การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจฟิตเนสกรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม

Creating Competitive Advantage Of Business Fitness : A Case Study Of Fitness Twentyone The Area Of Nakhonpathom Municipality, Nakhon Pathom Province

น้ำฝน แย้มร่วมญาติ (Numfon Yamruamyat)*
ธีระวัฒน์ จันทึก (Thirawat Chantuk)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจประเภทฟิตเนส ของฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐมและ 2) เพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจฟิตเนส ของฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการฟิตเนสทเวนตี้วัน โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการมาวิเคราะห์และตรวจสอบความถูกต้อง ในรูปแบบพรรณนา

ผลการวิจัยสรุปว่า 1)รูปแบบและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เป็นการดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการออกกำลังกายมาก่อน 2)ด้านการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการใช้วิธีการสร้างความแตกต่าง โดยมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองตั้งแต่ต้น ทำให้ลูกค้าเกิดความเป็นกันเองในการใช้บริการ และเกิดความประทับใจในการดูแลใส่ใจผู้มาใช้บริการ และด้วยเวลาเปิด 09.00-00.30 น. และไม่มีวันหยุดนั้น ทำให้จำนวนผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนส สามารถนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจในอนาคตอีกด้วย

คำสำคัญ : ความได้เปรียบทางการแข่งขัน / ธุรกิจฟิตเนส/ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

* นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
Student's Master of Business Administration, Faculty of Management Science, Silapakorn University
** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากร
Lecturer at Department of Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

Abstract

The main purpose of this research is 1) To study the way of business work of Fitness Twentyone The Area Of Nakhon pathom Municipality, Nakhon Pathom Province, and 2) to study the competitive advantage of the fitness business of Fitness Twenty one. We have been collecting an information from groups of people by in-depth interviewing. The target group of this research is the owner of Fitness Twenty one. The information that we received will be use for purpose of research and analyze in term of primary data.

The results showed that 1) The model and business operates and owned by one owner whom is experienced in exercise and body guided before. 2) In term of competitive advantage, the owner have make a difference to this fitness by having their own strong identity since the start which make this fitness earned the customer trust in term of friendly service. The operating time of Fitness twenty one is 09:00am - 00:30am and do not have a closing date, including the public holiday which draw attention from most customer. By using this guideline will helps the fitness entrepreneurs will develop of business in the future.

Keyword : Competitive Advantage / Fitness business /Differentiation Strategy

บทนำ

ธุรกิจฟิตเนสเซนเตอร์นำเข้าเมื่อประมาณ 6 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นจากประเทศสหรัฐอเมริกาและทวีปยุโรป และขยายออกมาสู่ทวีปเอเชียมากขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยนำค่านิยมมาจากต่างประเทศ ประชากรส่วนใหญ่จึงหันมาดูแลใส่ใจสุขภาพเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดธุรกิจในรูปแบบการดูแลสุขภาพโดยตรงมากขึ้น เช่น ธุรกิจฟิตเนสเซนเตอร์ ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ และธุรกิจอาหารเสริม เป็นต้น เมื่อประชากรเกิดค่านิยมในการออกกำลังกายและรักสุขภาพมากขึ้น (รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ, 2555) การออกกำลังกาย ผลจากการสำรวจประชากรไทยอายุตั้งแต่11ปีพ.ศ.2550 พบว่ามีผู้ออกกำลังกาย16.3 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ29.6 ซึ่งในจำนวนนี้เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง (ร้อยละ54และ46) ปัจจุบันประชากรเกิดค่านิยมในการออกกำลังกายเพื่อให้สุขภาพดีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การเติบโตของสถานที่ออกกำลังกายที่หลากหลายประเภท สามารถเห็นได้จากสถานที่ออกกำลังกายในปัจจุบันที่แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ สโมสร ศูนย์กีฬา ฟิตเนสเซนเตอร์ และศูนย์บริการเฉพาะ (จิราภา พึ่งบางกรวย,2550)

กาลเวลาเปลี่ยนไปเราต้องเผชิญกับโรคภัยไข้เจ็บที่เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ดังนั้นสุขภาพจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่เราต้องดูแลใส่ใจสุขภาพให้มากขึ้น และการออกกำลังกายจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ร่างกายของเรานั้นแข็งแรงเพื่อช่วยสร้างภูมิคุ้มกันโรคภัยต่างๆ การออกกำลังกายที่ฟิตเนสที่ต้องเสียค่าใช้บริการ จึงทำให้คนทั่วไปส่วนใหญ่ที่ใส่ใจสุขภาพให้ความนิยมไปออกกำลังกายที่ฟิตเนสมากขึ้น (วรภพ ลิ้มสุวรรณ,2556)

