

BUSINESS PLAN: KING TAEKWONDO ACADEMY

Purim PURINTRAPHIBAN^{1*}

1 College of Business Administration, Rangsit University, Thailand; Kingtakwando@rsu.ac.th

ABSTRACT

King Taekwondo Academy operates as a human potential development institution in Prachinburi Province, utilizing Taekwondo as a strategic vehicle to instill discipline and foster self-confidence. The academy strategically targets children and youths from high-purchasing-power families situated within the 304 Industrial Park area and Sri Maha Phot District. Employing both Business-to-Consumer (B2C) and Business-to-Business (B2B) models-the latter facilitated through institutional partnerships with local schools-the business leverages the executive management's extensive 21-year expertise in the sports industry. Financed entirely by a sole proprietor, the project requires an initial capital investment of 4,000,000 THB. The projected revenue commences at approximately 2,500,000 THB in the first year, with a trajectory of continuous growth reaching 3,700,000 THB by the fifth year. Net profit is estimated to initiate at 1,100,000 THB in Year 1 and progressively ascend to achieve the targeted 1,850,000 THB in Year 5) This performance culminates in an ending retained earnings balance of 7,200,000 THB at the conclusion of the fifth year. Furthermore, the cash flow statement demonstrates robust financial liquidity, indicating sufficient working capital to seamlessly sustain operations and ensure consistent dividend distributions. The financial feasibility analysis indicates that the business is capable of generating positive net cash flows from its inaugural year, yielding an estimated payback period of approximately 2.8 years. Profitability indicators consistently reflect highly attractive investment metrics, with a positive Net Present Value (NPV) of 1,280,000 THB evaluated at a 10% discount rate. The Internal Rate of Return (IRR) is established at 22.56%, significantly surpassing the market's average cost of capital. Conjointly with the sensitivity analysis, these financial indicators substantiate that the project possesses commendable financial stability, exhibits resilience against fluctuations in student enrollment and maintains long-term business sustainability.

Keywords: Business Plan, King Taekwondo Academy

CITATION INFORMATION: Purintraphiban, P. (2026). Business Plan: King Taekwondo Academy. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(7), 5.

แผนธุรกิจ คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่

ปฐุม ปฐนทรภคบาล^{1*}

1 วิทยาลัยบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต; Kingtakwando@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ (King Taekwondo Academy) เป็นสถาบันพัฒนาศักยภาพมนุษย์ในจังหวัดปราชญ์บุรีที่ใช้กีฬาเทควันโดเป็นเครื่องมือในการสร้างระเบียบวินัยและความมั่นใจ โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเด็กและเยาวชนที่มีกำลังซื้อสูงในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 และอำเภอศรีมหาโพธิ์ ธุรกิจดำเนินการภายใต้รูปแบบ B2C และ B2B ผ่านความร่วมมือกับสถานศึกษา โดยอาศัยความเชี่ยวชาญกว่า 21 ปีของผู้บริหารในวงการกีฬา ในด้านการเงิน โครงการใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 4,000,000 บาท จากเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียว โดยคาดการณ์รายได้ในปีแรกประมาณ 2,500,000 บาท และตั้งเป้าเติบโตต่อเนื่องจนสู่ปีที่ 5 ในยอด 3,700,000 บาท กำไรสุทธิเริ่มต้นที่ 1,100,000 บาท ในปีแรก และทยอยเติบโตจนบรรลุเป้าหมายที่ 1,850,000 บาท ในปีที่ 5 โดยมียอดกำไรสะสมปลายงวด ณ สิ้นปีที่ 5 รวมทั้งสิ้น 7,200,000 บาท ซึ่งงบกระแสเงินสดสะท้อนสภาพคล่องทางการเงินในระดับที่ดี มีกระแสเงินสดหมุนเวียนเพียงพอต่อการดำเนินกิจการและจ่ายเงินปันผลได้อย่างต่อเนื่อง

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ระบุว่าธุรกิจสามารถสร้างกระแสเงินสดเป็นบวกได้ตั้งแต่ปีแรก มีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ประมาณ 2.8 ปี ดัชนีชี้วัดความสามารถในการทำกำไรยังคงแสดงตัวเลขที่น่าดึงดูดใจ โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เป็นบวกเท่ากับ 1,280,000 บาท (คำนวณที่อัตราคิดลดร้อยละ 10) และมีอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) อยู่ที่ร้อยละ 22.56 ซึ่งสูงกว่าต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยในตลาดตัวชี้วัดเหล่านี้ร่วมกับการวิเคราะห์ความไว ยืนยันว่าโครงการนี้มีความมั่นคงทางการเงิน สามารถรองรับความผันผวนของจำนวนนักเรียนได้ และมีความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่

ข้อมูลการอ้างอิง: ปฐุม ปฐนทรภคบาล. (2569). แผนธุรกิจ คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(7), 5.

