นกว่าสมัยก่อน จึงมีแนวคิดในการเริ่มธุรกิจใหม่รับกับเทรนด์ผู้สูงอายุที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งเมื่อพูดถึงผู้สูงอายุธุรกิจที่มักเป็นที่รู้จักจะเป็นในลักษณะของการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งการเติบโตต่อเนื่อง 3 ปี โดยธุรกิจใหม่ปี 2562 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนกว่า 50% การเพิ่มทุนในปี 2564 เพิ่มขึ้นถึง 8 เท่า และรายได้กับกำไรก็เติบโตไม่หยุดท่ามกลางสถานะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ในส่วนของกำไรในธุรกิจผู้สูงอายุนั้นในปี 2562 ธุรกิจที่ดูแลผู้สูงอายุสามารถทำกำไร 11.05 ล้านบาท ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุมีศักยภาพที่จะเติบโตต่อไป

จากการสำรวจพบว่าผู้สูงอายุส่วนมากให้ความคิดเห็นว่า Community สำหรับผู้สูงอายุสามารถสร้างสังคมใหม่ให้กับผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยเกษียณได้ เนื่องจากผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยเกษียณจะมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม และด้านร่างกาย เนื่องจากเมื่อผู้สูงอายุไม่ได้ทำงานอาจทำให้เข้า

สังคมได้น้อยลงทำให้เกิดความเหงา หรือบางท่านมีปัญหาด้านสุขภาพทำให้ไม่สามารถขับรถไปท่องเที่ยวไกลๆ เพื่อคลายเหงาได้ เนื่องจากผู้สูงอายุมักมีปัญหาด้านสายตาทำให้ไม่สามารถขับรถได้

หลายชั่วโมงติดต่อกันจึงต้องหาสถานที่ที่ไม่ไกล มีกิจกรรมให้ทำคลายเหงา มีโอกาสพบเจอสังคมใหม่ ได้มีโอกาสพูดคุยกับคนในวัยเดียวกัน

กลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือ การให้บริการแบบ Customize โดยบริการใน Young Cool Club จะมีทั้งส่งเสริมความแข็งแรงให้กับร่างกายโดยโปรแกรมการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และกิจกรรมรวมกลุ่มต่างๆ ที่จะส่งเสริมความสุขทางจิตใจของผู้สูงอายุ ในด้านของสุขภาพภายนอกมีการประเมินสุขภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกกำลังกาย และการประเมินสุขภาพภายใน เนื่องจากผู้สูงอายุอาจมีภาวะสมองเสื่อม ทำให้ต้องมีกระบวนการประเมินภาวะสมองเสื่อมโดยใช้แบบประเมิน The Montreal Cognitive Assessment (MoCA) ซึ่งเป็นเครื่องมือคัดกรองโรคเสื่อมระยะแรกแบบรวดเร็ว โดยจะเป็นในลักษณะถาม-ตอบ การคิดคำนวณ การรับรู้สภาวะรอบตัว ความคิดรวบยอดมาใช้ประเมินผู้สูงอายุก่อนที่จะเข้ารับบริการ เพื่อวางแผนกิจกรรมให้กับผู้สูงอายุที่จะเข้ามาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง และสร้างความปลอดภัยในการทำกิจกรรมต่างๆ

ทางด้านการตลาดและแผนการเงินของธุรกิจ Young Cool Club จะมีแผนการในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางแบบผสมผสานทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเป็นสร้างการรับรู้ในการมีอยู่ของธุรกิจ และทำให้เกิดรายได้

Young Cool Club คาดว่าจะใช้เงินลงทุน 4,368,585 ล้านบาท โดยเป็นเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้นจำนวน 2,500,000 ล้านบาทและเป็นเงินกู้จำนวน 1,870,000.00 บาท โดยใน 5 ปีแรกคาดว่าจะมี มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 8,658,000.00 บาท และให้อัตราผลตอบแทน ภายใน (IRR) ร้อยละ 77 ระยะเวลาคืนทุน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทสรุปผู้บริหาร	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
1.2 การวิเคราะห์โอกาสอุตสาหกรรมและตลาด	1
บทที่ 2 ภาพรวมบริษัทและรูปแบบธุรกิจ	3
2.1 ภาพรวมของบริษัท	3
2.2 รูปแบบธุรกิจ	4
2.3 Business Model Canvas ของ Young Cool Club	11
บทที่ 3 การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด	15
3.1 Trend analysis	15
3.2 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ PESTEL	17
3.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Forces Analysis)	20
3.4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SWOT Analysis)	22
3.5 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)	23
บทที่ 4 แผนการตลาด	27
4.1 เป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Goal and Objectives)	27
4.2. วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)	27
4.3 กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาด (Target Customer)	27
4.5 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)	32
4.5 Marketing mix	32

สารบัญ (ต่อ)

	4.6 กลยุทธ์ด้านช่องทางการเข้าถึงลูกค้า AIDA strategy	35
	4.6.1 Attention	35
	4.6.2 Interest	38
	4.6.3 Desire	40
	4.6.4 Action	41
บทที่ 5	แผนการจัดการ	43
	5.1 ทำเลที่ตั้ง	43
	5.2 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรหลักที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนธุรกิจ	44
	5.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดการบริการจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร	51
บทที่ 6	การบริหารและจัดการองค์กร	52
	6.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร	52
	6.2 โครงสร้างองค์กร (Organizational Chart)	53
	6.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลา	54
บทที่ 7	แผนการเงิน	56
	7.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน	56
บทที่ 8	ความเสี่ยงและแผนการรับมือ	61
	8.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ	61
	8.2 ความเสี่ยงจากการความปลอดภัยในสถานที่	61
	8.3 ความเสี่ยงด้านบุคลากร	62
ภาคผนวก ก		64

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 ลักษณะของกิจกรรมใน Young Cool Club	5
3.1 PESTEL Analysis	20
3.2 Five-Force Analysis	21
3.3 แสดงการวิเคราะห์คู่แข่งขั้นทางตรง	23
3.4 แสดงการวิเคราะห์คู่แข่งขั้นทางอ้อม	25
4.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไป	29
4.2 แสดง AIDA Strategy	35
5.1 แสดงทรัพยากรสินทรัพย์สำหรับนำมาใช้ในการดำเนินการปีที่ 1-2	47
5.2 แสดงทรัพยากรสินทรัพย์สำหรับนำมาใช้ในการดำเนินการปีที่ 3-5	50
5.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดการบริการจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร	51
6.1 แสดงรายชื่อและสัดส่วนการลงทุนของผู้ก่อตั้ง	52
6.2 แสดง อัตราจ้างงานทรัพยากรบุคคลในปีที่ 1-2	54
6.3 แสดงอัตราจ้างงานทรัพยากรบุคคลในปีที่ 3-5	55
7.1 แสดงเงินลงทุนในโครงการ	57
7.2 แสดงรายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในการเริ่มต้นปีแรก	57
7.3 ตารางแสดงรายได้ธุรกิจ	58
7.4 แสดงการคาดการณ์ของยอดขายของสินค้าในปีที่ 1-5	58
7.5 แสดงต้นทุนในการบริหาร ในปีที่ 1-5	59
7.6 แสดงต้นทุนในการดำเนินงาน ในปีที่ 1-5	59
7.7 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1-5	60

สารบัญภาพ

รูปภาพ	หน้า
2.1 รูปแบบการให้บริการก่อนเข้ารับบริการ Young Cool Club	5
2.2 พฤติกรรมของผู้สูงอายุในการใช้เทคโนโลยี	6
2.3 ตัวอย่างกิจกรรมศิลปะเพื่อการบำบัดในผู้สูงอายุ	7
2.4 ตัวอย่างกิจกรรมทวี่ผู้สูงอายุ	9
2.5 ตารางคลาสในแต่ละวันของ Young Cool Club	10
2.6 สัดส่วนพื้นที่ใช้สอยของ Young Cool Club	10
2.7 Business Model Canvas ของ Young Cool Club	11
3.1 สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุโลก	18
4.1 Customer Persona	28
4.2 Brand Positioning	32
5.1 ลักษณะพื้นที่ของ Young Cool Club	43
6.1 แสดงโครงสร้างองค์ในระยะ 1-2 ปี แรก	53
6.2 แสดงโครงสร้างองค์กรในระยะ 3-5 ปี	54
7.1 Financial Feasibility Canvas	56

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

ธุรกิจ Young Cool Club เป็นธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ ที่เสมือนชุมชน (Community) ของผู้สูงอายุที่เข้ามาทำกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยจะมีบริการในลักษณะของการออกกำลังกาย และกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยมีจุดเด่นที่กิจกรรมหลากหลาย ซึ่งกิจกรรมที่นำเข้ามาใน Young Cool Club จะมุ่งเน้นในเรื่องเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย ด้านความจำ และสุขภาพจิตที่ดี ซึ่งผู้สูงอายุที่เข้ามาทำกิจกรรมภายใน Young Cool Club จะต้องประเมินภาวะสมองเสื่อม และตรวจสมรรถภาพทางกายเพื่อประเมินความแข็งแรงของผู้เข้ามาเป็นสมาชิกเพื่อจัดคลาส และกิจกรรมให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เนื่องจากหากผู้สูงอายุบางท่านอาจมีภาวะสมองเสื่อมจะทำให้เรียนรู้ได้ช้ากว่าปกติซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเครียด และความกดดัน ทำให้รู้สึกไม่อยากเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ทาง Young Cool Club จะใช้แบบสอบถามเพื่อประเมิน The Montreal Cognitive Assessment (MoCA) ซึ่งเป็นเครื่องมือคัดกรองโรคเสื่อมระยะแรกแบบรวดเร็ว โดยสามารถประเมินหน้าที่ของความรู้ความเข้าใจในด้านต่างๆ ดังนี้ การบริหารจัดการ, ความจำ, ภาษา, ความคิดรวบยอด, การคิดคำนวณ และการรับรู้สถานะรอบตัว ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถเข้ารับบริการของคลาสใน Young Cool Club ได้อย่างเหมาะสม โดยมีการออกแบบ และการตกแต่งให้มีความปลอดภัย อากาศถ่ายเทได้ดี มีมุมนั่งเล่น มุมเอนเตอร์เทนเมนต์เพื่อสร้างความรู้สึกละสบายผ่อนคลายและเป็นกันเองเมื่อได้มาใช้บริการกับทาง Young Cool Club

1.2 การวิเคราะห์โอกาสอุตสาหกรรมและตลาด

การดำเนินธุรกิจ Young Cool Club เนื่องมาจากปัจจุบันประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมของผู้สูงวัย (Aging Society) จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นแตะ 14% ของประชากรทั้งหมดในปี 2564 ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าในปัจจุบันจะเห็นว่าผู้สูงอายุในวัย 60-70 ปี สามารถเดินได้คล่องแคล่ว มีความคิดความอ่านทันสมัยและยังทำงานอยู่ นอกจากนี้

พฤติกรรมของผู้สูงอายุสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย และหันมาสนใจเรื่องของสุขภาพมากขึ้นเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่วัยเกษียณ ปรากฏการณ์นี้มีได้เกิดเฉพาะในประเทศไทย แต่เกิดขึ้นเกือบทั้งโลก ญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่มีคนสูงอายุอยู่เป็นจำนวนมาก ได้เห็นปรากฏการณ์ที่คนในวัย 65-75 ปี ยังกระฉับกระเฉงเหมือนคนวัยหนุ่มสาว จึงบัญญัติคำขึ้นซึ่งแปลเป็นภาษาอังกฤษว่า Young Old

เนื่องจากปัจจุบันอายุของคนไทยจะยืนยาวขึ้น ปัจจุบันมีการเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 75 ปี แต่ในปี 2568 อายุของคนไทยโดยประมาณจะอยู่ที่ 85 ปี ยิ่งอายุยาวนานขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากเทคโนโลยีด้านการแพทย์ที่ทันสมัยมากขึ้น และเมื่อผู้สูงอายุเฉลี่ยที่ยาวนานขึ้นส่งผลให้จะต้องมีการเตรียมพร้อมสำหรับผู้สูงอายุที่อยู่ในช่วงเกษียณที่ต้องเจอกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุขโดยการเปลี่ยนแปลงหลักของผู้สูงอายุมี 3 เรื่องหลักดังนี้

1. ความเปลี่ยนแปลงด้านสังคม เมื่อถึงวัยเกษียณภาพลักษณ์ด้านสังคมย่อมเปลี่ยนไป ทำให้ผู้สูงอายุบางคนสูญเสียความมั่นใจ และเกิดความกังวลใจ เมื่อต้องออกมาอยู่ในสภาพแวดล้อมใหม่ จากที่เคยมีสังคม มีคนห้อมล้อมให้ความเคารพนับถือ กลับต้องมาใช้ชีวิตอยู่บ้านขาดการเข้าสังคมอย่างที่ผ่านมา

2. ความเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพ การเข้าสู่วัยเกษียณของผู้สูงอายุจึงมักมาพร้อมกับการเกิดโรคต่างๆ ได้ง่าย การดูแลเอาใจใส่จากคนในครอบครัวจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะหากเกิดอะไรขึ้นในกับคนในวัยนี้ มักจะได้ผลกระทบมากกว่าคนในวัยอื่น

3. ความเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ ผู้สูงอายุที่เกษียณแล้วใช้ชีวิตอยู่บ้านส่วน ลูกหลานก็ออกไปทำงาน จึงทำให้ผู้สูงอายุเกิดความรู้สึกเหงา โดดเดี่ยว ส่วนหนึ่งก็อาจจะเป็นเพราะแต่ก่อนเคยมีสังคม ซึ่งก็ถือว่าเป็นเรื่องปกติมักจะเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุวัยเกษียณแทบทุกคน

ซึ่งจากการขยายตัวของกลุ่มคนสูงอายุทั่วโลก ทำให้จะกลายเป็นกลุ่มที่ทรงอิทธิพลมากกว่าคนทุกกลุ่ม อีกทั้งเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลกสู่ “เศรษฐกิจสูงวัย” (Silver Economy) และ “เศรษฐกิจอายุวัฒน์” (Longevity Economy) ผลักดันให้กลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก ซึ่งจากความต้องการของผู้สูงวัยที่เพิ่มขึ้นและเปลี่ยนไปจากเมื่อก่อน ตลาดผู้สูงวัยได้เพิ่มความซับซ้อนและมีมูลค่าสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

ในส่วนกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุ ที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องคือธุรกิจดูแลผู้สูงอายุทั้งในปี 2563 ที่เผชิญกับสถานการณ์โควิด-19 ก็มีการจัดตั้งใกล้เคียงกับปี 2562 รวมถึงช่วงไตรมาสแรกของปี 2564 มีการจัดตั้งเพิ่มขึ้นกว่า 79% อีกทั้ง รายได้ของธุรกิจนี้ยังมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2560 ทั้งนี้ ในปี 2562 มีรายได้ 1,008.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31% เมื่อเทียบกับปี 2561

บทที่ 2

ภาพรวมบริษัทและรูปแบบธุรกิจ

2.1 ภาพรวมของบริษัท

ชื่อบริษัท :	บริษัท ยังคูล คลับ จำกัด (Young Cool Club Co.,Ltd.)
รูปแบบธุรกิจ :	บริการกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ
ที่อยู่:	96 หมู่ 5 ตำบลพลายชุมพล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
สินค้าและบริการ :	ธุรกิจ Young Cool Club เป็นธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ ที่เสมือนชุมชน (Community) ของผู้สูงอายุที่เข้ามาทำ กิจกรรมรวมกลุ่ม โดยจะมีบริการในลักษณะของการ ออกกำลัง และกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยมีจุดเด่นที่กิจกรรม หลากหลายจากผู้เชี่ยวชาญ
วิสัยทัศน์ :	บริษัท ยังคูล คอมมูนิตี้ จำกัด ต้องการเป็นผู้นำในด้าน กิจกรรมของผู้สูงอายุ โดยจะมีทั้งด้านการออกกำลังกาย กิจกรรมเสริมการเรียนรู้ และกิจกรรมรวมกลุ่มที่ หลากหลาย โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นจะมุ่งเน้นในเรื่อง เสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย ด้านความจำ และ สุขภาพจิตที่ดีของผู้สูงอายุ
เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ :	บริษัท ยังคูล คอมมูนิตี้ จำกัด มุ่งเน้นให้บริการกิจกรรม สำหรับผู้สูงอายุวัยเกษียณ ให้บริการกับกลุ่มลูกค้า เป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุ โดยจะเป็นลักษณะการบริการ แบบ On-site เป็นหลัก เน้นการทำกิจกรรมแบบรวมกลุ่ม ได้พบปะกับกลุ่มเพื่อวัยเดียวกัน โดยมีเป้าหมายเป็น ธุรกิจรายต้นๆ สำหรับธุรกิจบริการกิจกรรมสำหรับผู้ สูงอายุ

เป้าหมายด้านการตลาด :

สร้างการรับรู้ธุรกิจ Young Cool Club ให้บริการกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุวัยเกษียณ และกระตุ้นการซื้อจากการให้ทดลองบริการภายใน Young Cool Club ฟรีตลอดจนสร้างความผูกพันและความจงรักภักดีต่อธุรกิจ Young Cool Club ให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็น Top of mind brand ของผู้กลุ่มผู้สูงอายุ

ตราสินค้า :



บริษัท ยังคูล คลับ จำกัด มาจากคำว่า Young Old ซึ่งเป็นคำที่บัญญัติมาใหม่เพื่อสื่อถึงผู้สูงอายุในวัย 60-70 ปี สามารถเดินได้คล่องแคล่ว มีความคิดความอ่านทันสมัย จึงเป็นที่มาของชื่อ "Young Cool Club" คำว่า Young เป็นคำพ้องเสียงในภาษาไทยว่า "ยัง" ส่วน Cool แปลว่า เท่ห์, เจ๋ง เมื่อนำมารวมกันสื่อความหมายถึง "ผู้สูงอายุที่ยังเท่อยู่" ลักษณะของตราสินค้าจะใช้เป็นสีโทนน้ำเงินเขียว และตัวอักษรสีขาวเนื่องจากเป็นโทนสีที่ผู้สูงอายุสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน โดยโทนสีน้ำเงินเขียวจะให้ความรู้สึกถึง ความนุ่มนวล, ความสุขุม, และสีเขียวให้ความรู้สึกถึงธรรมชาติจึงทำให้เกิดความสงบ ความสมดุล และความคิดสร้างสรรค์ โดยลักษณะโลโก้จะมีเป็นลักษณะกลุ่มคนจับมือกันเป็นวงกลม ซึ่งแสดงถึงกลุ่มคนมาทำกิจกรรมร่วมกันใน Community

2.2 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจบริษัท Young Cool Club เป็นลักษณะ Business to Customer ให้บริการกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุที่เสมือนชุมชน (Community) ของผู้สูงอายุที่เข้ามาทำกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยจะมีบริการในลักษณะของการออกกำลังกาย และกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยมีจุดเด่นที่กิจกรรมหลากหลายจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละกิจกรรม โดยการกิจกรรมใน Young Cool Club จะเป็นลักษณะแบบ On-site เน้นการทำกิจกรรมแบบรวมกลุ่มได้พบปะกับกลุ่มเพื่อวัยเดียวกัน โดยกิจกรรมแต่ละแบบที่จัดขึ้นจะมุ่งเน้นในเรื่องเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย ด้านความจำ และสุขภาพจิตที่ดีของผู้สูงอายุ

โดยผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะต้องประเมินภาวะสมองเสื่อมของผู้เข้ามาเป็นสมาชิก เพื่อจัดคลาสให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เพื่อที่จะเป็นส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุที่เข้ามาทำกิจกรรมไม่รู้สึกกดดันหรือเครียด เพราะคลาสบางอย่างจะต้องใช้ความจำอาจส่งผลให้เกิดความเครียดได้

ลักษณะการให้บริการและรายละเอียดธุรกิจ

เนื่องจากลักษณะของธุรกิจของ Young Cool Club มีหลากหลาย แต่ด้วยลักษณะของผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักแต่ด้วยผู้สูงอายุบางท่านอาจจะมีปัญหาในเรื่องของสุขภาพที่อาจส่งผลต่อการเรียนรู้ เช่น โรคสมองเสื่อม ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเกิดกับผู้สูงอายุทำให้การรับรู้สภาวะรอบตัวอาจจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้ทาง Young Cool Club ได้เล็งเห็นปัญหาดังกล่าวจึงนำแบบประเมิน The Montreal Cognitive Assessment (MoCA) ซึ่งเป็นเครื่องมือคัดกรองโรคเสื่อมระยะแรกแบบรวดเร็ว โดยสามารถประเมินหน้าที่ของความรู้ความเข้าใจในด้านต่างๆ ดังนี้ การบริหารจัดการ, ความจำ, ภาษา, ความคิดรวบยอด, การคิดคำนวณ และการรับรู้สภาวะรอบตัว มาใช้ประเมินผู้สูงอายุก่อนที่จะเข้ารับบริการ และเน้นในเรื่องของความปลอดภัยในการทำกิจกรรมต่างๆ

รูปแบบการให้บริการก่อนเข้ารับบริการ Young Cool Club



ภาพที่ 2.1 รูปแบบการให้บริการก่อนเข้ารับบริการ Young Cool Club

ลักษณะของกิจกรรมใน Young Cool Club มี 4 ลักษณะดังนี้

ตารางที่ 2.1 : ลักษณะของกิจกรรมใน Young Cool Club

กิจกรรมเสริมการเรียนรู้	เสริมทักษะ	กิจกรรมออกกำลังกาย/สันทนาการ	บริการเพิ่มเติม
สอนการใช้คอมพิวเตอร์ สอนการใช้ Smart Phone	สอนถ่ายภาพ สอนวาดภาพตามตัวเลข สอนงานปั้นเซรามิก	สันทนาการ โยคะ ออกกำลังกายด้วยยางยืด	บริการจัดทริปท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

สอนแต่งรูปบนมือถือ	สอนจัดดอกไม้	เดินแอโรบิก	
สอนการใช้ Social Media	สอนทำเทียนหอม	ลีลาศ	
Media		เดิน	

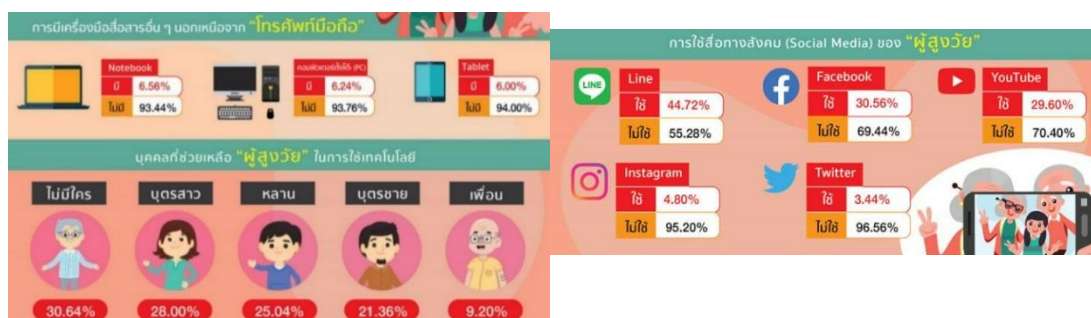
โดยกิจกรรมที่มีให้เลือกนั้นจะเป็นกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างให้ร่างกายแข็งแรง และจิตสภาพจิตใจดี โดยกิจกรรมแต่ละแบบมีประโยชน์ดังนี้

1. กิจกรรมเสริมการเรียนรู้

- สอนการใช้คอมพิวเตอร์
- สอนการใช้ Smart Phone/tablet
- สอนแต่งรูปโดยใช้ Application บนมือถือ
- สอนการใช้ Social Media
- สอนถ่ายภาพ

