



การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา:
บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

ปวีณา สืบสิงห์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

พ.ศ. 2564

การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา:
บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

ปวีณา สืบสิงห์

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ. 2564
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

FITNESS BUSINESS STRATEGIC MANAGEMENT : A CASE STUDY
OF PEAK POINT PERFORMANCE Co., Ltd.

PAWEENAR SUEBSING

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ


THIS THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN SPORT AND RECREATION MANAMENT, FACULTY OF LIBERAL ARTS
THAILAND NATIONAL SPORTS UNIVERSITY CHON BURI CAMPUS
2021

ALL RIGHTS RESERVED BY THAILAND NATIONAL SPORTS UNIVERSIT

ชื่อวิทยานิพนธ์ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจปิโตรเคมีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
ชื่อ สกฤตผู้วิจัย นางสาวปวีณา สืบสิงห์
สาขาวิชา, คณะ การบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ, ศิลปศาสตร์
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์


.....ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมัทญา สิงห์คราม)
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมัทญา สิงห์คราม)
รองคณบดีคณะศิลปศาสตร์ ประจำวิทยาเขตชลบุรี

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(ดร.ดิฏฐชัย จันทร์คุณา)


.....กรรมการ
(ดร.กรธวัฒน์ สกลคฤหเดช)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชฎี กูอินทร์)

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา: บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด
ชื่อ สกุลผู้วิจัย	นางสาวปวีณา สืบสิงห์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา, คณะ	การบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ, ศิลปศาสตร์
ปีที่ส่งวิทยานิพนธ์	2564
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมทิญา สิงห์คราม

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด 2) วิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (SWOT) ของธุรกิจฟิตเนส 3) เสนอแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้ที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด การเลือกกลุ่มตัวอย่างในศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถามมีจำนวน 200 คน สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก (SWOT) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 2 ท่าน โดยการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์จากผู้มีหน้าที่บริหาร ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่า 2 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ และด้านคุณธรรมจริยธรรม

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในปัจจัยภายนอก (SWOT) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส พบว่า จุดแข็ง (Strength) ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ลักษณะรูปแบบธุรกิจชัดเจนและได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลถูกต้อง พัฒนาการออกกำลังกายแบบหนักสลับเบาที่ใช้เวลาเพียง 30 นาที เน้นการสร้างบุคลากรที่เป็นหัวใจสำคัญ จุดอ่อน (Weakness) ประกอบด้วย พื้นที่ในการให้บริการไม่เพียงพอ เนื่องจากมีผู้เข้าใช้บริการเป็นจำนวนมาก แรงจูงใจในการขายคลาสการออกกำลังกายให้กับผู้เข้าใช้บริการและราคาในการเข้าใช้บริการสูง กลุ่มคนที่ไม่ค่อยมีฐานะไม่สามารถเข้าถึงได้ โอกาส (Opportunities) ประกอบด้วย สถานการณ์ทางการเมืองมีเสถียรภาพมากขึ้น ผู้บริโภคหันเข้าหาฟิตเนสมากขึ้น เพื่อผ่อนคลาย และหาความบันเทิงด้วยการออกกำลังกาย อุปสรรค (Threats) ประกอบด้วย มีการแข่งขันทางการตลาดสูงและเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีราคาสูงขึ้น

สำหรับแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส พบว่า กลยุทธ์เชิงรุกส่งเสริมช่องทางการตลาดให้มีความหลากหลาย เพื่อเพิ่มการขายอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาการตลาดธุรกิจฟิตเนสที่จะเติบโตในอนาคตด้วยรูปแบบการออกกำลังกายที่แปลกใหม่ พัฒนาธุรกิจให้มีความเป็นสากล เพื่อดึงดูดให้ต่างชาติร่วมลงทุน เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใช้บริการ

สนับสนุนให้ธุรกิจพัฒนาความน่าเชื่อถือและมีความปลอดภัย กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น ร่วมทุนจากต่างชาติเพื่อขยายฐานธุรกิจที่ทันสมัยและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อความน่าสนใจ ร่วมมือกับสถานประกอบการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยตาม พ.ร.บ. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ ควบคุมแผนพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้มแข็งชัดเจนควบคุมการกิจกรรมให้ได้มาตรฐาน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีมาตรการป้องกันควบคุมราคาสินให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กลยุทธ์การตัดทอน ปรับเปลี่ยนกิจกรรมกิจกรรมให้เหมาะสมกับพื้นที่และผู้เข้าใช้บริการปรับปรุงสถานที่ให้บริการเพื่อรองรับผู้เข้าใช้บริการ ชะลอการขยายกิจการ

คำสำคัญ: การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์, ธุรกิจพัฒนา

มหาวิทยาลัยการจัดการศึกษาแห่งชาติ

ABSTRACT

Thesis name	Fitness Business Strategic Management : A Case Study of Peak Point Performance Co., Ltd.
Researcher's name	Ms. Paweenar Suebsing
Degree	Master of Business Administration
Discipline, Faculty	Sports and Recreation Management, Faculty of Liberal Arts
Year	2021
Advisor Committee	Asst. Prof. Dr. Patantiya Singkhram

The objectives of this research were 1) to study opinions of service users towards the strategic management factor of the fitness business : A case study of Peak Point Performance Co., Ltd. , 2) to analyze internal and external factors (SWOT) of fitness business, and 3) to propose a strategic management approach for the fitness business. This research was a mixed method research using quantitative research from people who use services in the area of Peak Point Performance Co., Ltd. The selection of samples in this study was conducted using survey data from a questionnaire consisting of 200 subjects by convenience Sampling. This study was qualitative research using an internal and external factor analysis (SWOT) method of 2 key informants by selecting a specific group of key informants from purposive sampling based on criteria from those in charge of management. The results showed that the opinions of service users towards the strategic management factor of fitness business : A Case Study of Peak Point Performance Co., Ltd. overall were at the highest level with an average of 4.76. When considering each item in descending order, it was found that the top two were management and morality.

Analysis of internal factors, external factors (SWOT), and strategic management of fitness business found that strength consisted of continuous promotional activities, clear business model characteristics, and being registered as a legal entity in developing an alternating intensity workout that takes only 30 minutes. In focusing on building personnel at the heart of the weaknesses, consisting of insufficient service area due to large number of users, accelerating the end of sales of exercise classes to customers, and prices in high service access. A group of people who are less wealthy cannot reach the opportunities which consist of a more stable political situation, more consumers turning to fitness to relax, and finding entertainment through exercise. Threats consist of high market competition and higher cost of new technology.

As for the strategic management approach of the fitness business, it was found that proactive strategies promote diversified marketing channels to continually increase sales and develop the fitness business market that will grow in the future with innovative exercise formats. Develop business to be international to attract foreign investment. Increase target audience by inspiring service users, encouraging fitness businesses to be trustworthy, and secure. Strategies for turning around foreign joint ventures to expand the modern business base and bring in new technologies for interest. Cooperate with establishments that have safety standards according to the Health Workplace Act. Stability Strategies Control personnel development plans to be strong and clear, control activities to meet standards. Continuously organize promotional activities. There are preventive measures to control prices in accordance with the industrial product standards and there is a cutting strategy, adjust the activities to suit the floor and use of service users, improve the property to accommodate visitors, and slow down business expansion.

Keywords: Business Management, Practical Shooting Sports, Sports Tourism

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสำเร็จจากความเมตตากรุณาอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมทิญา สิงห์คราม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยให้คำแนะนำชี้แนะแนวทาง สั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชา ให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้วิทยาใหม่ ๆ ซึ่งต่างไปจากโลกทัศน์ที่ข้าพเจ้าเคยรู้จัก ขอกราบขอบพระคุณ ดร.ดิฐกรชัย จันทร์คุณา ที่กรุณาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อให้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ให้อวิทยานิพนธ์สมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติประเทศไทย วิทยาเขตชลบุรี ที่เป็นแหล่งให้เรียนรู้ชีวิตและสังคมของผู้คนที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาระดับปริญญาโท ทั้งนี้เพราะเป็น องค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้ การศึกษาสำเร็จลงอย่างสมบูรณ์ในทุก ๆ ด้าน คุณค่าและความดีงามอันใดเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศแก่ครูอาจารย์ผู้มีพระคุณและมีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณ ศูนย์สุขภาพบางทรายอำเภอบางทราย จังหวัดชลบุรี ที่ให้ความร่วมมือในการใช้สถานที่ในการเก็บข้อมูลวิจัย ขอกราบขอบพระคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจตั้งแต่เริ่มการศึกษาจนกระทั่งลุล่วงไปได้ด้วยดี

ปวีณา สืบสิงห์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจปิโตรเนส.....	7
แนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ.....	21
ประวัติ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด.....	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	26
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
ข้อเสนอแนะทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจปิโตรเนส.....	48

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	49
สรุปผลการวิจัย.....	49
อภิปรายผลการวิจัย.....	52
ข้อเสนอแนะ.....	58
บรรณานุกรม.....	59
ภาคผนวก.....	65
ภาคผนวก ก.....	68
ภาคผนวก ข.....	96
ภาคผนวก ค.....	71
ภาคผนวก ง.....	78
ภาคผนวก จ.....	85
ประวัติผู้วิจัย.....	97

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 ข้อมูลทั่วไปของ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด.....	22
2.2 ข้อมูลธุรกิจของ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด.....	22
2.3 อันดับธุรกิจ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัดปี 2561.....	23
2.4 อันดับธุรกิจ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ปี 2562.....	23
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามเพศ.....	32
4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามอายุ.....	32
4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	33
4.4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	33
4.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	34
4.6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ.....	34
4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการ..... ที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านบุคลากร	35
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการ..... ที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านการเงินและงบประมาณ	36
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการ..... ที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านการบริหารจัดการ	37
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการ..... ที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านวัสดุอุปกรณ์	38
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการ..... ที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านคุณธรรมจริยธรรม	39
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการ..... ที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านการตลาด	40
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการ..... ที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวม	41
4.14 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (IFAS) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส.....	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.15 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External factor) การบริหารจัดการ..... เชิงกลยุทธ์ธุรกิจพิเศษ	43
4.16 กลยุทธ์ (Formula) ธุรกิจพิเศษ.....	45

มหาวิทยาลัยการจัดการศึกษาแห่งชาติ

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
3.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (IFAS) และปัจจัยภายนอก (External Factor)..... การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส	44

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันกระแสความนิยมในการดูแลสุขภาพของคนไทยมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยที่เกื้อหนุนทั้งในเรื่องของความนิยมในการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย ในสถานบริการที่อยู่ในรูปแบบธุรกิจฟิตเนสที่เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับความนิยมมาก แต่ธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ยังมีส่วนแบ่งการตลาดอีกมาก ซึ่งสัดส่วนประชากรไทยที่เป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์มีเพียงร้อยละ 0.6 ซึ่งต่ำกว่า ค่าเฉลี่ยของทวีปเอเชียและในหลายประเทศที่พัฒนาแล้ว (Positionmag, 2559) ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมให้ประชากรไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์หรือออกกำลังกายในสถานออกกำลังกาย เพื่อให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 และแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2560-2564 ที่ว่าด้วยการเสริมสร้างศักยภาพคนไปสู่ความ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2560; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ส่งผลให้เกิดความต้องการบุคลากรจากภาคการศึกษาที่มีสมรรถนะตรงกับการทำงานในฟิตเนสเซ็นเตอร์ หลายมหาวิทยาลัยจึงปรับปรุงหลักสูตร ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีจนถึงปริญญาเอก รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับฟิตเนสเซ็นเตอร์ เพื่อเน้นการผลิตบัณฑิตให้มีทักษะของผู้ ฝึกสอนการออกกำลังกายส่วนบุคคลในฟิตเนสเซ็นเตอร์และมีความสามารถในการบริหารจัดการใน ฟิตเนสเซ็นเตอร์ เช่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ จันทระเกษม เป็นต้น (ดิฐฐชัย จันทรศุภนา. 2560)

ในยุคนปัจจุบันธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์มีการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นจากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มีสถิติว่านับตั้งแต่ปี 2559-2561 มูลค่าทุนจดทะเบียนธุรกิจออกกำลังกายฟิตเนสมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะปี 2561 มีจำนวนมูลค่าทุนจดทะเบียนจำนวน 377 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 87 ล้านบาทคิดเป็นเพิ่มขึ้น 30% แสดงให้เห็นถึงการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในธุรกิจฟิตเนสซึ่งสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของธุรกิจจัดตั้งใหม่ โดยการจัดตั้งธุรกิจที่เพิ่มขึ้นนี้สะท้อนไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคซึ่งมักเลือกทำเลที่ตั้งเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้ามากขึ้นเช่นการจัดตั้งตามแนว รถไฟฟ้ามีการขยายสาขาและมีการจัดตั้งธุรกิจโดยผู้ประกอบการรายเล็กเพิ่มขึ้น (พิมพ์ใจ ฮุนตระกูล. 2563) เพราะได้รับความนิยมจากประชาชนที่มีความตื่นตัวในเรื่องการดูแลสุขภาพมากขึ้น คาดการณ์ว่าธุรกิจฟิตเนสจะเป็นอีกธุรกิจที่เติบโตอย่างน่าสนใจ เนื่องจากคนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น แม้ว่าธุรกิจนี้ จะเริ่มมีสภาวะในการแข่งขันสูง เนื่องจากผู้เล่นทั้งไทยและต่างชาติที่พยายามเข้ามามีส่วนร่วมในตลาดสุขภาพของไทยที่มีสัดส่วนของคนออกกำลังกายยังคงอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศ หากผู้ประกอบการสามารถชักจูงให้คนมาออกกำลังกายกันมากขึ้น ตลาดนี้จะมีช่องว่างสำหรับผู้เล่นรายใหม่ให้สามารถเติบโตได้อีกมาก (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2562)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจฟิตเนสนั้นกำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย แต่ก็มี การแข่งขันทางธุรกิจสูงเช่นกัน การบริหารจัดการธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากมีต้นทุนต่าง ๆ มากมาย เช่น ค่าเครื่องออกกำลังกาย ค่าเทรนเนอร์ สิ่งอำนวยความสะดวก

ค่าสถานที่ เป็นต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา บริษัท พีค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด เพราะเป็นบริษัทที่ประกอบกิจการประเภทการดำเนินงานของสถานที่ อยู่ในรูปแบบฟิตเนส พีค ฟอยท์ ยิม สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่จังหวัดปทุมธานี ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2560 ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ซึ่งบริษัท พีค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ถึงแม้ว่าจะก่อตั้งมาได้ 4 ปี แต่ก็มีผู้เข้ามาใช้บริการอยู่เป็นประจำด้วยวิธีการเทคนิค และอุปกรณ์การให้บริการที่หลากหลายและทันสมัย มีรูปแบบการบริหารที่เป็นมาตรฐานเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 1-2 ปี Master Trainer จาก Peakpoint Gym ยังเข้าร่วมอบรมมาตรฐานกลางสำหรับผู้ตัดสินกีฬาเพาะกายและฟิตเนสประเทศไทย เทรนเนอร์ทุกคนมีประสบการณ์ ใบรับรอง และได้รับรางวัลการเพาะกายมากกว่าบริษัทอื่นจึงทำให้เป็นที่ยอมรับว่าเป็นบริษัทต้นแบบธุรกิจ ในจังหวัดปทุมธานีจึงเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยังพอใจของผู้เข้าใช้บริการเป็นอย่างมาก (ชานู มัณยานนท์. 2562: สัมภาษณ์)

ดังนั้นจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้นทำให้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด” โดยใช้แนวความคิด หลักการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ 6 M ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านการเงินและงบประมาณ ด้านการบริหารจัดการ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านการตลาด (Drucker. 2008) และการวิเคราะห์ปัจจัยภายในปัจจัยภายนอก โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในใช้กรอบแนวคิด 7-S (McKinsey 7-S Framework) และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกใช้กรอบแนวคิด PESTLE ซึ่งข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะนำไปเป็นข้อมูลในการเสนอแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนสต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความความคิดเห็นของผู้เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (SWOT) ของธุรกิจฟิตเนส
3. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด” ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ บริษัท พีค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ซึ่งเป็นสมาชิก 400 คน (ชานู มัณยานนท์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ บริษัท พีค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด การเลือกกลุ่มตัวอย่างในศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan. 1970; อ้างอิงจาก บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 45) จาก

ประชากรจำนวน 400 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 196 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล และการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่อาจเกิดขึ้นได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวน 200 คน ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการสุ่มที่ทุกหน่วยของประชากร โดยมีโอกาสอย่างเท่าเทียมกัน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการ การวิเคราะห์ปัจจัยนอกปัจจัยภายใน และแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟินเนส กรณีสึกษา : บริษัท ฟิค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

1. ความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟินเนส กรณีสึกษา : บริษัท ฟิค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยหลักการการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ 6 M (Drucker. 2008)

- 1.1 ด้านบุคลากร (Man)
- 1.2 ด้านการเงินและงบประมาณ (Money)
- 1.3 ด้านการบริหารจัดการ (Management)
- 1.4 ด้านวัสดุอุปกรณ์ (Material)
- 1.5 ด้านคุณธรรมจริยธรรม (Morality)
- 1.6 ด้านการตลาด (Market)

2. วิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก SWOT การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SW) โดยใช้กรอบแนวคิด 7-S (McKinsey 7-S Framework) และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (OT) โดยใช้กรอบแนวคิด PESTLE

3. แนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟินเนส

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้เวลาเก็บตั้งแต่เดือน มีนาคม-กันยายน 2562

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตพื้นที่ บริษัท ฟิค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด เป็นพื้นที่การวิจัย เรื่อง “การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟินเนส กรณีสึกษา : บริษัท ฟิค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด”

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 2 คน โดยใช้เกณฑ์จากผู้มีหน้าที่บริหาร ซึ่งผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างนี้เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยแบบฟอร์มการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SW) โดยใช้กรอบแนวคิด 7-S (McKinsey 7-S Framework) และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (OT) โดยใช้กรอบแนวคิด PESTLE

นิยามศัพท์เฉพาะ

การบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารจัดการงานภายในองค์กร ให้บรรลุเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยใช้ทรัพยากรการบริหารจัดการ 6 M's เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ ดังนี้

1. ด้านบุคลากร (Man) หมายถึง บุคลากรที่ดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ ต้องมีให้ความรู้ มีทักษะและมีความเชี่ยวชาญในการใช้ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ สามารถให้คำแนะนำในการเข้าใช้ สนาม และเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ และบุคลากรต้องมีคุณสมบัติตรงกับตำแหน่งของงาน แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ดูแลด้านความปลอดภัยได้อย่างทั่วถึง

2. ด้านการเงินและงบประมาณ (Money) หมายถึง เงินและงบประมาณ ที่ใช้ในการบริหารจัดการอมาติโอซิลปาร์คเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ ในการตั้งราคาการให้บริการจึงต้องมีเหมาะสมและคุ้มค่ากับการลงทุน

3. ด้านการบริหารจัดการ (Management) หมายถึง การบริหารจัดการงานด้านต่าง ๆ อย่างชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือ ทั้งในเรื่องของเวลาในการเปิด-ปิด ที่ชัดเจน ระบบการรักษาความปลอดภัย กฎ ระเบียบในการใช้สถานที่ ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน และการบริการต่าง ๆ เช่น บริการห้องสุขา จุดจอดรถ จุดบริการร้านค้า/ร้านอาหาร เป็นต้น

4. วัสดุ อุปกรณ์ (Material) หมายถึง วัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ต้องมีคุณภาพน่าเชื่อถือ มีความทันสมัย มีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการผู้เข้าใช้บริการ ปลอดภัยต่อผู้เข้าใช้บริการ มีจำนวนเพียงพอ และสะดวกสบายในการใช้งาน

5. ด้านคุณธรรมจริยธรรม (Morality) คือ บุคลากรมีจิตบริการ ซื่อสัตย์ สุจริต ยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยดี มีมารยาท ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ สนใจดูแลเอาใจใส่ผู้เข้าใช้บริการได้อย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกัน

6. ด้านการตลาด (Market) หมายถึง การบริหารแนวคิดและการวางแผน ในการกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ที่น่าเชื่อถือ มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ มีช่องทางการสื่อสารกับผู้เข้าใช้บริการที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น E-mail, Facebook, Line เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การกำหนดทิศทางกระบวนการและเทคนิคในการจัดการวางแผนธุรกิจฟิสเนตของบริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยมีผู้บริหารของแต่ละสัดส่วนเป็นผู้ควบคุมและเป็นผู้ดำเนินการปฏิบัติต่าง ๆ มีแนวทางที่ชัดเจน เชี่ยวชาญในการพัฒนาบุคลากร พนักงาน และองค์กรให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร โดยอาศัยทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถบรรลุวิสัยทัศน์และบรรลุตามเป้าหมายตามที่องค์กรกำหนด

ธุรกิจฟิตเนส หมายถึง ธุรกิจฟิตเนสเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการให้บริการด้านการออกกำลังกาย ในฟิตเนสซึ่งประกอบด้วย อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายต่าง ๆ ห้องโยคะ ตู้อบซาวน่า และสตูดิโอ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการของผู้ประกอบการเพราะฟิตเนสแต่ละแห่งจะมีข้อจำกัดที่แตกต่างกัน เช่น จำนวนบุคลากร และพื้นที่ เป็นต้น