ดังนั้นการที่ผู้ประกอบธุรกิจฟิตเนสจะอยู่รอดนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายของผู้มาใช้บริการและให้ผู้มาใช้บริการประสบความสำเร็จในการออกกำลังมากที่สุด โดยจัดทำรูปแบบโปรแกรมการออกกำลังกาย ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์มีใบรับรองจากสถาบันการศึกษาที่ได้รับมาตรฐานคอยดูแลอย่างใกล้ชิด จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษารูปแบบการดำเนินงานของกิจการ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จโดยนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจในอนาคต และได้นำแนวทางไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจประเภทฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา โดยสภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว และครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) ปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมี 5 ประการดังนี้ 1.ลักษณะทางสรีระ (Physiological condition) เป็นปัจจัยเบื้องต้นในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค หรือที่เรียกว่าปัจจัย 4 เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของร่างกาย 2. สภาพจิตวิทยา (Psychological condition) ลักษณะความต้องการที่เกิดจากจิตใจซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ 3. ครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มบุคคลในครอบครัวที่อบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคลถ่ายทอดนิสัย และค่านิยมของครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค 4. สังคม (Social group) สิ่งที่อยู่รอบตัวที่ส่งผลให้เราต้องทำตัวให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม การที่ผู้บริโภคเป็นคนชั้นสูง ชั้นกลาง และชนชั้นต่ำ ซึ่งแต่ละชนชั้นก็จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป 5. วัฒนธรรม (Culture) คือวิถีชีวิตที่คนในสังคมยอมรับและพฤติกรรมปฏิบัติตามกันเพื่อความงดงามของสังคม

แนวคิดและทฤษฎี 4C's

1.ต้นทุนของลูกค้า (Cost) นักการตลาดควรเข้าใจว่าแม้ผู้บริโภคจะได้รับสินค้าที่ตรงกับความต้องการแล้ว แต่ยังไม่ใช่ปัจจัยเพียงพอที่จะเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าในระดับราคาที่เหมาะสม ผู้บริโภคจะยอมจ่ายในราคาที่สูงหากสินค้านั้นๆ ลักษณะพิเศษหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะ แนวความคิดเดิมๆ เกี่ยวกับผู้บริโภคที่เชื่อว่า "สินค้าที่มีคุณภาพสูง ราคามักจะแพง" นั้น กำลังจะเปลี่ยนในปัจจุบันนี้ด้วยกระบวนทัศน์ใหม่ในการบริหาร คือ "ยกระดับคุณภาพ ขนาดเดียวกับราคาที่ถูกลง" ซึ่งให้องค์กรธุรกิจต้องมีการ

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต เพื่อให้ต้นทุนต่ำลง อีกทั้งยังต้องเปลี่ยนยุทธวิธีการตั้งราคาใหม่จากเดิม ที่ผลิตสินค้าเสร็จแล้วจึงค่อยมาตั้งราคา แต่กลับต้องพิจารณาว่าผู้บริโภคยอมรับสินค้านั้นๆ ด้วยราคา ณ ระดับใด สามารถลดต้นทุนได้หรือไม่ จึงค่อยมากำหนดราคา ณ ระดับที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จ่าย

2.ความสะดวก (Convenience) ผู้ผลิตต้องพยายามส่งมอบสินค้าหรือนำเสนอการบริการ ณ สถานที่และเวลาที่เหมาะสม เพื่อประโยชน์ในการติดต่อและการสั่งซื้อและสามารถ ตรวจสอบระดับได้ในทุกขั้นตอน ผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการการซื้อหาสินค้าด้วยความง่ายและสะดวกสบายไม่ยุ่งยาก ณ เวลาใดก็ได้ที่ต้องการ จึงเกิดธุรกิจประเภทร้านสะดวกซื้อ ที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง ในปัจจุบันยังมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างคุณค่าในจุดนี้

3.การแก้ปัญหาให้ลูกค้า (Customer) ผู้ผลิตสินค้าต้องเรียนรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคโดยการพัฒนาสินค้าเพื่อให้สินค้านั้นๆ สามารถเอื้อประโยชน์หรือแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า และที่สำคัญยิ่งคือการนำเสนอคุณภาพที่ดีแก่ลูกค้า โดยอาจเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพตรงหรือสูงกว่าความคาดหวังของหลายหลายๆ องค์กรอาจมุ่งการตอบสนองสินค้าหรือบริการให้ตรงจุดและชัดเจนยิ่งขึ้นโดยกลยุทธ์ที่ว่า Mass Customization โดยเสนอสินค้ารายการเพื่อลูกค้าเฉพาะรายในราคาที่เหมาะสม พร้อมการบริการพิเศษที่จูงใจของลูกค้าแต่ละบุคคล ขณะเดียวกันก็สามารถตอบสนองลูกค้าในวงกว้าง เพื่อสนองความพึงพอใจได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นกลยุทธ์นี้จึงจำเป็นต่อใช้การจัดการระบบฐานข้อมูลที่ดีพร้อมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสนับสนุนการออกแบบผลิตภัณฑ์และการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว

4.การติดต่อสื่อสาร (Communication) การมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดอันได้แก่ การใช้พนักงานขาย การบริการสนับสนุน การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ล้วนแต่เป็นการเพิ่มการรับรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสินค้าและข้อมูลอื่นๆ ที่องค์กรต้องการ สื่อสารด้วยข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง องค์กรถึงต้องระมัดระวังการให้สัญญาแก่ผู้บริโภคที่เกินจริงอันจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือเกิดความคาดหวังที่สูงและองค์กรต้องหลีกเลี่ยงการสร้างแรงกดดันกับลูกค้า เช่น กรณีการใช้พนักงานขาย ซึ่งพยายามขายสินค้าในลักษณะเชิงรุกอย่างมากต่อลูกค้าตรงกันข้ามองค์กรควรแปลเป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อเสริมสร้างคุณค่าและให้เกิดความมั่นใจแก่ลูกค้า เช่น การเสนอคุณประโยชน์หรือการขายในลักษณะเชิงเป็นการปรึกษาแก่ลูกค้า ตลอดจนการบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง หรือจัดตั้งฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างทันท่วงทีเป็นต้น นอกเหนือจากเครื่องมือสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดแบบเดิมๆแล้ว องค์กรยังสามารถสร้างคุณค่าด้วยเครื่องมือการสื่อสารยุคใหม่อันได้แก่ การใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อสื่อข่าวสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรงในวงกว้างและเป็นช่องทางที่ลูกค้าป้อนข้อมูลทั้งเชิงบวกและเชิงลบกับสู่องค์กรได้อย่างรวดเร็ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภาวดี วัฒนานิมิตกูล และคณะ (2560) ได้ผลการศึกษาพบว่า 1)รูปแบบและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เป็นการดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว โดยอาศัยคนในครอบครัวเป็นผู้ดำเนินการในส่วนงานต่างๆ 2)ด้านกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการใช้วิธีการสร้างความแตกต่าง เป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจ มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ คำนึงถึงคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าในสภาวะการแข่งขันที่สูง ซึ่งการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนี้ จะส่งผลให้

ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจเพื่อให้เกิดการปรับตัวในธุรกิจเพื่อความอยู่รอดต่อไป

กนกพรรณ บรมสุข และคณะ (2560) ได้ศึกษาพบว่าผลการวิจัยพบว่า พบว่า ลูกค้าฟิตเนสทเวนตี้วัน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ได้ให้ความหมาย และที่มาของความหมายในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ 4 ความหมาย ดังนี้ 1. การช่วยเหลือชุมชนพื้นที่ใกล้เคียงสถานประกอบการ 2. การสนับสนุนการศึกษา 3. การช่วยแก้ปัญหาต่างๆ 4. การตลาดของกิจการ และมีความต้องการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้ 1. การจัดกิจกรรมเพื่อนำเงินไปบริจาค 2. การสนับสนุนทุนการศึกษาและอุปกรณ์การเรียน 3. การจัดกิจกรรมทำบุญ 4. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกาย 5. การสนับสนุนให้คนในชุมชนรักและดูแลสุขภาพ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย การวิจัยเรื่องการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจประเภทฟิตและเพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจฟิตเนส เป็นแนววิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยมีระเบียบวิธีการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและศึกษาจากพื้นที่จริงและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีการศึกษาค้นคว้าและเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

2. การเลือกพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกธุรกิจฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม ตั้งอยู่ที่ 369 ถนนไผ่เตย เขตเทศบาลนครปฐม ตำบลห้วยจระเข้ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กสถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเป็นแหล่งชุมชน ทำการศึกษาเดือน กันยายน พ.ศ. 2560

3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก การวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม คือ คุณธีรวัชร์ วงศ์พันธุ์ทอง

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ สร้างแบบแนวคำถามและสังเกตพฤติกรรมของเจ้าของธุรกิจ ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

5. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย ศึกษาแนวคิดทฤษฎี บทความและจากเอกสารต่างๆ สอบถามบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจฟิตเนสและผู้มาใช้บริการ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์ และนำมาสรุปประเด็นสำคัญเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา

6.การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ศึกษาการจากเอกสาร บทสัมภาษณ์ต่างๆรวมถึงบทความเวอริเดียน ฉบับภาษาไทย สาขามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะปีที่ 10 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน 2560 การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในความต้องการของลูกค้าฟิตเนสทเวนวัน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่เจ้าของกิจการเคยให้สัมภาษณ์ไว้เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น และใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวคำถามแบบปลายเปิดในการสัมภาษณ์

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

7. วิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้หลังจากการสัมภาษณ์มาแยกตามลำดับขั้นตอน จัดเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเรียบเรียงสถานการณ์ให้ถูกต้องตามลำดับ