เนื่องจากปัจจุบันผู้สูงอายุมีพฤติกรรมที่หันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้นเช่น Smart phone Tablet และ คอมพิวเตอร์ ดังนั้นคลาสนี้จะเข้ามาสอนวิธีการใช้งานอย่างถูกต้อง และง่ายต่อความเข้าใจของผู้สูงอายุ และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะเน้นเสริมในเรื่องของการใช้ Social Media ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม และมีจำนวนผู้ใช้งานจำนวนมากไม่ว่าจะเป็น Facebook และ Line ซึ่งในคลาสจะมีการสอนให้ใช้อย่างถูกวิธีเมื่อจะต้องใช้แพลตฟอร์มที่ต้องพบเจอคนหมู่มาก รวมถึงบอกข้อพึงระวังมิฉะนั้นที่มาจาก Social Media การสอนถ่ายภาพนี้เนื่องจากผู้สูงอายุชื่นชอบถ่ายรูปเพื่อลง social media ซึ่งจะเป็นการสอนถ่ายรูปในลักษณะต่างๆ เช่นถ่ายแบบ Portrait, ถ่ายวิว, ถ่ายรูปอาหาร หรือการถ่ายวิดีโอ และตัดวิดีโอในแอปฯ แบบง่ายๆ

ซึ่งกิจกรรมเสริมการเรียนรู้นี้จะมีส่วนช่วยให้พัฒนาด้านความจำ การวิเคราะห์การใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ และยังเป็นการแนะนำให้ผู้สูงอายุได้ใช้งานได้อย่างคล่องแคล่วปลอดภัย



ภาพที่ 2.2 พฤติกรรมของผู้สูงอายุในการใช้เทคโนโลยี

2. เสริมทักษะ

- สอนวาดภาพตามตัวเลข/แบบฟรีสไตล์
- สอนงานปั้นเซรามิก
- สอนจัดดอกไม้
- สอนทำเทียนหอม

สำหรับกิจกรรมเสริมทักษะจะเน้นการนำศิลปะเข้ามาเพื่อการบำบัดในผู้สูงอายุ เช่น การวาดภาพ การระบายสี หรืองานที่เกี่ยวกับด้านศิลปะแขนงต่างๆ โดยจำแนกประโยชน์ได้ดังนี้

1) ในด้านร่างกาย กิจกรรมศิลปะช่วย เสริมสร้างความแข็งแรงให้กับกล้ามเนื้อเล็ก การเคลื่อนไหว การกระตุ้นประสาทสัมผัส การฝึกทักษะความชำนาญและการประสานงานกันระหว่างสายตากับมือ

2) ในด้านอารมณ์และสติปัญญาพบว่ากิจกรรมศิลปะบำบัดสามารถใช้เป็นกิจกรรมเพื่อส่งเสริมศักยภาพสมองด้านกระบวนการทาง สติปัญญาในผู้สูงอายุ ในขณะที่ทำกิจกรรมทางศิลปะจะเกิดอารมณ์ที่หลากหลาย ส่งผลให้เกิด การกระตุ้นความรู้สึกลักษณะต่อเนื่อง ส่งเสริมการฟื้นฟูความนึกคิดและความทรงจำ ก่อให้เกิดการ เชื่อมต่อกันของเซลล์สมอง

3) ในด้านสังคม การเข้าร่วม กิจกรรมศิลปะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสพบปะสื่อสารกับผู้อื่น เกิดทักษะในการ สร้างสัมพันธภาพ เรียนรู้ทักษะการสื่อสาร

จะเห็นได้ว่ากิจกรรมศิลปะนั้นเป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเกิดความรู้สึกลึกซึ้งภูมิใจ มีความหวัง สามารถดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุข ในช่วงปัจฉิมวัย ดังนั้น เมื่อผู้สูงอายุได้ลงมือ ทำงานศิลปะ กระบวนการของกิจกรรมศิลปะ ทำให้ผู้สูงอายุมีอิสระ ผ่อนคลาย มองเห็นจุดแข็ง และจุดอ่อนของตนเอง ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่น ในตัวเอง และมองเห็นคุณค่าในตัวเอง เรียนรู้การ ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ไม่แยกตัว หรือใช้ชีวิตอย่างโดดเดี่ยว แต่จะเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมมากขึ้น



ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างกิจกรรมศิลปะเพื่อการบำบัดในผู้สูงอายุ

3. กิจกรรมออกกำลังกาย/สันทนาการ

- โยคะ
- ออกกำลังกายด้วยยางยืด
- เดินแอโรบิก
- กีฬา
- เดินนอกสถานที่

สำหรับคลาสออกกำลังกายจะเป็นลักษณะทำได้ง่ายไม่ต้องใช้อุปกรณ์เยอะ โดยคลาสที่จะใช้สำหรับออกกำลังนั้นจะเน้นให้เหมาะกับผู้สูงอายุ เนื่องด้วยร่างกายของผู้สูงอายุไม่เหมือนกับวัยอื่นๆ เพราะจะมีความบอบบางกว่า ดังนั้นจึงจะต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ ซึ่งคลาสออกกำลังกายนั้นจะเป็นส่วนช่วยในการเสริมสร้างกล้ามเนื้อที่เสื่อมสภาพลงตามวัยให้กลับมาแข็งแรง ไม่ส่งผลให้กล้ามเนื้อเกิดการตาย หรือมวลกล้ามเนื้อลดลง และยังไม่นับย่นร่างกายรับไม่ไหว ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกอยากที่จะออกกำลังกายแบบต่อเนื่อง

สำหรับการทำกิจกรรมสันทนาการรวมกลุ่มนั้นเป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นการทำกิจกรรมรวมกลุ่มผู้สูงอายุ ให้ได้รู้จักเพื่อนใหม่ สร้างเสริมการเข้าสังคม ความสนุกสนาน และยังช่วยบริหารสมอง โดยกิจกรรมจะเป็นแนวทางเกมกระดานต่างๆ ร้องคาราโอเกะ หรือกิจกรรมเพื่อเอาชนะกับทีมอื่นๆ เพื่อสานสัมพันธ์ร่วมแรงร่วมใจกันในกลุ่ม

4. บริการเพิ่มเติม

ผู้สูงอายุวัยเกษียณเมื่อวัยทำงานทำงานอย่างเต็มที่ แต่พอถึงช่วงวัยเกษียณที่ต้องการพักผ่อนจึงชื่นชอบที่จะเดินทางไปเที่ยว ชื่นชอบกิจกรรมที่สนุกสนาน ทาง Young Cool Club จะจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต่างจังหวัดโดยจะอำนวยความสะดวกตั้งแต่การเดินทาง สถานที่พักผ่อน และกิจกรรมระหว่างเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ทำให้รู้สึกสนุกสนานคลายโดยการจัดกิจกรรมจะต้องอยู่ภายใต้กรอบดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรกับผู้สูงอายุ แหล่งท่องเที่ยวที่คัดสรรมา ต้องผ่านการสำรวจสถานที่จากบริษัทนำเที่ยวให้ถี่ถ้วนก่อนว่า มีทางเดิน ทางลาด และจุดนั่งพัก ที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวที่ไม่คล่องแคล่วเท่าคนหนุ่มสาวหรือไม่ แต่ละจุดควรมีป้ายบอกทางชัดเจน มีระบบดูแลความปลอดภัยต่างๆ ครบครัน หรือมีมัคคุเทศก์คอยให้ข้อมูล และที่สำคัญควรมีบริการห้องน้ำสะอาดในเส้นทางอย่างสม่ำเสมอ โดยโปรแกรมนำเที่ยว ควรจัดการแวะพักสุขามากกว่ารีบทัวร์ทั่วไป

2) เน้นคุณภาพความปลอดภัยมากกว่าราคา กลุ่มลูกค้าสูงวัยมักให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัย ที่คุ้มค่างบเงินที่จ่าย มากกว่าพิจารณาราคาถูกเป็นที่ตั้ง บริการทัวร์หลายแห่ง

ที่จับกระแสเป็น จะรู้จักจุดเด่นรับเพื่อตลาดนี้โดยเฉพาะเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น รายการอาหารที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ งดไขมัน ลดเค็ม ลดหวาน จัดปริมาณให้เหมาะสม และมีคุณค่าทางโภชนาการครบ บางโปรแกรมอาจจัดรถบัสที่มีความหนาแน่นของที่นั่งน้อยลง จำกัดความเร็วของรถ จัดยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางให้เหมาะสม และจัดให้พนักงานประจำรถทัวร์มีความรู้เรื่องการปฐมพยาบาลเบื้องต้น โรคยอดฮิตในกลุ่มผู้สูงอายุด้วย

3) ทัวร์ไม่แน่น เดินทางสบาย สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ไม่ควรห่างจากตัวเมือง และไม่ควรมีที่ตั้งแต่จุดต่างกันจนต้องนั่งรถยาวนานเกินไป หากเป็นทัวร์ที่ต้องพักค้างแรม มากที่สุดคือ 3 วัน 2 คืน และเลือกโรงแรมที่เน้นความปลอดภัยสูง จัดตารางให้ออกเดินทางช่วงเช้า และกลับเข้าที่พักเร็วขึ้น เพื่อให้ผู้สูงอายุได้พักผ่อนซ่อมร่างกายเต็มที่จุดหมายควรเน้นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติสวยงาม มีเรื่องราวประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิตท้องถิ่น ที่มักโดนใจผู้สูงอายุมากกว่าสถานที่ยอดนิยมแต่แออัด สอดแทรกแหล่งค้าขาย ให้นักท่องเที่ยวแวะหาของฝากได้สะดวก กระจายทรัพย์ กระจายของฝากไปให้ลูกหลานที่บ้าน อันนับเป็นความสุขอย่างหนึ่งของผู้สูงอายุ

4) โปรแกรมทัวร์ประทับใจ พาย้อนวัยรำลึกความหลัง จากการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีจำนวนไม่น้อยระบุว่า ตัวเองชื่นชอบการเดินทางระยะสั้น และได้ไปเยี่ยมชมสถานที่เดิม ๆ ที่มีความทรงจำมากกว่าแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวแปลกใหม่ ดังนั้น หากโปรแกรมทัวร์ไหนตอบสนองความต้องการนี้ พาย้อนวันวานที่คนรุ่นนี้อาจหลงลืมไปแล้ว อาจสร้างความสุขเรียบง่ายแต่ประทับใจได้

5) มีกิจกรรมสร้างความสุขจากการแบ่งปัน เนื่องจากคนวัยนี้มีทั้งประสบการณ์ความรู้ กำลังทรัพย์ และมีหัวใจที่ยังกระตือรือร้น อยากมีส่วนร่วมแบ่งปันสิ่งเหล่านั้นให้กับสังคม ดังนั้น โปรแกรมทัวร์ที่ชูจุดขายเรื่องนี้ จึงได้รับความสนใจโดยเฉพาะการสอดแทรกกิจกรรมจิตอาสา ที่สร้างความหมายและคุณค่าให้กับการเดินทาง เช่น การบริจาค การนำต้นกล้าลงปลูกในพื้นที่ป่า การสอนหนังสือให้เด็กๆ ในโรงเรียนหรือชุมชนต่างๆ เป็นต้น



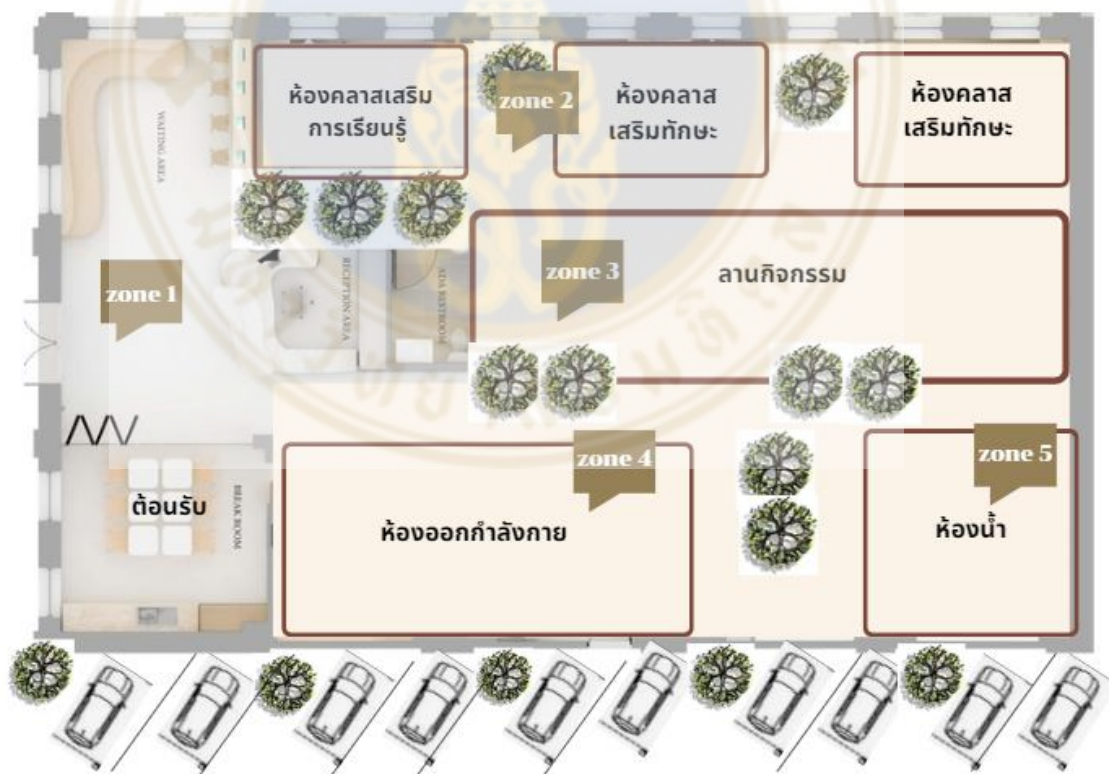
ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างกิจกรรมทัวร์ผู้สูงอายุ

ตารางคลาสในแต่ละวันของ Young Cool Club

วัน/เวลา	7.00-8.00 น.	9.00-12.00	14.00-17.00
จันทร์	ออกกำลังกาย	Workshop	ออกกำลังกาย
อังคาร	ออกกำลังกาย		สันทนาการรวมกลุ่ม
พุธ	ออกกำลังกาย	Workshop	ออกกำลังกาย
พฤหัสบดี	ออกกำลังกาย		สันทนาการรวมกลุ่ม
ศุกร์	ออกกำลังกาย	Workshop	ออกกำลังกาย
เสาร์	ออกกำลังกาย		สันทนาการรวมกลุ่ม

ภาพที่ 2.5 ตารางคลาสในแต่ละวันของ Young Cool Club

ลักษณะสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยของ Young Cool Club



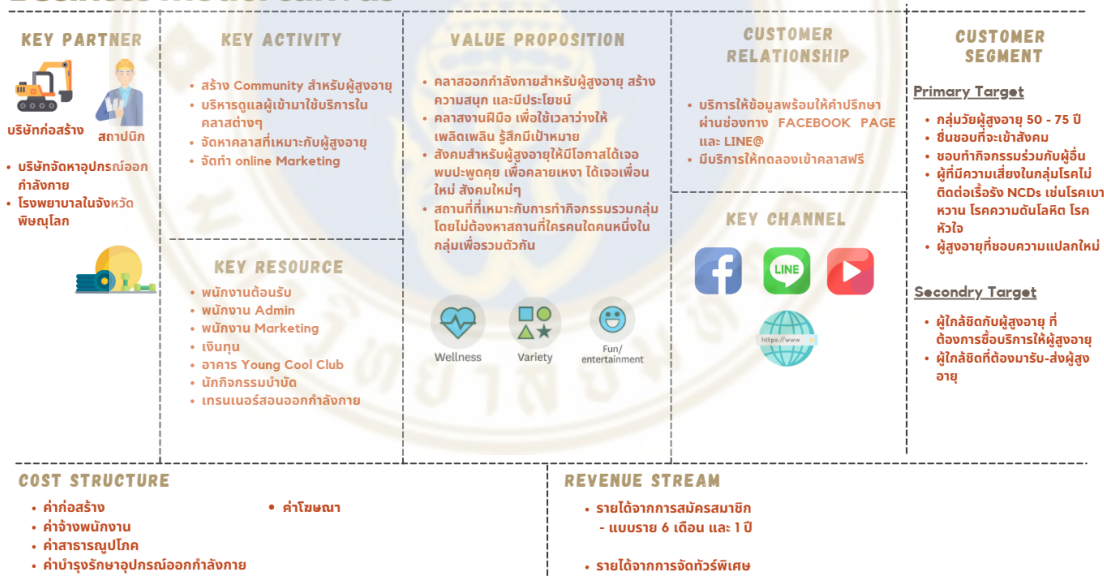
ภาพที่ 2.6 สัดส่วนพื้นที่ใช้สอยของ Young Cool Club

ลักษณะพื้นที่ใช้สอยของ Young Cool Club มีขนาด 250 ตารางวา มีลักษณะเป็นอาคาร 1 ชั้น โดยจะแบ่งออกเป็น 5 โซนดังนี้

- โซนที่ 1 เป็นลักษณะโซนตอนรับลูกค้า โดยจะเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการของ Young Cool Club และเป็นที่สามารถให้บุคคลใกล้ชิดที่ต้องมารับ-ส่งผู้สูงอายุนั่งรถด้านในได้
- โซนที่ 2 เป็นลักษณะการแบ่งห้องทำกิจกรรมต่างๆ โดยจะแบ่งเป็นห้องคลาสเสริมการเรียนรู้ 1 ห้อง และห้องสำหรับคลาสเสริมทักษะ 2 ห้อง
- โซนที่ 3 เป็นลักษณะลานทำกิจกรรมแบบเปิด ซึ่งจะเป็พื้นที่ใช้ในการทำกิจกรรมร่วมกันของสมาชิกอย่างกิจกรรมสันทนาการรวมกลุ่ม
- โซนที่ 4 เป็นห้องสำหรับคลาสออกกำลังกายของผู้สูงอายุ
- โซนที่ 5 เป็นห้องน้ำสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

2.3 Business Model Canvas ของ Young Cool Club

Business model canvas



ภาพที่ 2.7 Business Model Canvas ของ Young Cool Club

1. คุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Value proposition)

ให้บริการกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ ที่มีคุณภาพ ได้รับมาตรฐาน มีความปลอดภัยสูง โดยมีผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เช่น การออกกำลังกาย คลาสเสริมทักษะการเรียนรู้ และงานอดิเรก โดยผู้สูงอายุที่จะเข้ามาใช้บริการจะต้องได้รับการประเมิน MoCA ซึ่งเป็น

แบบสอบถามเพื่อใช้ในการคัดกรองโรคเสื่อมระยะแรกแบบรวดเร็วในระดับสากล แบบสอบถามนี้ ถูกออกแบบมาเพื่อประเมินการทำงานของสมองในแต่ละด้านและคัดกรองผู้ป่วยสมองเสื่อมในระยะแรก โดยประกอบไปด้วย Task สั้น ๆ ทั้งหมด 11 ข้อ โดยปกติแล้วจะใช้เวลาในการทำแบบทดสอบประมาณ 10–15 นาที โดยมีคะแนนเต็ม 30 คะแนน ถ้าได้คะแนนตั้งแต่ 25 คะแนนขึ้นไปถือว่าปกติ แบบทดสอบจะประกอบไปด้วย

1. Alternative Trail Making การลากเส้นแบบต่อเนื่อง
2. Visuoconstruction Skill ทักษะสัมพันธ์ของสายตากับการสร้างรูปแบบ
4. Naming การเรียกชื่อ
5. Memory ความจำ
6. Attention ความตั้งใจ
7. Sentence Repetition การพูดทวนประโยค
8. Verbal Fluency ความสามารถในการใช้คำพูด
9. Abstraction ความคิดเชิงนามธรรม
10. Delay Recall การทวนซ้ำ
11. Orientation การรับรู้สถานะรอบตัว

การประเมินความสามารถในการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับประโยชน์สูงสุดเพราะ กิจกรรมจะถูกออกแบบให้เหมาะสมไม่รู้สึกลังเลเครียด อีกทั้งสร้างบรรยากาศของสถานออกกำลังกาย ให้เปรียบเสมือนสถานที่พักผ่อน ทำให้สมาชิกรู้สึกสบาย ผ่อนคลาย ได้เจอสังคมใหม่เพื่อนใหม่ ส่งเสริมให้มีร่างกายแข็งแรง สุขภาพจิตที่ดี

2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target market)

กลุ่มเป้าหมายของ Young Cool Club คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก มีระดับรายได้ 20,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมชอบออกกำลังกาย ชอบทำกิจกรรมกลุ่ม และชอบทดลองทำกิจกรรมใหม่ๆ

3. เครือข่ายความร่วมมือ (Partner network)

คู่ค้าทางธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่ ตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ออกกำลังกาย เนื่องจากทาง Young Cool Club มีคลาสออกกำลังกาย และธุรกิจก่อสร้าง และออกแบบ เนื่องจากสภาพแวดล้อม เป็นส่วนสำคัญสำหรับผู้สูงอายุ โดยจะต้องออกแบบเพื่อให้ตอบโจทย์ของผู้สูงอายุ โดยนอกจากจะ ออกแบบให้มีความส่วนงานทำให้รู้สึกสบาย ปลอดภัยแล้วจำเป็นที่จะต้องเน้นความปลอดภัย เช่น มีราวจับ พื้นผิวทางเดินเรียบเพื่อหลีกเลี่ยงกระแสน้ำและหกล้ม และโรงพยาบาลในจังหวัดพิษณุโลกที่ สนใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุซึ่งจะเป็นในลักษณะของการเชิญผู้เชี่ยวชาญจาก

โรงพยาบาลมาให้คำแนะนำกับผู้สูงอายุเมื่อผู้สูงอายุเข้ามาเป็นสมาชิก ซึ่งเมื่อมีการร่วมมือกับโรงพยาบาลที่มีชื่อเสียงในพิษณุโลกจะทำให้ส่งเสริมด้านภาพลักษณ์ให้กับ Young Cool Club ในด้านของความปลอดภัย มีมาตรฐานของสถานประกอบการ

4. ทรัพยากรหลัก (Key resource)

พนักงานทุกคนของ Young Cool Club ถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่าและมีความสำคัญ ซึ่งพนักงานขาย พนักงานต้อนรับ นักกิจกรรมบำบัด เทรนเนอร์ออกกำลังกาย เป็นต้น ทุกคนต้องมีความรู้และความสามารถในการหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี และทุกคนจะต้องมีความรู้ในเรื่องของการดูแลอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ มีจิตใจที่รักการบริการ มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย สามารถให้คำแนะนำกับสมาชิกได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม มีใจรักบริการและพร้อมที่จะหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

5. รูปแบบของรายได้ (Revenue stream)

รายได้หลักของธุรกิจมาจากค่าสมาชิกราย 6 เดือน หรือ 1 ปีของสมาชิก และรายได้จากการจัดทัวร์ผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกของ Young Cool Club ซึ่งแพ็คเกจจะเริ่มที่ 60,000 บาท

6. Customer Segment

กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาด (Target Customer) แบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม

- 1) กลุ่มวัยผู้ใหญ่-ผู้สูงอายุ อายุ 50-80 ปี โดยจากการสำรวจในพื้นที่ทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุพบว่าผู้สูงอายุที่เริ่มเข้ามาใช้บริการจะมีตั้งแต่อายุ 50 ปีขึ้นไป
- 2) กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุ ได้แก่ บุคคลใกล้ชิด หรือบุตรหลาน ซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิด และมีส่วนตัดสินใจเนื่องจากผู้สูงอายุบางคนไม่สามารถเดินทางด้วยตัวเองได้จะต้องพึ่งพาผู้ใกล้ชิด