บทนำ

ในปัจจุบัน การเสริมสร้างสุขภาพและการศึกษาศิลปะการป้องกันตัวได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากประชากรตระหนักถึงความสำคัญของสมรรถภาพทางกาย การปลูกฝังวินัยในตนเอง และการพัฒนาทักษะชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กและเยาวชน สอดคล้องกับรายงานของสหพันธ์เทควันโดโลก (World Taekwondo, 2023) ซึ่งระบุว่า มีจำนวนผู้ฝึกซ้อมกีฬาเทควันโดมากกว่า 80 ล้านคน ในกว่า 200 ประเทศทั่วโลก ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าเทควันโดเป็นหนึ่งในกีฬาศิลปะการป้องกันตัวที่ได้รับความนิยมและมีแพร่หลายในระดับสากล นอกจากนี้ ข้อมูลเชิงสถิติจากการกีฬาแห่งประเทศไทย (SAT Report, 2022) ยังพบว่า อัตราการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของกลุ่มเด็กและเยาวชนไทยมีแนวโน้มเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 15-20 ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะกลุ่มกีฬาที่มุ่งเน้นการพัฒนาทั้งทางร่างกายและระบบความคิดควบคู่กัน เช่น เทควันโด ยูโด และคาราเต้ จากแนวโน้มการเติบโตและความต้องการทางตลาดข้างต้น คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ (King Taekwondo Academy) จึงได้ก่อตั้งขึ้นในฐานะสถาบันเอกชนที่ให้บริการฝึกสอนกีฬาและศิลปะการป้องกันตัว แก่กลุ่มเป้าหมายหลักอันได้แก่ เด็ก เยาวชน รวมถึงบุคคลทั่วไป โดยโครงสร้างการให้บริการได้รับการออกแบบเป็นหลักสูตรการเรียนรู้ที่จำแนกตามระดับทักษะและความสามารถของผู้เรียน ตั้งแต่ระดับพื้นฐาน (Beginner) ไปจนถึงระดับเพื่อการแข่งขัน (Competitive) ทั้งนี้ แผนธุรกิจ คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ ฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ (Feasibility Study) ในหลากหลายมิติ ทั้งด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อใช้เป็นแนวทางและเครื่องมือในการประเมินความคุ้มค่า ตลอดจนวิเคราะห์ความเสี่ยงก่อนการลงทุนจริงอย่างเป็นระบบ

การทบทวนวรรณกรรม

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ หมายถึง

การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter Five Forces Model และ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยของ วีรยุทธ แสงสีทอง และคณะ (2566) เรื่อง "กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนเทควันโดของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" ซึ่งเผยแพร่ในวารสารวิชาการด้านการจัดการ ผลการวิจัยระบุว่า ปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญสูงสุดในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาของผู้ปกครองคือ ด้านบุคคล (People) ซึ่งหมายถึงผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ของสถานที่ฝึกซ้อมที่ต้องได้มาตรฐานและปลอดภัย ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของ คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ ที่ชูจุดเด่นด้วยประสบการณ์ของผู้บริหารในการทำงาน

ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและการขยายฐานลูกค้า ญัฐพล พงษ์เพชร (2567) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "ปัจจัยเชิงเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซัสด้านสอนกีฬาสำหรับเด็กและเยาวชนในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)" ซึ่งครอบคลุมบริบทของจังหวัดปราจีนบุรี โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้ปกครองในเขตพื้นที่อุตสาหกรรมและเขตเศรษฐกิจใหม่มีพฤติกรรมยินดีจ่ายค่าธรรมเนียมในอัตราที่สูงขึ้น ข้อมูลนี้สอดคล้องกับแนวคิดการดำเนินงานของ คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ผ่านกีฬา และเป็นเหตุผลสนับสนุนสำคัญต่อการประมาณการรายได้และเป้าหมายการเติบโตที่ต่อเนื่อง

กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจคิงส์ เทควันโด อคาเดมี่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจคิงส์ เทควันโด อคาเดมี่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTEL)