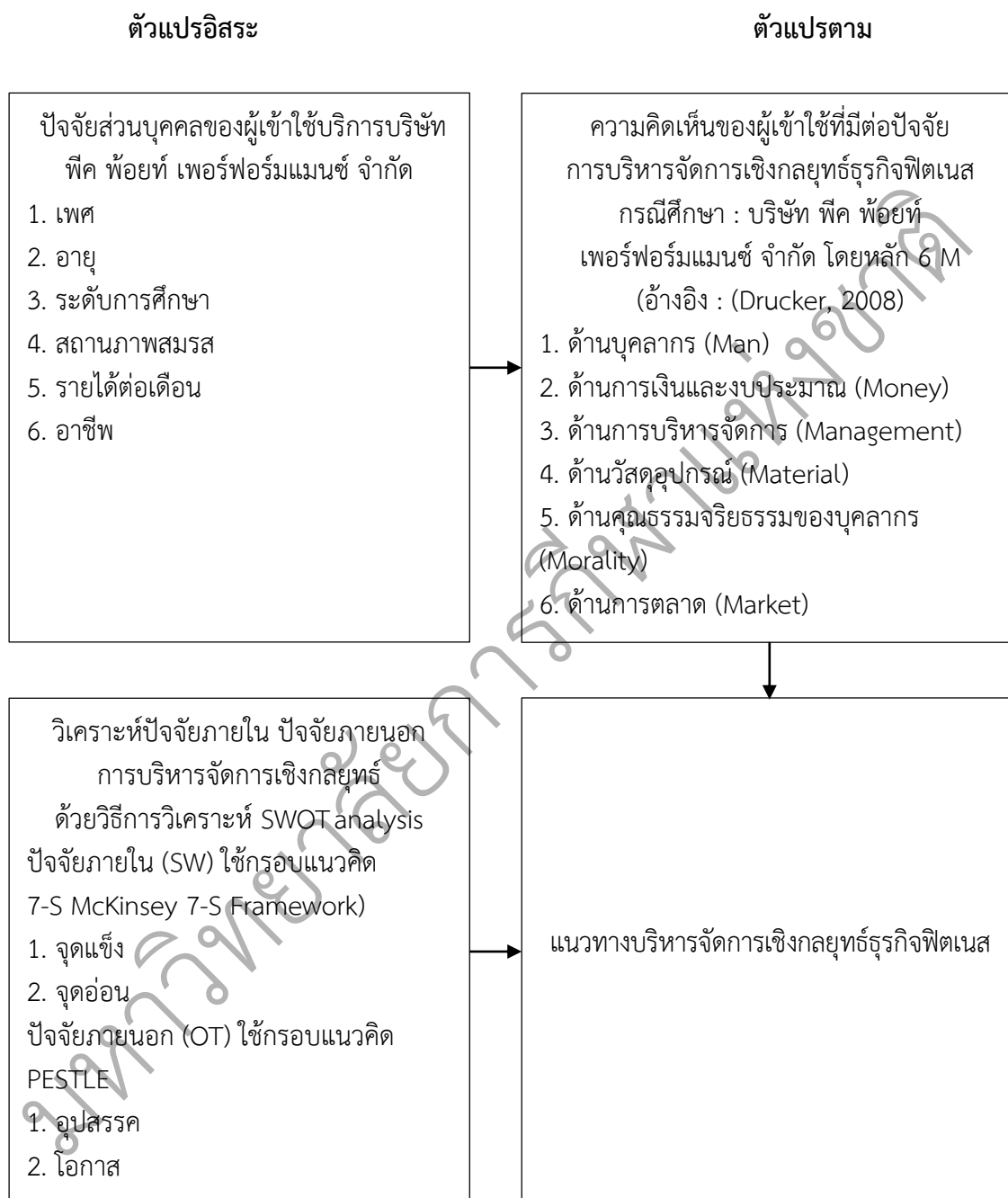
ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการการออกกำลังกายในเขตพื้นที่ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด
2. ได้ทราบปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด
3. เป็นแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด ต่อไป
4. เป็นฐานข้อมูลให้กับธุรกิจฟิตเนสอื่นต่อไป

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา: บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจฟิตเนส
2. แนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
4. ประวัติ บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจฟิตเนส

จิรากร พึ่งบางกรวย (2550: 27-28) ฟิตเนสเซ็นเตอร์ (Fitness Center) เป็นสถานออกกำลังกายที่มีขนาดเล็ก เน้นการออกกำลังกายเฉพาะและจะให้ความสำคัญในความสะดวกสบายให้กับลูกค้า โดยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในโรงแรม ศูนย์การค้าใจกลางเมืองและย่านสำคัญทางธุรกิจ เพื่อสะดวกต่อการเดินทาง มีค่าบริการแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายเดือนรายปี

ดิฐฐชัย จันทร์คุณา (2556) การบริหารจัดการฟิตเนสเซ็นเตอร์ตามรูปแบบการสร้างคุณค่าความสามารถในการแข่งขัน (Competing Value Approach: CVA) ถือเป็นการบริหารจัดการระดับองค์กรที่บูรณาการการจัดการประสิทธิภาพองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน โดยมีดัชนีหรือเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพครอบคลุมทั้งผลผลิต คุณธรรมจริยธรรมและความสามัคคี ความมั่นคงและการควบคุมการระดมแหล่งทรัพยากรและความยืดหยุ่น ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กวีพล พันธุ์เพ็ง (2558) กระทรวงสาธารณสุขได้รณรงค์และส่งเสริมให้ประชาชนดูแลสุขภาพของตนเองเพื่อสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น จากกระแสนิยมด้านการออกกำลังกายนี้ทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนจัดให้มีสถานที่และเครื่องมือออกกำลังกายไว้คอยบริการเพื่อรองรับผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง “ฟิตเนสเซ็นเตอร์” เป็นสถานที่ออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน เนื่องจากตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่ายมีพื้นที่ อุปกรณ์การออกกำลังกายและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันรวมถึงอัตราค่าสมาชิกที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใช้บริการได้ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้ก็ทำให้ฟิตเนสเซ็นเตอร์ในปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ

นิตยสาร Positioning เดือนกันยายน พ.ศ. 2552 ระบุว่า รูปแบบการออกกำลังกายในฟิตเนสเซ็นเตอร์จะมีโปรแกรมของการออกกำลังกายที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นโปรแกรมการออกกำลังกายที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน โปรแกรมบริหารเฉพาะส่วนโดยใช้อุปกรณ์ โปรแกรมการยืดเส้นยืดสายสำหรับผู้สูงอายุ โปรแกรมฝึกตัวต่อตัวกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ โปรแกรมฝึกออกกำลังกายผสมผสานสมาธิและโปรแกรมออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนักโดยเฉพาะรูปแบบของฟิตเนส

เซ็นเตอร์ ยังมีรูปแบบที่แตกต่างกันในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบธุรกิจ จะพบว่าพิตเนสเซ็นเตอร์มีรูปแบบที่แตกต่างกันดังนี้

ประเภทที่ 1 พิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ พิตเนสประเภทนี้ใช้เงินลงทุนสูง ส่วนใหญ่บริหารโดยนักลงทุนชาวต่างชาติและนักลงทุนรายใหญ่ของประเทศไทย มีการทำการตลาดอย่างเต็มรูปแบบ และมีเป้าหมายในการขยายสาขาที่ชัดเจน

ประเภทที่ 2 พิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดเล็กถึงขนาดกลาง เช่น พิตเนสเซ็นเตอร์ที่อยู่ในโรงแรม หมู่บ้านหรือในแหล่งชุมชน ขนาดของพื้นที่ให้บริการมีขนาดที่แตกต่างกัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอาจเป็นกลุ่มผู้มาใช้บริการในโรงแรม หรือผู้ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านและบริเวณใกล้เคียงแต่ความทันสมัยและจำนวนของอุปกรณ์กีฬาในพิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดเล็กถึงขนาดกลางอาจจะมีไม่มากเท่ากับพิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่

ประเภทที่ 3 พิตเนสเซ็นเตอร์ขององค์กร พิตเนสประเภทนี้จัดขึ้นเพื่อเป็นการจัดสวัสดิการขององค์กรที่เกี่ยวกับการกีฬาให้กับพนักงานในองค์กร หรือครอบครัวของบุคลากรโดยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในองค์กร บางแห่งมีการรับสมาชิกที่เป็นบุคคลภายนอกด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าธุรกิจพิตเนสเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการให้บริการด้านการออกกำลังกาย ซึ่งประกอบด้วยพิตเนสขนาดเล็ก พิตเนสขนาดใหญ่ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับข้อจำกัดที่แตกต่างกันไปทั้งในเรื่องของเงินทุน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และพื้นที่ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแนวความคิดของผู้บริหารที่มีหน้าที่บริหารจัดการธุรกิจต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์

คำว่า Strategy มาจากคำว่า Strategies ในภาษากรีกที่เกิดจากคำว่า Stratus ซึ่งหมายถึง Army หรือ กองทัพ ผสมกับคำว่า Ageing ซึ่งหมายถึง Lead หรือ นำหน้า ซึ่งในทางบริหารได้ตีความหมายว่า Leading the Total Organization ทั้งนี้การบริหารองค์กรก็เปรียบเสมือนกับการนำกองทัพไปสู่รบโดยสิ่งสำคัญที่สุดของการสู้รบก็คือ การมุ่งที่จะต้องชนะ

(Emphasizes Winning) โดยผู้นำจะต้องเป็นผู้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการสู้รบ (ขับเคลื่อนองค์กร) ไปสู่เป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ เช่น การชนะสงคราม (หรือเป้าหมายต่าง ๆ ขององค์กร) (พิริยผล พิรุฬห์. 2552: 2) โดยได้มีผู้ให้นิยามในความหมายต่าง ๆ ดังนี้

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2545: 75) ได้ให้ความหมายการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลหรือทรัพยากรอื่น ๆ หรือเป็นกระบวนการออกแบบบรรยากาศแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ทรัพยากรทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ 6M' (Management Resources) ประกอบด้วย

1. ด้านบุคลากร (Man) คือ การบริหารที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรของหน่วยงาน เช่น การวางแผนกำลังคน การแสวงหาบุคลากร การบรรจุแต่งตั้ง การบำรุงรักษาและจัดสวัสดิการ การพัฒนาบุคลากร และการประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น

2. ด้านการเงินและงบประมาณ (Money) คือ การจัดให้มีงบประมาณ การควบคุมการตรวจสอบด้านการเงิน การพัฒนาระบบบัญชี การเสนอความต้องการ การจัดหางบประมาณ การใช้จ่ายงบประมาณ ตลอดจนการบันทึกและรายงานการใช้จ่ายงบประมาณ

3. ด้านการบริหารจัดการ (Management) คือ การดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารกระบวนการปฏิบัติขององค์กร คือ การวางแผนงาน การจัดองค์กร การจัดการทรัพยากรบุคคล การประสานงานภายในองค์กร การรายงาน และการประเมินภายในหน่วยงาน

4. วัสดุอุปกรณ์ (Material) คือ การประมาณการและเสนอความต้องการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ การเก็บรักษา การแจกจ่ายและการใช้วัสดุอุปกรณ์ และการจำหน่ายจากบัญชี

5. ด้านคุณธรรมจริยธรรมของบุคลากร (Morality) การนำหลักธรรมในการบริหาร การมีจิตสำนึกดีงามในการปฏิบัติราชการหรือการปฏิบัติงาน การวางตนที่เหมาะสม

6. ด้านการตลาด (Market) คือ ให้ประชาชนมาเลือกรับบริการ การจัดการต้อนรับในการให้บริการที่ประทับใจ และการบริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ

ผศ.ดร.ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2552: 12) ได้ให้ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารงานแบบองค์รวมที่แตกต่างจากการบริหารงานตามหน้าที่พื้นฐานทั่วไปที่ยึดถือปฏิบัติต่อเนื่องกันมามากมายในองค์กร โดยที่เสน่ห์และความท้าทายของการจัดการเชิงกลยุทธ์จะอยู่ที่การศึกษาวิเคราะห์ และประเมินสถานการณ์ เพื่อการวางแผนและขับเคลื่อนกลยุทธ์ไปสู่เป้าหมาย โดยที่ผู้บริหารจะต้องรวบรวมข้อมูล ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ อย่างละเอียด รอบคอบ และมีหลักการ โดยผู้บริหารจะต้องสามารถนำความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ ประกอบกับความฉลาดไหวพริบและความสุขุมลุ่มลึกของตนมาประยุกต์ เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาตัดสินใจสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับสภาวะปัญหา หรือเลือกดำเนินการในโอกาสที่เกิดขึ้นทางธุรกิจ นอกจากนี้กำหนดแผนกลยุทธ์อย่างชาญฉลาดแล้ว ผู้บริหารยังต้องวางแนวทางในการดำเนินงานและควบคุมการใช้กลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าประสงค์ที่วางไว้อย่างราบรื่นหรือมีอุปสรรคน้อยที่สุด ตลอดจนติดตาม ตรวจสอบ วิเคราะห์ และกำหนดแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ที่มีให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

ภาณุ ลิ้มมานนท์ (2550: 19) ได้ให้ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์คือ ศาสตร์ และศิลป์ในการกำหนดการปฏิบัติการ การประเมินผลและการตัดสินใจตามหน้าที่ซึ่งช่วยให้องค์กร บรรลุวัตถุประสงค์หรือหมายถึงกระบวนการซึ่งรวมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน 3 ประการ คือ 1) การวิเคราะห์กลยุทธ์ (Strategy analysis) 2) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy formulation) 3) การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategy implementation)

ลัดดา โกรติ (2550: 12) ได้ให้ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์คือ กระบวนการของการกำหนดทิศทางระยะยาว การกำหนดกลยุทธ์และการประเมินกลยุทธ์ขององค์กร

พิบูล วัฒนปะปาล (2551: 10) ให้ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ว่าเป็นการกำหนดทิศทางหรือวิถีทางในการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้งานบรรลุผลตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งการกำหนดแนวทางหรือทิศทางในการดำเนินงานนั้น ผู้บริหารจำเป็นจะต้องทำการวิเคราะห์และประเมินปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร เพื่อจัดทำแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

กาญจนา ศิริวงค์ (2552: 13) ได้ให้ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์คือ การบริหารซึ่งกระทำอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเพื่อตัดสินใจหาทางเลือกที่ดีที่สุด นำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้กระบวนการของการกำหนดทิศทางระยะยาว การกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินกลยุทธ์และการควบคุม และประเมินกลยุทธ์ขององค์กร

หิรัญ ผลหิรัญ (2552: 3) ได้ให้ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์คือ กระบวนการบริหารองค์กรที่เน้นการบริหารระยะยาว เป็นการมุ่งเน้นหรือทุ่มเททรัพยากรไปในเรื่องใดแล้วสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

นิติธร รุ่งเรือง (2553: 9) ได้ให้ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์คือกระบวนการตัดสินใจของผู้บริหารเพื่อนำองค์กรดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการนำทรัพยากรการบริหารมาใช้ตามขั้นตอนการบริหาร ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนดกลยุทธ์ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ และการประเมินกลยุทธ์ขององค์กร

มอร์แกน, มาร์ค และคนอื่น ๆ (อ้างอิงจาก ญัฐยา สันตระกูลผล. 2553. หน้า 13) ได้ให้ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์คือ ผลของการใช้วิธีที่เหมาะสมในการบริหารงานของหลาย ๆ โครงการที่เลือกมาอย่างถูกต้อง

เสนาะ ตีเยาว์ (อ้างอิงจาก นิติธร รุ่งเรือง. 2553. หน้า 9) กล่าวว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์คือ การตัดสินใจและการดำเนินการเพื่อทำให้ได้ผลตามที่องค์กรกำหนดซึ่งเน้นที่กระบวนการตั้งแต่การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปใช้และการประเมินผลกลยุทธ์ ซึ่งเป็นกระบวนการวางแผนและให้มั่นใจว่าแผนนั้นได้นำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในระยะยาว ขั้นตอนที่สำคัญคือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน การกำหนด ภารกิจ และวัตถุประสงค์การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปใช้และการควบคุมประเมินผลกลยุทธ์

วันชัย มีชาติ (2554: 115) ได้ให้ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์คือ การกำหนดเป้าหมายรวมขององค์กรและวิธีการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

สำนักบริหารงานกรมมัธยมศึกษาตอนปลาย (2554: 6) กล่าวว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์คือ การวางแผนที่ถ่ายทอดแนวความคิด หรือนโยบายจากแผนระดับนโยบายมาเป็นกลวิธีการดำเนินงานที่ส่งผลให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ที่พึงประสงค์ตามจุดหมายที่กำหนดไว้ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

หยดฟ้า ราชมณี (2554: 6) ได้ให้ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์ว่า คือกระบวนการขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์การเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์และการใช้ทรัพยากร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์โดยเริ่มพิจารณาจากวิสัยทัศน์ที่ต้องการให้เป็นไปอย่างใดอย่างหนึ่งในอนาคตแล้วจึงกำหนดพันธกิจและเป้าประสงค์ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อให้สถานศึกษาสามารถปรับตัวกับสภาวะแวดล้อม ที่เปลี่ยนแปลงและบรรลุถึงความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

วิเชียร วิทญูตม (2554: 7-1) การจัดการเชิงกลยุทธ์คือการกระทำและการตัดสินใจในการกำหนดการปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ซึ่งจะทำให้เปรียบเทียบการแข่งขันกับองค์กรต่าง ๆ สามารถเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่สูงได้และสามารถที่จะนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายเพื่อให้เกิดการกำหนดกลยุทธ์

ที่จะนำมาใช้และมีกระบวนการบริหารจัดการที่มีความต่อเนื่องในการพิจารณากำหนดกลวิธีที่เหมาะสมต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์การ ซึ่งประกอบไปด้วยการวิเคราะห์และการทบทวนสถานการณ์ กำหนดทิศทางการดำเนินงาน การตัดสินใจกำหนดแผนงานการดำเนินงานหลักและการควบคุมโดยรวมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในระยะยาวขององค์การ และก่อให้เกิดคุณค่าที่ยั่งยืน

จินตนา บุญบังการ; และ ญัฐพันธ์ เซจรรันทร์ (2554: 14) การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ พร้อมทั้งข้อมูลสำคัญขององค์การที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการวางแผนทางการดำเนินงาน และควบคุมการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ขององค์การเพื่อที่จะสร้างความมั่นใจว่าองค์การสามารถที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ได้อย่างสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนสามารถมีพัฒนาการและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การจัดการเชิงกลยุทธ์ถือเป็นศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินงานของผู้บริหารเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และบรรลุมิทัศน์ขององค์การ ซึ่งการกำหนดแนวทางและทิศทางในการดำเนินงานนั้นจำเป็นต้องวิเคราะห์และประเมินปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อกำหนดวิธีการทำงานเพิ่มเติมจากเดิม หรือที่เรียกว่า “กลยุทธ์” พร้อมทั้งจัดทำกิจกรรมแผนงานหรือโครงการให้สอดคล้องในแต่ละกลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางขององค์การที่จะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่กำหนดไว้สูงสุด

สุพจน์ ทรายแก้ว (2545: 47; อ้างอิงจาก หยตฟ้า ราชมณี. 2554. หน้า 6) กล่าวว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์คือ การวางแผนกลยุทธ์เป็นกระบวนการสำคัญเกี่ยวกับการกำหนดวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์การ การวิเคราะห์องค์การ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดผลงาน (Key Performance Indicators: KPI)

พระมหาศิริชัย สิริินทาโณ (ศรีรัมย์). (2556: 10) การจัดการเชิงกลยุทธ์หรือการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการวางแผนเทคนิคในการจัดการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานระยะยาวขององค์การ ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การ การกำหนดกลยุทธ์การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติตลอดจนการควบคุมกลยุทธ์ซึ่งเป็นการจัดการที่มีความชัดเจนในทิศทางการบริหารตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมแล้วนำมาจัดทำเป็นกลยุทธ์ขององค์การเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่มีการจัดวางบุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน โดยบุคลากรดังกล่าวจะต้องมีทัศนคติที่ดี มีความสามารถ มีทักษะและความเชี่ยวชาญที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์การ มีแนวทางการพัฒนาบุคคลเหล่านั้นอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีนโยบายที่กระตุ้นให้บุคลากรทุ่มเททำงานให้กับองค์การโดยมีแนวทางที่ชัดเจนในการรักษาพนักงานที่มีศักยภาพและมีมือไว้กับองค์การตลอดไป

Fred R. David (1991: 4; อ้างอิงจาก วันชัย มีชาติ. 2554. หน้า 114) ได้ให้ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์ คือเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ในการตัดสินใจและกำหนดเป้าหมายขององค์การ การนำไปปฏิบัติ รวมถึงการประเมินผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย

Bateman; & Snell. (1999: 3) อธิบายว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้บริหารจากทุกส่วนขององค์การในการกำหนดกลยุทธ์และปฏิบัติตามกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์การ

Schermcrhorn (1999: 164) ให้ความหมายว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์หรือการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์และการปฏิบัติตามกลยุทธ์

Pearce; & Robinson (2000: 3) ได้ให้ความหมายว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อการวางแผนและการปฏิบัติตามแผนโดยวิธีการเหล่านั้นจะสามารถช่วยให้องค์การประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