7. Customer Relationship

มีการให้บริการให้ข้อมูลพร้อมให้คำปรึกษาผ่านช่องทาง Facebook page และ Line official เพื่อช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และมีโปรโมชั่นสำหรับผู้สนใจสมัครสมาชิกแบบต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังมีบริการให้เข้ามาทดลองเข้าคลาสฟรีสำหรับผู้สนใจเป็นเวลา 7 วันเพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์จริง

8. Key channel

มีการใช้สื่อออนไลน์สำหรับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ Young Cool Club รวมถึงสร้างคอนเทนต์สาระความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุเพื่อสร้างการรับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น โดยมีการใช้ช่องทาง YouTube เพื่อแนะนำกิจกรรมของ Young

Cool Club และมีช่องทางการสื่อสาร Facebook page และ Line official ในการให้คำปรึกษา และ
แนะนำบริการ

9. Cost Structure

ทาง Young Cool Club โดยจะแบ่งเป็นต้นทุนคงที่โดยจะแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายหลักคือ
ค่าจ้างพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ออกกำลังกาย และต้นทุนผันแปร ค่าจ้าง
เทรนเนอร์ออกกำลังกาย ค่าจ้างนักกิจกรรมบำบัด ค่าทำการตลาดและโฆษณา



บทที่ 3

การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด

3.1 Trend analysis

ประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็น สังคมผู้สูงอายุ โดยสมบูรณ์ ช้อบ่งชี้ชัดเจนว่ากระแสสังคมผู้สูงอายุได้ก่อให้เกิดโอกาสในการสร้างธุรกิจมากมาย เพราะกลุ่มผู้สูงอายุ กลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักที่นักการตลาดต้องให้ความสำคัญ ทำความเข้าใจทั้งในด้านทัศนคติและพฤติกรรม เพราะนอกจากกลุ่มผู้สูงวัยจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากผู้บริโภคกลุ่มอายุอื่นๆ แล้ว ผู้สูงวัยในไทยก็ยังมี ความต่างในแง่ของความคิดและการใช้ชีวิต โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับผู้สูงวัยในประเทศอื่นๆ ด้วย ซึ่งมีสินค้าและบริการผู้สูงวัย โอกาสที่น่าสนใจและน่าจับตามอง ดังนี้

➤ ธุรกิจที่ปรึกษาวางแผนทางการเงินหลังเกษียณ มีผลสำรวจออกมาว่าเรื่องที่ผู้สูงอายุกังวลมากที่สุดอันดับต้น ๆ ก็คือ ฐานะทางการเงินหลังเกษียณ ว่าจะมีเงินพอใช้หรือเปล่า เพราะช่วงหนุ่ม ๆ สาว ๆ วัยทำงาน อาจยังไม่เห็นความสำคัญ เลยไม่ค่อยได้วางแผนการเงินกันเท่าไร ทำให้เป็นโอกาสของธุรกิจที่ปรึกษาทางการเงิน ซึ่งยังสามารถเติบโตได้อีกมาก เพราะอายุเฉลี่ยของคนไทยที่มีทิศทางสูงขึ้นต่อเนื่อง ทำให้มีความเสี่ยงทางการเงินเมื่อวัยเกษียณเพิ่มขึ้นตามไปด้วย หลาย คนจึงเลือกใช้นักการเงินมืออาชีพมาช่วยลดความเสี่ยง

➤ ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอาหารคลีน หรืออาหารที่ใช้วัตถุดิบออแกนิก รวมทั้งวิตามิน อาหารเสริมต่าง ๆ ยังเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงในหมู่ผู้สูงอายุ เพราะการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งที่ยึดมั่นอย่างมากกับผู้สูงอายุ ที่ร่างกายอาจจะไม่ได้แข็งแรงเหมือนแต่ก่อน การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นทางเลือกที่ดีในการดูแลสุขภาพ

➤ ธุรกิจฟิตเนสเทรนเนอร์ เฉพาะทางสำหรับผู้สูงอายุ แม้ปัจจุบันจะมีฟิตเนสเทรนเนอร์เกิดขึ้นจำนวนมาก แต่ฟิตเนสที่เจาะตลาดผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ถือว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณความต้องการที่มีอยู่ โดยกลุ่มผู้สูงอายุต้องการสถานที่ อุปกรณ์ รวมทั้งคอร์สเทรนนิ่งต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับตนเอง เพื่อเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพ

➤ สถานดูแลผู้สูงอายุ มีรูปแบบคือ ให้บริการผู้สูงอายุเข้ามาพักอาศัยในบ้าน หรืออาจจะเป็นอพาร์ทเมนต์ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และเพิ่มการบริการด้านการแพทย์เข้ามา ซึ่งเหมาะกับผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว หรือมีอาการเจ็บป่วย ต้องไปพบแพทย์อยู่บ่อยครั้ง ทำให้ธุรกิจนี้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก เพราะเหมือนได้อาศัยอยู่ที่บ้าน ใน

สภาพแวดล้อมที่คุ้นเคย ไม่ต้องปรับตัวมากเมื่อเทียบกับโรงพยาบาล ซึ่งปัจจุบันเริ่มมีเปิดให้ใช้บริการแล้ว โดยการเข้า ทั้งระยะสั้น และระยะยาว

➤ ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นเทรนด์การท่องเที่ยวแบบใหม่ที่กำลังมาแรงอย่างมากในขณะนี้ และน่าจะตอบโจทย์ผู้สูงอายุสุด ๆ เพราะได้ทั้งการพักผ่อนหย่อนใจ และสุขภาพดีอีกด้วย เนื่องจากผู้สูงอายุจะได้เดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ พร้อมกับจัดสรรเวลาส่วนหนึ่งเพื่อมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกวิธีตามหลักทางการแพทย์ เช่น การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การบริการสุขภาพบำบัด และวารีบำบัด เป็นต้น

➤ บริการเดลิเวอรี่ เป็นธุรกิจสมัยใหม่ ที่มองเผิน ๆ แล้วดูไม่ค่อยเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุเท่าไร แต่อย่าลืมว่าความสะดวกสบายของการสั่งซื้อสินค้าผ่านบริการดังกล่าว สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก เนื่องจากเมื่ออายุที่มากขึ้น การที่จะออกไปเดินเลือกซื้อของนอกบ้าน คงไม่สะดวกนัก ดังนั้น หากผู้ให้บริการต่าง ๆ หันมาเจาะกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น

➤ ธุรกิจสัตว์เลี้ยงดูแลผู้สูงอายุ ปัจจุบันสังคมไทยนิยมอยู่แบบครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น และหลาย ๆ คนก็เลือกที่จะไม่มีลูก ทำให้ผู้สูงอายุบางส่วน เมื่อถึงวัยเกษียณแล้วความรู้สึกเหงาขึ้นมา จากการที่ต้องใช้ชีวิตเพียงลำพัง การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผ่อนคลาย และคลายเหงาไปได้ ส่งผลให้เกิดธุรกิจสัตว์เลี้ยงขึ้นมามากมาย ยิ่งหากเป็นสัตว์เลี้ยงที่ได้รับการฝึกมาโดยเฉพาะ เพื่อดูแลผู้สูงอายุแล้ว นับว่าตอบโจทย์ความต้องการของตลาดเป็นอย่างมาก

➤ เฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้สูงอายุ จะเห็นได้ว่าปัจจุบัน มีผู้ประกอบการหันมาสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ภายในบ้านหรือเฟอร์นิเจอร์ เพื่อรองรับความต้องการทางด้านกายภาพของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน จึงเป็นการตอบสนองทางการตลาดที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นเตียงนอนที่สามารถปรับระดับได้โดยง่าย หมอนหรือเก้าอี้สำหรับผู้สูงอายุ หรือการออกแบบห้องให้รองรับการใช้งานของผู้สูงอายุ เป็นต้น

➤ ประกันสุขภาพ/ประกันชีวิต ธุรกิจประกันสุขภาพ และประกันชีวิต ยังมีโอกาสจะโตได้อีกมาก จากปัจจุบันที่คนไทยเริ่มมองเห็นประโยชน์ของการทำประกันมากขึ้น และผู้สูงอายุที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นก็เป็นอีกปัจจัยให้บริษัทประกันต่าง ๆ ขยายกรมธรรม์ได้สูงขึ้นตามไปด้วย เพราะสามารถคุ้มครองความเสี่ยงเรื่องสุขภาพของกลุ่มผู้สูงอายุได้ รวมทั้งปัจจุบัน คนไทยมีอัตราครอบครองกรมธรรม์ประกันชีวิตที่ค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับจำนวนประชากร จึงยังมีโอกาสที่ธุรกิจประกันจะเติบโตได้

➤ ธุรกิจความงามเพื่อการชะลอวัย ถึงแม้ว่าอายุจะมากขึ้น แต่คงไม่มีใครที่อยากให้ตัวเองดูแก่ เพราะใคร ๆ ก็อยากดูหนุ่ม ดูสาวอยู่เสมอ นี่จึงเป็นโอกาสของธุรกิจความสวยความงามสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งในปัจจุบันเราจะเห็นว่าผู้ประกอบการหลายราย ที่หันมามุ่งเจาะตลาดผู้สูงอายุ

โดยเฉพาะ โดยการนำเอาสมุนไพรมาผสมผสานกับเทคโนโลยีทางการแพทย์ ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพใหม่ ๆ เพื่อช่วยในเรื่องชะลอวัย

3.2 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ PESTEL

3.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎหมายของภาครัฐ (Political Factor)

➤ รัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญของผู้สูงอายุมากขึ้น มีการกำหนดนโยบาย และการจัดทำแผนบูรณาการพัฒนาสุขภาพกลุ่มวัยผู้สูงอายุพ.ศ. 2557-2566 เพื่อเป็นการสนับสนุนการออกกำลังกาย ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีและป้องกันปัญหาสุขภาพที่พบได้บ่อยในผู้สูงอายุ โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สนับสนุน การส่งเสริมสุขภาพและป้องกันปัญหาสุขภาพที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ และการคัดกรอง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพเชื่อมโยงจากสถานบริการผู้ชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการมีส่วนร่วมของ สถานพยาบาล ครอบครัว ชุมชน และท้องถิ่น ในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

➤ รัฐบาลจะออกมาตรการเพื่อเป็นแรงจูงใจให้ภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการ และร่วมมือกับรัฐบาลเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ เช่น การลดต้นทุนและปัจจัยในการผลิตในช่วงแรก จากการใช้กู้ยืมเงิน ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภคลด ภาษีให้แก่ผู้ประกอบการ SME

➤ ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เมื่อ 20 พ.ค. ให้ผ่อนปรนกิจการ/กิจกรรมต่าง ๆ ทำให้กิจกรรมรวมกลุ่ม กิจกรรม indoor/outdoor ต่างๆเริ่มทยอยกลับมาเปิดตัว

3.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

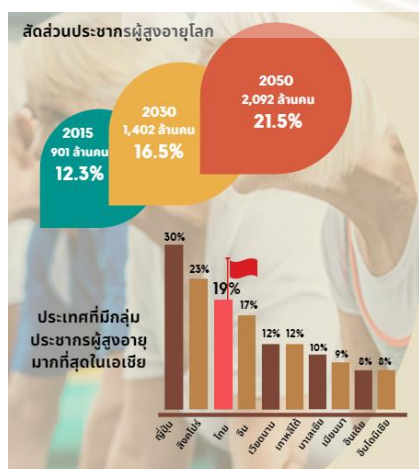
รูปแบบการใช้จ่ายของประชากรสูงวัยจะมีความแตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภควัยอื่น ๆ ตามความต้องการสินค้าและบริการที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงอายุของคน ภาวะสังคมสูงวัยจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการผลิตของประเทศ รวมถึงโอกาสในการเติบโตและความอยู่รอดของธุรกิจในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมแตกต่างกันไป โดยรูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงอายุของประชากรจะส่งผลให้กลุ่มธุรกิจที่จะยังสามารถขยายตัวได้ดี คือ อุตสาหกรรมยา การดูแลสุขภาพ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย และบริการอื่นๆ ขณะที่อุตสาหกรรมที่เคยเติบโตได้

ดี เช่น รถยนต์ การเดินทาง เสื้อผ้า อาหารและเครื่องใช้ จะเริ่มหดตัวลงตามความต้องการที่ลดลงของกลุ่มผู้สูงอายุ เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มของกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตเมื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คือกลุ่มด้านการบริการ การดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่กลุ่มผู้สูงอายุมีความต้องการมากขึ้นซึ่งถือว่ามีความสำคัญมากในอนาคต

3.2.3 ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม (Social Factor)

ประเทศไทย ได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์” ตามหลักเกณฑ์ที่ว่า คือมี ผู้สูงอายุ หรือ “คนแก่” อายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่า 20% ของประชากรทั้งประเทศ อายุเฉลี่ยของผู้สูงอายุมากขึ้น โดยผู้สูงอายุในวัย 60-70 ปี มีสุขภาพที่ดีขึ้น สามารถเดินได้คล่องแคล่ว มีความคิดความอ่านทันสมัย และบางคนยังสามารถทำงานได้อยู่ พฤติกรรมที่คนสูงอายุในประเทศไทยมีการสำรวจพบว่า กิจกรรมที่คนสูงวัยชาวไทยชอบทำอันดับ 1 คือ ออกกำลังกาย 56% ตามมาด้วยอันดับ 2 เดินทางท่องเที่ยว 49%, อันดับ 3 การเพาะปลูก 34%, อันดับ 4 เยี่ยมญาติหรือเพื่อน 27% และอันดับ 5 เดินออกกำลังกาย 27%

ยังมีการคาดการณ์ว่าในปี 2565 ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ตั้งแต่ 300,000 บาทขึ้นไป ซึ่งถือเป็นรายได้ที่เกินระดับเพียงพอต่อการดำรงชีพ จะมีประมาณ 5.7 แสนคน หรือมี สัดส่วนไม่ถึง 5% ของผู้สูงอายุทั้งหมดที่คาดว่าจะมีกว่า 13.61 ล้านคน ขณะที่ผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 300,000 บาท จะมีสัดส่วนสูงถึง 95-96% ทั้งนี้ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่เดิมพึ่งพาลูกหลานในการเป็นแหล่งรายได้หลัก ก็อาจมีความสามารถที่จะพึ่งพาลูกหลานได้น้อยลงเมื่อเวลาผ่านไป เนื่องจากสังคมไทยมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น และหลายครอบครัวก็เลือกที่จะไม่มีบุตรหรืออยู่เป็นโสด ทำให้ต้องพึ่งพารายได้จากการทำงาน เงินออมของตน รวมทั้งสวัสดิการจากภาครัฐเพิ่มมากขึ้น ท้ายสุดอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการใช้จ่ายได้



ภาพที่ 3.1 สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุโลก

3.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factor)

เทคโนโลยีด้านสุขภาพที่เข้ามามีบทบาทการดูแลผู้สูงอายุ ทั้งทางร่างกายและจิตใจในการเสริมสร้างสุขภาพ การป้องกันฟื้นฟู ซึ่งมีเทคโนโลยีที่เป็นเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือซอฟต์แวร์ในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น การนำทางหรือการติดตามผู้สูงอายุ เครื่องออกกำลังกายที่ออกแบบมาเพื่อให้เหมาะกับสรีระของผู้สูงอายุ

3.2.5 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environment)

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเริ่มมีการนำอุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุตามสถานที่สาธารณะเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยเริ่มมีการการตระหนักถึงสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับวัยสูงอายุ โดยมีการจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม และมีความปลอดภัย โดยใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีของผู้สูงอายุโดยจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่พักอาศัยเพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุในผู้สูงอายุและลดอัตราการบาดเจ็บ ซึ่งการจัดทำสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมจะช่วยลดปัญหาต่างๆ และช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมั่นใจในการเคลื่อนไหว และลดภาระของผู้ดูแล

3.2.6 ปัจจัยทางกฎหมาย (Legal factor)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย กฎหมายสุขภาพแห่งชาติกฎหมายอาญากฎหมายผู้สูงอายุและกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุขโดยกฎหมายว่าด้วยผู้สูงอายุได้มีการบังคับใช้มาแล้วรวม ๓ ฉบับ เพื่อให้สอดคล้องกับบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยโดยเฉพาะในบทบัญญัติเกี่ยวกับสิทธิของผู้สูงอายุซึ่งฉบับแรกคือ พระราชบัญญัติผู้สูงอายุพ.ศ. ๒๕๔๖ ต่อมาได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมเป็นพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๓ และ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๐ ทั้งนี้เพราะสภาพสังคมของประเทศไทยในปัจจุบันได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ รัฐบาลจึงมีนโยบายและมาตรการในการดูแลผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อย ตลอดจนปรับปรุงการเรียกเก็บเงินบำรุงกองทุนผู้สูงอายุจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีรวมทั้งการยกเว้น ลดหย่อน ค่าน้ำเงินบำรุงและกรณีที่ต้องเสียเงินเพิ่มด้วย ซึ่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยกฎหมายสุขภาพแห่งชาติกฎหมายอาญากฎหมายผู้สูงอายุและกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีว่าด้วยช่วยส่งเสริมความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุให้ดีขึ้น

PESTEL Analysis

ตารางที่ 3.1 PESTEL Analysis

PESTEL Analysis	ผลกระทบที่ธุรกิจได้รับ
ปัจจัยด้านนโยบายกฎเกณฑ์ของภาครัฐ (Political Factor)	+
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)	+
ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม (Social Factor)	+
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factor)	+
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environment)	0
ปัจจัยทางกฎหมาย (Legal factor)	+

3.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Forces Analysis)

3.3.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Threats of New Entrants)

ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่จะเป็นการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยตามเทรนในปัจจุบัน การตกแต่งสถานที่ที่สวยงามมากยิ่งขึ้น และ อาจจะมีกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น แต่ด้วยธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุต้องใช้ความละเอียดอ่อนในการศึกษา และออกแบบกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะจะต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้สูงอายุอยู่เสมอ ทำให้จะต้องใช้เวลานานในการวางแผนกิจกรรมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ดังนั้นภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่จึงอยู่ในระดับต่ำ

3.3.2 อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจาก Young Cool Club เป็นลักษณะการทำกิจกรรมรวมกลุ่ม ซึ่งจะมีในลักษณะของคลาสออกกำลังกาย จึงทำให้จะต้องมีการหาซื้ออุปกรณ์ออกกำลังกายเช่น เสื่อโยคะ สายยืดแรงต้าน ซึ่งเป็นอุปกรณ์ออกกำลังกายที่มีตัวเลือกในตลาดค่อนข้างเยอะ ดังนั้นอำนาจต่อรองของผู้ผลิตในอุปกรณ์ออกกำลังกายอยู่ในระดับต่ำ

3.3.3 อำนาจต่อรองจากลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

ธุรกิจ Young Cool Club มีลักษณะการให้บริการแตกต่างจากของแบรนด์ทั่วไป ตรงที่กิจกรรมที่หลากหลาย และ ไม่จำเจ จะมีการผลัดเปลี่ยนกิจกรรมให้กับผู้เข้าใช้บริการเพื่อได้พบกับ

ประสบการณ์ใหม่ๆอยู่เสมอ โดยจะมีทั้งการออกกำลังกาย และคลาสฝึกทักษะต่างๆ โดยแต่ละคลาสที่รวบรวมมาใช้ใน Young Cool Club นั้นจะส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าเพื่อให้คุ้มค่าต่อเงินที่เสียไป เมื่อเทียบกับแบรนด์อื่นๆ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อจึงอยู่ในระดับปานกลาง

3.3.4 แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

ธุรกิจนี้เป็นงานที่เน้นในเรื่องของการบริการและศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ดังนั้น บริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้าจึงเป็นปัจจัยหลักสำหรับธุรกิจนี้ ถ้าเราสามารถคงคุณภาพให้ลูกค้าประทับใจได้ ก็มีสินค้าอื่นทดแทนได้ยาก ดังนั้นภัยคุกคามจากสินค้าและบริการทดแทนจึงอยู่ในระดับต่ำ

3.3.5 การแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Current Competitors)

เนื่องในปัจจุบันยังมีคู่แข่งน้อยรายที่ทำธุรกิจชมรมผู้สูงอายุโดยรวมกิจกรรมที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกัน และในแต่ละแบรนด์ของธุรกิจนี้ก็จะมีการแข่งขันที่แตกต่างกันและมีเอกลักษณ์ของแต่ละแบรนด์ที่ไม่เหมือนกัน จึงทำให้ การแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรมเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ

Five-Force Analysis

ตารางที่ 3.2 Five-Force Analysis

Five-Force Analysis	ผลกระทบที่ธุรกิจได้รับ
การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ (Threats of New Entrants)	+
อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers)	+
อำนาจต่อรองจากลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)	0
แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)	+
การแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Current Competitors)	+

3.4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SWOT Analysis)

3.4.1 จุดแข็ง (Strengths)

➤ เนื่องจากผู้วิจัยมีที่ดินเป็นของตัวเองที่พร้อมจะทำธุรกิจทำให้ไม่จำเป็นต้องเสียค่าเช่าสถานที่ซึ่งเป็นรายจ่ายคงที่ที่มีมูลค่าที่สูง หากในช่วงแรก Young Cool Club ยังไม่มีลูกค้ามากนัก อาจทำให้เกิดรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อ Cashflow ของบริษัท

➤ ทีมงานที่มีประสบการณ์ เนื่องจากผู้ที่เข้ามาสอนในคลาสมีความรู้ความสามารถเฉพาะทางทำให้สามารถสร้างการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ จึงเป็นอีกกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ Young Cool Club ให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน สร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมืออาชีพ

➤ เนื่องจากการจำกัดจำนวนผู้เข้าคลาสทำให้สามารถดูแลผู้สูงอายุได้อย่างทั่วถึง ทำให้การบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้าทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

➤ Young Cool Club ยังคงต้องพึ่งพาเจ้าหน้าที่เฉพาะทางอย่างนักกิจกรรมบำบัด และ เทรนเนอร์ออกกำลังกายทำให้อาจจะมีปัญหาเรื่องบุคคลกรที่ขาดแคลนในอนาคต

➤ เงินทุน เนื่องจากรูปแบบของการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุในรูปแบบใหม่กว่า ตลาดเดิมที่มีอยู่โดยการรวมระหว่างกิจกรรมออกกำลังกาย และกิจกรรมเสริมการเรียนรู้และทักษะ ซึ่งมีผู้แข่งขันที่สนใจตลาดในกลุ่มของบริการผู้สูงอายุกลุ่มนี้มากขึ้น ดังนั้น เพื่อให้การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่เป็นไปได้ยากมากยิ่งขึ้น จึงต้องมีการลงทุนเพิ่มเติมทั้งในด้านแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้าของบริการรูปแบบใหม่นี้ ก่อนที่คู่แข่งรายอื่นๆ จะเข้ามาชิงส่วนแบ่งทางการตลาดไป ดังนั้นเงินทุนอาจเป็นอุปสรรคหนึ่งของกิจการหากเทียบกับกิจการที่มีเงินทุนสูง

3.4.3 โอกาส (Opportunities)