8. **การตรวจสอบความเชื่อมั่น** หลังจากเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตโดยใช้วิธีการตรวจสอบด้วยวิธีการสามเส้า ด้านผู้วิจัยจะเน้นการตรวจสอบจากผู้ให้ข้อมูลให้ความคิดเห็นเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ถ้าผู้ให้ข้อมูลตอบคำถามในทิศทางเดียวกัน จากสัมภาษณ์แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

9. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล มีการยื่นเอกสารขอเข้าสัมภาษณ์และมีการแนะนำตัวเองก่อนเริ่มสัมภาษณ์ โดยขอความช่วยเหลือในการให้ข้อมูล โดยขออนุญาตเปิดเผยชื่อธุรกิจและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจฟิตเนสซึ่งข้อมูลดังกล่าวนั้นมีความถูกต้องและแม่นยำ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเภทฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับศึกษารูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจประเภทฟิตและเพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจฟิตเนส จากการศึกษาดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยไดข้อมูลมาเพื่อสรุปให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจประเภทฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม

จากการศึกษา พบว่า ฟิตเนสทเวนตี้วันมีลักษณะกิจการรูปแบบเจ้าของคนเดียว ซึ่งเริ่มต้นธุรกิจจากเจ้าของกิจการมีลักษณะรูปร่างค่อนข้างอ้วนมาก่อน สุขภาพร่างกายไม่ค่อยแข็งแรง เหนื่อยง่าย ออกแรงนิดหน่อยก็จะหายใจไม่ค่อยทันและอึดอัด จึงได้เกิดความสนใจในการดูแลสุขภาพ เพื่อให้ร่างกายกลับมาแข็งแรงขึ้น โดยเริ่มจากการไปออกกำลังกายตามสถานที่ต่างๆ เช่น สวนสาธารณะ สนามฟุตบอล และสุดท้ายก็จบที่ฟิตเนส แต่ด้วยปัจจัยหลายๆอย่างทำให้การออกกำลังกายมักมีอุปสรรคเสมอ จึงทำให้เขาเลือกที่จะไปออกกำลังกายที่สถานที่ฟิตเนส เนื่องจากมีอุปกรณ์ออกกำลังกายครบครัน สะดวกและตรงตามเป้าหมายตามที่ผู้ต้องการ ออกกำลังกายต้องการ แต่ด้วยเวลาที่สถานที่ฟิตเนสเปิดให้บริการนั้น เปิดให้บริการถึงเวลา 22.00 น. และปิดให้บริการทุกวันอาทิตย์ แต่ด้วยหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบกว่าจะเสร็จงานก็ 20.00 น. ทำให้เวลาในการออกกำลังกายนั้นไม่เพียงพอ และวันอาทิตย์ก็ปิดอีก จึงทำให้มีเวลาในการออกกำลังกายค่อนข้างน้อยเกินไป จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ เจ้าของของกิจการจึงหันมาสนใจธุรกิจฟิตเนสเต็มตัวและเปิดสถานบริการฟิตเนสเอง โดยเปิดเวลา 09.00-00.30 น. และไม่มีวันหยุดอีกด้วย

โดยมีการแบ่งการดำเนินงานได้ดังต่อไปนี้

1) การจ้างพนักงาน โดยแบ่งพนักงานออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) พนักงานต้อนรับ คอยให้บริการทางด้านรายละเอียดเกี่ยวกับโปรแกรมการออกกำลังกาย คอยแนะนำให้ส่วนของข้อมูลการออกกำลังทั้งหมดว่าลูกค้าแต่ละบุคคลควรลงโปรแกรมการออกกำลังกายประเภทใด 2) พนักงานอ๊อฟฟิตมีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับเอกสารข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าทั้งหมดและเอกสารทั้งหมดของฟิตเนส 3) เทรนเนอร์ คือ ผู้ที่เชี่ยวชาญและมี

ความรู้ความสามารถทางด้านการออกกำลังกายโดยเฉพาะ ซึ่งเทรนเนอร์นั้นมีหน้าที่ดูแลการออกกำลังกายให้กับผู้ที่มาใช้บริการที่ลงโปรแกรมการออกกำลังกายโดยตรง แต่หากผู้ที่ไม่ประสงค์ที่จะลงโปรแกรมการออกกำลังกาย เทรนเนอร์ก็สามารถให้ความรู้ทางด้านการออกกำลังกายเบื้องต้น โดยแต่ละตำแหน่งก็จะมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่แตกต่างกันไป โดยคิดอัตราค่าจ้างเป็นรายเดือน และจะสลับวันหยุดกัน