Robbins; & Coulter (2007: 89) กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้บริหารกระทำเพื่อให้ได้กลยุทธ์ขององค์การ โดยจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการจัดการที่เป็นพื้นฐานขององค์การคือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำและการควบคุม โดยเพิ่ม และเน้นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์การ เพื่อให้ทราบสถานะขององค์การเพื่อกำหนดกลยุทธ์อย่างเหมาะสมก่อนนำไปปฏิบัติต่อไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกำหนดทิศทางกระบวนการและเทคนิคในการจัดการวางแผนที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ โดยมีผู้บริหารของแต่ละสัดส่วนขององค์การเป็นผู้ควบคุมและเป็นผู้ดำเนินการปฏิบัติต่าง ๆ ทูมเทให้้องค์การ มีแนวทางที่ชัดเจน เชี่ยวชาญในการพัฒนาบุคลากร พนักงาน และองค์การให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์การ โดยอาศัยทักษะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การ สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถบรรลุวิสัยทัศน์และบรรลุตามเป้าหมายตามที่้องค์การกำหนดไว้ โดยใช้ทรัพยากรทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ 6 M (Management Resources) ประกอบด้วย

1. ด้านบุคลากร (Man) หมายถึง บุคลากรที่ดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ ต้องมีให้มีความรู้ มีทักษะ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ สามารถให้คำแนะนำในการเข้าใช้สนามและเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ และบุคลากรต้องมีคุณสมบัติตรงกับตำแหน่งของงาน แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ดูแลด้านความปลอดภัยได้อย่างทั่วถึง

2. ด้านการเงินและงบประมาณ (Money) หมายถึง เงินและงบประมาณ ที่ใช้ในการบริหารจัดการอมาติโอซิลปาร์คเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของ้องค์กร ซึ่งอมาติโอซิลปาร์คเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ ในการตั้งราคาการให้บริการจึงต้องมีเหมาะสมและคุ้มค่ากับการลงทุน

3. ด้านการบริหารจัดการ (Management) หมายถึง การบริหารจัดการงานด้านต่าง ๆ อย่างชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือ ทั้งในเรื่องของเวลาในการเปิด-ปิด ที่ชัดเจน ระบบการรักษาความปลอดภัย กฎ ระเบียบในการใช้สถานที่ ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน และการบริการต่าง ๆ เช่น บริการห้องสุขา จุดจอดรถ จุดบริการร้านค้า/ร้านอาหาร เป็นต้น

4. วัสดุ อุปกรณ์ (Material) หมายถึง วัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ต้องมีคุณภาพน่าเชื่อถือ มีความทันสมัย มีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการผู้เข้าใช้บริการ ปลอดภัยต่อผู้เข้าใช้บริการ มีจำนวนเพียงพอ และสะดวกสบายในการใช้งาน

5. ด้านคุณธรรมจริยธรรม (Morality) คือ บุคลากรมีจิตบริการ ซื่อสัตย์ สุจริต ยึดมั่น แจ่มใส มีอัธยาศัยที่ดี มีมารยาท ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ สนใจดูแลเอาใจใส่ผู้เข้าใช้บริการได้อย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกัน

6. ด้านการตลาด (Market) หมายถึง การบริหารแนวคิดและการวางแผน ในการกำหนด ราคา การส่งเสริมการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ที่น่าเชื่อถือ มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ มีช่องทางการสื่อสารกับผู้เข้าใช้บริการที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น E-mail Facebook Line เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

1. ความสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์

ในการบริหารองค์การในปัจจุบันเป็นที่ตระหนักดีว่า การดำเนินงานต่าง ๆ มีการแข่งขันค่อนข้างสูง แนวคิดหรือวิธีการในการบริหารแบบเดิมๆ ไม่สามารถนำพาองค์การไปสู่ความสำเร็จได้เหมือนในอดีต การบริหารองค์การสมัยใหม่นับว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นหัวใจสำคัญต่อการบริหารงานขององค์การที่ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ทั้งสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลกระทบต่อองค์การทั้งทางตรงและทางอ้อม ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องที่จะต้องปรับกระบวนการทัศน์ในการบริหารเพื่อให้การดำเนินงานขององค์การบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ กลยุทธ์การบริหารที่ทรงประสิทธิภาพนี้ จะต้องดีพร้อมสมบูรณ์ตามความหมายของการบริหารทั้งสองอย่าง คือการมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) ที่สามารถกำหนดเป้าหมายที่ดี และสามารถบรรลุผลสำเร็จในเป้าหมายนั้น ๆ ได้และการมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ที่สามารถทำสำเร็จในเป้าหมายเหล่านั้น โดยมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำที่สุดด้วยการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้นช่วยให้ผู้บริหารสามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานขององค์การที่มีการเปลี่ยนแปลงและได้รับผลกระทบ โดยคำนึงผลที่จะเกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ที่มีต่อองค์การได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์ จึงมีความสำคัญต่อการจัดการองค์การเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ มีนักวิชาการได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

พริยะ ผลพิรุฬห์ (2552. หน้า 3) กล่าวว่าความสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์มี ดังนี้

1. ช่วยให้ผู้บริหารตื่นตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเห็นโอกาสใหม่ๆ เห็นข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้น ทำให้องค์กรสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้ดีกว่าองค์กรอื่น
2. ทำให้มีทิศทางในการดำเนินงานขององค์กรที่ชัดเจน เห็นถึงแนวทางที่องค์กรต้องปฏิบัติ
3. ทำให้องค์กรสามารถสร้างผลตอบแทน (Returns) ที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ด้วยการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) และสามารถรักษาข้อได้เปรียบนี้ไว้
4. ยกระดับองค์กรให้สามารถบรรลุประสิทธิภาพ (Efficiency)การมีต้นทุนการดำเนินการที่ต่ำลงและการมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) คือ การบริหารงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
5. ช่วยให้ผู้บริหารมีการท างานในลักษณะ Proactive คือ สามารถคาดการณ์เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหรือเป็นฝ่ายรุกมากกว่าที่จะเป็นฝ่ายรับ (Reactive and Defensive)

พระมหาศิริชัย สิริินทาโณ (ศรีรัมย์) (2556: 13)การจัดการเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญต่อการบริหารงานในปัจจุบัน เนื่องจากการที่องค์กรต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน ผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีวิธีการที่ทำให้ผู้ได้บังคับบัญชา

ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รู้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่จะมีขึ้นในอนาคต ส่งผลให้ผู้บริหารปรับวิธีการบริหารงานให้ทันกับสถานการณ์สามารถกำหนดทิศทางขององค์กรในอนาคตได้อย่างชัดเจนเพื่อให้องค์กรได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนด

เอกชัย จันทรีโอภาส (2552 อ้างอิงจาก หยอดฟ้า ราชมณี. 2554. หน้า 9) กล่าวถึงความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ ดังนี้

1. เป็นรูปแบบการวางแผนที่ช่วยให้โรงเรียนพัฒนาตนเองได้ทันกับสภาพการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม เพราะการวางแผนกลยุทธ์ให้ความสำคัญกับการศึกษา วิเคราะห์บริบทและสภาพแวดล้อมภายนอกโรงเรียนเป็นประเด็นสำคัญ
2. เป็นเครื่องมือการบริหารจัดการการชนิดหนึ่งช่วยให้โรงเรียนปฏิบัติงานได้ดีขึ้นในการทุ่มพลังเพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรของโรงเรียนกำลังทำงาน เพื่อให้มุ่งไปสู่เป้าประสงค์เดียวกันและเป็นการประเมินและปรับทิศทางของโรงเรียนเพื่อตอบสนองสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง
3. เป็นเงื่อนไขหนึ่งของการจัดทำระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน (Performance Base Budgeting) ซึ่งสำนักงบประมาณกำหนดให้ส่วนราชการและหน่วยงานในสังกัดจัดทำก่อนที่จะกระจายอำนาจด้านงบประมาณโดยการจัดสรรงบประมาณเป็นเงินก้อนลงไปให้หน่วยงาน
4. เป็นการวางแผนที่ให้ความสำคัญต่อการกำหนด "กลยุทธ์" ที่ได้มาจากการคิดวิเคราะห์แบบใหม่ๆ ที่ไม่ผูกติดอยู่กับปัญหาเก่าในอดีต ไม่เอาข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรและงบประมาณมาเป็นข้ออ้าง ดังนั้นการวางแผนกลยุทธ์จึงเป็นการวางแผนแบบท้าทายความสามารถ เป็นรูปแบบการวางแผนที่ช่วยให้เกิดการริเริ่มสร้างสรรค์ทางเลือกใหม่ได้ด้วยตนเอง จึงเป็นการวางแผนพัฒนาที่ยั่งยืน

แก้วตา เข้มแข็ง (2555) กล่าวว่าความสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์มีดังนี้

1. ช่วยให้หน่วยงานพัฒนาตนเองได้ทันกับสภาพการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม เพราะการวางแผนกลยุทธ์ให้ความสำคัญกับการศึกษาวิเคราะห์บริบทและสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงานเป็นประเด็นสำคัญ
2. ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐในทุกๆระดับ มีความเป็นตัวเอามากขึ้น รับผิดชอบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของตนเองมากขึ้น ทั้งนี้เพราะการวางแผนกลยุทธ์เป็นการวางแผนขององค์กรโดยองค์กรและเพื่อองค์กรไม่ใช่เป็นการวางแผนที่ต้องกระทำตามที่หน่วยเหนือสั่งการช่วยให้องค์กรเตรียมความพร้อมเพื่อรับการประเมินจากหน่วยงานต้นสังกัด
3. เป็นเงื่อนไขหนึ่งของการจัดทำระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน (Performance Base Budgeting) ซึ่งสำนักงบประมาณกำหนดให้ส่วนราชการและหน่วยงานในสังกัดจัดทำก่อนที่จะกระจายอำนาจด้านงบประมาณโดยการจัดสรรงบประมาณเป็นเงินก้อนลงไปให้หน่วยงาน
4. ช่วยให้เกิดการริเริ่มสร้างสรรค์ทางเลือกใหม่ได้ด้วยตนเองจึงเป็นการวางแผนพัฒนาที่ยั่งยืน

จากแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความสำคัญในการบริหารเชิงกลยุทธ์นั้นมีประโยชน์มากต่อองค์กรก็คือ ทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ได้วางไว้เพราะการบริหารเชิงกลยุทธ์จะกำหนดทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจนทำให้ลูกค้าผู้ถือหุ้นทราบถึงแนวทางหรือนโยบายการบริหารงานและสามารถช่วยผู้บริหารยกระดับผลการปฏิบัติงานขึ้นมาได้คือองค์กรจะสามารถบรรลุทั้ง

ประสิทธิภาพคือ การมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำกว่าและมีประสิทธิผลคือบริหารงานบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้และช่วยให้ผู้บริหารมีการทำงานในลักษณะเชิงรุก (Proactive) มากกว่าเชิงรับและป้องกันตัว (Reactive and Defensive) ซึ่งทำให้องค์กรปรับตัวได้ดีกว่า

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาองค์การทั้งภาครัฐและเอกชน และยังเป็นตัวกระตุ้นให้องค์กรมีการเตรียมพร้อมในการรับมือกับ สถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การเป็นไปตามทิศทาง และบรรลุเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้

2. หลักการบริหารเชิงกลยุทธ์

การบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารที่เป็นระบบ ที่จะช่วยให้การบริหารองค์การบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งนักวิชาการกล่าวถึง หลักการบริหารเชิงกลยุทธ์ไว้ดังนี้

กาญจนา คันวงศ์ (2552: 19) กล่าวว่า หลักการของการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นการจัดการภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและมีทิศทางที่ไม่แน่นอน ผู้บริหารต้องเข้าใจ พลวัต (Dynamic) ของการเปลี่ยนแปลงทั้งสามารถคาดเดาและกำหนดทิศทางขององค์กรไปสู่จุดหมายตามที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

มอร์แกน, มาร์ค และคนอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า หลักการบริหารเชิงกลยุทธ์ต้องอาศัยระบบที่ช่วยผลักดันให้องค์กรทำสิ่งที่เหมาะสมและถูกต้องตลอดเวลา ซึ่งช่วยในการระบுவางแผนงาน และจัดลำดับความสำคัญของการลงทุนแต่ละโครงการ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของตนเองก่อนนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ตลอดจนสร้างความแน่ใจว่าการดำเนินงานตามแผนบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ (อ้างอิงจาก ญัฐยา สินตระการผล, 2553. หน้า 24)

จากหลักการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่นักวิชาการได้กล่าวไว้พอสรุปได้ว่า

1. เป็นการกำหนดแนวทาง หรือทิศทางในการดำเนินงานขององค์การ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
2. ต้องวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำแผนงานดำเนินการที่เหมาะสมที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เป็นการบริหารที่มีกำหนดผลการปฏิบัติขององค์การในระยะที่แน่นอน

3. กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์

ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรสมัยใหม่เป็นองค์การเชิงกลยุทธ์ซึ่งจะต้องมีการนำแนวคิดของการจัดการเชิงกลยุทธ์(Strategic Management) มาใช้เพราะการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นรูปแบบการบริหารที่มีกระบวนการเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ที่จะทำให้การบริหารบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การที่องค์การสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ในระยะยาวไว้ล่วงหน้าได้อย่างชัดเจน การกำหนดพันธกิจให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และกำหนดกลยุทธ์เพื่อผลักดันองค์การให้บรรลุตามพันธกิจ และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้จึงมีความสำคัญอย่างมากที่จะต้องอาศัยกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์มีนักวิชาการหลายท่านได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

Gordon Judith R. & associates (1990: 144-150; อ้างอิงจาก วันชัย มีชาติ. 2554. หน้า 118-123) ได้เสนอว่าในการจัดการเชิงกลยุทธ์มีขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดพันธกิจขององค์กร (mission determination) เป็นการกำหนดว่า องค์กรจะมีการกิจใด เป็นการตอบคำถามว่าองค์กรนั้นตั้งขึ้นมาเพื่ออะไร หรือแสดงเหตุผลความ จำเป็นในการมีองค์กรดังกล่าว การกำหนดพันธกิจขององค์กรจะเป็นการกำหนดสภาพแวดล้อม ขององค์กรแสดงถึงความพยายามขององค์กรในภาพรวมว่าต้องการให้เกิดผลใดขึ้น พันธกิจของ องค์กรสามารถพิจารณาได้จากพระราชบัญญัติจัดตั้งหน่วยงานในองค์การราชการและวัตถุประสงค์ ขององค์กรในหนังสือบริหารสนธิในหน่วยงานเอกชน พันธกิจขององค์กรเอกชนสามารถเปลี่ยนแปลง ได้ตามช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริหาร ซึ่งสามารถกำหนดพันธกิจใหม่ หรือเปลี่ยนหน้า ที่ ได้ แต่องค์กรภาครัฐหรือหน่วยงานราชการเปลี่ยนแปลงพันธกิจได้ยากเพราะต้องเกี่ยวข้องกับกฎหมาย นอกจากนี้หน่วยงานราชการยังเป็นงานบริการสังคมที่ลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะบ้างเป็นการบังคับ ใช้กฎหมายบ้าง ทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงพันธกิจได้ การกำหนดพันธกิจในหน่วยงานภาครัฐ จะเป็นการทบทวนอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร การวางแผนกลยุทธ์ให้ความสำคัญกับการ เปลี่ยนแปลงทั้งในด้านสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและในด้านการปรับตัวของ องค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการวางแผนกลยุทธ์เป็นการวิเคราะห์เพื่อนำมากำหนด กลยุทธ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม 2 ส่วน คือ

2.1 สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปและสภาพแวดล้อม เฉพาะ

2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร เป็นขั้นตอนสำคัญของการวางแผน กลยุทธ์ เพราะจะเป็นฐานในการกำหนดกลยุทธ์และทิศทาง ตลอดจนวิธีการดำเนินงานให้บรรลุ ทิศทางที่กำหนดไว้ขององค์กร

3. การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนกลยุทธ์หลังจากศึกษาพันธกิจ และวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมขององค์กรแล้ว องค์กรจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานขององค์กร ที่สอดคล้องกับภารกิจขององค์กร ซึ่งวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นจะต้องมีลักษณะสำคัญคือ

- 3.1 มีความเฉพาะเจาะจงและมีความชัดเจน (Specific)
- 3.2 สามารถวัดได้ (Measurable)
- 3.3 เป็นที่ยอมรับและเห็นพ้องต้องกันในหมู่ผู้ที่เกี่ยวข้อง (Agreeable)
- 3.4 สามารถปฏิบัติได้หรือเป็นจริงได้ (Realistic)
- 3.5 ระยะเวลาที่กำหนดไว้ (Time-frame) ลักษณะของวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้อาจ เรียกว่า SMART-GOAL
- 3.6 มีความท้าทาย แต่สามารถบรรลุได้ไม่ยาก หรืออาจจนเกินไป (Challenging, But attainable)
- 3.7 วัตถุประสงค์ควรมีการบันทึก หรือเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร (Documented, Written)

4. การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เป็นการกำหนดกลยุทธ์จากการวิเคราะห์สถานการณ์ ต่าง ๆ ประกอบด้วยแผน 3 ระดับ คือยุทธศาสตร์ในระดับองค์กรโดยรวมซึ่งเรียกว่า Corporate levelกลยุทธ์ในระดับหน่วยงานย่อยหรือระดับหน่วยธุรกิจ หรือระดับ Business-level และแผน

ระดับปฏิบัติการ หรือ Operational-level โดยแผนกลยุทธ์แต่ละระดับจะต้องมีความสัมพันธ์ สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันในลักษณะความเชื่อมโยงของเป้าหมายและวิธีการปฏิบัติ ดังนั้น หากการกำหนดมีความชัดเจนและเชื่อมโยงกันดีก็จะทำให้การปฏิบัติงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุตามที่ต้องการวางไว้

5. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นกระบวนการในการทำงานขององค์กร และเกี่ยวข้องกับการบริหารงานในมิติต่าง ๆ เช่น โครงสร้างขององค์กร ระบบการนำในองค์กร ระบบการติดต่อสื่อสารและการควบคุม ในองค์กร ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยในการปฏิบัติงานขององค์กรทั้งสิ้น

David Fred R. (1997: 11; อ้างอิงจาก พระมหาศิริชัย สิริธาดา (ศรีรัมย์). 2556. หน้า 13) การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) ขององค์กรนั้นจะประกอบไปด้วย กระบวนการ 3 ขั้นตอนใหญ่ๆ คือ ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ ขั้นตอนการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และขั้นตอน ประเมินผลกลยุทธ์โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียด ดังนี้

1. ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ (Strategic Formulation) จะเกี่ยวข้องกับการกำหนดพันธกิจ (Mission Statement) การพิจารณาถึงโอกาสและข้อจำกัดที่มาจากสภาพแวดล้อมภายนอก การพิจารณาถึงจุดแข็งจุดอ่อนขององค์กร การกำหนดวัตถุประสงค์ระยะยาว พิจารณาประเมิน ทางเลือกกลยุทธ์ต่าง ๆ และการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงาน

2. ขั้นตอนการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategic Implementation) จะเกี่ยวข้องกับการ กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนประจำปี การกำหนดนโยบาย การจูงใจบุคลากรที่รับผิดชอบ การจัดสรร ทรัพยากรให้แก่การดำเนินกลยุทธ์ต่าง ๆ การสร้างวัฒนธรรมการทำงานแบบใหม่ที่เน้นการทำตามกล ยุทธ์ที่กำหนดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิผล การจัดเตรียมงบประมาณ รวมถึงการพัฒนาและ การใช้ระบบการจัดการข้อมูล

Dess, Gregory G. & Alex Miller. (1993: 1) กล่าวว่า กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Analysis) ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการย่อย 3 ส่วน คือ

1.1 เป้าหมาย (Goal) เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Goal) เป็นการกำหนด วิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์ ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายในการใช้ความพยายามขององค์กรเพื่อให้เป็น เป้าหมาย เชิงกลยุทธ์ซึ่งเป็นการนำไปกำหนดสู่กลยุทธ์

1.2 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) การจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ประสบ ผลสำเร็จขึ้นอยู่กับจุดแข็ง (Strengths) และอุปสรรค (Threats) จากสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) สภาพแวดล้อมภายใน ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ซึ่งมีวิธีการวิเคราะห์ดังนี้ โอกาส และอุปสรรค (External opportunities and threats) คือ โอกาสและอุปสรรคจากภายนอก เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมประเพณี ด้านประชากรศาสตร์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ด้านการเมืองและรัฐบาล แนวโน้มทางการแข่งขันและเหตุการณ์สามารถ สร้างประโยชน์และอันตราย ให้กับองค์กรได้ในอนาคต โอกาสและอุปสรรคที่อยู่เบื้องหลังการควบคุมขององค์กรไม่สามารถ

ควบคุมได้ จุดแข็งและจุดอ่อนภายใน (Internal Strengths and Weaknesses) เป็นกิจกรรมที่สามารถควบคุมได้ภายในองค์กร ซึ่งทำให้มีลักษณะดีและไม่ดี ประกอบด้วย การจัดการ การเงิน การบัญชี กระบวนการทำงาน การปฏิบัติตามแผนการวิจัย การพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ ระบบคอมพิวเตอร์ มีจุดแข็งหรือจุดอ่อนเกิดขึ้น องค์กรสามารถใช้จุดแข็งกำหนดเป็นกลยุทธ์และในขณะเดียวกันก็ปรับปรุงจุดอ่อน และจุดแข็งจะต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