1) การเมือง (P-Political)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) และนโยบายการส่งเสริม Soft Power ของภาครัฐ เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของธุรกิจบริการทางการศึกษาและสถาบันพัฒนากายภาพเอกชนในจังหวัดปราจีนบุรี โดยได้รับอานิสงส์จากการสนับสนุนเชิงระบบและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในเขตอุตสาหกรรม (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2566)

2) ด้านเศรษฐกิจ (E-Economic Factors)

อัตราประโยชน์เชิงทำเลที่ตั้งในนิคมอุตสาหกรรม 304 เป็นปัจจัยขับเคลื่อนระดับจุลภาคที่เข้มแข็ง เนื่องจากเป็นศูนย์รวมของประชากรกลุ่มผู้มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูงทั้งชาวไทยและต่างชาติ (Expatriates) ที่มีอำนาจซื้อที่มั่นคง และมีพฤติกรรมบริโภคที่มุ่งเน้นการจัดสรรงบประมาณเพื่อลงทุนในทุนมนุษย์ผ่านบริการทางการศึกษาที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567)

3) สังคมและวัฒนธรรม (S-social)

การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ภาวะอัตราการเกิดต่ำส่งผลให้โครงสร้างครอบครัวเปลี่ยนไปสู่รูปแบบครอบครัวเชิงคุณภาพ พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคอุบัติใหม่จึงให้ความสำคัญกับการลงทุนเพื่อพัฒนาการแบบองค์รวมของเด็ก Generation Alpha โดยค่านิยมทางสังคมได้ปรับเปลี่ยนจากการมุ่งเน้นวิชาการไปสู่การสร้างเสริมทักษะทางอารมณ์และสังคม (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2566)

4) ด้านเทคโนโลยี (T-Technology)

พลวัตความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารจัดการไปสู่รูปแบบ EdTech & SportTech การนำระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) และการจัดทำแฟ้มสะสมผลงานดิจิทัล (Online Portfolio) มาใช้ ได้กลายเป็นเกณฑ์มาตรฐานใหม่ของอุตสาหกรรมที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงกลยุทธ์ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2566)

5) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

สภาวะแวดล้อมทางกายภาพในเขตอุตสาหกรรมที่มีปัญหาด้านฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM 2.5) เกินมาตรฐาน ส่งผลกระทบเชิงลบโดยตรงต่อความเชื่อมั่นด้านสุขอนามัย การดำเนินธุรกิจในรูปแบบระบบปิด (Indoor Facility) พร้อมบูรณาการระบบฟอกอากาศประสิทธิภาพสูงจึงเป็นจุดแข็งเชิงกลยุทธ์ที่สามารถลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีนัยสำคัญ (กรมควบคุมมลพิษ, 2567)

6) ด้านกฎหมาย (Legal)

การดำเนินกิจการต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งควบคุมครอบคลุมตั้งแต่การขอใบอนุญาตจัดตั้ง มาตรฐานวิศวกรรมอาคาร ไปจนถึงคุณสมบัติของผู้สอน การปฏิบัติตามกรอบกฎหมายอย่างเคร่งครัดเป็นดัชนีชี้วัดความน่าเชื่อถือและการยอมรับในระดับสากลของการออกวุฒิบัตร (กระทรวงศึกษาธิการ, 2566)

การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน โดยวิธี Porter's Five Force Model มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) อำนาจต่อรองของลูกค้าสูง (Bargaining Power of Buyers)

การขยายตัวของสถาบันศิลปะป้องกันตัวในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม 304 ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและอำนาจในการเปรียบเทียบเชิงอัตราประโยชน์สูง หากธุรกิจขาดความแตกต่างเชิงกลยุทธ์ด้านหลักสูตรและบริการ (Product Differentiation) ผู้ซื้อจะใช้กลไกราคาเป็นเกณฑ์หลักในการตัดสินใจเลือกรับบริการ ซึ่งจะกดดันให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับสภาวะสงครามราคาและอัตรากำไรที่ลดลง

2) อำนาจต่อรองของผู้ขายปานกลาง (Bargaining Power of Suppliers)

อำนาจการต่อรองของผู้จัดหาปัจจัยการผลิตและบริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยในส่วนของครุภัณฑ์กีฬาและชุดฝึกซ้อมมีอัตราการแข่งขันในตลาดสูงและมีผู้จัดจำหน่ายจำนวนมาก ส่งผลให้สถาบันสามารถควบคุมต้นทุนและเปลี่ยนย้ายคู่ค้าได้โดยมีต้นทุนการเปลี่ยนย้าย (Switching Cost) ต่ำ ทว่าอำนาจต่อรองจะเพิ่มสูงขึ้นในส่วนของทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะผู้ฝึกสอนที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์วิชาชีพเฉพาะทาง