2) การสั่งซื้อเครื่องออกกำลังกายและเครื่องดื่ม การสั่งซื้อเครื่องออกกำลังกายนั้นจะซื้อครั้งเดียวก่อนเปิดกิจการทั้งหมด และจะมีการซื้อเพิ่มเติมอุปกรณ์บางอย่าง หรือมีการสั่งซื้อพิเศษก็ต่อเมื่ออุปกรณ์ที่มีอยู่นั้นเกิดการชำรุดเสียหายหรือหมดอายุการใช้งาน โดยจะสั่งซื้อด้วยวิธีการเข้าเว็บขายอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายและสำรวจราคาของแต่ละยี่ห้อว่าแตกต่างกันอย่างไร หลังจากนั้นไปดูอุปกรณ์ของจริง เพื่อดูรายละเอียดของอุปกรณ์ เช่น ความหนาของเหล็ก เป็นต้น จึงค่อยตัดสินใจสั่งซื้อ และเครื่องดื่มจะซื้อสินค้าจากแม็คโครโดยตรง โดยเจ้าของการจากจะเป็นผู้ไปซื้อด้วยตนเองเพื่อจะได้สามารถควบคุมต้นทุนและคุณภาพได้

3) การเงิน มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบแต่มีสภาพคล่องปานกลาง เนื่องด้วยฟิตเนสนั้นเป็นผู้ดำเนินธุรกิจคนเดียว โดยใช้เงินส่วนตัวไม่ได้กู้มาจากที่อื่น ซึ่งอุปกรณ์บางอย่างเจ้าของสามารถขอเครดิตในการสั่งซื้อสินค้าได้ ทำให้ต้องนำเงินบางส่วนจากรายได้ มาซื้ออุปกรณ์ออกกำลังกายบางชนิดเพิ่มเติม

4) เครื่องออกกำลังกาย มีความแข็งแรง คงทน ใช้งานง่าย ถูกสุขลักษณะในการออกกำลังกาย เครื่องออกกำลังกายมีความทันสมัย มีความปลอดภัยในขณะใช้งาน

5) ด้านการบริการ การบริการเจ้าของกิจการยึดถือการให้ความบริการที่ประทับใจ เป็นกันเอง มีความยืดหยุ่นกับผู้ใช้บริการ เช่น หากผู้ใจบริการที่มาใช้เป็นประจำสม่ำเสอม โปรแกรมการออกกำลังกายของลูกค้านั้นหมด และลูกค้าไม่ได้เตรียมเงินมาเพื่อชำระ ทางเจ้าของกิจการให้ความยืดหยุดกับผู้ลงโปรแกรมได้ ค่อยนำเงินจำนวนดังกล่าวมาชำระในครั้งถัดไป ถือเป็นการซื้อใจผู้ลงโปรแกรมในระดับหนึ่งเช่นกัน และนอกจากนั้นเทรนเนอร์จะคอยให้คำปรึกษาแนะนำทางด้านการทานอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มเติมอีกด้วย เพื่อให้ผู้มาใช้บริการสึกประทับใจที่มาใช้บริการที่ฟิตเนสแห่งนี้

6) ด้านราคา โดยแยกออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) ค่าบริการ ซึ่งค่าบริการจะมี ค่าบริการแบบรายวัน วันละ 99 บาท ค่าบริการสมาชิกรายเดือน 1 เดือน 1,500 บาท ค่าบริการสมาชิกรายเดือน 6 เดือน 7,500 บาท ค่าบริการสมาชิกรายเดือน 1 ปี 14,000 บาท 2) โปรแกรมออกกำลังกาย แบ่งออกเป็น 4 โปรแกรมคือ 2.1) โปรแกรมเทรนส่วนตัว เทรน 1 ครั้ง 500 บาท 1 โปรแกรมจะเรียกเป็นครอส คือ เทรนส่วนตัวคอร์ส 12 ครั้ง ราคา4,800 บาท, คอร์ส 24 ครั้งราคา 9,200 บาท คอร์ส 40 ครั้งราคา 14,800 บาท 2.2) โปรแกรมมวยไทย เทรน 1 ครั้ง 500 บาท คอร์ส 10 ครั้ง 4,500 บาท คอร์ส 20 ครั้ง 8,000 บาท 2.3) โปรแกรมเต้นซุมบ้า 1 ครั้ง 450 บาท คอร์ส 10 ครั้ง 3,500 บาท 2.4) โปรแกรมลดน้ำหนัก เดือนละ 7,500 บาท 3 เดือน 21,000 บาท

7) ด้านช่องทางการให้บริการ เป็นสถานที่ให้บริการแห่งเดียว ตั้งอยู่ใจกลางเมืองนครปฐม เดินทางสะดวก ห่างจากบิ๊กซีนครปฐม ประมาณ 200 เมตร เป็นทางแหล่งชุมชน สถานที่โดดเด่นเป็นที่ง่ายต่อการมองเห็น