1.3 การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) กลยุทธ์ (Strategy) เป็นวิธีการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ระยะยาว การวิเคราะห์กลยุทธ์ที่สมเหตุสมผลถือเกณฑ์ 3 ระดับคือ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Co-operate level strategy) เป็นกระบวนการกำหนดลักษณะทั้งหมดและจุดมุ่งหมายขององค์กร ประกอบด้วย การลงทุน การดำเนินการ การพัฒนาปรับปรุงองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business level strategy) เป็นกลยุทธ์ที่พยายามหาวิธีการแข่งขันในแต่ละองค์กรที่พยายามจะสร้างสิ่งต่อไปนี้และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Function level strategy) เป็นการสร้างข้อได้เปรียบสำหรับการแข่งขัน ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จขึ้นอยู่กับคุณค่า (Value Chain) โดยคำนึงถึงคุณภาพ (Quality) ประสิทธิภาพ (Efficiency) และการส่งมอบคุณค่า (Value Delivery) ให้กับผู้บริโภค

2. การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategy Implementation) และการควบคุมเชิงกลยุทธ์ (Strategic Control) เป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ให้เป็นกลยุทธ์ที่เป็นจริง ประกอบด้วย การประสานประสาน (Integration) หมายถึงการที่บุคคลในหน่วยงานทำงานร่วมกัน อย่างมีประสิทธิภาพ โครงสร้างองค์กร (Organization Structure) การปฏิบัติตามกลยุทธ์ ต้องการช่องทางการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ มีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ ซึ่งผู้บริหารจะกำหนดโครงสร้างขององค์กร

3. การควบคุมเชิงกลยุทธ์ (Strategic Control) เพื่อติดตามการปฏิบัติงานตามแผนและการปรับปรุงแผนการพัฒนาสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน

4. ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic leadership) หมายถึง ความสามารถมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นในด้านการกระทำ มีการจัดการ การประสานประสาน และเปลี่ยนแปลง

ปกรณัม ปรียากร (2550: 91-92) ได้เสนอว่าในการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรภาคธุรกิจ ประกอบด้วยขั้นตอนหลักสำคัญ 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ (Current Situation Analysis) วิเคราะห์จาก
1.1 พิจารณาผลประกอบการจากผลตอบแทนการลงทุนล้วนแบ่งการตลาด แนวโน้มในการทำกำไร ผลตอบแทนต่อหุ้น ฯลฯ

1.2 พิจารณากลยุทธ์ในปัจจุบันของภารกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objectives) กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ใช้รวมทั้งแนวทางหรือมาตรการต่าง ๆ

2. การพิจารณาและประเมินบทบาทของนักบริหารในระดับกลยุทธ์ (Examining and Evaluation Strategic Management) โดยมุ่งไปที่การวิเคราะห์เจาะลึกบทบาทของคณะกรรมการบริหาร (Board of Directors) กับบรรดานักบริหารระดับสูง (Top Management) เป็นสำคัญ

3. การพิจารณาและประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (A Scan of External Environment) การประเมินทั้งสภาพทั่วไป (General Environment) และสภาพแวดล้อมของการแข่งขัน (Competitive Environment) เพื่อหาข้อสรุปที่ชี้ให้เห็นโอกาสต่าง ๆ (Opportunities) และ ข้อจำกัดหรืออุปสรรคต่าง ๆ (Threats) รวมทั้งปัจจัยสำคัญที่เป็นผลต่อความสำเร็จ (Key Success Factors)

4. การพิจารณาและประเมินสภาพแวดล้อมภายใน (A Scan of Internal Corporate Environment) การประเมินปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กร เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และ จุดอ่อน (Weaknesses) รวมทั้งข้อมูลด้านสมรรถนะอันโดดเด่น (Core Competencies) ของกิจการ

5. การวิเคราะห์ปัจจัยหรือประเด็นเชิงกลยุทธ์ (Analysis of Strategic Factors) การ ประมวลจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด เข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่

5.1 การระบุปัญหา (Problems) และช่องว่าง (Gaps) ที่จำเป็นต้องระมัดระวัง

5.2 ทบทวนและปรับภารกิจกับวัตถุประสงค์ของกิจการ ถ้าจำเป็น

6. การคิดค้น วิเคราะห์และเลือกทางเลือกเชิงกลยุทธ์ (Generation, Evaluation, and Selection of The Best Alternative Strategy)

6.1 การกำหนดทางเลือกที่จะใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

6.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของทางเลือกแต่ละทาง การเปรียบเทียบทางเลือก

6.3 การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์

7. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Implementation) เป็นการดำเนินการเกี่ยวกับการนำกล ยุทธ์ต่าง ๆ ที่ได้ผ่านการตัดสินใจแล้วไปดำเนินงานให้เป็นไปตามแนวปฏิบัติที่กำหนด

8. การควบคุมและการประเมินผล (Control and Evaluation) เป็นการจัดวางระบบ การควบคุมและระบบสนับสนุนต่าง ๆ เพื่อแสวงหาข้อมูลและข้อสรุปในการวัดผลงานกับมาตรฐาน การปรับแก้และการประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานที่ต้องการศึกษาเพื่อพัฒนาและส่งเสริมองค์กรให้ ยกระดับคุณภาพสูงขึ้น 2 ตัวชี้วัด

Thompson Strickland (อ้างอิงจาก ทรงศักดิ์ ศรีวงษา. 2550. หน้า 34) กล่าวว่า กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย

1. การกำหนดข้อความวิสัยทัศน์ ข้อความพันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ (Formulation & Vision, Mission statement, Goal Objective) ซึ่งกำหนดจุดหมาย 5 ประการ คือ

1.1 การกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร เป็นข้อความทั่วไปซึ่งกำหนดทิศทางข้อความ ภารกิจเป็นข้อความที่กำหนดส่วนประกอบของวิสัยทัศน์ ควรอธิบายถึงรายละเอียดขององค์กร ขอบเขตของการปฏิบัติตามความต้องการและค่านิยมเบื้องต้นขององค์กร

1.2 การกำหนดข้อความภารกิจ เป็นขอบเขตของงานในองค์กรซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อเป็น ภาพรวมและดำเนินการวินิจฉัยออกมาเขียนเฉพาะที่เป็นเป้าหมายขององค์กรออกมา

1.3 การกำหนดเป้าเชิงกลยุทธ์ เป็นข้อความแสดงจุดมุ่งหมายหลักขององค์กรซึ่ง กำหนดขึ้นเพื่อให้บรรลุภารกิจที่กำหนดไว้

1.4 การกำหนดเป้าหมาย เป็นการกำหนดสิ่งที่ต้องการในอนาคตที่องค์กรต้องพยายามให้เกิดขึ้น โดยส่วนใหญ่เป็นส่วนประกอบของการวางแผนที่สำคัญเกี่ยวกับเป้าหมายในอนาคตที่องค์กรต้องการให้บรรลุถึงจุดมุ่งหมาย

1.5 การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objective) วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์เป็นข้อความเฉพาะที่กำหนดหลักเกณฑ์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่เป็นโอกาสภายใต้สภาพแวดล้อม

2. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) หรือการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) หมายถึง การกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกและเลือกจากทางเลือกที่สามารถบรรลุจุดประสงค์เป็นแผนที่สำคัญและเป็นแผนระยะยาว

3. การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategic implementation) เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ให้เป็นการปฏิบัติและเป็นผลลัพธ์ คือ

3.1 การกำหนดโครงสร้างองค์กร

3.2 การจัดระบบการปฏิบัติที่ที่เหมาะสม

3.3 การยอมรับรูปแบบการจัดการที่เหมาะสม

3.4 การจัดวัฒนธรรมขององค์กรหรือค่านิยม

4. การประเมินและการควบคุมกลยุทธ์ (Evaluation and Strategic Control) การควบคุมเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการพิจารณาว่ากลยุทธ์ได้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์การดำเนินงานหรือไม่

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่ากระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นกระบวนการหนึ่งซึ่งนำมาสู่การพัฒนาองค์กร ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ จะประกอบไปด้วย

1. การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Analysis) ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการย่อย 3 ส่วน คือ

1.1 เป้าหมาย (Goal) เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Goal)

1.2 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

1.2.1 จุดแข็ง (Strengths)

1.2.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1.2.3 อุปสรรค (Threats)

1.2.4 โอกาส (Opportunities)

1.3 การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation)

2. การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategy Implementation) และการควบคุมเชิงกลยุทธ์ (Strategic Control)

3. การควบคุมเชิงกลยุทธ์ (Strategic Control)

4. ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leadership)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการคือ ด้านการรับรู้และการคาดหวัง (Parasuraman; et al.: 1985) มีรายละเอียดดังนี้

1. ลูกค้าเข้าถึงการบริการ (Access) การบริการที่มอบแก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้าน เวลา สถานที่ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลต้องมีความเหมาะสมที่สะดวกสบายในการเดินทาง
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถอธิบายลูกค้าให้เข้าใจอย่างถูกต้อง โดยภาษาที่เข้าใจง่าย
3. ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในงานที่ให้บริการ
4. ความมีอัธยาศัย (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) องค์กรและพนักงานต้องสร้างความเชื่อถือ และความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในการให้บริการ โดยเสนอ บริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) การบริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความเหมาะสมและสม่ำเสมอ
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า
8. ความปลอดภัย (Security) การบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้าไม่มีอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่าง ๆ
9. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ลูกค้าได้รับการที่สามารถประเมินถึงคุณภาพการบริการ
10. การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) พนักงานต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

ประวัติ บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด สถานที่ตั้ง สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่จังหวัดปทุมธานี ก่อนถึงตลาดพุนทราย 100 เมตร ซอยบ้านกลาง 1/7 (ร้าน J'Coffee) หมู่ที่ 2 ต.บ้านกลาง อ.เมือง ปทุมธานี จ.ปทุมธานี มีที่จอดรถมากกว่า 200 คัน ฟรี อุปกรณ์นำเข้าจากต่างประเทศ เทรนเนอร์มาก ประสบการณ์มีใบรับรอง พื้นที่กว้าง ห้องคลาสนขนาดใหญ่ มีอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพให้บริการ ห้องอาบน้ำ / Locker บริการฟรี เปิดบริการ 7.00-24.00 น. บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ก่อตั้งมาแล้ว 4 ปี แต่ก็มีผู้เข้ามาใช้บริการอยู่เป็นประจำด้วยวิธีการเทคนิค และอุปกรณ์การ ให้บริการที่หลากหลายและทันสมัย มีรูปแบบการบริหารที่เป็นมาตรฐาน เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 1-2 ปี Master Trainer จาก Peakpoint Gym เข้าร่วมอบรมมาตรฐานกลางสำหรับผู้ตัดสินกีฬา เพาะกายและฟิตเนสประเทศไทย เทรนเนอร์มากประสบการณ์มีใบรับรองและได้รับรางวัลการ เพาะกายมากกว่าบริษัทอื่นซึ่งทำให้เป็นที่ยอมรับว่าเป็นบริษัทต้นแบบธุรกิจ ในจังหวัดปทุมธานีจึง เป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่พึงพอใจของผู้ที่เข้าใช้บริการเป็นอย่างมาก (ชานู มัณยานนท์. 2562: สัมภาษณ์)

แนวโน้มการเติบโตของรายได้รวม กำไร (ขาดทุน) และสินทรัพย์รวม บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด แสดงตามตารางดังนี้

ตาราง 2.1 ข้อมูลทั่วไปของ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อนิติบุคคล	PEAK POINT PERFORMANCE COMPANY LIMITED
เลขทะเบียนนิติบุคคล	0135560010684
วันเดือนปีที่จดทะเบียน	วันที่ 15 พ.ค. 2560 (4 ปี 4 เดือน 25 วัน)
สถานภาพกิจการ	ยังดำเนินกิจการอยู่
โทรศัพท์	02-0208286

ตาราง 2.2 ข้อมูลธุรกิจของ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเภทธุรกิจ	บริษัทจำกัด
ปีที่ส่งงบการเงิน	2560 , 2561 , 2562
ทุนจดทะเบียนปัจจุบัน (บาท)	1,000,000
มูลค่าบริษัท	2,533,949 บาท (253.39% ของทุน)
ขนาดธุรกิจ	Small
หมวดธุรกิจ (A-U)	R : ศิลปะ ความบันเทิงและสันทนาการ
กลุ่มธุรกิจ (TSIC)	93112 : การดำเนินงานของสถานที่ออกกำลังกาย
วัตถุประสงค์	การดำเนินงานของสถานที่ออกกำลังกาย

ตาราง 2.3 อันดับธุรกิจ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัดปี 2561

ประเภท	รายได้รวม	กำไร (ขาดทุน)	ภาษีเงินได้	สินทรัพย์รวม
ประเทศไทย	96,975	44,835	55,848	146,133
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	457	299	319	818
ปทุมธานี	4,269	2,050	2,693	5,935
หมวดธุรกิจ : R	61,188	30,944	38,025	92,930
TSIC : 93112	25	20	15	90

ตาราง 2.4 อันดับธุรกิจ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ปี 2562

ประเภท	รายได้รวม	กำไร (ขาดทุน)	ภาษีเงินได้	สินทรัพย์รวม
ประเทศไทย	126,494	456,674	416,009	88,000
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	638	3,687	3,500	483
ปทุมธานี	5,677	20,214	22,008	3,374
หมวดธุรกิจ : R	79,444	266,202	285,747	58,437
TSIC : 93112	51	390	194	42

ที่มา: พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์. (2564)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

นาถธิดา เจริญสุข (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารเชิงกลยุทธ์ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาประจวบคีรีขันธ์ เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ 1) การกำหนดกลยุทธ์ของสถานศึกษา การนำกลยุทธ์ของสถานศึกษาไปปฏิบัติ และการควบคุมและประเมินกลยุทธ์ของสถานศึกษา 2) องค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาประจวบคีรีขันธ์ เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ การพัฒนาความเป็นองค์การวิชาชีพในสถานศึกษา การบริหารงานของสถานศึกษากับบรรยากาศและวัฒนธรรมของสถานศึกษา ซึ่งทั้งคู่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ 3) การบริหารเชิงกลยุทธ์ของสถานศึกษากับองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาประจวบคีรีขันธ์ เขต 2 โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับสูงที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สถาพร สุขสมบูรณ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการรักษาคความปลอดภัยในการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล สภาพแวดล้อมการดำเนินงานในการพัฒนาตัวแบบการจัดการกลยุทธ์การรักษาคความปลอดภัย

ของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการกลยุทธ์การรักษาความปลอดภัยในการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการรักษาความปลอดภัยในการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกสู่ความเป็นมาตรฐานสากล เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และเก็บข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารบริษัทไทยพรีเมียร์ลีกจำกัด ผู้บริหารสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้บริหารสโมสรฟุตบอลที่เข้าแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ปี 2558 นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญนักกีฬา ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสินผู้จัดการทีมและผู้ช่วย สมาชิกสโมสร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการรักษาความปลอดภัยของสโมสรฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน และใช้วิธีการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่ามีความจำเป็นในการที่จะต้องพัฒนาตัวแบบการจัดการกลยุทธ์การรักษาความปลอดภัยของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก คิดเป็นร้อยละ 100 2) รูปแบบการจัดการรักษาความปลอดภัยในการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องจะมีองค์ประกอบด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ ด้านการจัดการเชิงระบบ ด้านการจัดการความเสี่ยง ด้านการรักษาความปลอดภัย ซึ่งจะเป็นกระบวนการหรือขั้นตอนที่ต่อเนื่องกันเพื่อการรักษาความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพสูงสุด 3) การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบการจัดการกลยุทธ์การรักษาความปลอดภัยในการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกไปปฏิบัติ ควรประกอบด้วยเทคนิคในการปฏิบัติงานกลุ่มการจัดการเชิงกลยุทธ์ เทคนิคในการปฏิบัติงานกลุ่มการจัดการเชิงระบบ เทคนิคในการปฏิบัติงานกลุ่มการรักษาความปลอดภัย ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นรูปแบบการจัดการรักษาความปลอดภัยในการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ที่เหมาะสม มีความเป็นมาตรฐานสากล สำหรับนำไปใช้ในการพัฒนาการรักษาความปลอดภัย

ภาวินี ชุ่มใจ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณค่าสโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบคุณค่าสโมสรฟุตบอลอาชีพประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านอัตลักษณ์ 2) ด้านภาพลักษณ์ความโดดเด่นเป็นที่รู้จัก 3) ด้านความภักดีและความผูกพัน 4) ด้านการตระหนักรู้ 5) ด้านสินทรัพย์ 6) ด้านการรับรู้คุณภาพประสิทธิภาพ และ 7) ด้านการสื่อสารและเครือข่าย สำหรับรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณค่าสโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยด้านการบริหารทรัพยากรตามองค์ประกอบคุณค่าสโมสรฟุตบอลอาชีพ ควรมีกลยุทธ์ระดับธุรกิจ 5 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง 2) กลยุทธ์มุ่งที่ความแตกต่าง 3) กลยุทธ์ผู้นำต้นทุน 4) กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคล และ 5) กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ส่วนความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติขององค์ประกอบรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณค่าสโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย พบว่า มีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติของรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณค่าสโมสรฟุตบอลอาชีพผลสรุปการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางการบริหารจัดการการดำเนินงานกิจกรรมของสโมสรฟุตบอลอาชีพในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิด

ประสิทธิภาพอย่างแท้จริง ซึ่งทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจกับสโมสรฟุตบอลอาชีพอื่น ๆ

สารโจน์ สิงห์ชม (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารงานกีฬา ตามแนวความคิดการพัฒนา และการบริหาร และการจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ในการบริหารงานกีฬาตามแนวความคิดการพัฒนาและการบริหาร และการจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์ คือ

1. กลยุทธ์การนำองค์กร มี 17 กิจกรรม
2. กลยุทธ์การวางแผนเชิงกลยุทธ์ มี 11 กิจกรรม
3. กลยุทธ์การให้บริการ มี 8 กิจกรรม
4. กลยุทธ์ในการพัฒนาองค์กรมี 7 กิจกรรม
5. กลยุทธ์พัฒนาบุคลากร มี 11 กิจกรรม
6. กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งองค์กร มี 7 กิจกรรม และ
7. กลยุทธ์การประเมินองค์กร มี 9 กิจกรรม จากการประเมินความเหมาะสมในการนำไปปฏิบัติ พบว่า กลยุทธ์ทั้ง 7 กลยุทธ์ มีความเหมาะสมและนำไปปฏิบัติได้

เพชรวัฒน์ เส้นทอง (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการองค์การทางสังคม : กรณีวัดในประเทศไทย เพื่อนำเสนอข้อค้นพบที่เกิดจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย 3 ข้อ คือ 1) พัฒนาการของกลยุทธ์โดยพบว่า เดิมใช้วางแผนในวงการทหาร ปรากฏในตำราพิชัยสงครามของซุนวู มีการนำไปแปลเป็นภาษาอังกฤษในชื่อ ศิลปะแห่งสงคราม และต่อมามีการจัดตั้งเป็นสำนักแนวคิดของ 10 สำนักคิดมีสำนักออกแบบและสำนักวางแผน เป็นต้น จนกระทั่งนำมาปรับใช้กับองค์การภาคธุรกิจ ในปัจจุบัน 2) สมมติผลการบริหารจัดการองค์การทางสังคมประเภทวัดได้ พบว่าการบริหารจัดการไม่บรรลุสมมติผล สาเหตุเพราะแต่ละวัดขาดแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ จากกรณีศึกษาที่พบว่า เจ้าอาวาสในฐานะผู้บริหารจัดการวัด ใช้หลักการบริหารจัดการตามความเคยชิน ขาดวิสัยทัศน์ และพันธกิจ ที่ชัดเจน เป็นต้น 3) มีเสนอแนะให้เจ้าอาวาสแต่ละวัดในประเทศไทย จำนวน 39,481 วัด ได้จัดทำแผนกลยุทธ์สำหรับบริหารจัดการวัดนั้น ๆ เนื่องจากแต่ละวัด แต่ละท้องถิ่น มีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เฉพาะตน สำนักรงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ควรจัดหานักวิชาการอิสระเข้าไปช่วยเหลือในการจัดทำแผนกลยุทธ์

ธีระพงษ์ บุญฤทธิ์ ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการศูนย์พิตเนส กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี ตำบลชัยบุรี อำเภอชัยบุรี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการศูนย์พิตเนส องค์การบริหาร ส่วนตำบลชัยบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการศูนย์พิตเนส องค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี ของประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกันไป มีระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการศูนย์พิตเนส องค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการศูนย์พิตเนส องค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี ควรตรวจสอบอุปกรณ์ให้มีความพร้อมและจัดให้มีการรักษาความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการ ควรเพิ่มอุปกรณ์ให้เพียงพออุปกรณ์ที่ใช้ควรได้มาตรฐาน เพิ่มเวลา ในการให้บริการให้มากขึ้น ปรับปรุงความสะดวกของห้องน้ำและภูมิทัศน์รอบ ๆ ศูนย์พิตเนสให้มีความรู้เหมาะแก่การออกกำลังกาย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด มีวิธีการดำเนินงานวิจัยแบบเชิงผสม (Mixed Methodology Research) คือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ซึ่งเป็นสมาชิกจำนวน 400 คน (ชานู มัณยานนท์)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด การเลือกกลุ่มตัวอย่างในศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ เครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 45) จากประชากรจำนวน 400 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 196 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล และการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่อาจเกิดขึ้นได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวน 200 คน ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการสุ่มที่ทุกหน่วยของประชากร โดยมีโอกาสอย่างเท่าเทียมกัน