3) ภัยคุกคามจากผู้เข้ามาใหม่สูง (Threat of New Entrants)

อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barriers to Entry) ที่อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากธุรกิจสถาบันฝึกสอนกีฬาใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการจัดหาอาคารสถานที่และอุปกรณ์พื้นฐานไม่สูงนัก ประกอบกับไม่มีข้อจำกัดด้านสิทธิบัตรที่ซับซ้อน ส่งผลให้ภัยคุกคามจากผู้ประกอบการรายใหม่มีนัยสำคัญสูง ซึ่งเป็นความเสี่ยงต่อการถูกแบ่งแยกส่วนแบ่งทางการตลาดและฐานลูกค้าในระยะยาว

4) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนสูง (Threat of Substitutes)

ปัจจัยคุกคามจากบริการทดแทนอยู่ในระดับสูงเนื่องจากผู้บริโภคมุ่งเป้าหมายไปที่การพัฒนาทักษะแบบองค์รวม (Holistic Development) ของบุตรหลาน สถาบันเทควันโดจึงไม่ได้แข่งขันเพียงกับศิลปะป้องกันตัวประเภทอื่นเท่านั้น

แต่ยังต้องเผชิญกับการทดแทนจากกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพทางเลือก เช่น สถาบันกวดวิชา โรงเรียนดนตรี คอร์ท พัฒนาโค้ดดิ้ง หรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้รูปแบบออนไลน์

5) การแข่งขันในอุตสาหกรรมสูง (Rivalry Among Existing Competitors)

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่มีความรุนแรงระดับสูงจากการกระจุกตัวของสถานประกอบการในพื้นที่ยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจที่มีขอบเขตจำกัด การแข่งขันฐานลูกค้าส่งผลให้ผู้เรียนเดิมต้องเร่งพัฒนากลยุทธ์การตลาดเชิงรุก การสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อรักษาเสถียรภาพของส่วนแบ่งการตลาด ท่ามกลางภาวะตลาดที่มีแนวโน้มเข้าสู่จุดอิ่มตัว

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

- 1) มีอุปกรณ์ครบครัน สำหรับทุกคอร์สเรียน
- 2) มีการดูแลอย่างใกล้ชิดสำหรับผู้ฝึกสอนและนักเรียน ทำให้ผู้ปกครองไว้วางใจ
- 3) มีการเลื่อนคุณภาพทางเทคนิค(สอบเลื่อนสาย)ที่ได้มาตรฐานจากอาจารย์ของผู้ฝึกสอนที่มีชื่อเสียงระดับประเทศและระดับโลก
- 4) สามารถจัดทำเอกสารหลักสูตรวิชาเทควันโด เพื่อยืนยันหลักสูตรที่ใช้สอนในโรงเรียน ทำให้ผู้ฝึกสอนมีรายได้พิเศษ และยังสามารถดึงดูดค่าในโรงเรียน มาเป็นลูกค้าในสโมสรของเรา
- 5) ผู้ฝึกสอนเป็นอดีตนักกีฬาทีมชาติและเรียนจบสายกีฬาโดยตรง สิ่งนี้คือความน่าเชื่อถือ

- จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) รายได้อาจจะผันผวนไม่แน่นอน
- 2) ต้นทุนคงที่สูง เช่น จ่ายเงินเดือนครูฝึกสูง ค่าบำรุงอุปกรณ์ แต่ในบางเดือนนักเรียนอาจจะน้อย
- 3) กว้างแบรนด์แข็งแกร่งต้องใช้เวลานาน แบรนด์แข็งแกร่งมาจากมีนักกีฬาที่มีผลงานดีเยอะภายในสโมสร และกว่านักกีฬามีชื่อเสียงหรือเก่งต้องใช้เวลานาน อย่างน้อย 2-3 ปี
- 4) ฝ่ายบริหารและฝ่ายเอกสารยังไม่มี ความชำนาญมากพอ
- 5) ผู้ฝึกสอนบางท่านสอนนักกีฬาดีเยี่ยม แต่ยังไม่มีความชำนาญในการสอนเด็กเล็ก

- โอกาส (Opportunities)