➤ สัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 14% ของประชากรทั้งหมดในปี 2564 เนื่องจากอัตราการเกิดของคนไทยมีแนวโน้มลดต่ำ ลงอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันอยู่ที่ระดับต่ำกว่า 10 ของประชากร 1,000 คน หรือมีจำนวนการเกิดเพียงประมาณ 6 แสนคนต่อปี ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าไทยน่าจะขยับขึ้นเป็นสังคมสูงอายุแบบสุดยอด (Hyper Aged Society) หรือมีสัดส่วนประชากรสูงอายุเข้าหา 20% โดยใช้เวลาเพียง 9 ปีหลังการเป็นสังคมสูงอายุแบบสมบูรณ์ ซึ่งแนวโน้มของ

ประชากรผู้สูงอายุไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว สิ่งที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่ตามมาจากการเพิ่มขึ้นอย่างมากของผู้สูงอายุ ก็คือ ปัญหาสุขภาพ ปัญหาค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาพยาบาล ภาวะพึ่งพาของผู้สูงอายุ อันจะนำมาสู่ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจตามมา

➤ การเติบโตของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ การจัดตั้งธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ ปี 2563 (ม.ค.-มี.ค.) มีจำนวน 29 ราย ลดลงเล็กน้อยจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ในขณะที่ มูลค่าทุนจดทะเบียน มีมูลค่า 156.70 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 82.53%

โดยธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ มีแนวโน้มของผู้ที่สนใจจัดตั้งธุรกิจใหม่ เพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี ในตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในปี 2562 ที่มีการขยายตัวของจำนวนการจัดตั้งธุรกิจ เพิ่มขึ้นกว่า 50%

3.4.4 อุปสรรค (Threats)

➤ หากเกิดการขยายรูปแบบธุรกิจของกลุ่มแข่งขันที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุเดิมอยู่แล้ว เช่น ดูแลผู้สูงอายุเพิ่มอย่างเดียว แต่อาจจะมีแนวโน้มในการขยายการให้บริการในส่วนของคลาส ออกกำลังกาย และกิจกรรมรวมกลุ่มให้กับผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงเป็นอุปสรรคสำหรับ Young Cool Club

➤ ในการขยายกิจการ หากจะมีการขยายกิจการในอนาคตจะมีข้อเสียเปรียบในด้านของเงินทุน เนื่องจากหากจะต้องขยายไปพื้นที่อื่นจะต้องใช้เงินทุนค่อนข้างเยอะ เพราะจะต้องเสียเงินค่าก่อสร้าง การตกแต่งสถานที่ และค่าเช่าที่ดินถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงเมื่อเทียบกับการที่มีที่ดินอยู่แล้ว

3.5 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

โดยเป็นการวิเคราะห์คู่แข่งที่มีรูปแบบการทำธุรกิจที่คล้ายคลึงกับ Young Cool Club และมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกัน

3.5.1 แสดงการวิเคราะห์คู่แข่งทางตรง

ตารางที่ 3.3 แสดงการวิเคราะห์คู่แข่งทางตรง

Criteria	OPPY CLUB (Old People Playing Young Club)	ชมรมผู้สูงอายุของสำนักงานเขตพื้นที่
Business model	ชมรมสอนใช้คอมพิวเตอร์ และ อินเทอร์เน็ตเพื่อผู้สูงอายุ เน้นการสอนผู้สูงอายุให้ใช้คอมพิวเตอร์ และ สมาร์ทโฟน	ชมรมผู้สูงอายุของสำนักงานเขตพื้นที่ในแต่ละพื้นที่ตามแต่ละจังหวัด

Criteria	OPPY CLUB (Old People Playing Young Club)	ชมรมผู้สูงอายุของสำนักงานเขตพื้นที่
Selling point	เน้นการสอนผู้สูงวัยให้ใช้คอมพิวเตอร์และ สมาร์ทโฟน รวมถึงการใช้แอปพลิเคชัน	มีหลักสูตรที่หลากหลายขึ้นอยู่กับในแต่ละพื้นที่ เช่น การสอนใช้เทคโนโลยี การสอนทักษะเสริมสร้างอาชีพ และการออกกำลังกาย
Target	อายุ 45 ปีขึ้นไป	อายุ 50 ปีขึ้นไป
Price	ค่าสมาชิกรายปี 300 บาท ค่าเวิร์คช็อปเริ่มต้นตั้งแต่ 1000 – 4000 บาท	เข้าร่วมฟรี แต่จะมีเสียค่าอุปกรณ์ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมที่จัดขึ้น
Channel	On-site	On-site
Advertisement	Facebook page	Facebook page
Sales Promotion	-สะสมแต้มเมื่อซื้อเวิร์คช็อป โดยจะสามารถนำแต้มไปเป็นส่วนลดได้ - หากเป็นสมาชิกจะได้รับราคาพิเศษเมื่อซื้อเวิร์คช็อป	ไม่มี
Strength	- การเรียนการสอนของ OPPY CLUB เน้นกลุ่มเล็ก ครูผู้สอนดูแลผู้เรียนอย่างใกล้ชิด การสอนเป็นไปอย่างช้าๆ -OPPY มีระยะการดำเนินการมาก่อนช้านานจึงเป็นที่ไว้วางใจของผู้สูงอายุ การที่ลูกค้าจะเปลี่ยนมาบริการอื่นอาจจะทำได้ยาก	- ส่วนใหญ่แล้วชมรมผู้สูงอายุของสำนักงานเขตพื้นที่นั้นจะถูกจัดขึ้นใกล้กับแหล่งชุมชนในแต่ละเขต ทำให้การเดินทางสะดวกเพราะอยู่ใกล้บ้าน -หลักสูตรของผู้สูงอายุจะให้บริการฟรีโดยไม่ต้องเสียค่าสมาชิก ทำให้ผู้สูงอายุสนใจและอยากที่จะเข้ามาทำกิจกรรม
Weakness	-เนื่องจากการทำเวิร์คช็อปของ OPPY จะเน้นในเรื่องของการสอนการใช้เทคโนโลยีในด้านต่างๆเป็นหลัก ทำให้กิจกรรมจะเป็นในลักษณะเดิม ๆ	-ไม่สามารถจัดกิจกรรมไม่สม่ำเสมอเพราะวิทยากรที่มาสอนส่วนใหญ่แล้วจะเป็นอาสาสมัคร

Criteria	OPPY CLUB (Old People Playing Young Club)	ชมรมผู้สูงอายุของสำนักงานเขตพื้นที่
		อาจจะทำให้ตารางเวลาอาจจะนัดยากทำให้สอนไม่ต่อเนื่อง -จำนวนผู้เรียนต่อคลาสเยอะเกินไปอาจจะทำให้ดูแลไม่ทั่วถึง

3.5.2 แสดงการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นทางอ้อม

ตารางที่ 3.4 แสดงการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นทางอ้อม

Criteria	สถานดูแลผู้สูงอายุ	ชมรมผู้เฉพาะกลุ่ม (ชมรมลีลาศ)
Business model	ศูนย์บ้านลลิตาเนอร์ซิงโฮม ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุและผู้ป่วยระยะพักฟื้น	ชมรมลีลาศเพื่อสุขภาพ
Selling point	มีโปรแกรมดูแลผู้สูงอายุหลากหลายความต้องการ เช่น โปรแกรมดูแลผู้ป่วยติดเตียง โปรแกรมดูแลผู้ป่วยอัมพฤกษ์อัมพาต โปรแกรมดูแลผู้ป่วยอัลไซเมอร์ โปรแกรมดูแลผู้ป่วยหลังผ่าตัดและ โปรแกรมรักษาอาการปวดเรื้อรัง ดูแลโดยทีมแพทย์และพยาบาลผู้เชี่ยวชาญ ตลอด 24 ชั่วโมง	กิจกรรมเต้นลีลาศแบบเฉพาะ โดยจะมีเพียงคลาสสอนเต้นลีลาศเพียงเท่านั้น
Target	ผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิงที่ต้องการดูแลเป็นพิเศษ	ผู้สูงอายุ 50 ปีขึ้นไป
Price	17,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป	120 บาท ต่อปี
Channel	On-site	On-site
Advertisement	Facebook page	Facebook page
Sales Promotion	ไม่มี	ไม่มี

Criteria	สถานดูแลผู้สูงอายุ	ชมรมผู้เฉพาะกลุ่ม (ชมรมลีลาศ)
Strength	-มีโปรแกรมดูแลผู้สูงอายุที่หลากหลายเพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการผู้สูงอายุ -มีผู้เชี่ยวชาญให้การดูแลตลอด 24 ชั่วโมง -มีหลายสาขาตามแต่ละจังหวัด โดยมีทั้งหมด 14 จังหวัด	-เป็นสถานที่สำหรับผู้สูงอายุที่ชื่นชอบการออกกำลังกายแบบลีลาศโดยเฉพาะ -มีการจัดแข่งขันลีลาศทำให้เป็นแรงจูงใจให้สมาชิกมาออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ
Weakness	-การบริการจะเป็นในลักษณะของการดูแล และฟื้นฟูร่างกายเป็นหลักดังนั้นพวกกิจกรรมเสริมงานอดิเรกต่างๆจะยังไม่มีบริการ	-มีกิจกรรมเต้นลีลาศเพียงอย่างเดียว ไม่มีกิจกรรมร่วมกลุ่มในเชิงสนทนาการควบคู่ด้วย ทำให้สมาชิกที่มาร่วมทำกิจกรรมนั้นไม่มีตัวเลือกอื่น

บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 เป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Goal and Objectives)

เป้าหมายทางการตลาดของ Young Cool Club ให้บริการกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุวัยเกษียณ ให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุ โดยจะเป็นลักษณะการบริการแบบ On-site เป็นหลัก เน้นการทำกิจกรรมแบบรวมกลุ่มได้พบปะกับกลุ่มเพื่อวัยเดียวกัน โดยมีเป้าหมายเป็นธุรกิจรายต้นๆ สำหรับธุรกิจบริการกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นนอกจากจะเน้นเรื่องการเข้าสังคม ความสนุกสนาน และการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์แล้ว ทาง Young Cool Club จะเน้นในเรื่องของการจัดคลาสให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และเน้นในเรื่องของความปลอดภัยในการทำกิจกรรมต่างๆ

4.2. วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

1. สร้างการรับรู้ (Brand Awareness) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งรูปแบบ Offline และ Online ภายในเขตเมืองพิษณุโลก และนอกเมือง ภายในปีแรกของการเริ่มกิจการ
2. กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการทดลองใช้ (Brand experience) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่รับรู้สินค้าและบริการ Young Cool Club ภายในปีแรกของการเริ่มกิจการ
3. สร้างให้เกิดความจงรักภักดีต่อการซื้อสินค้าและบริการ Young Cool Club ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15 ของกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้สินค้าและบริการ Young Cool Club ภายในปีที่ 2 ของการดำเนินการ
4. เพิ่มจำนวนกลุ่มผู้ใช้บริการในจังหวัดรอบๆ โดยการสร้างการรับรู้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของกลุ่มเป้าหมายตามต่างจังหวัด ภายในปีที่ 3 ของการดำเนินการ

4.3 กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาด (Target Customer)

การสัมภาษณ์ครั้งนี้จะแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม

- 1) กลุ่มวัยผู้ใหญ่-ผู้สูงอายุจำนวน 11 คน
- 2) กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุ ได้แก่ บุคคลใกล้ชิด หรือบุตรหลาน

จำนวน 4 คน

4.3.1. กลุ่มลูกค้าหลัก (Primary target)

- กลุ่มวัยผู้สูงอายุ 50 - 75 ปี
- ชื่นชอบที่จะเข้าสังคม
- ชอบทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น
- ผู้สูงอายุที่ชอบความแปลกใหม่
- มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป
- ผู้ที่มีความเสี่ยงในกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง NCDs เช่น โรคเบาหวาน โรคความดัน

โลหิต โรคซึมเศร้าโดยมีลักษณะพฤติกรรมและความต้องการ (Customer Persona) ดังนี้



ภาพที่ 4.1 Customer Persona

4.3.2. กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary target)

- ผู้ใกล้ชิดกับผู้สูงอายุ ที่ต้องการซื้อบริการให้ผู้สูงอายุ
- ผู้ใกล้ชิดที่ต้องมารับ-ส่งผู้สูงอายุ

4.4 Marketing Research

ในการดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำแผนธุรกิจ Young Cool Club แหล่ง community สำหรับผู้สูงอายุเพื่อทำกิจกรรมกลุ่ม ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยขอบเขตในเรื่อง ทักษะที่มีต่อผลิตภัณฑ์และการออกแบบลักษณะของกิจกรรมของ Young Cool Club โดยใช้การ การวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์และการออกแบบลักษณะของกิจกรรม โดยได้ไปแหล่งที่มีผู้สูงอายุและเชิญมา สัมภาษณ์แบบเชิงลึกจำนวน 15 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

- 1) กลุ่มวัยผู้ใหญ่-ผู้สูงอายุ 50-75 ปี
 - 2) กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุ ได้แก่ บุคคลใกล้ชิด หรือบุตร หลาน
- เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย โดย คำถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไป

1. เพศ	5. รายได้
2. อายุ	6. แหล่งที่มาของรายได้
3. ระดับการศึกษา	7. โรคประจำตัว
4. สถานภาพสมรส	8. อาศัยอยู่กับครอบครัวหรือไม่ เช่น บุตร หรือ เครือญาติ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 คำถามในการสัมภาษณ์

1. กิจกรรมประจำวันที่ทำเป็นประจำ
2. ชอบใช้ Social Media หรือไม่
3. มีกิจกรรมคลายเหงาหรือไม่
4. ชื่นชอบทำกิจกรรมรวมกลุ่มกับเพื่อนวัยเดียวกันหรือไม่
5. มีกิจกรรมอะไรที่อยากเรียนรู้เพิ่มเติมหรือไม่จากที่ได้มีการเสนอ
6. ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมเหมาะสมหรือไม่
7. สามารถเดินทางไปไหนด้วยตนเองหรือไม่

8. ตารางเรียนควรมีวันเสาร์-อาทิตย์หรือไม่

9. แนวความคิด 4P ของ Young Cool Club

สรุปผลวิจัยด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 15 คน แบ่งเป็น

1. กลุ่มวัยผู้ใหญ่-ผู้สูงอายุ 50-75 ปี จำนวน 11 คน เพศหญิง 7 คน และ เพศชาย 4 คน
2. กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุ ได้แก่ บุคคลใกล้ชิด หรือบุตร จำนวน 4 คน แบ่งเป็นเพศหญิง 2 คน และ เพศชาย 2 คน

สรุปผลวิจัยการวิเคราะห์รายละเอียดเรื่องการออกแบบกิจกรรม

1. กลุ่มวัยผู้ใหญ่-ผู้สูงอายุ 50-75 ปี ปกติแล้วผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีกิจกรรมคลายเหงา คือการนัดเจอเพื่อนบ้าง แต่ด้วยเวลาอาจจะไม่ตรงกันทำให้มีโอกาสเจอกันน้อยลง โดยเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละ 2 ครั้ง หรือขับรถเที่ยวต่างจังหวัด แต่ด้วยปัญหาด้านสายตาทำให้ขับระยะทางไกลไม่สะดวกหากอายุประมาณ 70 ปีขึ้นไป ผู้สูงอายุส่วนใหญ่แล้วแยกมาอยู่กันเองไม่ได้อยู่กับลูกหลาน แต่ในบริเวณที่ใกล้เคียงกัน เพราะฉะนั้นหากจะต้องไปไหนช่วงเสาร์-อาทิตย์ก็สะดวกเพราะไม่ค่อยได้ไปไหนมาไหนกับครอบครัวบ่อยนัก

จากที่ได้นำเสนอแนวคิด Young Cool Club นั้นขึ้นชอบแนวธุรกิจเพราะเป็นส่วนช่วยให้เกิดสังคมใหม่ๆ เพื่อนใหม่ และอยากที่จะทดลองทำกิจกรรมที่ได้นำเสนอมาให้ โดยกิจกรรมที่ผู้สูงอายุให้ความสนใจและอยากจะทำคือกิจกรรมเสริมทักษะโดยใช้ศิลปะบำบัด เพราะเป็นกิจกรรมที่ไม่เคยทำมาก่อน และให้คำแนะนำว่ากิจกรรมที่ทำใน Community ควรจะเน้นให้มีความสุขสนุกสนานเนื่องจากช่วงวัยทำงานกลุ่มวัยสูงอายุได้ทำงานมาอย่างหนักจึงอยากเน้นกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนาน ไม่ตึงเครียดจนเกินไป และชอบทำกิจกรรมที่หลากหลายสลับเปลี่ยนหมุนเวียนตลอดเวลาเพราะผู้สูงอายุเบื่อง่าย

2. กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุ ขึ้นชอบแนวธุรกิจเพราะเห็นว่าเป็นแหล่งชุมชนของผู้สูงอายุที่จะสามารถทำกิจกรรมเพื่อคลายเหงาได้ เพราะตัวเองนั้นไม่มีเวลาให้กับผู้สูงอายุเนื่องจากเป็นวัยที่ยังต้องทำงาน และบางท่านมีครอบครัวแล้วทำให้มีเวลาให้กับผู้สูงอายุได้ไม่เต็มที่

กิจกรรมเสริมการเรียนรู้	เสริมทักษะ	กิจกรรมออกกำลังกาย/สันทนาการ รวมกลุ่ม	บริการเพิ่มเติม
สอนการใช้คอมพิวเตอร์ สอนการใช้ Smart Phone สอนแต่งรูปบนมือถือ สอนการใช้ Social Media	สอนถ่ายภาพ สอนวาดภาพตามตัวเลข สอนงานปั้นเซรามิก สอนจัดดอกไม้ สอนทำเทียนหอม	สันทนาการโยคะ ออกกำลังกายด้วยยางยืด เดินแอโรบิก ลีลาศ เดิน	บริการจัดทริปท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

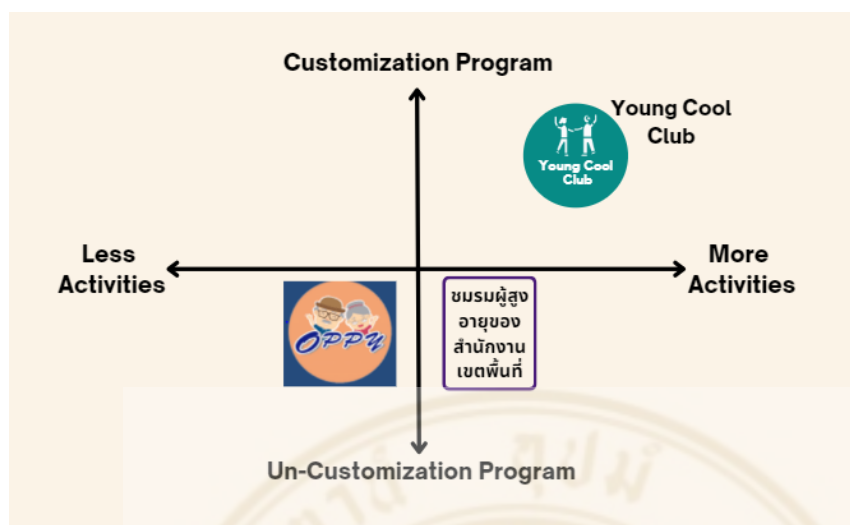
วัน/เวลา	7.00-8.00 น.	9.00-12.00	14.00-17.00
จันทร์	ออกกำลังกาย	Workshop	ออกกำลังกาย
อังคาร	ออกกำลังกาย		สันทนาการรวมกลุ่ม
พุธ	ออกกำลังกาย	Workshop	ออกกำลังกาย
พฤหัสบดี	ออกกำลังกาย		สันทนาการรวมกลุ่ม
ศุกร์	ออกกำลังกาย	Workshop	ออกกำลังกาย
เสาร์	ออกกำลังกาย		สันทนาการรวมกลุ่ม

สรุปผลวิจัยจากการศึกษารายละเอียดเชิงลึกของผู้บริโภค (Consumer Research)

ด้านราคาซึ่ง Young Cool ได้กำหนดราคาสมาชิกรายปี 24,000 บาท และราย 6 เดือน 15,000 บาท

1. กลุ่มวัยผู้ใหญ่-ผู้สูงอายุ 50-75 ปี พอใจที่จะจ่ายหากบริการที่ให้ความคุ้มค่า เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,000-40,000 บาทเนื่องจากมีรายได้จากบำนาญ ธุรกิจส่วนตัว และลูกให้เงินเดือน
2. กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุ พอใจที่จะจ่ายเนื่องจากหากผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในการบริการ และแนะนำให้มีการรับชำระบัตรเครดิตเนื่องจากสามารถผ่อนจ่ายเป็นรายเดือนได้

4.5 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)



ภาพที่ 4.2 Brand Positioning

เนื่องจาก Young Cool Club เป็นธุรกิจที่ให้บริการกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุที่เสมือนชุมชน (Community) ของผู้สูงอายุที่เข้ามาทำกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยจะมีบริการในลักษณะของการออกกำลังกาย และกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยมีจุดเด่นที่กิจกรรมหลากหลาย โดยจะมีผู้เชี่ยวชาญในแต่ละกิจกรรม โดยผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะต้องประเมินภาวะสมองเสื่อมของผู้เข้ามาเป็นสมาชิก เพื่อจัดคลาสให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เพื่อที่จะเป็นส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุที่เข้ามาทำกิจกรรมไม่รู้สึกกดดันหรือเครียด เพราะคลาสบางอย่างจะต้องใช้ความจำอาจส่งผลให้เกิดความเครียดได้ ซึ่งในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุแบบเนอร์สซิ่งโฮม แต่ธุรกิจที่มุ่งเน้นด้านกิจกรรมรวมกลุ่มของผู้สูงอายุ ซึ่งคู่แข่งในกลุ่มธุรกิจเดียวกันยังไม่มีมากนัก

4.6 Marketing mix

Services

ลักษณะของธุรกิจของ Young Cool Club มีหลากหลาย แต่ด้วยลักษณะของผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักแต่ด้วยผู้สูงอายุบางท่านอาจจะมีปัญหาในเรื่องของสุขภาพที่อาจส่งผลต่อการเรียนรู้ เช่น โรคสมองเสื่อม ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเกิดกับผู้สูงอายุทำให้การรับรู้สภาวะรอบตัวอาจจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้ทาง Young Cool Club ได้สังเกตเห็นปัญหาดังกล่าวจึงนำแบบประเมิน The Montreal Cognitive Assessment (MoCA) ซึ่งเป็นแบบทดสอบประเมินภาวะสมองเสื่อมระยะแรกแบบรวดเร็ว โดยสามารถประเมินหน้าที่ของความรู้ความเข้าใจในด้านต่างๆ ดังนี้ การบริหารจัดการ, ความจำ,

ภาษา, ความคิดรวบยอด , การคิดคำนวณ และการรับรู้สภาวะรอบตัว มาใช้ประเมินผู้สูงอายุก่อนที่จะเข้ารับบริการ โดยบุคลากรทางการแพทย์โดยตรง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่ใช้บริการ และเพื่อความปลอดภัยในการทำกิจกรรมต่างๆ ภายใน Young cool club

แบบประเมิน The Montreal Cognitive Assessment (MoCA) ใช้เวลาประเมินใช้เวลาประมาณ 10 นาที โดยมีคะแนนเต็ม 30 คะแนน ถ้าได้คะแนนตั้งแต่ 25 ขึ้นไปจึงจะถือว่าปกติ โดยจะมีคำถามทั้งหมด 11 ข้อ โดยจะยกตัวอย่างลักษณะคำถามดังนี้

1. การสร้างเส้นลำดับโดยเรียงสลับตัวเลขและตัวอักษร ผู้ทำแบบทดสอบลากเส้นต่อจาก 1 – ก – 2 – ข – 3 – ค – 4 – ง – 5 – จ ได้ครบถูกต้อง โดยไม่มีเส้นใดตัดกัน ถ้ามีข้อผิดพลาดใด ๆ ที่ทำผิดและไม่ได้แก้ไขเองทันทีให้ถือว่าได้ 0 คะแนน