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 2 คน โดยใช้เกณฑ์จากผู้มีหน้าที่บริหาร ซึ่งผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างนี้เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยแบบฟอร์มการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SW) โดยใช้กรอบแนวคิด 7-S (McKinsey 7-S Framework) และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (OT) โดยใช้กรอบแนวคิด PESTLE

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ความคิดเห็นคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยในเรื่องหลักการสร้างแบบสอบถาม และการกำหนดกรอบแนวคิดในงานวิจัย
2. ศึกษาเอกสารข้อมูลจากหนังสือ บทความ และผลงานวิจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามในแบบสอบถามงานวิจัย
3. กำหนดประเด็นและขอบเขตแบบสอบถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ประโยชน์ และกรอบแนวคิดของงานวิจัย
4. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามและแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
5. จัดพิมพ์แบบสอบถาม เพื่อส่งผู้เชี่ยวชาญในการหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ และอาชีพ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยหลักการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ 6 M ได้แก่ 1) ด้านบุคลากร (Man) 2) ด้านการเงินและงบประมาณ (Money) 3) ด้านการบริหารจัดการ (Management) 4) วัสดุอุปกรณ์ (Material) 5) ด้านคุณธรรมจริยธรรม (Morality) 6) ด้านการตลาด (Market) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

สำหรับการวัดระดับความสำคัญของความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด จะมีระดับการวัดดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 5
ระดับความสำคัญมาก	มีค่าคะแนนเป็น 4
ระดับความสำคัญปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น 3
ระดับความสำคัญน้อย	มีค่าคะแนนเป็น 2
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 1

เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลความหมาย เพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น
 คิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา :
 บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ผู้วิจัยได้จัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ช่วงได้ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21- 5.00 หมายถึง ความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นอื่น ๆ และข้อเสนอแนะในการบริหาร
 จัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยมี
 ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open End)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และ
 ความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามแล้วทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)
 ด้วยการนำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ
 และมีความเชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในแบบสอบถามก่อนจำนวน
 3 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วยการครอบคลุมในส่วนของเนื้อหา สำนวนภาษา และข้อเสนอแนะในการ
 ปรับปรุงก่อนนำแบบสอบถามออกไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง การทดสอบความ
 เที่ยงตรงของเนื้อหา ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective
 Congruence : IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจะต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

+1 = สอดคล้อง

0 = ไม่แน่ใจ

-1 = ไม่สอดคล้อง

สูตรในการคำนวณ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์

R คือ คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วให้คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยตรวจสอบแล้วจึงนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ โดยการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ของครอนบาค (Alpha Coefficient Cronbach) (Cronbach. 1990: 202-204) ควรมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา โดยได้ค่าความเที่ยงตรงไม่ต่ำกว่า 0.75 ถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบฟอร์มการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SW) โดยใช้กรอบแนวคิด 7-S (McKinsey 7-S Framework) และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (OT) โดยใช้กรอบแนวคิด PESTLE

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. ติดต่อประสานงานกับผู้บริหาร บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
2. ขออนุญาตรับรองจากคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ไปยังผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อยื่นขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลจากผู้ที่เข้ามาใช้บริการ
3. ดำเนินการนำหนังสือขอความอนุเคราะห์และแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ทั้งหมดตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยขอความอนุเคราะห์ผู้บริหาร บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด แจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
4. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ เพื่อนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS (เลขลิขสิทธิ์ที่ D0EJ9LL) มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป และสรุปผลในแต่ละด้าน
5. นำเสนอความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส วิทยาลัย : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
6. ส่งแบบฟอร์มการวิเคราะห์ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก (SWOT) ไป บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. แบบสอบถาม ตอนที่1 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. แบบสอบถาม ตอนที่2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส วิทยาลัย : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. แบบสอบถาม ตอนที่3 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆเกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

4. ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) โดยมีรายละเอียดก็คือ เมื่อได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก (SWOT) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องเพียงพอและความเชื่อถือได้ของข้อมูลว่าจะสามารถตอบปัญหาของการศึกษาได้อย่างครบถ้วน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาจากตัวบุคคล โดยการสอบถามข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารธุรกิจฟิตเนส ในคำถามเดียวกันเพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลความถูกต้องว่ามีความคิดเห็นตรงกันหรือไม่ โดยสามารถสรุปกลยุทธ์ออกมาเป็น 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ และกลยุทธ์การตัดทอน

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

วิจัยเรื่อง การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการสื่อความหมาย ผู้วิจัยขอเสนอสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

\bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย (mean)

SD แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

วิจัยเรื่อง การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและนำเสนอผล ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก (SWOT) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส
4. ข้อเสนอแนะทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

ตาราง 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	139	69.2
หญิง	61	30.3
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.1 พบว่า จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 และเพศหญิง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3

ตาราง 4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-22 ปี	11	5.5
23-27 ปี	32	16.0
28-33 ปี	39	19.5
33-37 ปี	36	18.0
38-42 ปี	49	24.5
42 ปีขึ้นไป	33	16.5
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.2 พบว่า จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งตามจำนวนอายุจากมากไปน้อย อันดับมากที่สุดคืออายุในช่วง 38-42 ปี มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมา อายุในช่วง 28-33 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมาอายุในช่วง 33-37 มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมาอายุในช่วง 42 ปีขึ้นไป มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมาอายุในช่วง 23-27 ปี มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอายุในช่วง 18-22 ปี มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ตาราง 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	86	43.0
ปริญญาโท	92	46.0
ปริญญาเอก	16	8.0
อื่น ๆ	6	3.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.3 พบว่า จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งตามระดับการศึกษา อันดับมากที่สุดคือปริญญาโท มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือปริญญาตรี มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ ปริญญาเอก 16 คิดเป็นร้อยละ 8.0 และอื่น ๆ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตาราง 4.4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	126	63.0
สมรส	58	29.0
หม้าย/หย่าร้าง	16	8.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.4 พบว่าจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งตามสถานภาพสมรส อันดับมากที่สุดคือ โสด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และ หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

ตาราง 4.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	17	8.5
10,000-30,000 บาท	56	28.0
30,001-50,000 บาท	63	31.5
มากกว่า 50,000 บาท	64	32.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.5 พบว่า จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งตามรายได้ต่อเดือน อันดับมากที่สุดคือ มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ 30,001-50,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ 10,000-30,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตาราง 4.6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	17	8.5
ข้าราชการ	25	12.5
นักธุรกิจ	102	51.0
รับจ้างทั่วไป	12	6.0
อื่น ๆ	44	22.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 4.6 พบว่า จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งตามอาชีพ อันดับมากที่สุดคือ นักธุรกิจ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ อื่น ๆ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมาคือ ข้าราชการ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมาคือ รับจ้างทั่วไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการ
เชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

ตาราง 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อ
ปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์
ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านบุคลากร

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัย การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านบุคลากร	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านบุคลากร			
1. มีความเชี่ยวชาญในการใช้ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ	4.73	0.57	มากที่สุด
2. สามารถให้คำแนะนำในการเข้าใช้บริการแก่ผู้รับบริการ	4.74	0.51	มากที่สุด
3. มีความสามารถตรงกับตำแหน่งของงาน	4.71	0.57	มากที่สุด
4. บุคลากรสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว	4.71	0.58	มากที่สุด
5. บุคลากรสามารถดูแลด้านความปลอดภัยได้อย่างทั่วถึง	4.79	0.50	มากที่สุด
รวม	4.74	0.42	มากที่สุด

จากตาราง 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหาร
จัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้าน
บุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.74$) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจาก
มากไปน้อย พบว่า ด้านบุคลากรสามารถดูแลด้านความปลอดภัยได้อย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.79$)
อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสามารถให้คำแนะนำในการเข้าใช้บริการแก่ผู้รับบริการ
มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.74$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเชี่ยวชาญในการใช้ เครื่องมือ
อุปกรณ์ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.73$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสามารถตรงกับ
ตำแหน่งของงานและด้านบุคลากรสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน
($\bar{X}=4.71$) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส กรณีสึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด ในด้านการเงินและงบประมาณ

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัย การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส กรณีสึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด ในด้านการเงินและงบประมาณ	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านการเงินและงบประมาณ			
1. ราคาการเข้าใช้บริการสำหรับสมาชิกมีความคุ้มค่า	4.62	0.64	มากที่สุด
2. ราคาการเข้าใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการทั่วไปมีความคุ้มค่า	4.65	0.60	มากที่สุด
3. ราคาในการจ้างเทรนเนอร์มีความเหมาะสม	4.61	0.72	มากที่สุด
4. ราคากับเวลาที่ใช้บริการมีความเหมาะสม	4.65	0.67	มากที่สุด
5. ราคาค่าบริการอื่น ๆ มีความเหมาะสม อาทิ อาหารว่าง เครื่องดื่ม ถูมือ เสื้อผ้า สำหรับใส่ออกกำลังกาย เป็นต้น	4.67	0.63	มากที่สุด
รวม	4.64	0.58	มากที่สุด

จากตาราง 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส กรณีสึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด ด้านการเงินและงบประมาณ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.64$) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านราคาค่าบริการอื่น ๆ มีความเหมาะสม อาทิ อาหารว่าง เครื่องดื่ม ถูมือ เสื้อผ้า สำหรับใส่ออกกำลังกาย เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.67$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านราคาการเข้าใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการทั่วไปมีความคุ้มค่าและด้านราคากับเวลาที่ใช้บริการมีความเหมาะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X}=4.65$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านราคาการเข้าใช้บริการสำหรับสมาชิกมีความคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.62$) อยู่ในระดับมากที่สุดและด้านราคาในการจ้างเทรนเนอร์มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.61$) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส วิทยาลัย : บริษัท ฟิค พ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด ในด้านการบริหารจัดการ

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัย การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส วิทยาลัย : บริษัท ฟิค พ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด ในด้านการบริหารจัดการ	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านการบริหารจัดการ			
1. มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจน	4.72	0.52	มากที่สุด
2. มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคารและ ภายนอกอาคาร	4.74	0.52	มากที่สุด
3. มี กฎ ระเบียบ การใช้สถานที่ ฟิตเนส อย่างเคร่งครัด	4.76	0.50	มากที่สุด
4. มีการกำหนดระยะเวลา เปิด-ปิด อย่างชัดเจน	4.82	0.43	มากที่สุด
5. มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน	4.81	0.46	มากที่สุด
6. มีบริการ สุขา จุดจอดรถ จุดบริการร้านค้า/ร้านอาหาร เพียงพอ	4.72	0.65	มากที่สุด
รวม	4.84	0.95	มากที่สุด

จากตาราง 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส วิทยาลัย : บริษัท ฟิค พ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด ด้านการบริหารจัดการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.84) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่า มีการกำหนดระยะเวลา เปิด - ปิด อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.82) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.81) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มี กฎ ระเบียบ การใช้สถานที่ ฟิตเนส อย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.76) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคารและภายนอกอาคาร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.74) อยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมาคือ มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจน และมีบริการ สุขา จุดจอดรถ จุดบริการร้านค้า/ร้านอาหาร เพียงพอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (\bar{X} =4.72) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส กรณีสึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านวัสดุอุปกรณ์

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัย การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส กรณีสึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านวัสดุอุปกรณ์	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านวัสดุอุปกรณ์			
1. มีความทันสมัย	4.74	0.50	มากที่สุด
2. มีคุณภาพมาตรฐานสากล	4.72	0.56	มากที่สุด
3. มีความปลอดภัย	4.78	0.48	มากที่สุด
4. มีความหลากหลายให้เลือกใช้บริการ	4.73	0.59	มากที่สุด
5. มีจำนวนเพียงพอต่อผู้ที่ใช้บริการ	4.72	0.61	มากที่สุด
6. ตอบสนองความต้องการผู้ที่ใช้บริการ	4.72	0.61	มากที่สุด
7. มีความสะดวกสบายในการใช้งาน	4.75	0.53	มากที่สุด
รวม	4.77	0.71	มากที่สุด

จากตาราง 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส กรณีสึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ด้านวัสดุอุปกรณ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.77$) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่ามีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.78$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการเป็นมีความสะดวกสบายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.75$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการเป็นมีความทันสมัย โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.74$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการเป็นมีความหลากหลายให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.73$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการเป็นมีคุณภาพมาตรฐานสากล มีจำนวนเพียงพอต่อผู้ที่ใช้บริการ และตอบสนองความต้องการผู้ที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X}=4.72$) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส ทัศนศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านคุณธรรมจริยธรรม

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัย การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส ทัศนศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านคุณธรรมจริยธรรม	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านคุณธรรมจริยธรรม			
1. บุคลากรมีจิตบริการ	4.79	0.52	มากที่สุด
2. บุคลากรมีอัธยาศัยที่ดี	4.84	0.41	มากที่สุด
3. บุคลากรมีมารยาท ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ	4.86	0.40	มากที่สุด
4. บุคลากรดูแลเอาใจใส่ผู้เข้าใช้บริการได้อย่างทั่วถึงและ เท่าเทียมกัน	4.85	0.52	มากที่สุด
รวม	4.84	0.40	มากที่สุด

จากตาราง 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส ทัศนศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ด้านคุณธรรมจริยธรรม โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.84$) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านบุคลากรมีมารยาท ใช้ถ้อยคำที่สุภาพมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.86$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากรดูแลเอาใจใส่ผู้เข้าใช้บริการได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.85$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากรมีอัธยาศัยที่ดี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.84$) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านบุคลากรมีจิตบริการมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.79$) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตาราง 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส วิทยาลัย : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านการตลาด

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัย การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส วิทยาลัย : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ในด้านการตลาด	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านการตลาด			
1. มีคลาสออกกำลังกายที่แปลกใหม่และเป็นระบบ	4.65	0.65	มากที่สุด
2. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง	4.64	0.66	มากที่สุด
3. มีราคาสมาชิกรายเดือนที่คุ้มค่าและเหมาะสม	4.64	0.67	มากที่สุด
4. มีความสะดวกในการมาใช้บริการ	4.71	0.56	มากที่สุด
5. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจอยู่เสมอ	4.64	0.64	มากที่สุด
6. มีช่องทางการสื่อสารกับผู้ที่ใช้บริการที่เข้าถึงได้ง่าย อาทิ E-mail Facebook Line เป็นต้น	4.77	0.49	มากที่สุด
รวม	4.67	0.56	มากที่สุด

จากตาราง 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ พิตเนส วิทยาลัย : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ด้านคุณธรรมจริยธรรม โดยรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.67) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า มีช่องทางการสื่อสารกับผู้ที่ใช้บริการที่เข้าถึงได้ง่าย อาทิ E-mail Facebook Line เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.77) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือมีความสะดวกในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.71) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือมีคลาสออกกำลังกายที่แปลกใหม่และเป็นระบบ ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.65) อยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมาคือมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีราคาสมาชิกรายเดือนที่คุ้มค่าและเหมาะสม และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจอยู่เสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (\bar{X} = 4.64) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส วิทยาลัย : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวม

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัย การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส วิทยาลัย : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวม	\bar{X}	SD	ระดับ
1. ด้านบุคลากร	4.74	0.42	มากที่สุด
2. ด้านการเงินและงบประมาณ	4.64	0.58	มากที่สุด
3. ด้านการบริหารจัดการ	4.84	0.95	มากที่สุด
4. ด้านวัสดุอุปกรณ์สถานที่	4.77	0.71	มากที่สุด
5. ด้านคุณธรรมจริยธรรม	4.84	0.40	มากที่สุด
6. ด้านการตลาด	4.67	0.56	มากที่สุด
รวม	4.76	0.47	มากที่สุด

จากตาราง 4.13 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส วิทยาลัย : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.76$) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่า สองอันดับแรก ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการและด้านคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X}=4.84$) รองลงมาคือด้านวัสดุอุปกรณ์สถานที่ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.77$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X}=4.74$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.67$) และด้านการเงินและงบประมาณ ($\bar{X}=4.64$) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในปัจจัยภายนอก (SWOT) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส

ตาราง 4.14 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (IFAS) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส

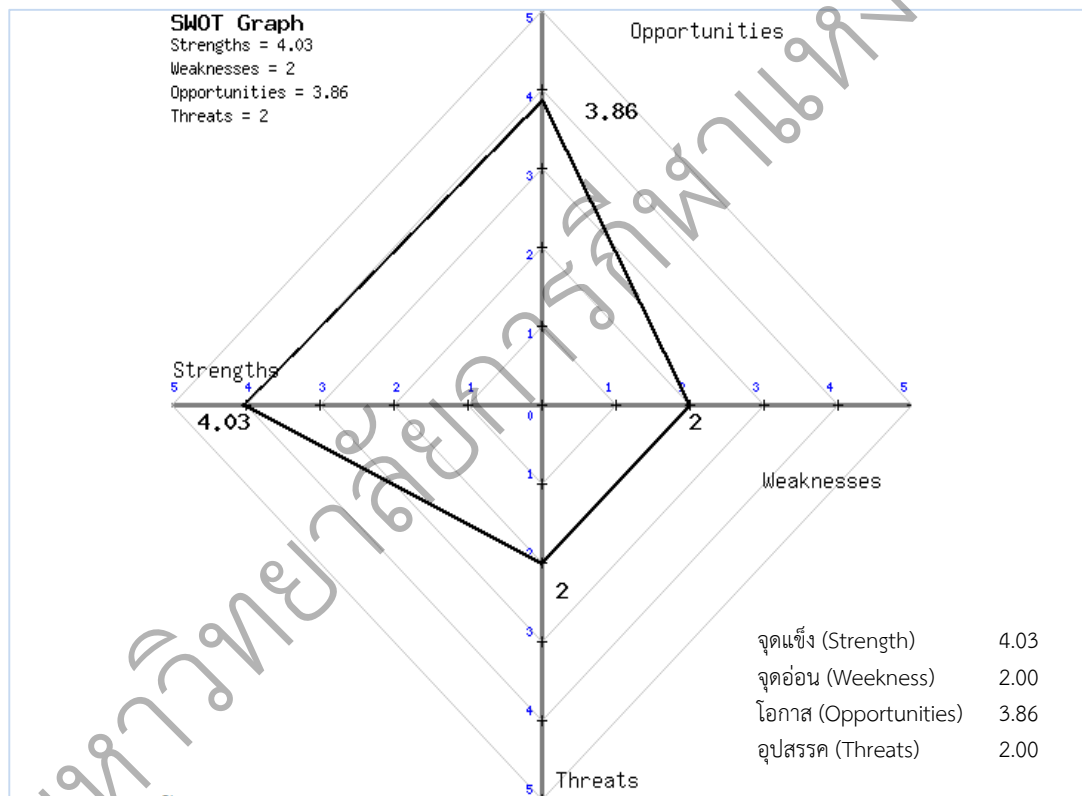
ปัจจัยภายใน (Internal Factor)	น้ำหนัก	คะแนน	น้ำหนัก คะแนน
จุดแข็ง (Strength)			
S1 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง	0.13	3	0.39
S2 ลักษณะรูปแบบธุรกิจ ประเภทที่ชัดเจนและได้จด ทะเบียนเป็นนิติบุคคลถูกต้อง	0.15	5	0.75
S3 พัฒนาการออกกำลังกายแบบหนักสลับเบาที่ใช้เวลา เพียง 30 นาที	0.15	5	0.75
S4 เน้นการสร้างบุคลากรที่เป็นหัวใจสำคัญ	0.15	4	0.60
S5 บุคลากรที่มีฝีมือควบคู่กับการมีพันธะสัญญากับสมาชิก เพราะสมาชิกต้อง ได้รับการดูแล ควบคู่ไปกับการให้แรง บันดาลใจ	0.14	3	0.42
S6 มีแผนพัฒนาบุคลากรที่มีความเข้มแข็งชัดเจนอย่างมี กลยุทธ์	0.15	4	0.60
S7 เชื่อมั่นในบุคลากร บุคลากรมีอิสระในการคิดและการ ลงมือปฏิบัติ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม	0.13	4	0.52
รวมจุดแข็ง (Strength)	1		4.03
จุดอ่อน (Weakness)			
W1 พื้นที่ในการให้บริการไม่เพียงพอ เนื่องจากมีผู้ใช้ บริการเป็นจำนวนมาก	0.33	2	0.66
W2 เร่งการจบการขายคลาสการออกกำลังกายให้กับผู้ใช้ บริการ	0.34	2	0.68
W3 ราคาในการเข้าใช้บริการสูง กลุ่มคนที่ไม่ค่อยมีฐานะ ไม่สามารถเข้าถึงได้	0.33	2	0.66
รวมจุดอ่อน (Weakness)	1		2
รวมปัจจัยภายใน (Internal Factor)	2		6

ตาราง 4.15 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External factor) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ธุรกิจฟิตเนส