- 1) นักกีฬาไทยหลายท่านที่ได้เหรียญทองโอลิมปิก ได้เหรียญระดับโลกทำให้เป็นกีฬาระดับโลก
- 2) สามารถขยายกลุ่มลูกค้าเจาะตลาดทำคอร์สออนไลน์ได้
- 3) ผู้คนในยุคสมัยนี้ลงทุนด้านสุขภาพมากขึ้น เทควันโดเป็นกีฬาอีกทางเลือกหนึ่ง ที่มีประโยชน์ ทั้งยังทำให้ร่างกายแข็งแรง เพิ่มความยืดหยุ่นของกล้ามเนื้อ เป็นต้น
- 4) สามารถจัดแสดงโชว์ได้หลายๆ เทศกาล เช่น งานวันเด็ก งานวันพ่อ งานวันแม่ เทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น ทำให้ผู้คนในจังหวัดนั้นๆ ได้เห็น และได้โปรโมทกีฬานี้ในจังหวัดนั้นๆ
- 5) ผู้วิจัยมีคอนเนกชันในสังคมกีฬาเทควันโดดี

- อุปสรรค (Threats)

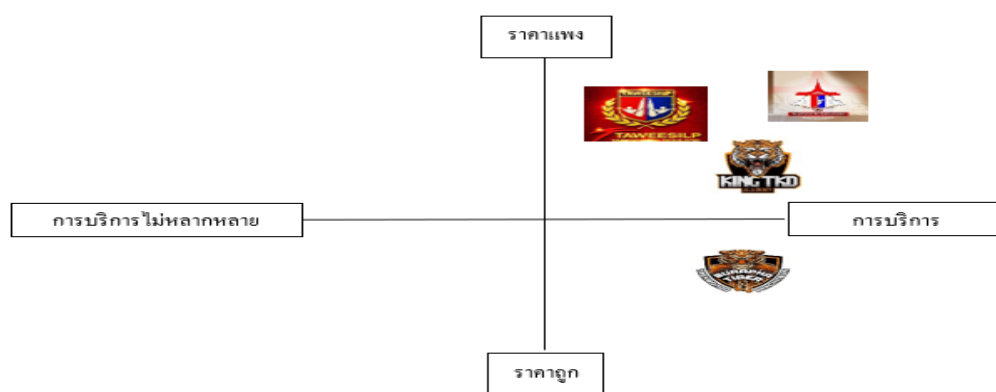
- 1) โรคติดต่อที่เป็นการสัมผัสตัว ทำให้ผู้ฝึกสอนจัดทำทางให้นักเรียนไม่ดีเท่าที่ควร
- 2) การถูกขัดขวางกั้นแกล้งจากสโมสรที่เป็นคู่แข่งในจังหวัดนั้นๆ เช่น ส่งเอกสารในรายการแข่งขันแม่พระระดับประเทศล่าช้า ทำให้นักกีฬาของเราเสียโอกาสในการแข่งขันระดับประเทศ
- 3) การขายคอร์สที่ตัดราคาจากสโมสรอื่นๆ
- 4) จำนวนสโมสรที่เปิดเพิ่มมากขึ้นในแต่ละทุกๆปี เนื่องจากกีฬานี้เป็นกระแสนิยม
- 5) สมาคมกีฬาจังหวัดยังไม่ให้การสนับสนุนกีฬานี้ยังไม่ดีเท่าที่ควร

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ ได้ทำการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดโดยเลือกเอากลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในตำบลท่าตูม อำเภอศรีมหาโพธิ์ กลุ่มวัยเด็ก อายุระหว่าง 5-15 ปี (กลุ่มเป้าหมายหลัก) ที่และกลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 16-25 ปี ที่ผู้ปกครอง ที่มีรายได้ 15,001 - 30,000 บาท ที่มีความต้องการใช้บริการกีฬาเทควันโด ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและเดินทางสะดวก สำหรับโมเดล B2B สถาบันมีข้อตกลงในรูปแบบการเข้าไปจัดโปรแกรมการเรียนการสอนวิชาเทควันโดในคาบกิจกรรมเลือกเสรีของโรงเรียนพันธมิตร โดยสถาบันสนับสนุนผู้ฝึกสอนและอุปกรณ์ เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์และเปลี่ยนนักเรียนในโรงเรียนให้มาเป็นลูกค้าต่อเนื่องที่สโมสรหลัก

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)