2. การรับรู้สภาวะรอบตัว : ผู้ตรวจให้คำอธิบายดังต่อไปนี้: “วันนี้วันที่เท่าไร” ถ้าผู้ทำแบบทดสอบให้คำตอบได้ไม่สมบูรณ์, ให้กระตุ้นโดยพูดว่า: “บอก[ปี, เดือน, วันที่, และวัน]อะไร” จากนั้นพูดต่อไปว่า: “ที่นี่ที่ไหน, และอยู่ในจังหวัดอะไร”

3. ความตั้งใจ: ให้ยกมือข้างที่ถนัดขึ้นมาวางบนโต๊ะ “ถ้าได้ยืนเลข 1 ให้เคาะ 1 ครั้ง ถ้าเลขอื่นไม่ต้องเคาะ “ ให้ผู้ตรวจอ่านรายการตัวเลขในอัตราหนึ่งตัวต่อวินาที ในส่วนของความเชี่ยวชาญในการดูแลผู้สูงอายุนั้นบุคลากรที่ให้บริการจะเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการดูแลผู้สูงอายุดังนี้

กิจกรรมบำบัดผู้สูงอายุ โดยจะเป็นผู้ที่วางแผนสกิจกรรมบำบัด ส่วนใหญ่จะเน้นคงความสามารถของสมองและการทำงานของร่างกายในการทำวัตรประจำวัน การทำงานอดิเรก กิจกรรมยามว่าง การพูดคุยทำกิจกรรมกลุ่มร่วมกับผู้อื่น รวมทั้งการฟื้นฟูสภาพจิตใจ ส่งเสริมความรู้สึถึงคุณค่าภูมิใจ การมีคุณค่าในตัวเองและใช้ชีวิตต่อไปได้อย่างมีความสุข

เทรนเนอร์ผู้ควบคุมการออกกำลังกายที่วางแผนการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับภาวะร่างกายของผู้สูงอายุ โดยก่อนที่จะเข้ารับบริการจะมีการให้ทดสอบกระบวนการตรวจสอบสมรรถภาพทางกายในผู้สูงอายุตามรูปแบบของ Senior Fitness Testing ประกอบด้วย

- ความทนทานของหัวใจและหายใจ
- ความแข็งแรงและความทนทานของกล้ามเนื้อ
- ความยืดหยุ่นของกล้ามเนื้อ

ตัวอย่างการทดสอบ

- ทดสอบลุกนั่งเก้าอี้ 30 วินาที เพื่อดูว่ากล้ามเนื้อขาแข็งแรงหรือไม่ เพื่อลดความเสี่ยงในการหกล้ม ทดสอบการงอข้อศอก เพื่อวัดความแข็งแรงของกล้ามเนื้อแขน

ลักษณะกิจกรรม

กิจกรรมเสริมการเรียนรู้	เสริมทักษะ	กิจกรรมออกกำลังกาย/สันทนาการรวมกลุ่ม	บริการเพิ่มเติม
สอนการใช้คอมพิวเตอร์	สอนถ่ายภาพ	สันทนาการ	บริการจัดทริปท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม
สอนการใช้ Smart Phone	สอนวาดภาพตามตัวเลข	โยคะ	ผู้สูงอายุ
สอนแต่งรูปบนมือถือ	สอนงานปั้นเซรามิก	ออกกำลังกายด้วยยางยืด	
สอนการใช้ Social Media	สอนจัดดอกไม้	เดินแอโรบิก	
	สอนทำเทียนหอม	ลีลาศ	
		เดิน	

Place

เนื่องจากผู้วิจัยมีที่ดินอยู่ที่ 96 หมู่ 5 ตำบลพลายชุมพล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก สำนักงานคลังจังหวัดพิษณุโลกประเมินเศรษฐกิจพิษณุโลกปี 2564 คาดว่าขยายตัวที่ร้อยละ 2.0 จากแรงงานส่งของภาคบริการและการบริโภคภาคเอกชน ซึ่งได้รับผลกระทบเชิงบวกจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ในเชิงข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่ ข้อมูล ณ ไตรมาส 4 ปี 2563 (ตุลาคม – ธันวาคม 2563) จังหวัดพิษณุโลกมีการจดทะเบียนของนิติบุคคลตั้งใหม่ทั้งสิ้น 92 ราย โดยบริษัทจำกัด จำนวน 51 ราย ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 41 ราย และห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลจำกัด จำนวน 0 ราย แผนภูมิที่ 1 การจดทะเบียนของนิติบุคคลตั้งใหม่ตามหมวดธุรกิจจังหวัดพิษณุโลก ไตรมาส 4 ปี 2563 (ตุลาคม – ธันวาคม 2563)

Price

การตั้งราคาสำหรับ Young Old Club เลือกใช้กลยุทธ์ราคาสูง พิเศษ (Premium Pricing) เนื่องจากการตั้งราคาในลักษณะนี้เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า นอกจากนี้ยังเป็นการตอกย้ำถึงคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศ ที่จะส่งมอบไปยังผู้สูงอายุที่มารับบริการทุกคน โดยทั่วไปราคาสมาชิกของสถานออกกำลังกายสำหรับวัยรุ่น-วัยทำงานในจังหวัดพิษณุโลกต่อเดือนจะอยู่ที่ราคาตั้งแต่ 500 -1,000 บาทต่อเดือน

ส่วนราคาสมาชิกของทาง Young Cool Club แบ่งออกเป็น ค่าสมาชิกแรกเข้า 1,000 บาทต่อคนโดยจะทำการเก็บเพียงครั้งแรกเท่านั้น โดยทาง Young Cool Club จะออกแบบลักษณะการชำระเงินของสมาชิกเป็น 2 ลักษณะ คือ

- ราย 6 เดือน 15,000 บาท
- ราคาสมาชิกรายปี 24,000 บาท
- ราคาทริปท่องเที่ยวในประเทศเริ่มต้นที่ 20,000 บาท

Promotion

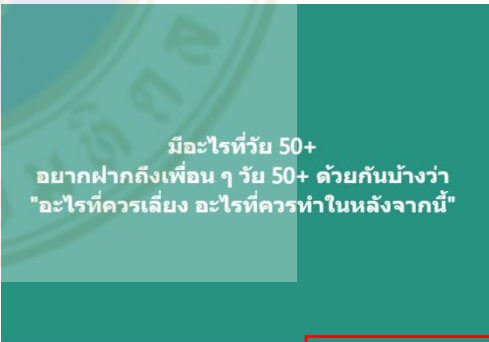
เนื่องการให้บริการของ Young Cool Club เป็นการให้บริการรูปแบบใหม่ ซึ่งจะต้องกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการทดลองใช้ (Brand experience) ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อการสร้างการรับรู้ของสินค้าและบริการ Young Cool Club โดยจะให้ทดลองเข้าใช้บริการในคลาสออกกำลังกาย และคลาสเรียนฟรีเพื่อสร้างการรับรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับจริง โดยจะสามารถทดลองเข้าใช้บริการ 7 วันฟรี เนื่องจากการเสริมสร้างพฤติกรรมอย่างต่อเนื่องของผู้เข้ามาใช้บริการ และมี Member Get Member โดยผู้ที่แนะนำเพื่อนสมาชิกที่เข้าใหม่จะได้ส่วนลดในการต่อสมาชิกในปีถัดไป 10%

4.6 กลยุทธ์ด้านช่องทางการเข้าถึงลูกค้า โดยใช้ AIDA Strategy ซึ่งเป็นโมเดลทำการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ตั้งแต่การสร้างการรับรู้ไปถึงการซื้อสินค้าและบริการ

4.6.1 Attention

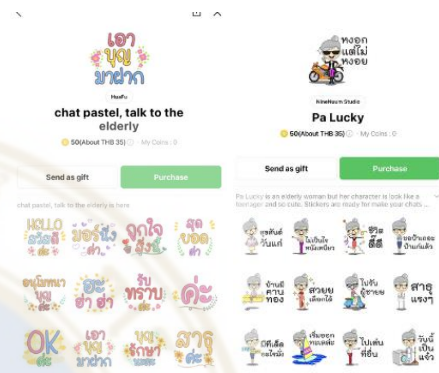
ตารางที่ 4.2 แสดง AIDA Strategy

Attention	
Online	Young Cool Facebook official page เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลธุรกิจ โดยจะเป็นในเชิงของการให้ข้อมูลของ Young cool club การสร้าง content เกี่ยวกับสุขภาพของผู้สูงอายุ และ content สร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ● Content ที่เกี่ยวกับสุขภาพถือว่าเป็น Content ที่วัยสูงอายุให้ความสนใจเพราะว่าด้วยพฤติกรรมของวัยนี้คือเป็นวัยที่ชอบศึกษาอะไรที่ดีต่อสุขภาพ โดย

Attention	
	จะสังเกตได้ว่า Content ในลักษณะนี้จะได้รับความสนใจ และสร้างความน่าเชื่อถือ สามารถสร้าง engagement ได้ดี  lappy50+ สโมสรคนวัยเก๋า โพสเมื่อ 25 กันยายน 2565 1 ความคิดเห็น · แชร์ 14 ครั้ง  Happy50+ สโมสรคนวัยเก๋า 25 กันยายน · 3 เมนูอาหารวัยเก๋ากินง่าย มีประโยชน์และอร่อยด้วย #Happy50 COOKING.KAPOOK.COM 20 นาทีอาหารเด่น ทำง่ายกินง่ายมีประโยชน์ไม่แพ้ใคร คุณพ่อคุณแม่ลองทำแล้วจะรู้ว่าอาหารที่คนวัยเก๋านิยมทำกันง่าย ๆ ทุกเมนูอร่อยและดีต่อใจ แชร์ 83 แชร์ 32 ครั้ง • Content ที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เช่นการให้เข้ามาแชร์ภาพสวยๆ จากการไปเที่ยว ให้เล่าความหลัง จะเห็นได้ว่าโพสต์ในลักษณะสามารถสร้าง engagement ได้ดีเพราะพฤติกรรมของผู้สูงอายุชอบพูดคุย แบ่งปันประสบการณ์ที่ตนเองเคยผ่านมาก มีความอยากบอกต่อเรื่องราวต่างๆ  50+ บอกภาพดอกไม้สวยๆ ดและ 1 ภาพ ความดีใจเห็น 99  มีอะไรที่วัย 50+ อยากฝากถึงเพื่อน ๆ วัย 50+ ด้วยกันบ้างว่า "อะไรที่ควรเลี่ยง อะไรที่ควรทำในหลังจากนี้" 824 ความดีใจเห็น 377 ใจการ แชร์ 16 ครั้ง
Offline	จัดบูธในห้างสรรพาสินค้าเกี่ยวกับด้านสุขภาพในจังหวัดพิษณุโลก รวมถึงสวนสาธารณะที่มีผู้สูงอายุรวมตัว โดยจะเน้นการให้ลูกค้าเกิดความสนใจด้านการดูแลสุขภาพ ด้วยการให้บริการตรวจภาวะความจำเสื่อมของผู้สูงอายุกับบุคลากรทางการแพทย์ฟรี โดยจะมีลักษณะการจัดแบบรูปตัวอย่างด้านล่างนี้โดยหากลูกค้าได้รับคำแนะนำจากบุคลากรแล้วมีความสนใจทาง Young Cool Club ก็จะมีสิทธิพิเศษต่างๆ ให้เพิ่มเติมเช่นการให้บัตรกำนัลทดลองใช้บริการฟรี 7 วัน

Attention

นอกจากนี้เพื่อให้ได้ลูกค้าเข้ามาอยู่ใน Line official มากขึ้นทาง Young Cool Club จะมีกิจกรรมแจกดิจิทัลไลน์ฟรีหากเพิ่มเพื่อน เพื่อเป็นอีก 1 ช่องทางที่จะทำให้สามารถส่งเสริมด้านการขาย แจ้งข่าว อีกทั้งลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้



● ติดป้ายโฆษณาในห้างสรรพสินค้า โดยจะเลือกห้างเซ็นทรัล พิชญ โลกเนื่องจากเป็นห้างที่ใหญ่ที่สุด และด้วยไลฟ์สไตล์คนที่มาห้างจะเอื้อกับกลุ่มลูกค้าที่วางไว้ โดยจะเน้นบริเวณที่มีที่นั่งรอเช่นตรงทางเข้าห้องน้ำ ในลิฟต์ เนื่องจากเป็นที่ที่มีโอกาสที่คนจะหยุดดูป้ายโดยจุดประสงค์ของการใช้ป้ายโฆษณาคือเพื่อสร้างการรับรู้เบื้องต้น โดยมีจุดประสงค์เน้นไปที่ Secondary target ที่มีพฤติกรรมออกมาข้างนอกบ่อยๆ และเป็นผู้ใกล้ชิดกับผู้สูงอายุเมื่อเห็นป้ายแล้วให้อยากที่จะสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือต้องการพาผู้สูงอายุมาทดลองใช้บริการ

Attention

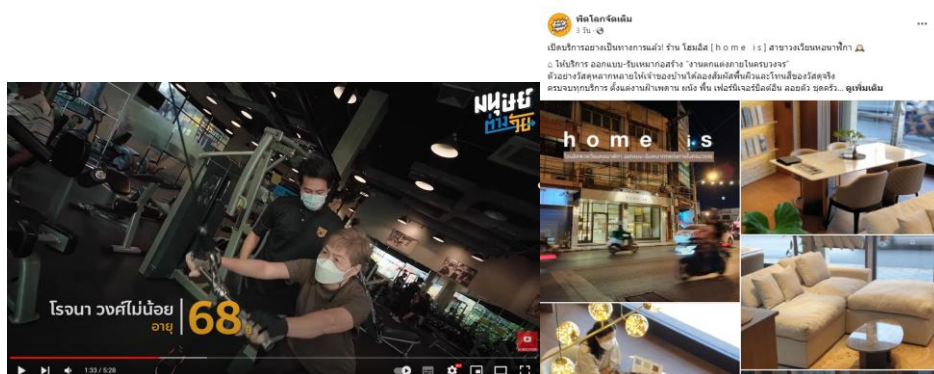


4.6.2 Interest

Interest

Online

●Content เกี่ยวกับบริการของ Young Cool Club ใช้สื่อออนไลน์ Facebook และ YouTube ซึ่งเป็นสื่อที่ผู้สูงอายุใช้งาน โดยจะเน้นการทำ content ทั้งแบบบทความที่มีภาพประกอบ และวิดีโอ สื่อถึงลักษณะการแนะนำกิจกรรมที่ให้บริการว่ามีลักษณะอย่างไร กิจกรรมอะไรบ้าง มีประโยชน์ต่อลูกค้าอย่างไร สามารถทำให้ชีวิตดีขึ้นได้อย่างไร โดยจะนำเสนอผ่านช่องทาง Official ของทางแบรนด์ และ Marketing agency โดย agency ที่ใช้จะต้องมีผู้ติดตามเยอะเพื่อเป็นที่สร้างการรับรู้ความสนใจของแบรนด์ เพจที่มีชื่อเสียงของจังหวัดพิษณุโลก มีจำนวนคนติดตามเยอะ เช่น เพจ “พิศโลกจัดเต็ม” ซึ่งมีจำนวนคนติดตามกว่า 200,000 คน

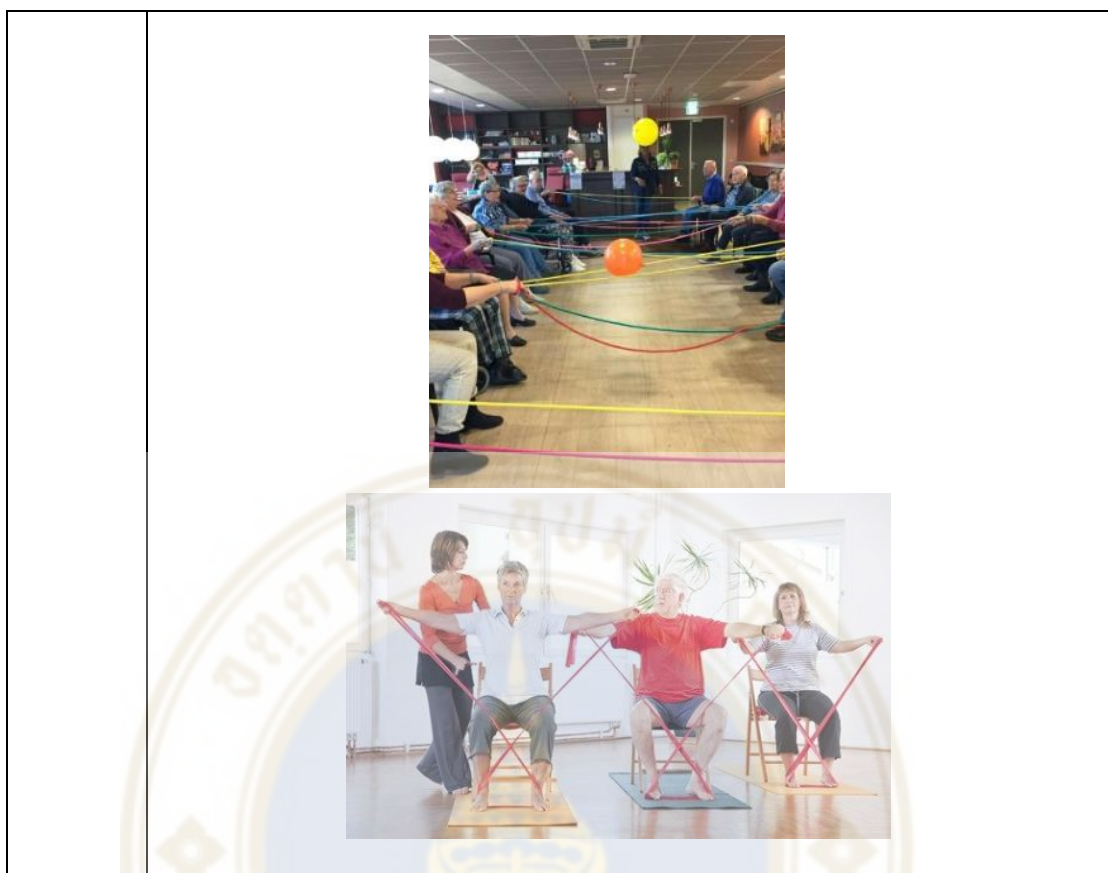


Interest	
	● The Power of Influencers ใช้ Influencers เข้ามาช่วยให้แบรนด์มีความน่าเชื่อถือมากขึ้นโดยจะใช้ Influencers 2 ประเภทคือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสุขภาพ และ Influencer ที่อยู่ในช่วงวัยสูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุเป็นวัยที่เชื่อสิ่งต่างๆบนโลกอินเทอร์เน็ต ยิ่งในด้านของสุขภาพแล้วผู้สูงอายุยิ่งชอบอะไรที่ว่าดีก็จะทำตาม ซึ่งลักษณะการใช้ Influencer จะแตกต่างกันไปดังนี้ ● ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ก็จะทำหน้าที่ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับด้านสุขภาพ  ● Influencer ผู้สูงอายุที่มีลักษณะชื่นชอบทำสิ่งใหม่ๆ หัวใจยังวัยรุ่น โดยจะทำ Content ให้ Influencer เข้ามาทดลองเข้ามาใช้บริการเพื่อเป็นการบอกต่อผู้ติดตาม ว่ารู้สึกอย่างไรหลังจากที่ได้มาทดลองใช้บริการ ทำให้ผู้ติดตามที่เป็นวัยเดียวกันสามารถสื่อความรู้สึกของวัยเดียวกันได้ดี 

Interest	
	●สร้าง Content จากผู้ที่เข้ามาใช้บริการจริงๆ เพื่อจูงใจคนที่อยากหาข้อมูลเพิ่มเติม ผู้ที่ยังไม่แน่ใจว่าจะเข้ามาเป็นลูกค้าดีหรือไม่ การทำ Content แบบนี้ถือเป็นอีกวิธีที่สามารถสร้างความสนใจและอาจนำไปสู่ Action ได้  4

4.6.3 Desire

Desire	
Offline	ให้ทดลองเข้าใช้บริการฟรีเป็นเวลา 7 วัน โดยจะสามารถเข้าได้ทุกคลาส และสามารถพาผู้ใกล้ชิดเข้ามาใช้บริการได้ 1 คน เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการอย่างแท้จริง และหากลูกค้าได้เข้ามาทดลองเข้าใช้บริการแล้วจะทำให้ตัดสินใจง่ายขึ้น และยังเป็นการสร้างพฤติกรรมต่อเนื่องในระยะเวลา 7 วันหากลูกค้าเข้ามาทดลองใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และในการทำกิจกรรมแบบรวมกลุ่มนั้นเป็นส่วนช่วยที่ทำให้รู้สึกว่าคุณเองได้เจอสังคมใหม่ เพื่อนใหม่



4.6.4 Action

	Action
Online& Offline	เมื่อลูกค้าเกิดความสนใจหลังจากที่ได้รับข้อมูลมาครบถ้วนจากทั้งใน Online และ Offline แล้วแต่ยังคิดที่เรื่องเงินเนื่องจากธุรกิจนี้ตั้งอยู่ที่จังหวัดพิษณุโลก ค่าบริการที่ตั้งไว้เป็นมูลค่าที่เยอะ ทำให้การที่จะตัดสินใจซื้อบริการเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา ดังนั้นเราจะต้องทำให้การซื้อเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้นคือ • สามารถผ่อนชำระบัตรเครดิตได้ 0% • หากเป็นสมาชิกใหม่จะได้รับส่วนลดพิเศษในการไปเที่ยวทริปในประเทศ 20% • หากเป็นการแนะนำเพื่อนมาสมัคร ผู้ที่พาเพื่อนมาสมัครจะได้รับส่วนลดในการต่อสมาชิกปีถัดไป 10% เนื่องจากผู้สูงอายุหากเห็นเพื่อนมีกิจกรรมใหม่ๆ น่าสนใจอยากที่จะลองบ้างถือว่าเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ ลูกค้าเดิมที่เข้ามาใช้

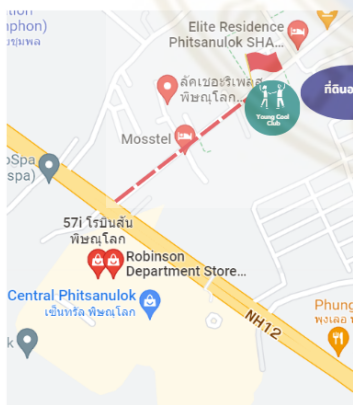
Action	
	บริการอยู่แล้ว และเกิดความประทับใจอยากให้เพื่อนมาลองบ้าง นอกจากจะมีเพื่อนมาทำกิจกรรมด้วยกันแล้วยังได้รับส่วนลดอีกด้วย 

บทที่ 5

แผนการจัดการ

5.1 ทำเลที่ตั้ง

บริษัท Young Cool Club จำกัดเป็นบริษัทที่จัดตั้งใหม่ ให้บริการในรูปแบบของ Community ผู้สูงอายุโดยจะเน้นให้บริการในลักษณะ On-site ทำให้มีเงินทุนอย่างจำกัดในช่วงแรก บริษัทจึงจำเป็นในลักษณะของ lean management ซึ่งเป็นการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดภายใต้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด เนื่องจากลักษณะการให้บริการแบบ On-site me ทำให้ต้องใช้เงินทุนช่วงแรกไปกับการก่อสร้างสถานที่ ทำให้ต้องมีการจำกัดของทรัพยากรบุคคล โดยพื้นที่ก่อสร้างนั้นเป็นที่ดินของผู้ประกอบการมีขนาด 300 ตารางวา พื้นที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง อยู่ใกล้โรงแรม หมู่บ้านจัดสรร และห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่อย่างเซ็นทรัลพียูโลก ในปัจจุบันพื้นที่ดังกล่าวเป็นห้องแถวให้เช่าซึ่งมีผู้เช่าอยู่เต็มพื้นที่แต่ค่าเช่าไม่ได้สูงมากนักเพราะไม่ได้มีการรีโนเวทให้ทันสมัย แต่อย่างไรก็ตามถึงจะมีผู้เช่าอยู่แล้วแต่ผู้ประกอบการเล็งเห็นศักยภาพของที่ดินนี้นอกเหนือจากการเปิดให้เช่าค้าขายจึงมีความต้องการทำธุรกิจอื่นๆ