ปัจจัยภายนอก (External Factor)	น้ำหนัก	คะแนน	น้ำหนัก คะแนน
โอกาส (Opportunities)			
O1 สถานการณ์ทางการเมืองมีเสถียรภาพมากขึ้น ผู้บริโภคหันเข้าหาฟิตเนสมากขึ้น เพื่อผ่อนคลาย และหาความบันเทิงด้วยการออกกำลังกาย เชื่อว่าแนวโน้มธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทยยังเติบโตได้อีกมาก	0.16	3	0.48
O2 ส่งเสริมให้ประชากรไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์ หรือออกกำลังกายในสถานออกกำลังกาย เพื่อให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2560-2564 ในการเสริมสร้างศักยภาพคนไปสู่ความ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน	0.17	4	0.68
O3 มีความน่าสนใจ เนื่องด้วยเป็นธุรกิจที่ทันสมัย สร้างเสริมสุขภาพของคนในชุมชน นอกจากนั้นยังเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ตอบรับกับค่านิยมปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อีกมาก	0.17	4	0.68
O4 รู้จักสร้างตลาดด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะสื่อสารการตลาด ผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบในปัจจุบัน และที่เด่นชัดที่สุดคือการมีพรีเซนเตอร์ที่เป็นเหมือน Brand Ambassador ของธุรกิจฟิตเนส	0.18	5	0.90
O5 พ.ร.บ.สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ทำให้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพของไทย มีมาตรฐานและความปลอดภัย ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้รับบริการทั้งคนไทยและต่างชาติ ว่ามีประโยชน์ต่อสุขภาพจริง	0.16	4	0.64
O6 แนวโน้มการลงทุนจากต่างชาติในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีช่องว่างให้ผู้ประกอบการสามารถขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่กิจการได้	0.16	3	0.48
รวมโอกาส (Opportunities)	1		3.86

ตาราง 4.15 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอก (External factor)	น้ำหนัก	คะแนน	น้ำหนัก คะแนน
อุปสรรค (Threats)			
T1 มีการแข่งขันทางการตลาดสูง	0.50	2	1.00
T2 เทคโนโลยีใหม่ๆ มีราคาสูงขึ้น	0.50	2	1.00
รวมอุปสรรค (Threats)	1		2.00
รวมปัจจัยภายนอก (External factor)	2		5.86



ภาพ 3.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (IFAS) และปัจจัยภายนอก (External Factor) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส

ผู้วิจัยสร้างกลยุทธ์ (Formula) ธุรกิจฟิตเนส โดยใช้ตาราง TOWS Matrix ตามตาราง 4.16

ตาราง 4.16 กลยุทธ์ (Formula) ธุรกิจฟิตเนส

		ปัจจัยภายใน	
		จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
ปัจจัยภายนอก	โอกาส (Opportunities)	SO : กลยุทธ์เชิงรุก ใช้จุดแข็งสร้างโอกาส	WO : กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น เอาชนะจุดอ่อนโดยอาศัย โอกาส
	อุปสรรค (Threats)	ST : กลยุทธ์การรักษา เสถียรภาพและใช้จุดแข็ง หลีกเลี่ยงอุปสรรค	WT : กลยุทธ์การตัดทอน ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยง อุปสรรค

เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจฟิตเนสออกมาแล้ว จัดประเภทได้เป็น SO, ST, WO และ WT ตามลำดับความสำคัญและข้อควรปรับปรุงแก้ไขได้ดังนี้

1. การสร้างกลยุทธ์เชิงรุก (SO) ใช้จุดแข็งสร้างโอกาส

1.1 จุดแข็ง (Strength)

1.1.1 S1 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

1.1.2 S2 ลักษณะรูปแบบธุรกิจ ประเภทที่ชัดเจนและได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล

ถูกต้อง

1.1.3 S3 พัฒนาการออกกำลังกายแบบหนักสลับเบาที่ใช้เวลาเพียง 30 นาที

1.1.4 S4 เน้นการสร้างบุคลากรที่เป็นหัวใจสำคัญ

1.1.5 S5 บุคลากรที่มีฝีมือควบคู่กับการมีพันธมิตรสัญญากับสมาชิกเพราะสมาชิก

ต้องได้รับการดูแลควบคู่ไปกับการให้แรงบันดาลใจ

1.1.6 S6 มีแผนพัฒนาบุคลากรที่มีความเข้มแข็งชัดเจนอย่างมีกลยุทธ์

1.1.7 S7 เชื้อมั่นในบุคลากร บุคลากรมีอิสระในการคิดและการลงมือปฏิบัติ

ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

1.2 โอกาส (Opportunities)

1.2.1 O1 สถานการณ์ทางการเมืองมีเสถียรภาพมากขึ้น ผู้บริโภคหันเข้าหาฟิตเนสมากขึ้น เพื่อผ่อนคลายและหาความบันเทิงด้วยการออกกำลังกาย เชื่อว่าแนวโน้มธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทยยังเติบโตได้อีกมาก

1.2.2 O2 ส่งเสริมให้ประชากรไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์ หรือ ออกกำลังกายในสถานออกกำลังกายเพื่อให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2560-2564 ในการเสริมสร้างศักยภาพคนไปสู่ความ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

1.2.3 O3 มีความน่าสนใจ เนื่องด้วยเป็นธุรกิจที่ทันสมัย สร้างเสริมสุขภาพของคนในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ต่อบรรยากาศกับค่านิยมปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อีกมาก

1.2.4 O4 รู้จักสร้างตลาดด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะสื่อสารการตลาด ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบในปัจจุบัน และที่เด่นชัดที่สุดคือการมีพรีเซนเตอร์ที่เป็นเหมือน Brand Ambassador ของธุรกิจฟิตเนส

1.3 กลยุทธ์เชิงรุก

1.3.1 ส่งเสริมช่องทางการตลาดให้มีความหลากหลาย เพื่อเพิ่มการขายอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาการตลาดธุรกิจฟิตเนสที่จะเติบโตในอนาคตด้วยรูปแบบการออกกำลังกายที่แปลกใหม่ (O1 O2 S1 S3)

1.3.2 พัฒนาธุรกิจให้มีความเป็นสากล เพื่อดึงดูดให้ต่างชาติร่วมลงทุน (O6 S4 S6)

1.3.3 เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใช้บริการ (O4 S5 S7)

1.3.4 สนับสนุนให้ธุรกิจฟิตเนสมีความน่าเชื่อถือ และมีความปลอดภัย (O5 S2)

2. การสร้างกลยุทธ์พลิกฟื้น (WO) เอาชนะจุดอ่อนโดยอาศัยโอกาส

2.1 จุดอ่อน (Weakness)

2.1.1 W1 พื้นที่ในการให้บริการไม่เพียงพอ เนื่องจากมีผู้เข้าใช้บริการเป็นจำนวนมาก

2.1.2 W2 แรงจูงใจในการขายคลงการออกกำลังกายให้กับผู้ใช้บริการ

2.1.3 W3 ราคาในการเข้าใช้บริการสูง กลุ่มคนที่ไม่ค่อยมีฐานะไม่สามารถเข้าถึงได้

2.2 โอกาส (Opportunities)

2.2.1 O1 สถานการณ์ทางการเมืองมีเสถียรภาพมากขึ้น ผู้บริโภคหันเข้าหาฟิตเนสมากขึ้น เพื่อผ่อนคลาย และหาความบันเทิงด้วยการออกกำลังกาย เชื่อว่าแนวโน้มธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทยยังเติบโตได้อีกมาก

2.2.2 O2 ส่งเสริมให้ประชากรไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ หรือ ออกกำลังกายในสถานออกกำลังกายเพื่อให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนากีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2560-2564 ในการเสริมสร้างศักยภาพคนไปสู่ความ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

2.2.3 O3 มีความน่าสนใจ เนื่องด้วยเป็นธุรกิจที่ทันสมัย สร้างเสริมสุขภาพของคนในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ต่อบรรยากาศกับค่านิยมปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อีกมาก

2.2.4 O4 รู้จักสร้างตลาดด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะสื่อสารการตลาด ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบในปัจจุบันและที่เด่นชัดที่สุดคือ การมีพรีเซนเตอร์ที่เป็นเหมือน Brand Ambassador ของธุรกิจฟิตเนส

2.2.5 O5 พ.ร.บ.สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ทำให้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพของไทย มีมาตรฐานและความปลอดภัย ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้รับบริการทั้งคนไทยและต่างชาติ ว่ามีประโยชน์ต่อสุขภาพจริง

2.2.6 O6 แนวโน้มการลงทุนจากต่างชาติในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีช่องว่างให้ผู้ประกอบการสามารถขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่กิจการได้

2.3 กลยุทธ์เชิงพลิกผัน

2.3.1 ร่วมทุนจากต่างชาติเพื่อขยายฐานธุรกิจที่ทันสมัยและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อความน่าสนใจ (O3 O4 O6 W1 W3)

2.3.2 ร่วมมือกับสถานประกอบการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยตาม พ.ร.บ. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ (O1 O2 O5 W3)

3. การสร้างกลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ (ST) ใช้จุดแข็งหลีกเลี่ยงอุปสรรค

3.1 จุดแข็ง (Strength)

3.1.1 S1 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

3.1.2 S2 ลักษณะรูปแบบธุรกิจ ประเภทที่ชัดเจนและได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล

ถูกต้อง

3.1.3 S3 พัฒนาการออกกำลังกายแบบหนักสลับเบาที่ใช้เวลาเพียง 30 นาที

3.1.4 S4 เน้นการสร้างบุคลากรที่เป็นหัวใจสำคัญ

3.1.5 S5 บุคลากรที่มีฝีมือควบคู่กับการมีพันธะสัญญากับสมาชิกเพราะสมาชิกต้อง

ได้รับการดูแลควบคู่ไปกับการให้แรงบันดาลใจ

3.1.6 S6 มีแผนพัฒนาบุคลากรที่มีความเข้มแข็งชัดเจนอย่างมีกลยุทธ์

3.1.7 S7 เชื้อมั่นในบุคลากร บุคลากรมีอิสระในการคิดและการลงมือปฏิบัติ

ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

3.2 อุปสรรค (Threats)

3.2.1 T1 มีการแข่งขันทางการตลาดสูง

3.2.2 T2 เทคโนโลยีใหม่ๆ มีราคาสูงขึ้น

3.3 กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ

3.3.1 ควบคุมแผนพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้มแข็งชัดเจน (S4 S5 S6 S7 T1)

3.3.2 ควบคุมการกิจกรรมให้ได้มาตรฐาน (S3 T2)

3.3.3 จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง (S1 T1)

3.3.4 มีมาตรการป้องกันควบคุมราคาสินให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์

อุตสาหกรรม (S2 T1)

4. การสร้างกลยุทธ์การตัดทอน (WT) ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค

4.1 จุดอ่อน (Weakness)

4.1.1 W1 พื้นที่ในการให้บริการไม่เพียงพอ เนื่องจากมีผู้เข้าใช้บริการเป็นจำนวนมาก

4.1.2 W2 แรงจูงใจการขายคลาสการออกกำลังกายให้กับผู้เข้าใช้บริการ

4.1.3 W3 ราคาในการเข้าใช้บริการสูง กลุ่มคนที่ไม่ค่อยมีฐานะไม่สามารถเข้าถึงได้

4.2 อุปสรรค (Threats)

4.2.1 T1 มีการแข่งขันทางการตลาดสูง

4.2.2 T2 เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีราคาสูงขึ้น

4.3 กลยุทธ์การตัดทอน

4.3.1 ปรับเปลี่ยนกิจกรรมกิจกรรมให้เหมาะสมกับพื้นที่และผู้เข้าใช้บริการ (W1 W2 W3 T1)

4.3.2 ปรับปรุงสถานที่ให้บริการเพื่อรองรับผู้เข้าใช้บริการ (W1 T1)

4.3.3 ชะลอการขยายกิจการ (W1 W2 W3 T1 T2)

ข้อเสนอแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส

จากการสังเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก สามารถสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจฟิตเนส โดยการกำหนดกลยุทธ์ได้ 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก

1.1 ส่งเสริมช่องทางการตลาดให้มีความหลากหลาย เพื่อเพิ่มการขยายอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาการตลาดธุรกิจฟิตเนสที่จะเติบโตในอนาคตด้วยรูปแบบการออกกำลังกายที่แปลกใหม่

1.2 พัฒนาธุรกิจให้มีความเป็นสากล เพื่อดึงดูดให้ต่างชาติร่วมลงทุน

1.3 เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใช้บริการ

1.4 สนับสนุนให้ธุรกิจฟิตเนสมีความน่าเชื่อถือ และมีความปลอดภัย

2. กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น

2.1 ร่วมทุนจากต่างชาติเพื่อขยายฐานธุรกิจที่ทันสมัยและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อความน่าสนใจ

2.2 ร่วมมือกับสถานประกอบการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยตาม พ.ร.บ. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

3. กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ

3.1 ควบคุมแผนพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้มแข็งชัดเจน

3.2 ควบคุมการกิจกรรมให้ได้มาตรฐาน

3.3 จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

3.4 มีมาตรการป้องกันควบคุมราคาสินให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

4. กลยุทธ์การตัดทอน

4.1 ปรับเปลี่ยนกิจกรรมกิจกรรมให้เหมาะสมกับพื้นที่และผู้เข้าใช้บริการ

4.2 ปรับปรุงสถานที่ให้บริการเพื่อรองรับผู้เข้าใช้บริการ

4.3 ชะลอการขยายกิจการ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

วิจัยเรื่องการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟอยท์เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแบบผสม (Mixed Methodology Research) คือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด ซึ่งเป็นสมาชิกจำนวน 400 คน สำหรับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ในศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan. 1970; อ้างอิงจาก บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 45) จากประชากรจำนวน 400 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 196 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล และการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่อาจเกิดขึ้นได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวน 200 คน ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการสุ่มที่ทุกหน่วยของประชากร โดยมีโอกาสอย่างเท่าเทียมกัน

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 2 คน โดยใช้เกณฑ์จากผู้มีหน้าที่บริหาร ซึ่งผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างนี้เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยแบบฟอร์มการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SW) โดยใช้กรอบแนวคิด 7-S (McKinsey 7-S Framework) และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (OT) โดยใช้กรอบแนวคิด PESTLE

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด พบว่า

1.1 จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 และเพศหญิง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3

1.2 จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งตามจำนวนอายุจากมากไปน้อย อันดับมากที่สุดคืออายุในช่วง 38-42 ปี มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาอายุในช่วง 28-33 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมาอายุในช่วง 33-37 มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมาอายุในช่วง 42 ปีขึ้นไป มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมาอายุในช่วง 23-27 ปี มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ อายุในช่วง 18-22 ปี มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

1.3 จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งตามระดับการศึกษา อันดับมากที่สุดคือ ปริญญาโท มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ ปริญญาตรี

มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ ปริญญาเอก 16 คิดเป็นร้อยละ 8.0 และอื่น ๆ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

1.4 จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งตามสถานภาพสมรส อันดับมากที่สุดคือ โสด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และ หม้าย/อย่าร้าง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

1.5 จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งตามรายได้ต่อเดือน อันดับมากที่สุดคือ มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ 30,001-50,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ 10,000-30,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

1.6 จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 คน แบ่งตามอาชีพ อันดับมากที่สุดคือ นักธุรกิจ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ อื่น ๆ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมาคือ ข้าราชการ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมาคือ รับจ้างทั่วไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิต ฟอรัท เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด พบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิต ฟอรัท เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.76 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่า 2 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ และด้านคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.84 รองลงมาคือด้านวัสดุอุปกรณ์สถานที่ที่มีค่าเฉลี่ย 4.77 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.74 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.67 และด้านการเงินและงบประมาณ 4.64 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในปัจจัยภายนอก (SWOT) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส

3.1 จุดแข็ง (Strength)

- 3.1.1 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง
- 3.1.2 ลักษณะรูปแบบธุรกิจ ประเภทที่ชัดเจนและได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล
- 3.1.3 พัฒนาการออกกำลังกายแบบหนักสลับเบาที่ใช้เวลาเพียง 30 นาที
- 3.1.4 เน้นการสร้างบุคลากรที่เป็นหัวใจสำคัญ
- 3.1.5 บุคลากรที่มีฝีมือควบคู่กับการมีพันธะสัญญากับสมาชิกเพราะสมาชิกต้องได้รับการดูแลควบคู่ไปกับการให้แรงบันดาลใจ
- 3.1.6 มีแผนพัฒนาบุคลากรที่มีความเข้มแข็งชัดเจนอย่างมีกลยุทธ์
- 3.1.7 เชื่อมั่นในบุคลากร บุคลากรมีอิสระในการคิดและการลงมือปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

3.2 จุดอ่อน (Weakness)

3.2.1 พื้นที่ในการให้บริการไม่เพียงพอ เนื่องจากมีผู้เข้าใช้บริการเป็นจำนวนมาก

3.2.2 แรงจูงใจในการขายคลาสิกการออกกำลังกายให้กับผู้เข้าใช้บริการ

3.2.3 ราคาในการเข้าใช้บริการสูง กลุ่มคนที่ไม่ค่อยมีฐานะไม่สามารถเข้าถึงได้

3.3 โอกาส (Opportunities)

3.3.1 สถานการณ์ทางการเมืองมีเสถียรภาพมากขึ้น ผู้บริโภคหันเข้าหาฟิตเนสมากขึ้น เพื่อผ่อนคลาย และหาความบันเทิงด้วยการออกกำลังกาย เชื่อว่าแนวโน้มธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทยยังเติบโตได้อีกมาก

3.3.2 ส่งเสริมให้ประชากรไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์ หรือออกกำลังกายในสถานออกกำลังกายเพื่อให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2560-2564 ในการเสริมสร้างศักยภาพคนไปสู่ความ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

3.3.3 มีความน่าสนใจ เนื่องด้วยเป็นธุรกิจที่ทันสมัย สร้างเสริมสุขภาพของคนในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ต่อบริบทกับค่านิยมปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อีกมาก

3.3.4 รู้จักสร้างตลาดด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะสื่อการตลาด ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบในปัจจุบันและที่เด่นชัดที่สุดคือ การมีพรีเซนเตอร์ที่เป็นเหมือน Brand Ambassador ของธุรกิจฟิตเนส

3.3.5 พ.ร.บ.สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ทำให้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพของไทย มีมาตรฐานและความปลอดภัย ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้รับบริการทั้งคนไทยและต่างชาติว่ามีประโยชน์ต่อสุขภาพจริง

3.3.6 แนวโน้มการลงทุนจากต่างชาติในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีช่องว่างให้ผู้ประกอบการสามารถขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มรายได้ให้แกกิจการได้

3.4 อุปสรรค (Threats)

3.4.1 มีการแข่งขันทางการตลาดสูง

3.4.2 เทคโนโลยีใหม่ๆ มีราคาสูงขึ้น

4. ข้อเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส

จากการสังเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก สามารถสร้างแนวทางและกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจฟิตเนส โดยการกำหนดกลยุทธ์ได้ 4 กลยุทธ์ ดังนี้

4.1 กลยุทธ์เชิงรุก

4.1.1 ส่งเสริมช่องทางการตลาดให้มีความหลากหลาย เพื่อเพิ่มการขายอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาการตลาดธุรกิจฟิตเนสที่จะเติบโตในอนาคตด้วยรูปแบบการออกกำลังกายที่แปลกใหม่

4.1.2 พัฒนาธุรกิจให้มีความเป็นสากล เพื่อดึงดูดให้ต่างชาติร่วมลงทุน

4.1.3 เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใช้บริการ

4.1.4 สนับสนุนให้ธุรกิจฟิตเนสมีความหน้าเชื่อถือ และมีความปลอดภัย

4.2 กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น

4.2.1 ร่วมทุนจากต่างชาติเพื่อขยายฐานธุรกิจที่ทันสมัยและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อความน่าสนใจ

4.2.2 ร่วมมือกับสถานประกอบการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยตาม พ.ร.บ. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

4.3 กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ

4.3.1 ควบคุมแผนพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้มแข็งชัดเจน

4.3.2 ควบคุมการกิจกรรมให้ได้มาตรฐาน

4.3.3 จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

4.3.4 มีมาตรการป้องกันควบคุมราคาสินให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

4.4 กลยุทธ์การตัดทอน

4.4.1 ปรับเปลี่ยนกิจกรรมกิจกรรมให้เหมาะสมกับพื้นที่และผู้เข้าใช้บริการ

4.4.2 ปรับปรุงสถานที่ให้บริการเพื่อรองรับผู้เข้าใช้บริการ

4.4.3 ชะลอการขยายกิจการ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นของชาวที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ สานิตย์ พลอดจันทร์ (2554) ที่ศึกษาการบริหารจัดการสนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดระนอง โดยรวมอยู่ในระดับดีมากเช่นกัน ซึ่งมีปัจจัยสำคัญของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ทั้ง 6 ด้าน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าปัจจัยในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ตามทฤษฎีของ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. 2545: 75 มีความสำคัญอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านบุคลากร พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.74) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่าด้านบุคลากรสามารถดูแลด้านความปลอดภัยได้อย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.79) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสามารถให้คำแนะนำในการเข้าใช้บริการแก่ผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.74) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} =4.73) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสามารถตรงกับตำแหน่งของงาน และด้านบุคลากรสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (\bar{X} =4.71) อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ อีระพงษ์ บุญฤทธิ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการศูนย์ฟิตเนส กรณีศึกษาขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี ตำบลชัยบุรี อำเภอชัยบุรี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการเงินและงบประมาณ พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.64$) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านราคาค่าบริการอื่น ๆ มีความเหมาะสม อาทิ อาหารว่าง เครื่องดื่ม ถู่มือ เสื้อผ้าสำหรับใส่ออกกำลังกาย เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคาการเข้าใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการทั่วไปมีความคุ้มค่าและด้านราคากับเวลาที่ใช้บริการมีความเหมาะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.65$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคาการเข้าใช้บริการสำหรับสมาชิกมีความคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.62$) อยู่ในระดับมากที่สุดและด้านราคาในการจ้างเทรนเนอร์มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.61$) อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ ฐนะสิทธิ์ ราชสิงห์ (2549) ศึกษาเรื่อง การบริหารศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า การบริหารจัดการด้านงบประมาณอยู่ในระดับดีที่สุด