ภาพที่ 2 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

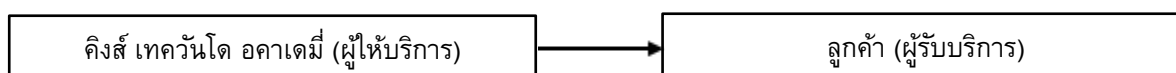
- 1) คลาสเทควันโดสำหรับเด็ก - 60 นาที
- 2) คลาสเทควันโดสำหรับตัวต่อตัว - 60 นาที
- 3) คลาสเทควันโดสำหรับนักกีฬา - 120 นาที

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

- 1) คลาสเทควันโดสำหรับเด็ก 1,500/เดือน
- 2) คลาสเทควันโดสำหรับตัวต่อตัว 2,000 (จำนวน 10 ครั้ง/เดือน)
- 3) คลาสเทควันโดสำหรับนักกีฬา 2,500/เดือน

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

เนื่องจากลักษณะของบริการเมื่อตั้งกิจการขึ้นแล้วแล้วจะไม่สามารถขนย้ายบริการไปได้ ดังนั้นการเลือกสถานที่ตั้งจึงต้องครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด จึงทำให้การแข่งขันในการแย่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไม่รุนแรงมากนักถือเป็นโอกาสทางการตลาดของ คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่



กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

- 1) การจัดแสดงสินค้าและกิจกรรมบูธ เน้นเข้าถึงลูกค้าโดยตรงผ่านการจัดบูธในศูนย์การค้า ให้ข้อมูลโดยแจกใบปลิว 2,000 ใบ และของที่ระลึก (ผ้าขนหนู) 300 ชิ้น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ (งบประมาณ 25,000 บาท)
- 2) สื่อโฆษณาทางกลางแจ้ง ติดตั้งโฆษณาบนจอระบบดิจิตอลขนาดใหญ่บนตัวอาคารห้างสรรพสินค้าในย่านที่มีการจราจรคับคั่ง เพื่อให้มองเห็นได้ระยะไกลและสร้างการรับรู้ในช่วง 1 เดือนแรก (งบประมาณ 30,000 บาท)

ด้านบุคคล (People Strategy)

ทาง คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ จะให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กรเป็นอย่างมากโดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดสรรบุคลากรเข้ามาทำงานที่เน้นบุคลากรที่มีใจรักในงานบริการ เพื่อเน้นในเรื่องของงานบริการให้แตกต่างให้ผู้บริโภคหรือผู้ที่เป็นสมาชิกกับทางร้าน รับรู้และเกิดความประทับใจในงานบริการเนื่องจากธุรกิจประเภทนี้สามารถสร้างความแตกต่างได้ยากอีกทั้งยังสามารถลอกเลียนแบบได้โดยง่ายแต่ คุณภาพของงานบริการนั้นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้แต่ถึงสามารถเลียนแบบได้

กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process Strategy)

กระบวนการให้บริการจะเน้นในเรื่องของความสะดวกและเข้าใจง่ายซึ่งมีขั้นตอนเริ่มต้นจากเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาใช้บริการพนักงานกล่าวคำทักทายต้อนรับด้วยสียงน้ำยิ้มแย้ม พนักงานทำการแจ้งรายละเอียดต่างๆ ของทางร้าน คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ ให้ลูกค้าได้ทราบ พนักงานพาลูกค้าที่เข้าชมเดินชมสินค้าและบริการของร้าน คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ โดยรอบและให้ข้อมูลระหว่างพาทชม และบริการหลังการให้บริการพนักงานกล่าวคำอำลาลูกค้าที่เดินออกจากร้านด้วยสียงน้ำยิ้มแย้ม

กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์และการบริการ (Physical Evidence Strategy)

ทาง คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ การสร้างลักษณะทางกายภาพเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าด้านมุมมองของโครงการ ที่ตั้งของ คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ มุมมองของการออกแบบตกแต่งภายใน คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ มีแนวคิดด้านการออกแบบของตัวภายใน ที่เน้นเป็นแนวทันสมัย คือการตกแต่งที่เน้นความเรียบง่าย ผสมกับความทันสมัย มีการเลือกใช้วัสดุที่บ่งบอกถึงความเป็นธรรมชาติเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย การจัดตกแต่งลักษณะทางกายภาพที่ดีจะสามารถช่วยในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการของทาง คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ ได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์แผนการผลิต