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

8) ด้านโปรโมชั่น มีการจัดโปรโมชั่นให้กับนักเรียน นักศึกษา ที่สนใจในการออกกำลังกาย เพียงแค่นำบัตรนักศึกษามาแสดงก่อนใช้บริการ ก็จะได้รับส่วนลดค่าบริการ 10 % และหากสมาชิกเก่าที่สมัครสมาชิกรายเดือนหรือรายปี ก็จะได้รับส่วนลด 10% ตลอดอีกด้วย

2. สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.1. ด้านเป้าหมายทางธุรกิจ จากการศึกษา พบว่า เจ้าของธุรกิจมีเป้าหมายคือ การสร้างความเจริญเติบโตและยั่งยืนให้แก่ธุรกิจฟิตเนส โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เริ่มต้นจากการพัฒนาในส่วนของอุปกรณ์ออกกำลังกายเพิ่มเติมให้ทันสมัย มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ มีการอบรมพนักงานในด้านการให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ถูกต้อง อยู่เป็นประจำสม่ำเสมอ มีการประชุมภายในทุกสัปดาห์ เพื่อมีการติดตามผลของผู้ที่ลงโปรแกรมทุกท่าน ให้ข้อมูลที่อัพเดทตลอดเวลาเพื่อป้องกันปัญหาจากการทำงานผิดพลาดของเทรนเนอร์ เน้นการให้บริการให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการบริการและเกิดความประทับใจที่เลือกใช้บริการซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจในอนาคต

2.2. ด้านสภาพแวดล้อมของธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม จากการศึกษา พบว่า ศักยภาพของเจ้าของของธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม สามารถแยกประเภทได้ดังต่อไปนี้

2.2.1 การวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม

1) ด้านประสบการณ์ เนื่องจากเป็นกิจการเปิดใหม่และเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทางด้านการออกกำลังอย่างถูกต้องด้วยตนเองมาก่อน ทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ ว่าผู้มาใช้บริการมีความต้องการการออกกำลังกายแบบไหน หากต้องการลดน้ำหนักต้องลงโปรแกรมการออกกำลังกายแบบใด หรือผู้ที่มาใช้บริการบางท่านมีความประสงค์ต้องการเพิ่มน้ำหนัก จะต้องลงโปรแกรมการออกกำลังกายแบบใดจึงจะเหมาะสม ฉะนั้นเจ้าของกิจการจะเป็นคนให้ข้อมูลดังกล่าวกับผู้ที่มาใช้บริการด้วยตนเอง

2) ด้านการเงิน มีการซื้อเครื่องออกกำลังกายในครั้งแรกก่อนเปิดกิจการทั้งหมด แต่จะมีการซื้อเพิ่มเติมอุปกรณ์บางอย่าง หรือมีการสั่งซื้อพิเศษก็ต่อเมื่ออุปกรณ์เกิดการชำรุดเสียหายหรือหมดอายุการใช้งาน และเครื่องดื่มจะซื้อสินค้าจากแม็คโครโดยตรง โดยเจ้าของกิจการจะเป็นผู้ไปซื้อด้วยตนเอง

3) ด้านการตลาด เนื่องด้วยสถานที่ค่อนข้างโดยเด่น เดินทางสะดวก เป็นแหล่งชุมชน มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ตรงหน้าฟิตเนส และแจกใบปลิวตามตลาดนัดทั่วพื้นที่นครปฐม และมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ สถานที่ฟิตเนสแห่งนี้ถือได้ว่าตั้งอยู่ในทำเลที่ดี

2.2.2 ด้านปัญหาในการประกอบธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม จากการศึกษา พบว่า ปัญหาในการประกอบธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐมแบ่งได้ดังนี้

1) ด้านพนักงาน คือ พนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ เนื่องจากฟิตเนสเปิดให้บริการตั้งแต่ 09.00-00.30 น. ทำให้พนักงานต้องมี 2 รอบการทำงาน ดังนั้นหากพนักรอบใดรอบหนึ่งหยุดกะทันหัน จะ

ทำให้ขาดพนักงานดูแลผู้มาใช้บริการ ดังนั้นทางฟิตเนสจึงแก้ปัญหาด้วยการรับนักศึกษาฝึกงานมาฝึกงานแทน เพื่อที่จะได้เพียงพอ

2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ช่องทางในการจัดจำหน่ายน้อยเกินไป เนื่องจากเป็นสถานที่เฉพาะสำหรับคนที่ออกกำลัง ดังนั้นทำให้กลุ่มผู้ใช้บริการแคบลง เนื่องจากจะมีผู้ใช้บริการเป็นคนกลุ่มเดียวตลอด ทำให้ลูกค้าบางกลุ่มเข้าไม่ถึง

2.2.3 ด้านโอกาสในการประกอบธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม จากการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1) ด้านคู่แข่ง ฟิตเนสเป็นสถานที่ออกกำลังกายโดยเฉพาะ มีการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เวลาเปิดปิดและไม่มีวันหยุดให้บริการทำให้เป็นทางเลือกที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ และด้วยทำเลที่ตั้ง ตั้งอยู่ใจกลางเมือง เดินทางสะดวก ทำให้ได้เปรียบคู่แข่งเป็นอย่างมาก