ภาพที่ 5.1 ลักษณะพื้นที่ของ Young Cool Club

5.2 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรหลักที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนธุรกิจ

บริษัท Young Cool Club จำกัด เน้นให้บริการในรูปแบบของ Community ผู้สูงอายุ โดยจะเน้นให้บริการในลักษณะ On-site หน้าที่สำคัญของบริษัทคือการเน้นการให้บริการที่เหมาะสม ทั้งถึงและคำนึงถึงปลอดภัยต่อผู้เข้ามาใช้บริการ โดยจะมีบริการในลักษณะของการออกกำลังกาย และกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยมีจุดเด่นที่กิจกรรมหลากหลาย ซึ่งผู้สูงอายุที่เข้ามาทำกิจกรรมภายใน Young Cool Club จะต้องประเมินภาวะสมองเสื่อมของผู้เข้ามาเป็นสมาชิกเพื่อจัดคลาสให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุเพื่อให้สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบคุณค่าให้กับผู้สูงอายุในด้านของร่างกายที่แข็งแรง ชะลอภาวะความจำเสื่อม และมีสุขภาพจิตที่ดี

บริษัท Young Cool Club จำกัดเป็นบริษัทที่จัดตั้งใหม่ จึงแบ่งช่วงของธุรกิจเป็น 3 ช่วง คือช่วงเริ่มบริษัท Development stage เป็นช่วงที่เริ่มก่อสร้างสถานที่ให้เหมาะสมกับกิจกรรมที่จะจัดขึ้นซึ่งคาดการณ์ว่าจะใช้เวลาก่อสร้าง พร้อมตกแต่งสถานที่ไม่เกิน 7 เดือน เพื่อพร้อมต่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ในจังหวัดพิษณุโลก และให้บริการผู้สูงอายุในกลุ่มแรกๆ เพื่อทดลองการให้บริการและนำมาปรับปรุงและแก้ไขให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุมากขึ้น หลังจากนั้นจะเข้าสู่ Startup stage ใน 1-2 ปีแรกเป็นช่วงที่ยังคงมีกระแสเงินสดติดลบ และเมื่อมีอัตราการเติบโตของผู้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น ทำให้มียอดขายที่เพียงพอในปีที่ 3-5 จะเป็นช่วงที่บริษัทเข้าสู่ช่วงเติบโต Early stage ซึ่งเป็นช่วงที่บริษัทเริ่มมีกระแสเงินสดบวกในปีที่ 3 เป็นต้นไป

5.2.1 ช่วงก่อนเริ่มบริษัท (Development stage) ระยะเวลา 7 เดือน

ช่วงเวลานี้ผู้ก่อตั้งบริษัทประกอบด้วย 2 คน จะเป็นผู้หาบริษัทที่จะเข้ามาทำงานด้านก่อสร้าง และออกแบบให้เหมาะกับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยผู้รับเหมาก่อสร้างจะต้องเข้าใจหลักสรีระ การใช้สอย โดยจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก เช่นการออกแบบให้พื้นผิวมีความหยาบเล็กน้อยเพื่อกันลื่นในห้องน้ำ มีราวจับในพื้นที่ที่มีแนวโน้มที่จะเกิดอันตราย โดยจะคัดเลือกผู้รับเหมาที่มีประสบการณ์ และเชี่ยวชาญในการสร้างสถานที่ที่มีผู้ใช้งานเป็นผู้สูงอายุเพราะจะทำให้สามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งานมากขึ้น

5.2.2 ช่วงบริษัทตั้งใหม่ (Startup stage) ปีที่ 1-2

ผู้ก่อตั้งบริษัทประกอบด้วย 2 คน โดยตำแหน่งท่านแรกจะเป็น Chief Executive Officer (CEO) และท่านที่สองคือ Chief Financial Officer (CFO) ผู้ก่อตั้งทั้ง 2 จะเป็นผู้ดูแลธุรกิจทั้งหมดในช่วงเริ่มธุรกิจ โดยจะมีการแบ่งหน้าที่ชัดเจนคือ

➤ หน้าที่ของ Chief Executive Officer (CEO)

- นักการตลาด
- บริหารงานทรัพยากรบุคคล
- สอนคลาสเสริมทักษะการเรียนรู้เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ , iPad , Smart

Phone

➤ หน้าที่ของ Chief Financial Officer (CFO)

- หาแหล่งเงินทุน
- หา Supplier
- สอนคลาสเสริมทักษะการเรียนรู้เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ , iPad , Smart

Phone

ในส่วนของการจ้างทรัพยากรบุคคลสำหรับช่วงแรกของการเริ่มต้นธุรกิจ บริษัทมีการวางแผนจ้างพนักงานเพิ่มจำนวน 3 ท่าน

ทรัพยากรบุคคลฝ่ายดำเนินงาน

1. พนักงานเทรนเนอร์ออกกำลังกาย

คุณสมบัติ

- เพศชาย / หญิง อายุ 22-40 ปี
- วุฒิปริญญาตรี พลศึกษา , วิทยาศาสตร์การกีฬา สาขาที่เกี่ยวข้อง หรือมีใบ Certificate
- มีประสบการณ์ในงานด้านการกีฬา หรือออกกำลังกายมากกว่า 1 ปี
- มีประสบการณ์การสอนในคลาสโยคะ แอโรบิก และ เวทเทรนนิ่ง
- มีทักษะด้านการสื่อสารดี อธิบายดี มีความกระตือรือร้น
- อ่อนโยน ใจเย็น สามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจ

หน้าที่

- รับผิดชอบในคลาสออกกำลังกายที่จัดขึ้น
- แนะนำวิธีการออกกำลังกายแบบส่วนบุคคลและการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพตามความต้องการของลูกค้า
- ดูแลยอดขาย และหาสมาชิกใหม่
- ปลุกฝังทัศนคติที่ดีในการออกกำลังกายให้กับท่านสมาชิก

2. นักกิจกรรมบำบัด

คุณสมบัติ

- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี วท.บ. (สาขากิจกรรมบำบัด) ขึ้นไป
- เพศ : หญิง/ชาย (กรณี เพศชาย ต้องผ่านการเกณฑ์ทหาร)
- มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ
- มีมนุษยสัมพันธ์ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง
- มีใบประกอบวิชาชีพ
- อายุไม่เกิน 30 ปี

หน้าที่

- รับผิดชอบด้านการสอนคลาส Workshop ที่จัดขึ้น
- ช่วยให้ผู้สูงอายุปรับตัวให้มีการใช้เวลาอย่างมีจุดหมายและเป็นการส่งเสริมสุขภาพ
- การประเมิน เป็นการประเมินกิจกรรมแต่ละกิจกรรมโดยผู้สูงอายุ ว่ากิจกรรมแต่ละกิจกรรมนั้นๆมีคุณค่า ความหมายอย่างไรต่อผู้สูงอายุ และรูปแบบการทำกิจกรรมทั้งหมด
- การหาทางเลือกอื่นๆ เป็นการสำรวจกิจกรรมหลายๆรูปแบบที่อาจมาแทนกิจกรรมที่ต้องหยุดทำไป หรือเพิ่มเติมในช่วงเวลาที่มีมากขึ้น
- การเลือกกิจกรรมและวางกลยุทธ์ในการปรับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ
- การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีการใช้เวลาอย่างมีจุดหมายและเป็นการส่งเสริมสุขภาพตามที่ได้วางแผนไว้

3. นักบัญชี (Outsource)

หน้าที่

- จัดทำรายงานผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน
- ปิดงบการเงินรายเดือน
- ตรวจสอบการบันทึกบัญชี
- วางแผนและจัดทำงบประมาณประจำปี และวางแผนภาษีของบริษัท

ตารางแสดงทรัพยากรสินทรัพย์สำหรับนำมาใช้ในการดำเนินการปีที่ 1-2

ตารางที่ 5.1 แสดงทรัพยากรสินทรัพย์สำหรับนำมาใช้ในการดำเนินการปีที่ 1-2

ลำดับ	ชื่ออุปกรณ์	คำอธิบาย	ภาพ	ราคา ต่อ หน่วย (บาท)	จำนวน (ชิ้น)
1	เครื่องปริ้นเตอร์ EPSON มัลติฟังก์ชันปริ้นเตอร์ รุ่น WFORCE-C5790	ใช้พิมพ์ เอกสารภายใน สำนักงาน		11,900	1
2	โต๊ะทำงานไม้	โต๊ะทำงาน สำหรับใช้ ภายใน สำนักงาน		2,190	4
3	เก้าอี้ HOMEBU พนักพิง หลังสูง รูปตัว S รับสรีระ Office Chai	เก้าอี้ทำงาน สำหรับใช้ ภายใน สำนักงาน และ ใช้ในคลาส สอนการใช้ งานเครื่องมือ อิเล็กทรอนิกส์ ต่างๆ		1,599	14
4	โต๊ะสำหรับห้องเรียน ขนาด 120 cm.	ใช้สำหรับ เรียนในคลาส สอนการใช้ งานเครื่องมือ อิเล็กทรอนิกส์ ต่างๆ		2,190	10

ลำดับ	ชื่ออุปกรณ์	คำอธิบาย	ภาพ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน (ชิ้น)
6	โต๊ะสำหรับห้อง Workshop ขนาด 75×150×75cm	ใช้สำหรับ คลาสงาน ศิลปะบำบัด.		4,900	6
7	DELL Inspiron (15.6", AMD Ryzen 5, RAM 8GB, 256GB) รุ่น W56625221ATHW103B	Notebook สำหรับใช้งาน ภายใน สำนักงานในงานเอกสารต่างๆ		19,990	4

5.2.3 ช่วงบริษัทเข้าสู่ช่วงเติบโต (Early startup) ปีที่ 3-5

ในช่วงของทรัพยากรบุคคลช่วงการเติบโต บริษัทมีแผนการจ้างพนักงานเพิ่มอีก 2 อัตรา เพื่อตอบสนองต่อการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งาน

ทรัพยากรบุคคลกรฝ่ายดำเนินงาน

1. พนักงาน Admin ประจำบริษัท 1 อัตรา

คุณสมบัติ

- วุฒิ ปวส. หรือปริญญาตรี ไม่จำกัดสาขา
- มีประสบการณ์ด้านงานบริการลูกค้า
- มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ และ Social Media
- มีใจรักงานบริการ
- สามารถใช้โปรแกรม Microsoft พื้นฐานได้เป็นอย่างดี

หน้าที่

- ทำงานด้านการให้ข้อมูลต่อผู้สนใจทั้งแบบ ออนไลน์ และ ออนไลน์
- ดูแลเรื่องการขาย และยอดขาย
- ดูแลความเรียบร้อยของสำนักงาน
- ดูแลการติดต่อออนไลน์

2. พนักงานเทรนเนอร์ออกกำลังกาย

คุณสมบัติ

- เพศชาย / หญิง อายุ 22-40 ปี
- วุฒิปริญญาตรี พลศึกษา , วิทยาศาสตร์การกีฬา สาขาที่เกี่ยวข้อง หรือมีใบ Certificate
- มีประสบการณ์ในงานด้านการกีฬา หรือออกกำลังกายมากกว่า 1 ปี
- มีประสบการณ์การสอนในคลาสโยคะ แอโรบิก และ เวทเทรนนิ่ง
- มีทักษะด้านการสื่อสารดี อธิบายดี มีความกระตือรือร้น
- อ่อนโยน ใจเย็น สามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจ

หน้าที่

- รับผิดชอบในคลาสออกกำลังกายที่จัดขึ้น
- แนะนำวิธีการออกกำลังกายแบบส่วนบุคคลและการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพตามความต้องการของลูกค้า
- ดูแลยอดขาย และหาสมาชิกใหม่
- ปลุกฝังทัศนคติที่ดีในการออกกำลังกายให้กับท่านสมาชิก

ตารางที่ 5.2 ตารางแสดงทรัพยากรสินทรัพย์สำหรับนำมาใช้ในการดำเนินการปีที่ 3-5

ลำดับ	ชื่ออุปกรณ์	คำอธิบาย	ภาพ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน (ชิ้น)
1	โต๊ะทำงานไม้	โต๊ะทำงานสำหรับใช้ภายในสำนักงาน		2,190	2
2	เก้าอี้ HOMEBU พนักพิงหลังสูง รูปตัว S รับสรีระ Office Chair	เก้าอี้ทำงานสำหรับใช้ภายในสำนักงาน และใช้ในคลาสสอนการใช้งานเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ		1,599	2
3	DELL Inspiron (15.6", AMD Ryzen 5, RAM 8GB, 256GB) รุ่น W56625221ATHW103B	Notebook สำหรับใช้งานภายในสำนักงานในงานเอกสารต่างๆ		19,990	2

5.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดการบริการจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร

บริษัทมีการจัดการทรัพยากรภายใน 5 ปี และวางกลยุทธ์สำหรับแผนการดำเนินงาน และบริหารงานตามงบประมาณที่จัดเตรียมพิจารณาได้ดังนี้

ตารางที่ 5.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดการบริการจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร

รายการทรัพยากร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. การบริหาร					
1.1 จำนวนพนักงาน (คน)	2	2	2	2	2
1.2 ค่าจ้างพนักงาน (บาทต่อปี)	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
รวมค่าใช้จ่ายทรัพยากรฝ่ายบริหาร	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
2. การดำเนินงาน					
2.1 จำนวนพนักงาน (คน)	2	2	4	4	4
2.2 ค่าจ้างพนักงาน (บาทต่อปี)	420,000	420,000	732,000	732,000	732,000
2.3 ค่าคอมมิชชั่น	79,960	-	39,800	-	-
2.4 เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน	94,346	-	7,578	-	-
2.5 ค่าน้ำ ค่าไฟ	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
รวมค่าใช้จ่ายทรัพยากรฝ่ายดำเนินงาน	601,306	427,000	786,378	739,000	739,000
3. ทรัพยากรฝ่ายสนับสนุน (Outsource)					
3.1 จำนวนพนักงาน (คน)	1	1	1	1	1
3.2 ค่าจ้างพนักงาน (บาทต่อปี)	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
รวมค่าใช้จ่ายทรัพยากรฝ่ายสนับสนุน	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
รวมค่าใช้จ่ายด้านทรัพยากร	1,111,306	937,000	1,296,378	1,249,000	1,249,000

บทที่ 6

การบริหารและจัดการองค์กร

6.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

ธุรกิจ Young Cool Club เป็นธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ ที่สเหมือนชุมชน (Community) ของผู้สูงอายุที่เข้ามาทำกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยจะมีบริการในลักษณะของการออกกำลังกาย และกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยมีเงินลงทุนจดทะเบียนจากผู้ถือหุ้นรวมทั้งสิ้น 3 ราย 2,500,000 บาท จัดสรรหุ้นจำนวน 250,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 10 บาท นโยบายใน 5 ปี แรกของการดำเนินธุรกิจจะยังไม่มียนโยบายจ่ายเงินเพื่อจะนำกำไรสะสมที่ได้นำมาเป็นทุนสำรองในการพัฒนาบริการในอนาคต

รายชื่อและสัดส่วนการลงทุนของผู้ก่อตั้ง

ตารางที่ 6.1 แสดงรายชื่อและสัดส่วนการลงทุนของผู้ก่อตั้ง

ลำดับ ที่	ชื่อผู้ร่วมลงทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน (บาท)
1	พรประธาร ครองราช	150,000	60	1,500,000
2	วิโรจน์ วิเศษฤทธิ์	50,000	20	500,000
3	อำนวยการ ครองราช	50,000	20	500,000
รวม		250,000	100%	2,500,000

เดิมผู้ก่อตั้งมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจเกี่ยวกับห้องพักรายเดือนในจังหวัดพิษณุโลกเป็นเวลา 20 ปี โดยเริ่มธุรกิจตั้งแต่รุ่นคุณยายจนถึงเจนเนอร์เรชั่นปัจจุบันคือตัวของผู้ก่อตั้งเอง โดยมี 2 ที่คือในใจกลางเมือง และชานเมือง ซึ่งห้องพักในใจกลางเมืองถูกค่าจะเป็นบุคคลกรในโรงพยาบาล และนักศึกษาพยาบาล เพราะสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับโรงพยาบาลที่มีขนาดใหญ่ และในส่วนห้องพักที่อยู่ชานเมืองนั้นจะเป็นลักษณะห้องเช่าเพื่อทำค้าขายเป็นหลัก เนื่องจากบริเวณดังกล่าวใกล้ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่อย่างเซ็นทรัลพิษณุโลก และคูโสม ทำให้บริเวณนี้จะมีทั้งบ้านจัดสรร และหอพักจำนวนค่อนข้างมาก ซึ่งเมื่อก่อนการที่มีห้องพักทำให้มีรายได้ดี มั่นคง แต่ปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการด้านห้องพักที่เพิ่มมากขึ้นกว่าสมัยก่อน และเนื่องด้วยจากกรณีศึกษาในช่วงเกินสถานการณ์โควิดทำให้รู้ว่าการที่เรามีเพียง 1 ธุรกิจไม่เพียงพออีกต่อไป เพราะในช่วง

สถานการณ์ โควิดผู้เช่าที่ไม่สามารถทำงานในตัวเมืองได้จำเป็นต้องย้ายออกจากห้องพักเพื่อลดรายจ่าย ทำให้ศูนย์เสียรายได้จำนวนมาก แต่ด้วยที่ผู้ก่อตั้งไม่ได้มีหนี้สินทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ จึงมีแนวความคิดที่จะพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับเทรนของผู้สูงอายุที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งได้มีแนวคิดที่จะปรับปรุงที่ดินชานเมืองที่มีศักยภาพนำมาสร้างแผนธุรกิจต่อไป

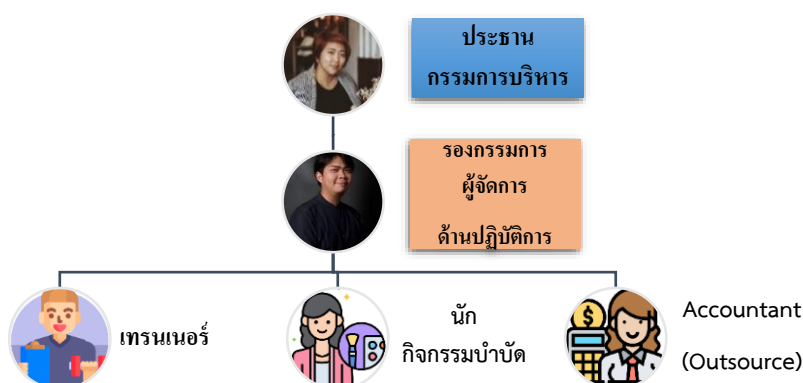
6.2 โครงสร้างองค์กร (Organizational Chart)

บริษัท Young Cool Club เป็นบริษัทที่จัดอยู่ในรูปแบบของธุรกิจเริ่มต้น มีผู้บริหาร 2 คน ซึ่งทำหน้าที่ดูแลทีมงานและ ดูแลภาพรวมของบริษัทในช่วงแรก ทำให้องค์กรยังมีขนาดเล็กและมีตำแหน่งที่ยังมีความซับซ้อนกัน จึงจัดโครงสร้างให้อยู่ในรูปแบบ Flat Organization เพื่อที่จะได้ดูแลทรัพยากรบุคคลอย่างทั่วถึง และทีมงานบริหารสามารถสื่อสาร เป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ของบริษัทอย่างทั่วถึง เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนมองเป้าหมายเดียวกัน นอกจากนั้นการจัดโครงสร้างองค์กรดังกล่าวทำให้พนักงานทุกคนสามารถสื่อสารกันอย่างทั่วถึง แสดงความคิดเห็นเพื่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและดำเนินการอย่างรวดเร็วที่สุด

6.2.1 ช่วงที่เป็นบริษัทตั้งใหม่ (Startup) ปี ที่ 1-2

ในช่วงแรกของการจัดตั้งบริษัทใหม่ บริษัทมีทรัพยากรทางด้านเงินทุนอย่างจำกัด ดังนั้นบริษัทจึงเลือกใช้การบริหารแบบ lean management ตัดลดทรัพยากรที่ไม่จำเป็น เหลือไว้คนแต่กิจกรรมหลักเท่านั้นเพื่อที่จะสามารถทำให้ธุรกิจเติบโตไปได้ ในส่วนที่เป็นกิจกรรมสนับสนุน เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการสอนในคลาสเสริมการเรียนรู้ ผู้ร่วมก่อตั้งจะเป็นผู้ดูแลทั้งหมดตั้งแต่แผนผังองค์กรในช่วงเริ่มต้นจึงสามารถเขียนได้ดังภาพที่ 6.1

แสดงโครงสร้างบริษัทช่วงที่เป็นบริษัทตั้งใหม่ (Startup) ปี ที่ 1-2



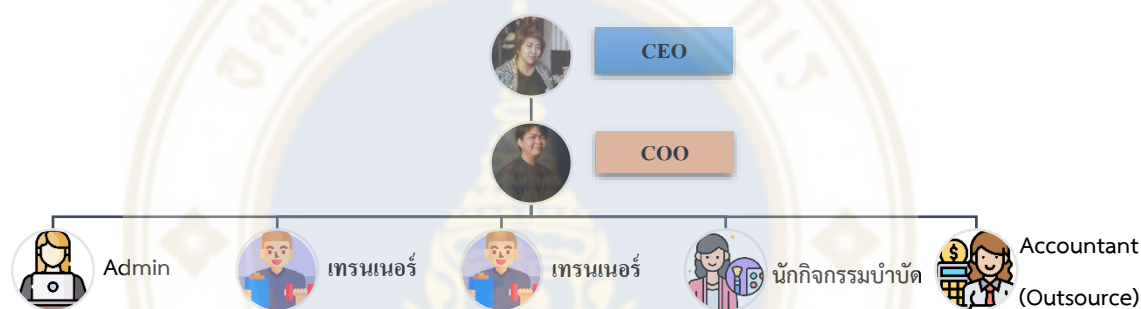
ภาพที่ 6.1 แสดงโครงสร้างองค์กรในระยะ 1-2 ปี แรก

ประบวนการบริหารมีหน้าที่หลักในการดูแลภาพรวมของบริษัท วางกลยุทธ์ และสนับสนุนการดำเนินงานทั่วไปและมีรองกรรมการผู้จัดการด้านการปฏิบัติการเป็นช่วยประบวนการบริหารในการดูแลดำเนินงานทั่วไป การตลาด บริหารทรัพยากรมนุษย์ สำหรับนักบัญชีจะเป็นการจ้างเหมาจากภายนอกดูแลเกี่ยวกับบัญชีของบริษัท

6.2.2 ช่วงบริษัทเข้าสู่ช่วงเติบโต (Early Stage) ปี ที่ 3-5

เมื่อบริษัทเริ่มสามารถตั้งตัวได้ บริษัทเริ่มลงทุนในส่วนของการขยายบุคคลเพิ่มในปีที่ 3 เพื่อตอบสนองต่อจำนวนผู้เข้าใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น โดยมีแผนว่าจ้างพนักงาน 2 อัตรา คือ ตำแหน่งเทรนเนอร์ และพนักงาน Admin