กำลังการผลิต/บริการ ปริมาณการผลิต/บริการ และ อัตราการผลิต/บริการ

สถาบันรองรับผู้เรียนสูงสุด 50 คนต่อรอบ เปิดสอนสัปดาห์ละ 6 วัน รวม 8 รอบต่อสัปดาห์ (32 รอบต่อเดือน) โดยวันอังคาร-ศุกร์เปิดวันละ 1 รอบ (17:00-20:00 น.) และเสาร์-อาทิตย์วันละ 2 รอบ (10:00-12:00 น. / 13:00-15:00 น.) จากตารางนี้สถาบันสามารถรองรับขีดความสามารถสูงสุดได้ 300-400 คน-ครั้งต่อเดือน (สูงสุดไม่เกิน 3,600 คน-ครั้งต่อปี) และตั้งเป้าเติบโตปีละ 3% ในส่วนปริมาณการให้บริการจริงเพื่อไม่ให้แออัดและดูแลได้ทั่วถึง ได้ประมาณการผู้เข้าเรียนจริงเฉลี่ย 12-13 คนต่อรอบ (ประมาณ 15 คนต่อวันทำการ) ทำให้มียอดบริการจริงหมุนเวียน 200-300 คน-ครั้งต่อเดือน ซึ่งสรุปยอดรวมทั้งปีจะอยู่ที่ 3,600 คน-ครั้งต่อปี สอดคล้องตามแผนการเงิน มีพื้นที่เพียงพอ ปลอดภัย และรองรับการขยายตัวในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนการบริการ

- 1) เริ่มต้นจากการต้อนรับลูกค้าพร้อมแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตรและบริการต่างๆ ของสถาบัน
- 2) พาลูกค้าเดินชมสถานที่และช่วยเลือกแพ็คเกจหรือบริการที่เหมาะสมกับความต้องการ
- 3) ลูกค้าพิจารณาเลือกเข้าใช้บริการ
- 4) เข้าสู่การชำระเงินและจัดทำเอกสารสัญญาให้เรียบร้อย
- 5) ลูกค้าเข้าสู่การฝึกซ้อมหรือใช้บริการตามโปรแกรมที่เลือกไว้
- 6) ติดตามผลและรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น

การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กร บริษัทได้ออกแบบการทำงานให้มีลักษณะที่ง่าย โดยแบ่งตามความชำนาญของพนักงานทุกคนเพื่อทุกคนจะได้ทำหน้าที่ของตนเองที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเต็มที่ สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ โดยมีโครงสร้างขององค์กรดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แสดงแผนภูมิองค์กร

การวิเคราะห์แผนการเงิน

ผลการวิเคราะห์ดัชนีชี้วัดทางการเงินระบุว่า โครงการลงทุนดังกล่าวมีความคุ้มค่าเชิงเศรษฐศาสตร์และความเป็นไปได้ทางการเงินในระดับที่เหมาะสม สอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับที่แท้จริงของสถานศึกษาขนาดกลางในส่วนภูมิภาค โดยการจัดสรรเงินลงทุนเริ่มแรก จำนวน 4,000,000 บาท เพื่อใช้ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถสร้างกระแสเงินสดรับกลับคืนได้อย่างมั่นคง โดยมีระยะเวลาคืนทุนประมาณ 2.8 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลามาตรฐานที่สะท้อนความปลอดภัยในการลงทุนของธุรกิจบริการทางการศึกษา