2) ด้านผู้ซื้อ ทางฟิตเนสมีโปรแกรมการออกกำลังกายที่หลากหลาย สามารถเลือกให้เข้ากับผู้ใช้บริการได้ ทำให้โปรแกรมดังกล่าวเป็นตัวเลือกให้กับผู้ใช้บริการ และง่ายต่อการเข้าถึง

3) ด้านผู้ขาย ฟิตเนสขายการให้บริการเป็นหลัก ดังนั้นผู้ที่มาใช้บริการจะไม่ค่อยต่อรองราคา เนื่องจากผู้ที่เข้ามาใช้บริการฟิตเนส เป็นผู้ที่มีกำลังซื้อในระดับหนึ่ง และมีความต้องการสูงในการดูแลสุขภาพ ดังนั้นบุคคลกลุ่มเหล่านี้มีความเต็มใจจ่ายด้วยราคาที่ทางฟิตเนสตั้งไว้อยู่แล้ว และเนื่องด้วยฟิตเนสทเวนตี้วัน ราคาจะถูกกว่าฟิตเนสแห่งอื่นในจังหวัดนครปฐม ดังนั้นผู้ที่เลือกใช้บริการฟิตเนสแห่งนี้จะไม่ค่อยต่อรองราคา

2.2.4 การวิเคราะห์อุปสรรคในการประกอบ ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม จากการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1) ด้านคู่แข่ง มีฟิตเนสหลายแห่งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงในจังหวัดนครปฐม ทั้งที่เป็นฟิตเนสขนาดใหญ่ และฟิตเนสชั้นนำ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการใช้บริการนอกเหนือจากทางฟิตเนสทเวนตี้วัน

2) ด้านผู้ซื้อ ผู้มาใช้บริการบางท่านเคยใช้บริการฟิตเนสชั้นนำก่อนหน้านี้ แล้วมาใช้บริการฟิตเนสทเวนตี้วัน จึงทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบระหว่างอุปกรณ์และสถานที่ หากลูกค้าต้องการแค่ออกกำลังกายอย่างเดียวจึงมองว่าที่ฟิตเนสทเวนตี้วันราคาค่าบริการแพงเกินไปเมื่อเทียบกับฟิตเนสชั้นนำ

3) ด้านผู้มีศักยภาพเข้าใหม่ ในยุคปัจจุบันเทรนสุขภาพกำลังเข้ามา จึงทำให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้น อุปกรณ์ฟิตเนสหาซื้อง่ายมากขึ้น มีผู้ประกอบการรายใหญ่ที่นำเข้าเครื่องออกกำลังกายมากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ หันมาเปิดธุรกิจฟิตเนส

4) ด้านสินค้าทดแทน ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ สนามฟุตบอล สนามเบดมินตัน สนามกีฬาจังหวัด

5) ด้านเศรษฐกิจ ด้วยปัญหาทางด้านเศรษฐกิจทำให้ผู้ที่ลงโปรแกรมการออกกำลังกายลดน้อยลง และบางครั้งก็จะต้องรอให้เงินเดือนออกก่อน จึงจะตัดสินใจลงโปรแกรมการออกกำลังกาย ทำให้ธุรกิจรายได้น้อยลง

2.3 การวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตและแนวโน้มของการแข่งขันธุรกิจฟิตเนส

2.3.1 อัตราการเจริญเติบโต การเติบโตของธุรกิจฟิตเนสมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากในยุคปัจจุบันทุกคนหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้อัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจสูงขึ้นเรื่อยๆ

2.3.2 แนวโน้มการแข่งขัน มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นมากเรื่อยๆ รวมไปถึงมีการใช้สื่อออนไลน์เป็นตัวช่วยในกรออกกำลังกาย และยังมีเทรนเนอร์รายใหม่ที่มีการลงโปรแกรมออกกำลังกายทางสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ทำให้ผู้ที่สนใจออกกำลังกาย สามารถออกกำลังกายเอกที่บ้านได้ โดยไม่ต้องมาออกกำลังกายที่ฟิตเนส