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.84$) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า มีการกำหนดระยะเวลา เปิด-ปิด อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.82$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.81$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มี กฎ ระเบียบ การใช้สถานที่ ฟิตเนส อย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.76$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคารและภายนอกอาคาร มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.74$) อยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมาคือ มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจน และมีบริการ สุขา จุดจอดรถ จุดบริการร้านค้า/ร้านอาหารเพียงพอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.72$) อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ สานิตย์ ปลอดภัยนทร์ (2554) ได้ศึกษาการบริหารจัดการสนามกีฬาองค์การบริหาร สวนจังหวัดระนอง โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก

ด้านวัสดุอุปกรณ์ พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.77$) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า มีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.78$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการเป็นมีความสะดวกสบายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.75$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการเป็นมีความทันสมัย โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.74$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการเป็นมีความหลากหลายให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.73$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการเป็นมีคุณภาพมาตรฐานสากล มีจำนวนเพียงพอต่อผู้เข้าใช้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.72$) อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านคุณธรรมจริยธรรม พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.84$) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านบุคลากรมีมารยาท ใช้ถ้อยคำที่สุภาพมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.86$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากรดูแลเอาใจใส่ผู้เข้าใช้บริการได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย

($\bar{X} = 4.85$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากรมีอัตราค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.84$) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านบุคลากรมีจิตบริการมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.79$) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับด้านการตลาด พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ที่เข้าใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ ฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่ามีช่องทางการสื่อสารกับผู้เข้าใช้บริการที่เข้าถึงได้ง่าย อาทิ E-mail, Facebook, Line เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.77$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือมีความสะดวกในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.71$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือมีคลาสออกกำลังกายที่แปลกใหม่และเป็นระบบ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.65$) อยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมาคือมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีราคาสมาชิกรายเดือนที่คุ้มค่าและเหมาะสม และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจอยู่เสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.64$) อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ พรประทาน พาทีทิน (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในปัจจัยภายนอก (SWOT) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส

จุดแข็ง (Strength) มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ลักษณะรูปแบบธุรกิจ ประเภทที่ชัดเจนและได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลถูกต้อง พัฒนาการออกกำลังกายแบบหนัก สลับเบาที่ใช้เวลาเพียง 30 นาที เน้นการสร้างบุคลากรที่เป็นหัวใจสำคัญ บุคลากรมีฝีมือควบคู่กับการมีพันธะสัญญากับสมาชิกเพราะสมาชิกต้อง ได้รับการดูแลควบคู่ไปกับการให้แรงบันดาลใจ มีแผนพัฒนาบุคลากรที่มีความเข้มแข็งชัดเจนอย่างมีกลยุทธ์ เชื่อมมั่นในบุคลากร บุคลากรมีอิสระในการคิด และการลงมือปฏิบัติ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม สอดคล้องกับ ณัชชา โชคเกื้อกุลชัย (2558) เรื่อง ได้ศึกษาเรื่องแผนธุรกิจฟิตเนสโรงแรมสองพันบุรี ข้อค้นพบคือ เป็นอุปกรณ์ที่ทันสมัยและนำเข้าจากต่างประเทศและมีเทรนเนอร์คอยให้คำปรึกษา

จุดอ่อน (Weakness) พื้นที่ในการให้บริการไม่เพียงพอ เนื่องจากมีผู้เข้าใช้บริการเป็นจำนวนมาก แรงจูงใจการขายคลาสออกกำลังกายให้กับผู้เข้าใช้บริการ ราคาในการเข้าใช้บริการสูง กลุ่มคนที่ไม่ค่อยมีฐานะไม่สามารถเข้าถึงได้ สอดคล้องกับ ลลิลภรณ์ ปัทมดิถ (2553) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจออกกำลังกาย กรณีศึกษา บริษัท ABC Fitness Center ข้อค้นพบคือ พนักงานสวนใหญ่มุ่งเรื่องการขายแพคเกจการให้บริการเกินจริงส่งผลให้ลูกค้าอาจจะไม่ได้รับบริการตามที่กล่าวไว้

โอกาส (Opportunities) สถานการณ์ทางการเมืองมีเสถียรภาพมากขึ้น ผู้บริโภคหันเข้าหาฟิตเนสมากขึ้น เพื่อผ่อนคลายและหาความบันเทิงด้วยการออกกำลังกาย เชื่อว่าแนวโน้มธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทยยังเติบโตได้อีกมาก ส่งเสริมให้ประชากรไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์หรือออกกำลังกายในสถานออกกำลังกายเพื่อให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2560-2564 ในการเสริมสร้างศักยภาพคนไปสู่ความ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน มีความน่าสนใจ เนื่องด้วยเป็นธุรกิจที่ทันสมัย สร้างเสริมสุขภาพของคนในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ตอบรับกับค่านิยมปัจจุบันและ

มีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อีกมาก รู้จักสร้างตลาดด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะสื่อสารการตลาด ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบในปัจจุบันและที่เด่นชัดที่สุดคือการมีพรีเซนเตอร์ที่เป็นเหมือน Brand Ambassador ของธุรกิจฟิตเนส พ.ร.บ. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ทำให้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพของไทย มีมาตรฐานและความปลอดภัย ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้รับบริการทั้งคนไทยและต่างชาติ ว่ามีประโยชน์ต่อสุขภาพจริง แนวโน้มการลงทุนจากต่างชาติในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีช่องว่างให้ผู้ประกอบการสามารถขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่กิจการได้ สอดคล้องกับ สถิติกรม ปัทมดิลก (2553) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจออกกำลังกาย กรณีศึกษา บริษัท ABC Fitness Center ข้อค้นพบคือ ปัจจุบันประชาชน หันมาใส่ใจในการดูแลสุขภาพมากขึ้น รัฐบาลมีการรณรงค์ส่งเสริมให้คนหันมาออกกำลังกายมากขึ้นและปัจจุบันมีเทคโนโลยีเกี่ยวกับเครื่องออกกำลังกายรูปแบบใหม่ ๆ ทำให้คนสามารถออกกำลังกายได้ง่ายมากขึ้น

อุปสรรค (Threats) มีการแข่งขันทางการตลาดสูง เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีราคาสูงขึ้น สอดคล้องกับ สถิติกรม ปัทมดิลก (2553) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจออกกำลังกาย กรณีศึกษา บริษัท ABC Fitness Center ข้อค้นพบคือ เกิดคู่แข่งรายใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด เช่น สถาบันลดน้ำหนักต่าง ๆ ที่อ้างคุณสมบัติว่าลดน้ำหนักได้ โดยไม่ต้องออกกำลังกาย

3. แนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส ได้กำหนดกลยุทธ์ไว้ 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก ส่งเสริมช่องทางการตลาดให้มีความหลากหลาย เพิ่มการขายอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาการตลาดธุรกิจฟิตเนสที่จะเติบโตในอนาคตด้วยรูปแบบการออกกำลังกายที่แปลกใหม่ พัฒนาธุรกิจให้มีความเป็นสากล เพื่อดึงดูดให้ต่างชาติร่วมลงทุน เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใช้บริการ สนับสนุนให้ธุรกิจฟิตเนสมีความน่าเชื่อถือ และมีความปลอดภัย สอดคล้องกับ พัทธิธนันท์ ธนประกอบกุล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจ ฟิตเนส ข้อค้นพบคือ กลยุทธ์เชิงรุก มีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น ร่วมทุนจากต่างชาติเพื่อขยายฐานธุรกิจที่ทันสมัยและนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเพื่อความน่าสนใจ ร่วมมือกับสถานประกอบการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยตาม พ.ร.บ. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ สอดคล้องกับ สรศาสตร์ สุขเจริญสิน (2558) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของตลาดหลักทรัพย์ไทยในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ควรจัดให้มีการจัดทำแผนการ พัฒนาเชื่อมโยงการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นแบบครบวงจรมากยิ่งขึ้น ซึ่งรวมถึงปรับปรุงระบบการซื้อขาย ให้ผู้ลงทุนสามารถติดตามและเข้าถึงข้อมูลของบริษัท จดทะเบียนในแต่ละประเทศได้ง่ายขึ้น มีการปรับปรุง การให้บริการหลังการขาย ได้แก่ การรับฝาก หลักทรัพย์ การรับชำระและส่งมอบหลักทรัพย์ เป็นต้น ทั้งนี้ การเชื่อมโยงจะเสร็จสมบูรณ์ได้ จำเป็น ต้องจัดซื้อผูกขาดและการกีดกันต่าง ๆ ได้แก่ การ เปิดเสรีใบอนุญาตและค่าธรรมเนียมการซื้อขาย หลักทรัพย์ การปฏิรูปกฎหมายเกี่ยวกับการลงทุนใน ตลาดทุน การแปรรูปตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงมี กำหนดแผนดำเนินการพัฒนาตลาดหลักทรัพย์ของ แต่ละประเทศเพื่อให้สามารถแข่งขัน ทั้งในกลุ่ม ASEAN Exchange และเป็นการพัฒนา ASEAN Exchange ให้สามารถแข่งขันกับตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลกได้

กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ ควบคุมแผนพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้มแข็งชัดเจน ควบคุมการกิจกรรมให้ได้มาตรฐาน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีมาตรการป้องกัน ควบคุมราคาสินให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สอดคล้องกับ วรรลักษณ วิชัยประจักษ์ (2653) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะภักดีของผู้ใช้บริการ : กรณีศึกษา WE Fitness สาขารัชดา กรุงเทพมหานครได้กล่าวว่า การส่งเสริมการขายเป็นการให้สิ่งจูงใจพิเศษแก่ลูกค้าเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อและสามารถตัดสินใจซื้อได้ในเวลาทันทีทันใด ซึ่งกิจกรรมในการส่งเสริมการขายของ WE Fitness เป็นสิทธิพิเศษส่วนลดสำหรับโปรแกรมการออกกำลังกายต่อเนื่อง จึงเหมาะสมกับลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการอย่างต่อเนื่องและตั้งใจจะใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป ดังนั้นหากเนื้อหาในการส่งเสริมการขายสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการได้จะทำให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการอีกซึ่งก่อให้เกิดความภักดีในที่สุด

กลยุทธ์การตัดทอน มีความเป็นไปได้อันดับสุดท้าย ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่จะใช้เมื่อธุรกิจฟิตเนสไม่สามารถเติบโตหรือทำกำไรให้บริษัทได้ จึงอาจจะใช้กลยุทธ์นี้เพื่อลดต้นทุนที่เกิดขึ้นปรับเปลี่ยนกิจกรรมกิจกรรมให้เหมาะสมกับพื้นที่และผู้เข้าใช้บริการปรับปรุงสถานที่ให้บริการเพื่อรองรับผู้ใช้บริการและชะลอการขยายกิจการ สอดคล้องกับแนวความคิดของ ลลิตภรณ์ ปัทมดิลก (2553) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจออกกำลังกายกรณีศึกษา บริษัท ABC Fitness Center ได้กล่าวว่า การปรับปรุงกระบวนการในการทำงาน และพัฒนากลยุทธ์ให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันอยู่ตลอดเวลาซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถใช้เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจได้ เช่น การพัฒนาโปรแกรมการตลาดใหม่ ๆ ที่มีความน่าสนใจกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง การวิจัยและการพัฒนาโปรแกรมในการออกกำลังกายให้มีความหลากหลาย และเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์หรือบุคลากร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจในการบริการกับลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

สรุปแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส

กลยุทธ์เชิงรุก โดยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจโดยการร่วมมือกับห้างสรรพสินค้าและสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อที่จะทำกลยุทธ์การตลาด เช่น การเปิดบูท เนื่องจากมีการวิเคราะห์ออกมาแล้วว่าควรส่งเสริมช่องทางทางการตลาดให้มีความหลากหลาย เพิ่มการขายอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาการตลาดธุรกิจฟิตเนสที่จะเติบโตในอนาคตด้วยรูปแบบการออกกำลังกายที่แปลกใหม่ พัฒนาธุรกิจให้มีความเป็นสากล เพื่อดึงดูดให้ต่างชาติร่วมลงทุน เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใช้บริการ สนับสนุนให้ธุรกิจฟิตเนสมีความน่าเชื่อถือ และมีความปลอดภัย

กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น ร่วมทุนจากต่างชาติเพื่อขยายฐานธุรกิจที่ทันสมัยและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อความน่าสนใจ ร่วมมือกับสถานประกอบการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยตาม พ.ร.บ. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ ควบคุมแผนพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้มแข็งชัดเจน ควบคุมการกิจกรรมให้ได้มาตรฐาน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีมาตรการป้องกัน ควบคุมราคาสินให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

กลยุทธ์การตัดทอน มีความเป็นไปได้อันดับสุดท้าย ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่จะใช้เมื่อธุรกิจฟิตเนสไม่สามารถเติบโตหรือทำกำไรให้บริษัทได้ จึงอาจใช้กลยุทธ์นี้เพื่อลดต้นทุนที่เกิดขึ้นปรับเปลี่ยนกิจกรรมให้เหมาะสมกับพื้นฐานและผู้เข้าใช้บริการ ปรับปรุงสถานที่ให้บริการเพื่อรองรับผู้ใช้บริการและชะลอการขยายกิจการ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการกำหนดกลยุทธ์ ทั้ง 4 ข้อ ข้างต้นเป็นการพัฒนาแผนระยะยาวบนรากฐานของโอกาสและอุปสรรคที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยองค์การจะต้องกำหนดและเลือกกลยุทธ์ที่ดีที่สุดที่เหมาะสมกับองค์การที่สุด ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารที่เหนือกว่าคู่แข่งหรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้นักบริหารกำหนดทิศทางของธุรกิจวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกและภายในองค์การ ช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์การ เพื่อที่จะนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปประยุกต์ปฏิบัติและควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์การได้ ทั้งนี้ไม่จำกัดเฉพาะแต่องค์การภาครัฐหรือภาคเอกชนแต่อย่างใด กลยุทธ์ขององค์การจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การได้ การทำความเข้าใจและการพยายามศึกษาองค์การที่ประสบผลสำเร็จในการใช้กลยุทธ์เพื่อการจัดการจะทำให้ผู้บริหารได้ทราบถึงคุณประโยชน์ของกลยุทธ์ที่จะช่วยสนับสนุนองค์การให้ประสบความสำเร็จและจะต้องมีการพิจารณาเลือกกลยุทธ์และประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับองค์การ การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารอย่างมีระบบที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์การเป็นส่วนประกอบและอาศัยการวางแผนอย่างมีขั้นตอน เนื่องจากการบริหารกลยุทธ์เป็นการบริหารองค์รวม ผู้นำที่มีความสามารถจะต้องอาศัยกลยุทธ์ในการจัดการองค์การที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับองค์การและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงไม่ล้มเหลว เนื่องจากกลยุทธ์ที่ดีแต่ล้มเหลวจะไม่สามารถนำความสำเร็จมาสู่องค์การได้ ดังนั้นทั้งกลยุทธ์และนักบริหารที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์และนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติจึงมีความสำคัญเท่าเทียมซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ (Strategies) เป็นหน้าที่และบทบาทของผู้บริหาร นำเป้าหมายมากำหนดนโยบาย เพื่อให้ทราบทิศทางของการดำเนินงานขององค์การว่า ควรจะเป็นไปในทิศทางใด ซึ่งการที่จะได้ทิศทางของการดำเนินงานที่ถูกต้องและชัดเจนนั้น ผู้บริหารจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกขององค์กร ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment) เป็นสิ่งที่ผู้บริหารสามารถควบคุมได้ เป็นเครื่องมือสำหรับการควบคุมเพื่อก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน มีดังนี้ จุดแข็ง (Strengths) คือ ข้อได้เปรียบและมีความแตกต่างไปจากคู่แข่งทางธุรกิจ จุดอ่อน (Weaknesses) คือ ข้อบกพร่องหรือจุดอ่อน การยอมรับจุดอ่อนและทำให้กลับกลายเป็นจุดแข็งก็เป็นอีกหนทางหนึ่งของการสร้างศักยภาพของการแข่งขันทางธุรกิจ สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Environment) เป็นสิ่งที่ผู้นำหรือผู้บริหารไม่สามารถควบคุมได้ นอกจากที่วิสัยทัศน์กว้างไกล มักจะคาดการณ์ล่วงหน้าถึงสภาพปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นมาในอนาคต โดยศึกษาเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ โอกาส (Opportunities) มีอยู่ทั่วไปในธุรกิจ ผู้บริหารควรจะนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพขององค์กร และการได้เปรียบทางการแข่งขันพิจารณาทางโอกาสที่เหนือกว่าผู้อื่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษา พบว่า ด้านการเงินและงบประมาณ ราคาในการใช้บริการมีความคุ้มค่า แต่ยังไม่ครอบคลุมไปถึงผู้ที่มีรายได้น้อย ดังนั้น ทางบริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ควรมีการกำหนดราคาสำหรับผู้ใช้บริการทุกระดับสามารถเข้าถึงได้

2. จากการศึกษาพบว่า ด้านการตลาด มีการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดอยู่เสมอ แต่อยากให้มีการจัดทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและดึงดูดผู้เข้าใช้บริการ ดังนั้น ทางบริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ควรสร้างการตลาดด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบในปัจจุบันและที่เด่นชัดที่สุดคือ การมีพรีเซนเตอร์ที่เป็นเหมือน Brand Ambassador ของธุรกิจฟิตเนส

ผู้วิจัยขอเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับด้านการเงินและงบประมาณที่ส่งผลให้ธุรกิจฟิตเนสเติบโต และมีแนวโน้มการลงทุนจากต่างชาติในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับช่องว่างทางการตลาดธุรกิจฟิตเนสของคู่แข่งในประเทศไทย เพื่อนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาและการขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทยจนสู่ระดับสากลต่อไป

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจฟิตเนส. สืบค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2563, จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201905.pdf.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพฯ: นิตยภัตการพิมพ์.
- กาญจนา ศิริวงศ์. (2552). **การบริหารเชิงกลยุทธ์ในโรงเรียนเถินวิทยา อำเภอเถิน จังหวัดลาปาง**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ; และคนอื่น ๆ. (2557). **การจัดการความเสี่ยงและตราสารอนุพันธ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แม็คกรอ-ฮิล.
- แก้วตา เข้มแข็ง. (2551). **ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานของครูกับประสิทธิผลของโรงเรียนประถมศึกษา อำเภอบางละมุง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 3**. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จินตนา บุญบังการ; และ ญัฐพันธ์ เขจรนันทร์. (2554). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- จิรากร พึ่งบางกรวย. (2550). กลยุทธ์การตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ในประเทศไทย. **ศรีปทุมปริทัศน์**. 7(3): 26-37.
- เจริญ เจริญวัลย์. (2546). **การตรวจสอบธรรมาภิบาล ทฤษฎีและภาคปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: พอดี.
- ฉลอง อภิวงศ์. (2554). **พฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**. ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต (พลศึกษา). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชัยเสถียร พรหมศรี; และคนอื่น ๆ. (2553). **การพัฒนารูปแบบจิตสำนึกทางด้านการรักษาความปลอดภัยและแผนการฝึกอบรมพัฒนาสำหรับองค์การรักษาความปลอดภัย: กรณีศึกษาของสำนักข่าวกรองแห่งชาติ**.
- ชานู มัญยานนท์. (2562). **กรรมการบริหารบริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด**. (2562, 21 มีนาคม). **สัมภาษณ์**.
- ญัฐยา สันตระการผล. (2553). **การตลาดสำหรับภาครัฐ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ธรรมการพิมพ์.
- ญัฐวัตร มนต์เทเวทย์. (2541). **การบริหารงานความปลอดภัย**. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ดิฐชัย จันทร์คุณา. (2556). **การนำรูปแบบการสร้างคุณค่าความสามารถในการแข่งขันมาใช้เพื่อพัฒนาประสิทธิผลองค์กรกีฬาในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุซภักดิ์บัณฑิต (การจัดการการกีฬา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ดิฐชัย จันทร์คุณา. (2560). **การจัดการเพื่อประสิทธิผลองค์กรกีฬา (Management for SportOrganizational Effectiveness)**. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