แสดงโครงสร้างบริษัทช่วงบริษัทเข้าสู่ช่วงเติบโต (Early Stage) ปี ที่ 3-5



ภาพที่ 6.2 แสดงโครงสร้างองค์กรในระยะ 3-5 ปี

6.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลา

จากที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทมีการจัดสรรทรัพยากรบุคคลใน 2 ช่วง ภายใต้กรอบเวลา 5 ปี ดังนี้

อัตราจ้างงานทรัพยากรบุคคลในปีที่ 1-2

ตารางที่ 6.2 แสดง อัตราจ้างงานทรัพยากรบุคคลในปีที่ 1-2

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่ง	อัตราเงินเดือน (บาท/เดือน)	จำนวน (คน)	รวมเงินต่อปี
1	ฝ่ายบริหาร	ประบวนการบริหาร	20,000	1	240,000
2	ฝ่ายบริหาร	รองกรรมการผู้จัดการ	20,000	1	240,000

		ด้านการปฏิบัติการ			
3	ฝ่ายดำเนินงาน	เทรนเนอร์	15,000	1	180,000
4	ฝ่ายดำเนินงาน	นักกิจกรรมบำบัด	20,000	1	240,000
5	ฝ่ายสนับสนุน	บัญชี (Outsource)	2,500	1	30,000
รวมค่าใช้จ่ายทรัพยากรบุคคล					930,000

อัตราจ้างงานทรัพยากรบุคคลในปีที่ 3-5

ตารางที่ 6.3 แสดงอัตราจ้างงานทรัพยากรบุคคลในปีที่ 3-5

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่ง	อัตราเงินเดือน (บาท/เดือน)	จำนวน (คน)	รวมเงินต่อปี
1	ฝ่ายบริหาร	ประธานกรรมการ	20,000	1	240,000
2	ฝ่ายบริหาร	รองกรรมการผู้จัดการ ด้านการปฏิบัติการ	20,000	1	240,000
3	ฝ่ายดำเนินงาน	เทรนเนอร์	15,000	2	360,000
4	ฝ่ายดำเนินงาน	นักกิจกรรมบำบัด	20,000	1	240,000
5	ฝ่ายดำเนินงาน	Admin	11,000	1	132,000
6	ฝ่ายสนับสนุน	บัญชี (Outsource)	2,500	1	30,000
รวมค่าใช้จ่ายทรัพยากรบุคคล					1,110,000

บทที่ 7

แผนการเงิน

7.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

โครงการ Young Cool Club เกิดจากการเห็นศักยภาพตลาดของกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่มีจำนวนมากในอนาคต ทำให้สินค้าและบริการที่เกี่ยวกับด้านสุขภาพมีโอกาสเติบโตมากขึ้นทำให้ผู้วิจัยมองเห็นถึงโอกาสที่จะเข้าไปทำธุรกิจในอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยผู้วิจัยได้นำเครื่องมือ Financial Feasibility Canvas มาวิเคราะห์ในด้านแผนการเงินดังนี้

Financial Feasibility Canvas

Financial Feasibility Canvas		Young Cool Club
1) Investment Rationale - ใช้สิทธิประโยชน์ที่ดินของ Founder ในการดำเนินธุรกิจ Young Cool Club โดยทำเลของที่ดินอยู่เขตเมือง ห่างจากถนนใหญ่ 300 เมตร อยู่ใกล้ห้าง Central ซึ่งเป็นห้างที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดพิษณุโลก - เนื่องจากในอนาคตมีจำนวนผู้สูงอายุมากขึ้น ทำให้เห็นโอกาสของธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ 	2) Capital Investment เงินทุนแรกเริ่มดำเนินการประมาณ 4.37 ล้านบาท - เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 3.25 ล้านบาท - เงินทุนหมุนเวียน 1.11 ล้านบาท (สำหรับ 5 ปีแรก) 	3) Assumptions - ประมาณการยอดขาย 1-5 ปี เท่ากับ 4.9 , 5.3 , 6.6 , 7.4 ล้านบาท - สมาชิกรายปี 150,160,170,180,200 คน - สมาชิกรายเดือน 50,60,70,80,90 คน - กำไรต่อหัว 4, 4.6, 6, 8 ครั้ง/ปี - ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อเดือน 197,188 บาท ราคาขาย - รายปี 24,000 บาท/ปี - ราย 6 เดือน 15,000 บาท - กำไรในประเทศ 20,000 บาท/คน 
6) Entrepreneurial Decision - ผู้ประกอบการตัดสินใจลงทุน - ผู้ประกอบการมีเงินลงทุน 2.5 ล้านบาท เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการควรจะต้องพิจารณาต้นทุน หรือกำไรเพิ่ม 1.87 ล้านบาท	5) Financial Returns Net Present Value = 8,658,000 M IRR = 77% Payback Period = 2 ปี	4) Cashflow คำนวณ Free Cash Flow ปีที่ 0-5 Y0 = -3.2 M Y1 = 1.9 M Y2 = 2.9 M Y3 = 3.0 M Y4 = 3.4 M Y5 = 5.1 M 

ภาพที่ 7.1 Financial Feasibility Canvas

7.1.1 Investment Rationale

➤ ผู้วิจัยมีสิทธิประโยชน์ที่ดินในการดำเนินธุรกิจ Young Cool Club โดยทำเลของที่ดินอยู่เขตเมืองห่างจากถนนใหญ่ 300 เมตร อยู่ใกล้ห้างเซ็นทรัลพิษณุโลกซึ่งเป็นห้างที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดพิษณุโลก

➤ ปัจจุบันประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมของผู้สูงอายุ (Aging Society) จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นแตะ 14% ของประชากรทั้งหมดในปี

2564 ส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อขายของวัยสูงอายุเปลี่ยนไปโดยจะเริ่มหันมาสนใจในด้านของเรื่องสุขภาพมากขึ้น ทำให้เห็นโอกาสของธุรกิจที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุ

7.1.2 Capital Investment

แสดงเงินลงทุนในโครงการ

ตารางที่ 7.1 แสดงเงินลงทุนในโครงการ

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
สินทรัพย์ถาวร	3,254,085	1,755,500	1,500,000
เงินทุนหมุนเวียน	1,114,500	744,500	368,585
รวม	4,368,585	2,500,000	1,868,585

ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มธุรกิจคือ ค่าใช้จ่ายประเภทสินทรัพย์ถาวร โดย Young Cool จะเริ่มบริการหลังจากสถานที่ที่ให้บริการเสร็จเรียบร้อยแล้วคาดว่าจะใช้เงินลงทุนก่อนให้บริการ 3,293,000 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนของสินทรัพย์ถาวรทั้งหมด และมีสำรองเงินทุนหมุนเวียนในช่วง 5 ปีแรก 1,114,500 บาท สำหรับการดำเนินงานในแต่ละปี

แสดงรายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในการเริ่มต้นปีแรก

ตารางที่ 7.2 แสดงรายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในการเริ่มต้นปีแรก

ลำดับ	รายการ: เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
1	เครื่องปริ้นเตอร์ EPSON มัลติฟังก์ชันปริ้นเตอร์ รุ่น WFORCE-C5790	1	11,900	11,900
2	โต๊ะทำงาน	5	2,190	10,950
3	เก้าอี้ทำงาน	15	1,599	23,985
4	โต๊ะสำหรับห้องเรียน	10	2,190	21,900
5	ชุดโต๊ะสำหรับห้อง Workshop	6	4,900	29,400
6	DELL Inspiron (15.6", AMD Ryzen 5, RAM 8GB, 256GB)	5	19,990	99,950
7	ค่าอุปกรณ์ออกกำลังกายโยคะ	20	600	12,000
8	ค่าอุปกรณ์ออกกำลังกายทางแรงต้านแบบแขวนเพดาน	20	1000	20,000
9	ค่าอุปกรณ์ออกกำลังกายทางแรงต้าน	20	500	10,000
10	ค่าอุปกรณ์สำนักงานจิปาละ			4,000

ลำดับ	รายการ:เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
รวม				244,085

7.1.3 Assumptions

รายได้ของโครงการขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกที่เข้ามาใช้บริการ Young Cool โดยมีการแบ่งประเภทของสมาชิกดังนี้

ตารางที่ 7.3 ตารางแสดงรายได้ธุรกิจ

ลำดับ	ประเภทสมาชิก	ค่าบริการ (บาท)
1	สมาชิกราย 6 เดือน	15,000
2	สมาชิกราย 1 ปี	24,000
3	รายได้จากการจัดทริปท่องเที่ยวภายในประเทศ	20,000

แสดงการคาดการณ์ของยอดขายของสินค้าในปีที่ 1-5 โดยมีการประมาณการรายได้ต่อปีโดยมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 10% ทุกปี

ตารางที่ 7.4 แสดงการคาดการณ์ของยอดขายของสินค้าในปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สมาชิกแบบราย 1 ปี					
ประมาณการยอดขายต่อปี (คน)	150	160	170	180	200
ราคาต่อชิ้น	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
	3,600,000	3,840,000	4,080,000	4,320,000	4,800,000
สมาชิกแบบราย 6 เดือน					
ประมาณการยอดขายต่อปี (คน)	50	60	70	80	90
ราคาต่อชิ้น	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
	750,000	900,000	1,050,000	1,200,000	1,350,000
บริการพิเศษทริปท่องเที่ยวในประเทศ (ครั้ง/ปี)	4	4	6	6	8
ประมาณการยอดขายต่อปี (คน)	32	32	48	48	64
ราคาต่อชิ้น	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
	640,000	640,000	960,000	960,000	1,280,000
ยอดขายต่อปีรวม	4,990,000	5,380,000	6,090,000	6,480,000	7,430,000

การประมาณการต้นทุน

ต้นทุนการให้บริการของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้ 1. ต้นทุนด้านการผลิต 2. ต้นทุนฝ่ายสนับสนุน

ตารางที่ 7.5 แสดงต้นทุนในการบริหาร ในปี 1-5

ตำแหน่ง	เงินเดือน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
CEO	20,000	1	1	1	1	1
COO	20,000	1	1	1	1	1
Trainer	15,000	1	1	2	2	2
นักกิจกรรมบำบัด	20,000	1	1	1	1	1
Admin	11,000	-	-	1	1	1
บัญชี	จ้างเหมารายปี 30,000	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการบริหาร		1,260,000	1,260,000	1,572,000	1,572,000	1,392,000

ต้นทุนในการบริหาร ในปี 1-5

ตารางที่ 7.6 แสดงต้นทุนในการดำเนินงาน ในปี 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำ ค่าไฟ	7,000	8,000	9,000	10,000	12,000
ค่าอินเทอร์เน็ต	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
ค่าเช่าพื้นที่	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่าโทรศัพท์	599	599	599	599	599
รวม	24,099	25,099	26,099	27,099	29,099

ต้นทุนในด้านการตลาด ในปี 1-5

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าจ้าง Agency ตัดต่อภาพนิ่ง และวิดีโอ	20,000	22,000	24,200	26,620	29,282
ค่าจ้างเพอร์ริวิว	21,000	23,100	25,410	27,951	30,746
ค่าจ้าง Influencer	10,000	11,000	12,100	13,310	14,641
ค่าโฆษณาเพจ Young Cool official บน Facebook	12,000	13,200	14,520	15,972	17,569
รวม	63,000	69,300	76,230	83,853	92,238

7.1.4 Cashflow

ตารางที่ 7.7 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
ยอดขาย	4,990,000	5,380,000	6,090,000	6,480,000	7,430,000
ต้นทุนขาย	-400,000	-400,000	-600,000	-600,000	-800,000
กำไรขั้นต้น	4,590,000	4,980,000	5,490,000	5,880,000	6,630,000
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
ต้นทุนในการบริหาร	1,260,000	1,260,000	1,572,000	1,572,000	1,392,000
ต้นทุนในการดำเนินงาน	24,099	25,099	26,099	27,099	29,099
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	63,000	69,300	76,230	83,853	92,238
ค่าเสื่อมราคา	651,000	651,000	651,000	651,000	651,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,998,099	2,005,399	2,325,329	2,333,952	2,164,337
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	2,591,901	2,974,601	3,164,671	3,546,048	4,465,663
ดอกเบี้ยจ่าย	106,000	84,000	61,000	39,000	17,000
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	2,485,901	2,890,601	3,103,671	3,507,048	4,448,663
ภาษีเงินได้	518,000	595,000	633,000	709,000	893,000
กำไรสุทธิ	1,967,901	2,295,601	2,470,671	2,798,048	3,555,663

7.1.5 Financial Returns

การประเมินโครงการสมมติฐานให้ค่า $k(i) = 10.6\%$ จากการประมาณการโครงการใน
เวลา 5 ปี โครงการแผน ธุรกิจ Young Cool จะมี มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่
8,658,000.00 บาท และให้อัตราผลตอบแทน ภายใน (IRR) ร้อยละ 77 ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี
ผู้ประกอบการจึงตัดสินใจที่จะลงทุน

บทที่ 8

ความเสี่ยงและแผนการรับมือ

วิเคราะห์และระบุความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายนอก

บริษัท Young Cool Club จำกัด ให้บริการที่เสมือนชุมชน (Community) ของผู้สูงอายุที่เข้ามาทำกิจกรรมรวมกลุ่ม โดยจะมีบริการในลักษณะของการออกกำลังกาย และกิจกรรมรวมกลุ่ม ซึ่งจะเป็นการเข้ามาใช้บริการแบบ On-site เน้นการพบปะทำให้ผู้สูงอายุได้คลายเหงา ซึ่งอาจมีปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจดังนี้

8.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเงิน เช่น การเพิ่มอัตราดอกเบี้ยธนาคารแห่งประเทศไทยจะปรับเพิ่มดอกเบี้ยนโยบายในเดือน พ.ย. อีก 0.25% และคาดว่าจะปรับเพิ่มอีกครั้งในช่วงไตรมาสแรกของปี 2566 อีก 0.50% มาสู่ 1.75% การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากบริษัทวางแผนกู้จำนวน 1,110,000 บาท เพื่อเตรียมไว้สำหรับเป็นทุนหมุนเวียน หากอัตราดอกเบี้ยสูงเกินความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย บริษัทอาจจะคาดสภาพคล่องในการบริหาร

แนวทางในการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

บริษัทจะต้องวางแผนหาตัวเลือกในกู้เพื่อได้มาซึ่งดอกเบี้ยที่ถูกลงจากธนาคารที่ปล่อยสินเชื่อผู้สำหรับภาคธุรกิจ การเลือกตัวเลือกอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่นการหาเงินทุนเพิ่มเติมจากปรับ Business Model ใหม่การบริการที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้สามารถเพิ่มราคาสมาชิกหลายเดือน หรือจัดกิจกรรมพิเศษให้กับสมาชิก

8.2 ความเสี่ยงจากการความปลอดภัยในสถานที่

เนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะเป็นวัยผู้สูงอายุซึ่งมีความเปราะบางทางด้านร่างกาย บางท่านอาจทรงตัวได้ไม่ดีทำให้การเดิน การขึ้นบันไดในสถานที่ต่างๆ จะต้องระวังเป็นพิเศษ หาก

ผู้สูงอายุหกล้มอาจทำให้มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต หรือใช้เวลาในการพักฟื้นนานกว่าวัยอื่นทำให้ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ

แนวทางในการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

บริษัทจะต้องวางแผนงานก่อสร้าง การตกแต่งสถานที่ให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และการส่งเสริมสุขภาวะที่ดี โดยมีการนำผู้เชี่ยวชาญที่สามารถวิเคราะห์ความแตกต่างทางสมรรถภาพของร่างกายเฉพาะบุคคล เพื่อนำมาให้อำปรึกษา ออกแบบสถานที่ Young Cool Club ได้เหมาะสม เช่น การคิดราวจับพยุงในจุดเสี่ยงที่อาจมีอุบัติเหตุ หรือพื้นที่ภายในอาคารที่ให้ผู้สูงอายุใช้งาน ควรเรียบเสมอกัน ไม่ยกพื้นต่างระดับหรือมีธรณีประตู วัสดุกรุพื้นผิวต้องไม่เรียบลื่นจนเกินไป แสงสว่างต้องเพียงพอต่อการมองเห็น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้สูงอายุที่เข้ามาใช้บริการ

8.3 ความเสี่ยงด้านบุคลากร

เนื่องจาก Young Cool Club เป็นธุรกิจที่สร้าง Community ที่ให้บริการกับผู้สูงอายุอยู่ที่จังหวัดพิษณุโลก โดยลักษณะของการบริการมีจุดเด่นที่ใช้ผู้เชี่ยวชาญในด้านของการออกกำลังกาย และนักกิจกรรมบำบัด ซึ่งทั้ง 2 ลักษณะงานนี้จะต้องมีความเข้าใจของลักษณะของการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งบุคลากรที่มีความสามารถตรงตามบริษัทต้องการนั้นอาจทำให้เกิดการขาดแคลนเนื่องจากบุคลากรทางด้านนี้ยังมีจำกัด

แนวทางในการดำเนินการจัดการความเสี่ยง

บริษัทจะต้องร่วมมือกับมหาวิทยาลัย หรือสถานศึกษาในจังหวัดพิษณุโลกที่มีหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรที่ต้องการเพื่อนำนักศึกษามาร่วมฝึกงานกับ Young Cool Club เพื่อให้ให้นักศึกษาได้ลงฝึกทำงานจริง ได้สะสมประสบการณ์ตรง ทาง Young Cool Club เองก็จะมีโอกาสได้บุคลากรที่มีความสามารถจากการมาฝึกงานเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนบุคลากรในอนาคต



ภาคผนวก ก

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อค้นหารูปแบบของการบริการ และการออกแบบสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบ โดยใช้เครื่องมือ In-depth Interview กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 15 คน มีรูปแบบการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Purposive Sampling คือการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยสูงอายุโดยมีอายุ 60 ปีขึ้นไป และกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุ ได้แก่ บุคคลใกล้ชิดกับผู้สูงอายุ

1. กลุ่มวัยผู้ใหญ่-ผู้สูงอายุ 50-75 ปี จำนวน 11 คน เพศหญิง 7 คน และ เพศชาย 4 คน
2. กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุ ได้แก่ บุคคลใกล้ชิด หรือบุตร จำนวน 4 คน แบ่งเป็นเพศหญิง 2 คน และ เพศชาย 2 คน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างของผู้สูงอายุ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	7	63.64
ชาย	4	36.36
รวม	11	100

จากตารางที่ แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง 9 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 และเป็นเพศชาย 4 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4

แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทตามระดับการศึกษาของผู้สูงอายุ

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	0	0
มัธยมศึกษา/ปวช	6	54.55
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	4	36.36
สูงกว่าปริญญาตรี	1	9.09
รวม	11	100

จากตารางข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทตามระดับการศึกษาของผู้สูงอายุ ระดับการศึกษาอยู่มัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 54.55 ปริญญาตรี/เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 36.36 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.09

แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทตามรายได้ของผู้สูงอายุ

ระดับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
15,000-20,000 บาท	7	63.64
20,000-30,000 บาท	2	18.18
30,000 – 40,000 บาท	2	18.18
50,000 บาทขึ้นไป	0	0
รวม	11	100

จากตารางข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทตามรายได้ของผู้สูงอายุ โดยระดับรายได้ 15,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.64 รายได้ 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ รายได้ 30,000 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.18

แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทตามแหล่งที่มาของรายได้ของผู้สูงอายุ

แหล่งที่มาของรายได้ในผู้สูงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการบำนาญ	6	54.55
เงินจากบุตร	4	36.36
ธุรกิจส่วนตัว	1	9.09
รวม	11	100

จากตารางข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทตามแหล่งที่มาของรายได้ของผู้สูงอายุ โดยรายได้จากเงินบำนาญ คิดเป็นร้อยละ 54.55 รายได้จากบุตร คิดเป็นร้อยละ 36.36 และ รายได้ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.09

แสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทตามลักษณะการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุ

ลักษณะการอยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
อยู่อาศัยแบบเดี่ยว	7	63.64
อยู่กับครอบครัว	4	36.36
รวม	11	100

จากตารางข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทตามลักษณะการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุ โดยลักษณะการอยู่อาศัยแบบเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 63.64 และ อยู่อาศัยแบบครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 36.36

ส่วนที่ 2 สอบถามความต้องการ และพฤติกรรมของผู้สูงอายุในช่วงหลังเกษียณ หรือวางแผนว่าจะทำอะไรหลังเกษียณ แนวความคิด 4P ซึ่งเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นแก่นสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจ โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายและนำมาปรับใช้กับแผนธุรกิจทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย

2.1 สอบถามความต้องการ และพฤติกรรมของผู้สูงอายุ

1. กิจกรรมประจำวันที่ทำเป็นประจำ
2. ชอบใช้ social media หรือไม่
3. มีกิจกรรมคลายเหงาหรือไม่
4. ชื่นชอบทำกิจกรรมรวมกลุ่มกับเพื่อนวัยเดียวกันหรือไม่
5. มีกิจกรรมอะไรที่อยากเรียนรู้เพิ่มเติมหรือไม่
8. สามารถเดินทางไปไหนด้วยตนเองหรือไม่
9. ตารางเรียนควรมีวันเสาร์-อาทิตย์หรือไม่

2.2 แนวความคิด 4P

4.3 Services

- a. Landscape Design
- b. Services Design

4.4 Price

4.5 Place

4.6 Promotion

2.3 สอบถามความต้องการ และพฤติกรรมของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมของผู้สูงอายุ	ความคิดเห็น
1. กิจกรรมประจำวันที่ทำเป็นประจำ	1. “ทำสวนเล็กๆ ภายในบ้าน”, เพศชาย, อายุ 70 ปี 2. “ออกกำลังกายแบบวิ่งช้าๆ รอบหมู่บ้าน” เพศชาย, อายุ 66 ปี 3. “ออกกำลังกายแบบเดินตามสวนสาธารณะ” เพศชาย, อายุ 66 ปี 4. “ออกกำลังกายแบบวิ่งช้าๆ ตามสวนสาธารณะ” เพศชาย, อายุ 60 ปี 5. “ทำกับข้าว ออกกำลังกายแบบเดินรอบบ้าน” เพศหญิง, อายุ 65 ปี 6. “ออกกำลังกาย โดยการเดินรอบหมู่บ้าน” เพศหญิง, อายุ 67 ปี 7. “ออกกำลังกายแบบเดินตามสวนสาธารณะ” เพศหญิง, อายุ 66 ปี 8. “ออกกำลังกายตาม YouTube” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 9. “เลี้ยงสัตว์ภายในบ้าน” เพศหญิง, อายุ 62 ปี 10. “จ่ายตลาด และทำกับข้าว” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 11. “ทำสวนภายในบ้าน” เพศหญิง, อายุ 70 ปี
2. ชอบใช้ social media หรือไม่	1. “ใช้ Line, YouTube”, เพศชาย, อายุ 70 ปี 2. “ใช้ Line, YouTube และ Facebook” เพศชาย, อายุ 66 ปี 3. “ใช้ Line, YouTube” เพศชาย, อายุ 66 ปี 4. “ใช้ Line, YouTube และ Facebook” เพศชาย, อายุ 60 ปี 5. “ใช้ Line, YouTube เพศหญิง, อายุ 65 ปี 6. “ใช้ Line, YouTube” เพศหญิง, อายุ 67 ปี 7. “ใช้ Line, YouTube” เพศหญิง, อายุ 66 ปี 8. “ใช้ Line, YouTube และ Facebook” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 9. “ใช้ Line, YouTube และ Facebook” เพศหญิง, อายุ 62 ปี 10. “ใช้ Line, YouTube และ Facebook” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 11. “ใช้ Line” เพศหญิง, อายุ 70 ปี
3. มีกิจกรรมคลายเหงาหรือไม่	1. “ดูทีวี อ่านหนังสือ”, เพศชาย, อายุ 70 ปี 2. “อ่านหนังสือคุยกับเพื่อน” เพศชาย, อายุ 66 ปี 3. “คุยกับเพื่อน ดูทีวี” เพศชาย, อายุ 66 ปี 4. “ดูหนัง และซีรีส์” เพศชาย, อายุ 60 ปี 5. “เดินซื้อของตามตลาด” เพศหญิง, อายุ 65 ปี