ในมิติของผลประโยชน์ ธุรกิจได้ทำการประมาณการรายได้เพื่อรองรับการวิเคราะห์ความเสี่ยง โดยตั้งเป้าหมายฐานนักเรียนเริ่มต้นในปีที่ 1 ไว้ที่เฉลี่ย 100 คนต่อเดือน และขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปสู่ยอดนักเรียน 150 คนต่อเดือนในปีที่ 5 ซึ่งสอดคล้องกับขนาดพื้นที่และไม่ก่อให้เกิดความแออัดในการเรียนการสอน เมื่อคำนวณร่วมกับโครงสร้างรายได้จากค่าธรรมเนียมการศึกษา อัตราละ 1,500 บาทต่อเดือน และรายได้สนับสนุนจากการจัดจำหน่ายอุปกรณ์และค่าธรรมเนียมการทดสอบเลื่อนสาย ส่งผลให้ประมาณการรายได้รวมเติบโตจาก 2.50 ล้านบาทในปีที่ 1 สู่ 3.70 ล้านบาทในปีที่ 5 จากการบริหารต้นทุนดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและการควบคุมค่าใช้จ่ายคงที่ ส่งผลให้ธุรกิจสามารถสร้างกำไรสุทธิเริ่มต้นที่ 1.10 ล้านบาทในปีแรก และทยอยเติบโตจนบรรลุเป้าหมายที่ 1.85 ล้านบาทในปีที่ 5 โดยมียอดกำไรสะสมปลายงวด ณ สิ้นปีที่ 5 รวมทั้งสิ้น 7.20 ล้านบาท ซึ่งบ่งชี้ถึงสถานะทางการเงินในระดับที่ดี มีกระแสเงินสดหมุนเวียนเพียงพอต่อการดำเนินกิจการและจ่ายเงินปันผลได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ดัชนีชี้วัดความสามารถในการทำกำไร ยังคงแสดงตัวเลขที่น่าดึงดูดใจ โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เป็นบวกเท่ากับ 1.28 ล้านบาท (คำนวณที่อัตราคิดลดร้อยละ 10) และมีอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) อยู่ที่ร้อยละ 22.56 ซึ่งสูงกว่าต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยในตลาดตัวชี้วัดเหล่านี้รวมกับการวิเคราะห์ความไว ยืนยันว่าโครงการนี้มีความมั่นคงทางการเงิน สามารถรองรับความผันผวนของจำนวนนักเรียนได้ และมีความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจคิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ ภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ ชูจุดแข็งความเชี่ยวชาญในพื้นที่ 21 ปี สร้างความเชื่อมั่นเหนือคู่แข่งใหม่ พร้อมเฝ้าระวังกำลังซื้อกลุ่มนิคมฯ 304 และปรับตัวตามเทรนด์เทควันโดโลกปี 2568 อย่างใกล้ชิด
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด ใช้กลยุทธ์เชิงรุก B2C เจาะครอบครัวกำลังซื้อสูง และ B2B ผ่านพันธมิตรโรงเรียนในพื้นที่ ผสานสื่อดิจิทัลและจัดบูธ พร้อมกระตุ้นยอดขายด้วยโปรโมชั่นทดลองเรียนฟรี
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต รักษามาตรฐานการสอนและระบบสอบเลื่อนสายสากล ควบคู่กับการดูแลอาคารและอุปกรณ์ให้สะอาด ปลอดภัย และทันสมัย เพื่อสร้างความพึงพอใจและรักษารฐานลูกค้าเดิม
- 4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน คัดเลือกผู้สอนที่มีทักษะจิตวิทยาเด็กและพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง จัดวางโครงสร้างสายงานให้ชัดเจนและยืดหยุ่น เพื่อรองรับการขยายตัวของจำนวนนักเรียนในอนาคต
- 5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน เน้นบริหารกระแสเงินสดช่วงแรกอย่างรัดกุม แม้ IRR ร้อยละ 22.56 แต่ควรสำรองกำไรเพื่อซ่อมบำรุงและพัฒนาสถาบันต่อเนื่อง แทนการจ่ายปันผลทั้งหมด เพื่อความมั่นคงยั่งยืนของกิจการ

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2567). รายงานสถานการณ์มลพิษทางอากาศและฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM 2.5) ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2566). แนวทางการดำเนินงานและมาตรฐานการจัดตั้งโรงเรียนนอกระบบตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2565). รายงานประจำปี 2565 (SAT Annual Report 2022): สถิติและแนวโน้มการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของเด็กและเยาวชนไทย. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ณัฐพล พงษ์เพชร. (2567). ปัจจัยเชิงเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการเข้าสถาบันสอนกีฬาสำหรับเด็กและเยาวชนในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC). วารสารการตลาดและอุตสาหกรรมบริการ, 5(2), 45-60.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). รายงานภาวะเศรษฐกิจและแนวโน้มกำลังซื้อในเขตพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ไตรมาสที่ 1) สำนักงานภาคตะวันออก.
- ปฐุม ปฐุมทราภิบาล. (2569). แผนธุรกิจ คิงส์ เทควันโด อคาเดมี่. Procedia of Multidisciplinary Research, 1(1), 1.
- วิรัช แสนสีทอง, และคณะ. (2566). กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนเทควันโดของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิชาการด้านการจัดการ, 11(3), 112-128.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2566). รายงานสถานการณ์ประชากรไทย: พลวัตครอบครัวเดี่ยวและการลงทุนในประชากร Generation Alpha. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2566). แผนผังการใช้ประโยชน์ที่ดินและยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ระยะที่ 2) สกพอ.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2566). ดัชนีชี้วัดการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ในกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและกีฬาในประเทศไทย. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- World Taekwondo. (2023). World Taekwondo annual report 2023: Global practitioner demographics and international development alignment. World Taekwondo Headquarters.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2026 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).