2.4 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐม ได้สร้างความแตกต่างในการให้บริการ มีเอกลักษณ์ของกิจการเป็นระบบกิจการการดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนคนในครอบครัว มีความยืดหยุ่นทางด้านกฎระเบียบในการใช้บริการ เช่น ลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการก่อนเวลาเปิด ได้ คือ สามารถเริ่มเข้าใช้บริการทุกวันได้ตั้งแต่เวลา 8.00 น. เนื่องจากลูกค้าบางท่านมีเหตุผลบางประการ และได้มีการตกลงกับเจ้าของกิจการเรียบร้อยแล้ว เป็นต้น ทำให้ลูกค้าเกิดความเป็นกันเองในการใช้บริการและเกิดความประทับใจในการดูแลใส่ใจผู้มาใช้บริการ และด้วยเวลาเปิด 09.00-00.30 น. และไม่มีวันหยุดนั้น ทำให้จำนวนผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลได้ว่า การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จนั้น จะต้องสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจของตนเอง เพื่อเป็นจุดแข็งของกิจการโดยให้ความเป็นกันเองแก่ผู้มาใช้บริการเปรียบเสมือนคนในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี วัฒนานิมิตกูล และคณะ (2560) ได้ผลการศึกษาพบว่า 1)รูปแบบและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เป็นการดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว โดยอาศัยคนในครอบครัวเป็นผู้ดำเนินการในส่วนงานต่างๆ 2) ด้านกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการใช้วิธีการสร้างความแตกต่าง เป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจ มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ คำนึงถึงคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าในสภาวะการแข่งขันที่สูง ซึ่งการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนี้ จะส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจเพื่อให้เกิดการปรับตัวในธุรกิจเพื่อความอยู่รอดต่อไป

ประโยชน์จากการวิจัย

จากการศึกษารูปแบบและการดำเนินงานของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษาฟิตเนสทเวนตี้วัน เขตเทศบาลนครปฐม จังหวัดนครปฐมวิจัยได้นำมาสร้างวัตถุประสงค์และแนวคิดในการศึกษาวิจัย เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครบถ้วน เพื่อให้งานวิจัยมีคุณภาพเป็นที่น่าเชื่อถือ จากผลการวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการฟิตเนสใช้กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการสร้างความแตกต่างโดยมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองตั้งแต่ต้น ทำให้ลูกค้าเกิดความเป็นกันเองในการใช้บริการ และเกิดความประทับใจในการดูแลใส่ใจผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีผลิตภัณฑ์ ที่ช่วยส่งเสริมร่างกายให้ออกกำลังกายแล้วมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น อาหารเพื่อสุขภาพหรืออาหารคลีน น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการประเภทเจ้าของคนเดียว สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารเพื่อให้ต่อยอดธุรกิจได้ให้เกิดความอยู่รอด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักเพียงคนเดียวคือเจ้าของธุรกิจทำให้ข้อมูลที่ได้รับมานั้นมีมุมมองและความคิดเห็นเป็นเพียงด้านเดียวเท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเพิ่มมากขึ้น เช่น ผู้ที่มาใช้บริการ เป็นต้น เพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติมและหลากหลายเพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยในเรื่องการมีความคิดเห็นของผู้ใช้บริการฟิตเนส และควรศึกษาวิจัยเพื่อประเมินผลการความพึงพอใจในการลงโปรแกรมการออกกำลังกายของฟิตเนสทเวนตี้วัน และขององค์กรธุรกิจต่างๆ เพื่อที่จะทำให้ทราบว่าผู้มาใช้บริการมีความต้องการแบบใดในการมาออกกำลังกาย

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิจัยในครั้งนี้ต้องกราบขอบพระคุณ คุณ ธีรวัชร์ วงศ์พันธุ์ทอง เจ้าของฟิตเนสทเวนตี้วัน ที่สละเวลาในการให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนเสนอแนะแนวทางต่างๆที่มีประโยชน์ต่องานวิจัยของตัวผู้วิจัยเป็นอย่างสูง

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกพรรณ บรมสุข และคณะ “การให้ความที่มาของความหมาย รูปแบบและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของลูกค้าฟิตเนสทเวนวัน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่10 ,ฉบับที่ 1** (มกราคม - เมษายน 2560) :178

จิราภา พึ่งบางกรวย. (2550:26). **กลยุทธ์การตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ในประเทศไทย**

รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ.(2555).”**ปัจจัยทีมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายอนันต์ ไลน์ ฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ** ”วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.

วรภพ ลิ้มสุวรรณ. (2556). **“อิทธิพลของกิจกรรมทางการตลาดมุ้งเน้นลูกค้าและความพอใจคุณภาพของกลยุทธ์การแข่งขันที่มีผลกระทบต่อความภัคดีของลูกค้าที่มาใช้บริการฟิตเนสเซนเตอร์ ในเขตบางแคกรุงเทพมหานคร** “วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปกร

สุภาวดี วัฒนานิมิตกูล และคณะ “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเบเกอรี่ กรณีศึกษาเค้กโอ่งร้านอาตี๋โกปี๊ จังหวัดราชบุรี” **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่10 ,ฉบับที่ 1** (มกราคม - เมษายน 2560) :1477

เสรี วงษ์มณฑา (2542) . **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด.กรุงเทพมหานคร** : วิสิทธิ์วัฒนา สำนักงานสถิติแห่งชาติ, (2550).