พฤติกรรมของผู้สูงอายุ	ความคิดเห็น
	6. “ดูทีวี อ่านหนังสือ” เพศหญิง, อายุ 67 ปี 7. “นัดกับเพื่อนไปทานข้าว” เพศหญิง, อายุ 66 ปี 8. “นัดกับเพื่อนไปร้องคาราโอเกะ ดูทีวี ” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 9. “คุยกับเพื่อน อ่านหนังสือ” เพศหญิง, อายุ 62 ปี 10. “คุยกับเพื่อน” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 11. “ดูทีวี” เพศหญิง, อายุ 70 ปี
4. ชื่นชอบทำกิจกรรม รวมกลุ่มกับเพื่อนวัย เดียวกันหรือไม่	1. “ชอบเพราะรู้สึกสนุก คลายเหงา”, เพศชาย, อายุ 70 ปี 2. “ชอบเพราะรู้สึกสนุก คลายเหงา” เพศชาย, อายุ 66 ปี 3. “ไม่เคยทำกิจกรรมรวมกลุ่ม แต่อยากลองดู” เพศชาย, อายุ 66 ปี 4. “ชอบเพราะรู้สึกสนุก คลายเหงา” เพศชาย, อายุ 60 ปี 5. “ชอบเพราะรู้สึกสนุก คลายเหงา” เพศหญิง, อายุ 65 ปี 6. “ไม่เคยทำกิจกรรมรวมกลุ่ม แต่อยากลองดู” เพศหญิง, อายุ 67 ปี 7. “ชอบเพราะรู้สึกสนุก คลายเหงา” เพศหญิง, อายุ 66 ปี 8. “ชอบเพราะรู้สึกสนุก คลายเหงา” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 9. “ชอบเพราะรู้สึกสนุก คลายเหงา” เพศหญิง, อายุ 62 ปี 10. “ชอบเพราะรู้สึกสนุก คลายเหงา” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 11. “ไม่เคยทำกิจกรรมรวมกลุ่ม แต่อยากลองดู” เพศหญิง, อายุ 70 ปี
5. มีกิจกรรมอะไรที่ อยากเรียนรู้เพิ่มเติม หรือไม่	1. “ยังไม่มี”, เพศชาย, อายุ 70 ปี 2. “ยังไม่มี” เพศชาย, อายุ 66 ปี 3. “อยากเรียนรู้การใช้โทรศัพท์” เพศชาย, อายุ 66 ปี 4. “ยังไม่มี” เพศชาย, อายุ 60 ปี 5. “ยังไม่มี” เพศหญิง, อายุ 65 ปี 6. “งานอดิเรกเช่น จัดดอกไม้ หรืองานศิลปะ” เพศหญิง, อายุ 67 ปี 7. “การใช้คอมพิวเตอร์ และ โทรศัพท์” เพศหญิง, อายุ 66 ปี 8. “ยังไม่มี” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 9. “ยังไม่มี” เพศหญิง, อายุ 62 ปี 10. “ยังไม่มี” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 11. “ยังไม่มี” เพศหญิง, อายุ 70 ปี

พฤติกรรมของผู้สูงอายุ	ความคิดเห็น
6. สามารถเดินทางไปไหนด้วยตนเองหรือไม่	1. “ได้”, เพศชาย, อายุ 70 ปี 2. “ได้” เพศชาย, อายุ 66 ปี 3. “ได้” เพศชาย, อายุ 66 ปี 4. “ได้” เพศชาย, อายุ 60 ปี 5. “ได้” เพศหญิง, อายุ 65 ปี 6. “ไม่ได้ต้องให้ลูกไปส่ง” เพศหญิง, อายุ 67 ปี 7. “ได้” เพศหญิง, อายุ 66 ปี 8. “ได้” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 9. “ได้” เพศหญิง, อายุ 62 ปี 10. “ได้” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 11. “ไม่ได้ต้องให้ลูกไปส่ง” เพศหญิง, อายุ 70 ปี
7. ตารางกิจกรรม ควรมีวันเสาร์-อาทิตย์หรือไม่	1. “สะดวกเพราะไม่ได้ออกไปไหนกับครอบครัว”, เพศชาย, อายุ 70 ปี 2. “สะดวกเพราะไม่ได้ออกไปไหนกับครอบครัว” เพศชาย, อายุ 66 ปี 3. “สะดวกเพราะไม่ได้ออกไปไหนกับครอบครัว” เพศชาย, อายุ 66 ปี 4. “สะดวกเพราะไม่ได้ออกไปไหนกับครอบครัว” เพศชาย, อายุ 60 ปี 5. “สะดวกเพราะไม่ได้ออกไปไหนกับครอบครัว” เพศหญิง, อายุ 65 ปี 6. “อาจจะไม่สะดวกเพราะต้องมีคนไปรับ-ส่ง” เพศหญิง, อายุ 67 ปี 7. “สะดวกเพราะไม่ได้ออกไปไหนกับครอบครัว” เพศหญิง, อายุ 66 ปี 8. “สะดวกเพราะไม่ได้ออกไปไหนกับครอบครัว” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 9. “สะดวกเพราะไม่ได้ออกไปไหนกับครอบครัว” เพศหญิง, อายุ 62 ปี 10. “สะดวกเพราะไม่ได้ออกไปไหนกับครอบครัว” เพศหญิง, อายุ 60 ปี 11. “ไม่ได้ต้องให้ลูกไปส่งอาจจะไม่สะดวกเพราะต้องมีคนไปรับ-ส่ง” เพศหญิง, อายุ 70 ปี

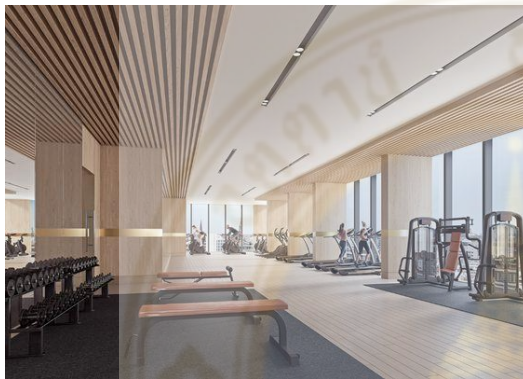
2.4 แนวความคิด 4P

ด้านบริการ (Services)

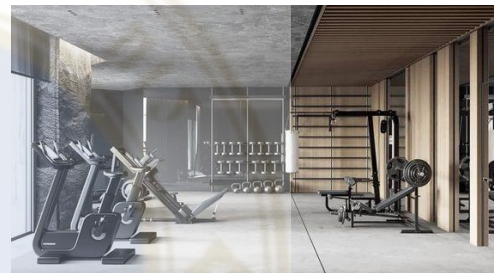
a. Landscape Design

อธิบายถึงลักษณะของการออกแบบอาคารที่ใช้เป็นทำกิจกรรม ผู้วิจัยได้นำภาพ mock up 3 แบบ นำเสนอผู้ให้สัมภาษณ์ และอธิบายถึงลักษณะการออกแบบสถานที่ และการตกแต่งภายใน และชี้แจงรายละเอียดในแต่ละแบบ ผลของการเก็บข้อมูลมีดังนี้

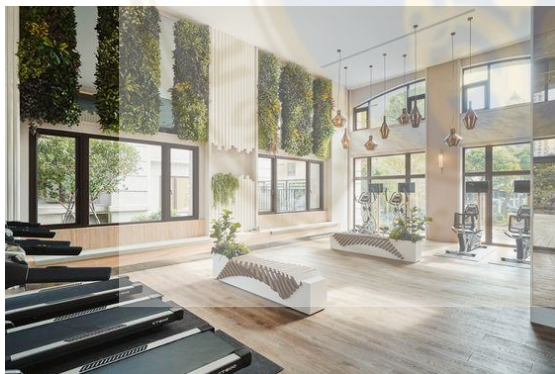
รูปแบบที่ให้เลือก



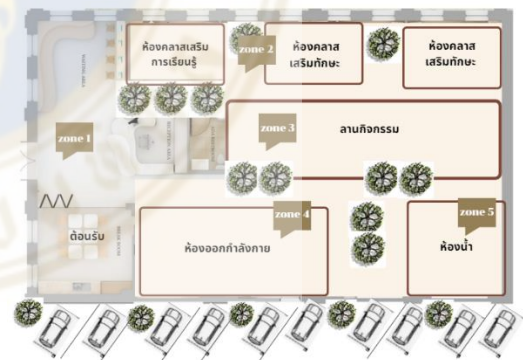
แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3



แบบแปลนภายใน

1. “ชอบแบบที่ 3 คู่มือต้นไม้เยอะทำให้รู้สึกผ่อนคลายสบายตา”, เพศชาย, อายุ 70 ปี
2. “ชอบแบบที่ 3 ชอบที่มีการตกแต่งด้วยต้นไม้ รู้สึกสบายตา” เพศชาย, อายุ 66 ปี
3. “ชอบแบบที่ 3 ชอบที่มีการตกแต่งด้วยต้นไม้” เพศชาย, อายุ 66 ปี
4. “ชอบแบบที่ 1 คุโล่งโปร่ง” เพศชาย, อายุ 60 ปี
5. “ชอบแบบที่ 3 ชอบที่มีการตกแต่งด้วยต้นไม้” เพศหญิง, อายุ 65 ปี

6. “ชอบแบบที่ 1 คู่วิ่งโปรง” เพศหญิง, อายุ 67 ปี
7. “ชอบแบบที่ 3 ชอบที่มีการตกแต่งด้วยต้นไม้” เพศหญิง, อายุ 66 ปี
8. “ชอบแบบที่ 1 คู่วิ่งโปรง” เพศหญิง, อายุ 60 ปี
9. “ชอบแบบที่ 3 ชอบที่มีการตกแต่งด้วยต้นไม้” เพศหญิง, อายุ 62 ปี
10. “ชอบแบบที่ 3 ชอบที่มีการตกแต่งด้วยต้นไม้” เพศหญิง, อายุ 60 ปี
11. “ชอบแบบที่ 3 ชอบที่มีการตกแต่งด้วยต้นไม้” เพศหญิง, อายุ 70 ปี

ด้านบริการ (Services)

b. Services Design

อธิบายถึงลักษณะถึงการให้บริการของ Young Cool Club โดยมีการแจกแจงรายละเอียด โดยเริ่มจากการตรวจประเมินสภาพร่างกาย และแจกแจงกิจกรรมต่างๆใน Young Cool Club ผลของการเก็บข้อมูลมีดังนี้

กิจกรรมเสริมการเรียนรู้	เสริมทักษะ	กิจกรรมออกกำลังกาย/สันทนาการ รวมกลุ่ม	บริการเพิ่มเติม
สอนการใช้คอมพิวเตอร์	สอนถ่ายภาพ	สันทนาการ	บริการจัดทริปท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ
สอนการใช้ Smart Phone	สอนวาดภาพตามตัวเลข	โยคะ	
สอนแต่งรูปบนมือถือ	สอนงานปั้นเซรามิก	ออกกำลังกายด้วยยางยืด	
สอนการใช้ Social Media	สอนจัดดอกไม้	เต้นแอโรบิก	
	สอนทำเทียนหอม	ลีลาศ	
		เดิน	

วัน/เวลา	7.00-8.00 น.	9.00-12.00	14.00-17.00
จันทร์	ออกกำลังกาย	Workshop	ออกกำลังกาย
อังคาร	ออกกำลังกาย		สัมมนาการรวมกลุ่ม
พุธ	ออกกำลังกาย	Workshop	ออกกำลังกาย
พฤหัสบดี	ออกกำลังกาย		สัมมนาการรวมกลุ่ม
ศุกร์	ออกกำลังกาย	Workshop	ออกกำลังกาย
เสาร์	ออกกำลังกาย		สัมมนาการรวมกลุ่ม

1. “ชอบ เพราะมีกิจกรรมให้ทำเยอะ และมีการประเมินสภาพร่างกายก่อนเข้ารับบริการ”, เพศชาย, อายุ 70 ปี
2. “ชอบ การตรวจสภาพร่างกายก่อนวางแผนทำกิจกรรม เพราะทำให้รู้สึกปลอดภัย” เพศชาย, อายุ 66 ปี
3. “ชอบ เพราะมีกิจกรรมหลากหลาย อยากให้มีการปรับเปลี่ยนการทำกิจกรรมเพราะเบื่อง่าย” เพศชาย, อายุ 66 ปี
4. “ชอบ เพราะมีกิจกรรมหลากหลาย ควรมีแบบมินิเกมส์ให้มีการแข่งขันๆ เพราะผู้สูงอายุเบื่อง่าย อยากที่จะมีอะไร Challenge ตัวเอง” เพศชาย, อายุ 60 ปี
5. “ชอบ เพราะมีกิจกรรมหลากหลาย” เพศหญิง, อายุ 65 ปี
6. “ชอบ เพราะมีทั้งการออกกำลังกาย และทำกิจกรรมในที่เดียวกัน อยากให้มีการปรับกิจกรรมตลอดเวลาไม่อยู่นิ่งเพราะจะได้ไม่เบื่อ” เพศหญิง, อายุ 67 ปี
7. “ชอบ เพราะมีกิจกรรมที่อยากทำแต่ยังไม่เคยทำมาก่อน” เพศหญิง, อายุ 66 ปี
8. “ชอบ เพราะมีโปรแกรมที่สามารถออกแบบให้เหมาะกับแต่ละบุคคล” เพศหญิง, อายุ 60 ปี
9. “ชอบ เพราะมีกิจกรรมหลากหลายไม่น่าเบื่อ” เพศหญิง, อายุ 62 ปี
10. “ชอบ เพราะมีกิจกรรมหลากหลาย แต่ควรที่จะต้องปรับเปลี่ยนลักษณะกิจกรรมตลอด” เพศหญิง, อายุ 60 ปี
11. “ชอบ เพราะมีกิจกรรมหลากหลาย” เพศหญิง, อายุ 70 ปี

12. “ชอบ เพราะลักษณะกิจกรรมมีหลากหลาย และยังมีการตรวจสภาพร่างกายก่อน เพื่อวางแผนทำกิจกรรมทำให้รู้สึกว่าคุณแม่จะได้รับการดูแลที่ดี และปลอดภัย เพศชาย, อายุ 40 ปี

13. “รู้สึกสนใจอยากให้แม่เข้าทดลองเนื่องจากตนเองมีครอบครัวเลยไม่ค่อยมีเวลา แม่อยู่บ้านคนเดียวจะเป็นส่วนใหญ่ อยากให้เขาได้มีสังคมใหม่ๆ” เพศชาย, อายุ 43 ปี

14. “รู้สึกสนใจ ชอบการตรวจก่อนเข้ารับบริการ และมีผู้เชี่ยวชาญดูแลในทุกขั้นตอน รู้สึกปลอดภัย และคุ้มค่า เพศหญิง, อายุ 45 ปี

15. “รู้สึกสนใจกับการบริการ อยากให้พ่อเข้าทดลองใช้ก่อน หากพ่อชอบก็พร้อมจะสนับสนุน เพศหญิง, อายุ 40 ปี

ด้านราคา (Price)

อธิบายถึงราคาซึ่ง Young Cool Club ได้กำหนดราคาสมาชิกรายปี 24,000 บาท และราย 6 เดือน 15,000 บาท

1. “เห็นด้วย เพราะมีกิจกรรมให้ทำเยอะ และมีการประเมินสภาพร่างกายก่อนเข้ารับบริการ ทำให้รู้สึกปลอดภัย และคุ้มค่า”, เพศชาย, อายุ 70 ปี

2. “เห็นด้วย เพราะมีขั้นตอนการคัดกรองผู้สูงอายุอย่างเป็นระบบ ทำให้รู้สึกได้รับการดูแลที่ดี คุ้มค่า” เพศชาย, อายุ 66 ปี

3. “เห็นด้วย เพราะมีกิจกรรมให้เลือกครบทุกด้าน รู้สึกคุ้มค่า” เพศชาย, อายุ 66 ปี

4. “เห็นด้วย เพราะมีกิจกรรมให้เลือกครบทุกด้าน รู้สึกคุ้มค่า” เพศชาย, อายุ 60 ปี

5. “เห็นด้วย” เพศหญิง, อายุ 65 ปี

6. “เห็นด้วย เพราะมีกิจกรรมให้เลือกครบทุกด้าน รู้สึกคุ้มค่า” เพศหญิง, อายุ 67 ปี

7. “เห็นด้วย” เพศหญิง, อายุ 66 ปี

8. “เห็นด้วย เพราะมีกิจกรรมให้เลือกครบทุกด้าน รู้สึกคุ้มค่า” เพศหญิง, อายุ 60 ปี

9. “เห็นด้วย เพราะมีขั้นตอนการคัดกรองผู้สูงอายุอย่างเป็นระบบ ทำให้รู้สึกได้รับการดูแลที่ดี คุ้มค่า” เพศหญิง, อายุ 62 ปี

10. “เห็นด้วย” เพศหญิง, อายุ 60 ปี

11. “เห็นด้วย เพราะมีกิจกรรมให้เลือกครบทุกด้าน รู้สึกคุ้มค่า” เพศหญิง, อายุ 70 ปี

12. “เห็นด้วย เพราะมีกิจกรรมให้เลือกครบทุกด้าน รู้สึกคุ้มค่า หากแม่ชอบพร้อมที่จะสนับสนุน, อายุ 40 ปี

13. “เห็นด้วย บริการมีให้หลากหลาย น่าสนใจ” เพศชาย, อายุ 43 ปี

14. “เห็นด้วย เพราะมีผู้เชี่ยวชาญดูแลทุกขั้นตอน” เพศหญิง, อายุ 45 ปี

15. “เห็นด้วย บริการมีให้หลากหลาย น่าสนใจ” เพศหญิง, อายุ 40 ปี

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

อธิบายลักษณะพื้นที่การก่อตั้งที่อยู่บริเวณชานเมือง ใกล้กับห้างสรรพสินค้า Central Plaza พิชญ์โลก จากการสัมภาษณ์มีผลดังนี้

1. “เห็นด้วย เดินทางสะดวกไม่ติด”, เพศชาย, อายุ 70 ปี
2. “เห็นด้วย เดินทางสะดวก” เพศชาย, อายุ 66 ปี
3. “เห็นด้วย เดินทางสะดวกไม่ติด” เพศชาย, อายุ 66 ปี
4. “เห็นด้วย เดินทางสะดวกไม่ติด” เพศชาย, อายุ 60 ปี
5. “เห็นด้วย เดินทางสะดวกไม่ติด อยู่ใกล้กับสาทรนูปโคก” เพศหญิง, อายุ 65 ปี
6. “เห็นด้วย เดินทางสะดวกไม่ติด อยู่ใกล้กับสาทรนูปโคก” เพศหญิง, อายุ 67 ปี
7. “เห็นด้วย เดินทางสะดวกไม่ติด” เพศหญิง, อายุ 66 ปี
8. “เห็นด้วย เดินทางสะดวกไม่ติด” เพศหญิง, อายุ 60 ปี
9. “เห็นด้วย เดินทางสะดวก” เพศหญิง, อายุ 62 ปี
10. “เห็นด้วย” เพศหญิง, อายุ 60 ปี
11. “เห็นด้วย” เพศหญิง, อายุ 70 ปี
12. “เห็นด้วย อยู่นอกๆเมืองถนนใหญ่ เข้าออกสะดวก” เพศชาย อายุ 40 ปี
13. “เห็นด้วย เข้าออกสะดวก หากมาส่งพ่อแม่จะได้แวะห้าง central เพื่อเดินรอ” เพศชาย, อายุ 43 ปี
14. “เห็นด้วย รถไม่ติดไปสะดวก” เพศหญิง, อายุ 45 ปี
15. “เห็นด้วย เดินทางสะดวก” เพศหญิง, อายุ 40 ปี

ลักษณะการจ่ายเงินของผู้สูงอายุ

1. “Mobile Banking”, เพศชาย, อายุ 70 ปี
2. “Mobile Banking” เพศชาย, อายุ 66 ปี
3. “Mobile Banking” เพศชาย, อายุ 66 ปี
4. “Credit Card” เพศชาย, อายุ 60 ปี
5. “Credit Card” เพศหญิง, อายุ 65 ปี
6. “Mobile Banking” เพศหญิง, อายุ 67 ปี
7. “Mobile Banking” เพศหญิง, อายุ 66 ปี
8. “Credit Card” เพศหญิง, อายุ 60 ปี
9. “Credit Card” เพศหญิง, อายุ 62 ปี

10. “Credit Card, อายุ 60 ปี
11. “Mobile Banking” เพศหญิง, อายุ 70 ปี
12. “Credit Card” เพศชาย อายุ 40 ปี
13. “Credit Card” เพศชาย, อายุ 43 ปี
14. “Credit Card / Mobile Banking” เพศหญิง, อายุ 45 ปี
15. “Credit Card / Mobile Banking” เพศหญิง, อายุ 40 ปี

การส่งเสริมการตลาด(Promotion)

อธิบายถึงการให้ทดลองเข้าใช้บริการฟรีเป็นเวลา 7 วัน โดยจะสามารถเข้าได้ทุกคลาส และสามารถพาผู้ใกล้ชิดเข้ามาใช้บริการได้ 1 คน เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการ

1. “เห็นด้วย เพราะไม่เคยมีประสบการณ์การใช้บริการในสถานที่แบบนี้มาก่อน”, เพศชาย, อายุ 70 ปี
2. “เห็นด้วย อยากจะดูบรรยากาศภายในก่อน” เพศชาย, อายุ 66 ปี
3. “เห็นด้วย” เพศชาย, อายุ 66 ปี
4. “เห็นด้วย” เพศชาย, อายุ 60 ปี
5. “เห็นด้วย” เพศหญิง, อายุ 65 ปี
6. “เห็นด้วย เพราะไม่เคยมีประสบการณ์การใช้บริการในสถานที่แบบนี้มาก่อน” เพศหญิง, อายุ 67 ปี
7. “เห็นด้วย เพราะไม่เคยมีประสบการณ์การใช้บริการในสถานที่แบบนี้มาก่อน” เพศหญิง, อายุ 66 ปี
8. “เห็นด้วย” เพศหญิง, อายุ 60 ปี
9. “เห็นด้วย” เพศหญิง, อายุ 62 ปี
10. “เห็นด้วย” เพศหญิง, อายุ 60 ปี
11. “เห็นด้วย” เพศหญิง, อายุ 70 ปี
12. “เห็นด้วย เนื่องจากผู้สูงอายุยากที่จะเปิดรับสิ่งใหม่ๆ เลยอยากจะให้ทดลองใช้ก่อน” เพศชาย อายุ 40 ปี
13. “เห็นด้วย อยากให้ผู้สูงอายุเข้ามาทดลองเพราะเป็นสิ่งใหม่ ต้องใช้เวลาในการปรับตัว” เพศชาย, อายุ 43 ปี
14. “เห็นด้วย อยากให้ผู้สูงอายุลองมาปรับตัวก่อน” เพศหญิง, อายุ 45 ปี

15. “เห็นด้วย อยากให้ผู้สูงอายุลองมาปรับตัวก่อน เพราะผู้สูงอายุเบื่อง่าย” เพศหญิง,
อายุ 40 ปี