- ทรงศักดิ์ ศรีวงษา. (2550). **การบริหารเชิงกลยุทธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ธร สุนทรายุทธ. (2554). **ปรัชญาการบริหารจัดการ**. กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.
- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ SPSS**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: วี อินเตอร์ พริ้นท์ จำกัด
- ธีระพงษ์ บุญฤทธิ์. (2560). **การบริหารจัดการศูนย์พัฒนา ทัศนศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลชัยบุรี ตำบลชัยบุรี อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- นนชัย ศานติบุตร. (2551). **การนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการกีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต (พลศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นเรศวร พิษณุโลกนิวไต้ก. (2550). **กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: ภาวิณาสรณ์.
- นาถธิดา เจริญสุข. (2557). **ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเชิงกลยุทธ์กับองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาประจวบคีรีขันธ์ เขต 2**. การศึกษามหาบัณฑิต (บริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- นิติธร รุ่งเรือง. (2553). **การศึกษารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเลย เขต 3**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นิวไต้ก. (2550). **กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: ภาวิณาสรณ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปกรณ์ ปริยากร. (2550). **การวางแผนกลยุทธ์: แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์**. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- ประชุม รอดประเสริฐ. (2543). **นโยบายและการวางแผนหลักการและทฤษฎี**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.
- พจนานุกรมศัพท์บัญญัติราชบัณฑิตยสถาน. (2545). **พจนานุกรมศัพท์กฎหมายไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.
- เพชรวัฒน์ เส้นทอง. (พฤษภาคม-สิงหาคม, 2560). **กลยุทธ์การบริหารจัดการองค์การทางสังคม : กรณีวัดในประเทศไทย**. 11(2).
- พระมหาศิริชัย สิริธนาโณ (ศรีรัมย์). (2556). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์**. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารจัดการคณะสงฆ์). รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.
- พัทธ์ธนนันท์ ธนประกอบกุล. (2558). **แผนธุรกิจ ทู พัฒนา**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พิบูล พิณปะपाल. (2551). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

- พิมพ์ใจ สุนทรตระกูล. (2563). **เผยแนวโน้มการปรับตัวธุรกิจฟิตเนสของไทยช่วงที่ต้องเว้นระยะห่างทางสังคม.** สืบค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.bltbangkok.com/news/19802/>.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2552). **การวางแผนกลยุทธ์และการวิเคราะห์โครงการ.** กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิสณฑ์ นุ่นเกลี้ยง. (2556). **การบริหารเชิงกลยุทธ์สำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏรูปแบบควรจะเป็นอย่างไร.** ดุษฎีนิพนธ์ (การบริหารการศึกษา). คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- โพสซิชั่นแม็ก. (2559). **7 เหตุผลที่ทำให้ธุรกิจออกกำลังกายมีโอกาสมหาศาล.** สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.positionmag.com/1101434>.
- ภาณุ สิมมานนท์. (2549). **กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- ภาวินี ชุ่มใจ. (2552). **การวางแผนกลยุทธ์ : แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์.** กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ภาวินี ชุ่มใจ. (2559). **พัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณค่าสโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ลลิตภรณ์ ปัทมดิลก. (2553). **กลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจออกกำลังกายกรณีศึกษา บริษัท ABC Fitness Center.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต (การตลาด). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ลัดดา โกรติ. (2550). **เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดเก็บและการค้นคืนสารสนเทศ.** ในเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดเก็บและการค้นคืนสารสนเทศ: Information Storage and Retrieval. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรพล สำโรง; และ ชีระวัฒน์จันทิก. (กันยายน-ธันวาคม, 2560). **การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจสปอร์ตคลับ พื้นที่จังหวัดนครปฐม.** 10(3).
- วรลักษณ์ วิชัยประจักษ์. (2653). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะภักดีของผู้ใช้บริการ: กรณีศึกษา WE Fitness สาขารัชดา กรุงเทพมหานคร.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วันชัย มีชาติ. (2554). **การบริหารองค์การ.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร วิทย์อุดม. (2554). **ทฤษฎีองค์การ: ฉบับแนวใหม่.** กรุงเทพฯ: ธนธัชการพิมพ์.
- วิทยา เกริกศุกุลวณิชย์. (2557). **กระบวนการเชิงระบบในการกำกับติดตามการดำเนินงานตามนโยบายของโรงเรียนมัธยมศึกษา.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต (การบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วีโรจน์ สารรัตน์. (2545). **การบริหาร หลักการ ทฤษฎีและประเด็นทางการศึกษา.** กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ.
- สรศาสตร์ สุขเจริญสิน. (2558). **แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของตลาดหลักทรัพย์ไทยในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.** คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- सानิตย์ ปลอดภัยจันทร์. (2554). **การบริหารจัดการสนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดระนอง**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สาโรจน์ สิงห์ชม. (2557). **กลยุทธ์การบริหารงานกีฬาตามแนวความคิดการพัฒนาและการบริหาร และการจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียง**. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา. (วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. (2545). **การประกันคุณภาพการศึกษา เล่มที่ 1 แนวทางการประกันคุณภาพการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ. (2554). **เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย
- สุกัญญา สันติเจริญเลิศ. (2553). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะงานกับระดับการรับรู้ ความเสี่ยงในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หน่วยงานสนับสนุน กรณีศึกษากรมสรรพากร สำนักงานใหญ่**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบัญชีบริหาร). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุพจน์ ทรายแก้ว. (2545). **การจัดการภาครัฐแนวใหม่**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เทียนวัฒนา.
- สุรดา ลัดลอย; และคนอื่น ๆ. (2557). **การศึกษาการรับรู้ความปลอดภัยต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานกรณีศึกษา บริษัทผลิตภัณฑ์พลาสติก เขตจังหวัดสมุทรปราการ**. ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 6. กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. หน้า 104-114. สมุทรปราการ: มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- สุวรรณนิ คณานุวัฒน์. (2557). **การบริหารจัดการกลยุทธ์เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)**. รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- หยดฟ้า ราชมณี. (2554). **การดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ของโรงเรียนระดับประถมศึกษาในภาคใต้**. วิทยานิพนธ์การศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- หิรัญ ผลหิรัญ. (2552). **การวางแผนกลยุทธ์และการวิเคราะห์โครงการ**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- องอาจ ก่อสินค้า. (2556). **ตัวแบบยุทธศาสตร์การพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพในไทยพรีเมียร์ลีกสู่การแข่งขันฟุตบอลอาชีพระดับนานาชาติ**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อนุพงษ์ แต่ศิลป์. (2555). **ยุทธศาสตร์การจัดการแบรนด์เพื่อการพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (ธุรกิจการกีฬาและการบันเทิง). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- เอกชัย จันทรีโอภาส. (2552). **องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำแผนกลยุทธ์**. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2558. จาก http://knowledgeplan05.blogspot.com/2009/02/blogpost_25.html.
- Bateman, Thomas S.; & Scott A. Snell. (1999). **Management: Building Competitive Advantage**. 4th ed. Boston.
- Baker; & Crompton. (2000). **Quality, satisfaction and behavioural intentions, Annals of Tourism Research**, 27: 785-804.
- David, F.R. (1999). **Strategic Management Concept & Cases**. New York: Macmillan Publishing Company.
- Drucker, P.F. (2008). **Managing oneself**. Boston: Harvard Business Review Press.
- Fred R.David. (2012). **Fred R. David, Strategic Management : Concepts and Cases** 6th ed. Prentice Hall. Charles W.L. Hill
- Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**. 1: 44.
- Robbins; & Coulter. (2007). **Organization Theory: Structure, Design, and Applications**. New Jersey: Prentice-Hall.

มหาวิทยาลัยการจัดการความรู้และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ภาควิชาภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

ภาคผนวก ก
รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สดสี สุทธิศักดิ์
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุวัฒน์ ยาวศิริ
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
3. ดร.บงกชกร ทองสุก
ตำแหน่ง อาจารย์

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒราชภัฏ
ภาคผนวก ข
เอกสารรับรองโครงการวิจัย



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันการพลศึกษา
Institute of Physical Education Research Ethics Committee
333 หมู่ 1 ตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000 โทร 038-054228

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันการพลศึกษา ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

ชื่อโครงการ : การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส ภูมิศึกษา: บริษัท ฟิตฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด

เลขที่โครงการวิจัย : 107/ 2562

ชื่อนักศึกษา : นางสาวปวีณา สืบสิงห์ รหัสประจำตัว : M60031201009

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา : การบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ

คณะ : ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ : วิทยาเขตชลบุรี

วิธีทบทวน : แบนเร็ว (Expedited)

รายงานความก้าวหน้า : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือ ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินการโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

ลงนาม.....
 (ดร.นายแพทย์เกษม ไข่มุกด์)
 ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

วันที่รับรอง : 28 มิถุนายน 2562

วันหมดอายุ : 28 มิถุนายน 2563

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

นักวิจัยทุกท่านที่ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยต้องปฏิบัติตามดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงร่างการวิจัยอย่างเคร่งครัด
2. ใช้เอกสารแนะนำอาสาสมัคร ใบยินยอม (และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัยหรือใบโฆษณาถ้ามี) แบบสลับภาษา และหรือแบบสอบถาม เฉพาะที่มีตราประทับของคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เท่านั้น
3. รายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงที่เกิดขึ้นหรือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมวิจัยใดๆ ต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ภายในระยะเวลาที่กำหนดในวิธีดำเนินการมาตรฐาน (SOPs)
4. ส่งรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ตามเวลาที่กำหนดหรือเมื่อได้รับการร้องขอ
5. หากการวิจัยไม่สามารถดำเนินการเสร็จสิ้นภายในกำหนด ผู้วิจัยต้องยื่นขออนุมัติใหม่ก่อน อย่างน้อย 1 เดือน
6. หากผู้วิจัยส่งรายงานความก้าวหน้าหลังใบรับรองหมดอายุ และยังไม่ได้ใบรับรองฉบับใหม่ ผู้วิจัยจะต้องหยุดดำเนินการวิจัยส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับอาสาสมัครใหม่ นับตั้งแต่หลังวันใบรับรองหมดอายุจนกว่าจะได้รับใบรับรองฉบับใหม่
7. หากการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยจะต้องแจ้งปิดโครงการตามแบบฟอร์มของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

* รายชื่อของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ชื่อและตำแหน่ง) ที่เข้าร่วมประชุม ณ วันที่พิจารณารับรองโครงการวิจัย (หากร้องขอล่วงหน้า)

ภาคผนวก ค

- สำเนาหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการทำวิจัย
- สำเนาหนังสือขออนุญาตใช้ชื่อบริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
- ใบยินยอมให้ใช้ชื่อสถาบันและเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
- หนังสือรับรอง การจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี คณะศิลปศาสตร์ IP PHONE ๑๔๑๑๐

ที่ ศศ ๑๙๐๕/วศ๗๗

วันที่ ๒ เมษายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สดสี สุทธิศักดิ์

เนื่องด้วย นางสาวปวีณา สืบสิงห์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี รหัส M๖๐๐๓๒๐๑๐๐๙ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจพิตเนสกรณีศึกษา : บริษัท พิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด” โดยอยู่ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมทิญา สิงห์คราม ประธานที่ปรึกษา ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ในการนี้ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัยของนักศึกษาครั้งนี้ และขอขอบพระคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

(นายปรีชา ศรีเขียวพงษ์)

รองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษา ประจำวิทยาเขตชลบุรี

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี คณะศิลปศาสตร์ IP PHONE ๑๔๑๑๐

ที่ ศศ ๑๔๐๕/ว.๑๔๗ วันที่ ๒ เมษายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขออนุมัติคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย

เรียน ดร. บงกชกร ทองสุก

เนื่องด้วย นางสาวปวีณา สืบสิงห์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี รหัส M๖๐๐๓๑๒๐๑๐๐๔ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนสกรณีศึกษา :บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด” โดยอยู่ใความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมทิญา สิงห์คราม ประธานที่ปรึกษา ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ในการนี้ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย จึงใคร่ขออนุมัติคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัยของนักศึกษาครั้งนี้ และขอขอบพระคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

(นายปรีชา ศรีเขียวพงษ์)

รองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษา ประจำวิทยาเขตชลบุรี

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี คณะศิลปศาสตร์ IP PHONE ๑๔๑๑๐

ที่ ศศ ๑๙๐๕/ ๑๙๗

วันที่ ๒ เมษายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขออนุมัติเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย

เรียน ดร. ภาณุวัฒน์ ยาวศิริ

เนื่องด้วย นางสาวปวีณา สืบสิงห์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี รหัส M๖๐๐๓๑๒๐๑๐๐๔ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจพิตเนสกรณีศึกษา : บริษัท พิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด” โดยอยู่ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมทิญา สิงห์คราม ประธานที่ปรึกษา ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ในการนี้ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัยของนักศึกษาครั้งนี้ และขอขอบพระคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

(นายปรีชา ศรีเขียวพงษ์)

รองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษา ประจำวิทยาเขตชลบุรี

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ



ที่ กก ๐๕๐๓/ ๓๕๐

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ๒๐๐๐๐

๑ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขออนุญาตใช้ชื่อบริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน ว่าที่ร้อยตรีชานู มัณยานนท์

ด้วย นางสาวปวีณา สืบสิงห์ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
บริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ รหัส Mb๐๐๓๑๒๐๑๐๐๙ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา
ขณะนี้อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส
กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมทิญา
สิงห์คราม เป็นประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อให้การวิจัยดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย
และมีประสิทธิภาพ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี คณะศิลปศาสตร์ จึงมีความประสงค์ขอ
อนุญาตให้ใช้ชื่อบริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด เก็บข้อมูล เพื่อการวิจัยกับผู้ที่เข้ามาใช้
บริการจำนวน ๒๐๐ คน และผู้บริหารจำนวน ๒ ท่าน ใน บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
ของท่าน ระหว่างวันที่ ๑ - ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๒

ทั้งนี้ เพื่อนำไปประกอบการขออนุมัติพิจารณาจริยธรรมการวิจัย สถาบันการพลศึกษา
เพื่อให้นักศึกษา ได้ขออนุญาตสถานที่ก่อนที่จะเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นายปรีชา ศรีเขียวพงษ์)

รองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษา ประจำวิทยาเขตชลบุรี
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีสถาบันการพลศึกษา

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี

คณะศิลปศาสตร์

โทร. ๐ ๓๘๐๕ ๔๑๙๒ ต่อ ๑๔๑

แฟกซ์. ๐ ๓๘๐๕ ๔๑๙๓



ใบยินยอมให้ใช้ชื่อสถาบันและเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

อนุญาตให้ นางสาวปวีณา สืบสิงห์ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
จัดการกีฬาและนันทนาการ รหัส M๖๐๐๓๑๒๐๑๐๐๙ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษาขณะนี้อยู่
ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟอยท์
เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมทิญา สิงห์คราม เป็นประธานกรรมการควบคุม
วิทยานิพนธ์ เพื่อให้การวิจัยดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ สถาบันการพลศึกษา วิทยา
เขตชลบุรี คณะศิลปศาสตร์ จึงมีความประสงค์ขออนุญาตให้ใช้ชื่อบริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
เก็บข้อมูล เพื่อการวิจัยกับผู้เข้ามาใช้บริการจำนวน ๒๐๐ คน และผู้บริหารจำนวน ๒ ท่าน ใน บริษัท ฟิค
ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ของท่าน ระหว่างวันที่ ๑ - ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๒

- อนุญาต
 ไม่อนุญาต

.....
 27/๗ พ.มหาชลภ
 (ว่าที่ร้อยตรีชาน มัณยานนท์)
 ตำแหน่ง ภาควิชาการกีฬา ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
 วันที่ 3 / 7 / ๖๒

ที่ ปท. 031446



สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทจังหวัดปทุมธานี
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

หนังสือรับรอง

ขอรับรองว่าบริษัทนี้ ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2560 ทะเบียนนิติบุคคลเลขที่ 0135560010684

ปรากฏข้อความในรายการตามเอกสารทะเบียนนิติบุคคล ณ วันออกหนังสือนี้ ดังนี้

1. ชื่อบริษัท บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด
2. กรรมการของบริษัทมี 1 คน ตามรายชื่อดังต่อไปนี้
 1. ว่าที่ร้อยตรีชานู มัดยานนท์/
3. จำนวนหรือชื่อกรรมการซึ่งลงชื่อผูกพันบริษัทได้คือ ว่าที่ร้อยตรีชานู มัดยานนท์ ลงลายมือชื่อ และประทับตราสำคัญของบริษัท///
- 4.ทุนจดทะเบียน 1,000,000.00 บาท / หนึ่งล้านบาทถ้วน/
5. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 51/220 หมู่ที่ 7 ตำบลหลักหก อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี/
6. วัตถุประสงค์ของบริษัทมี 27 ข้อ ดังปรากฏในสำเนาเอกสารแนบท้ายหนังสือรับรองนี้ จำนวน 2 แผ่น โดยมีลายมือชื่อนายทะเบียนซึ่งรับรองเอกสารและประทับตราสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทเป็นสำคัญ

ออกให้ ณ วันที่ 27 เดือน กันยายน พ.ศ. 2560



คำเตือน : ผู้ใช้ควรตรวจสอบข้อความตรงตามท้ายหนังสือรับรองฉบับนี้ทุกครั้ง



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
Department of Business Development
Ministry of Commerce

Creative Services
สายด่วน 1570 www.dhd.go.th

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล
แบบทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามเรื่อง การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์
ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

คำชี้แจง รายการต่อไปนี้อธิบายถึงการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค
ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด ขอความกรุณาท่านให้คะแนนความสอดคล้อง ความเป็นตัวแทน และ
ความชัดเจนของแต่ละรายการตามมาตราวัด โดยเขียนเครื่องหมาย X ลงในแต่ละช่องตาม
ความหมาย ดังนี้

- 1 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 1 หมายถึง, ไม่เห็นด้วย

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ 1			ผู้เชี่ยวชาญ 2			ผู้เชี่ยวชาญ 3			ค่า IOC	สรุปผล
		1	0	-1	1	0	-1	1	0	-1		
1	เพศ											
	() ชาย	X			X			X			3	1
	() หญิง	X			X			X			3	1
2	ช่วงอายุ											
	() 18-22 ปี	X			X			X			3	1
	() 23-27 ปี	X			X			X			3	1
	() 28-32 ปี	X			X			X			3	1
	() 33-37 ปี	X			X			X			3	1
	() 38-42 ปี	X			X			X			3	1
	() 42 ปี ขึ้นไป	X			X			X			3	1
3	ระดับการศึกษา											
	() ระดับปริญญาตรี	X			X			X			3	1
	() ระดับปริญญาโท	X			X			X			3	1
	() ระดับปริญญาเอก	X			X			X			3	1
	() อื่น ๆ ระบุ.....	X			X			X			3	1
4	สถานภาพสมรส											
	() โสด	X			X			X			3	1
	() สมรส	X			X			X			3	1
	() หม้าย/หย่าร้าง	X			X			X			3	1

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจพิเศษ กรณีศึกษา : บริษัท พีค พ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

ที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ 1			ผู้เชี่ยวชาญ 2			ผู้เชี่ยวชาญ 3			ค่า IOC	สรุปผล
		1	0	-1	1	0	-1	1	0	-1		
ด้านบุคลากร												
1	มีความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ	X			X			X			3	1
2	สามารถให้คำแนะนำในการเข้าใช้บริการแก่ผู้รับบริการ	X			X			X			3	1
3	มีความสามารถตรงกับตำแหน่งของงาน	X			X			X			3	1
4	สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว	X			X			X			3	1
5	สามารถดูแลด้านความปลอดภัยได้อย่างทั่วถึง	X			X			X			3	1
ด้านการเงินและงบประมาณ												
6	ราคาการเข้าใช้บริการสำหรับสมาชิกมีความคุ้มค่า	X			X			X			3	1
7	ราคาการเข้าใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการทั่วไปมีความคุ้มค่า	X			X			X			3	1
8	ราคาในการจ้างเทรนเนอร์มีความเหมาะสม	X			X			X			3	1
9	ราคากับเวลาที่ใช้บริการมีความเหมาะสม	X			X			X			3	1
10	ค่าสนาม และค่าบริการอื่น ๆ มีความเหมาะสม	X			X			X			3	1

ที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ 1			ผู้เชี่ยวชาญ 2			ผู้เชี่ยวชาญ 3			ค่า IOC	สรุปผล
		1	0	-1	1	0	-1	1	0	-1		
ด้านวัตถุประสงค์												
17	มีความทันสมัย	X			X			X			3	1
18	มีคุณภาพมาตรฐานสากล	X			X			X			3	1
19	มีความปลอดภัย	X			X			X			3	1
20	มีความหลากหลายให้ เลือกใช้บริการ	X			X			X			3	1
21	มีจำนวนเพียงพอต่อผู้เข้าใช้ บริการ	X			X			X			3	1
22	ตอบสนองความต้องการผู้ เข้าใช้บริการ	X			X			X			3	1
23	มีความสะดวกสบายในการ ใช้งาน	X			X			X			3	1
ด้านคุณธรรมจริยธรรมของบุคลากร												
24	มีจิตบริการ	X			X			X			3	1
25	มีอัธยาศัยที่ดี	X			X			X			3	1
26	มีมารยาท ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ	X			X			X			3	1
27	ดูแลเอาใจใส่ผู้เข้าใช้บริการ ได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม กัน	X			X			X			3	1

ที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ 1			ผู้เชี่ยวชาญ 2			ผู้เชี่ยวชาญ 3			ค่า IOC	สรุปผล
		1	0	-1	1	0	-1	1	0	-1		
ด้านการตลาด												
28	มีสินค้าและบริการให้เลือกใช้ที่หลากหลาย	X			X			X			3	1
29	มีการลดราคาให้ในกรณีมีการจัดการแข่งขันเป็นกลุ่ม	X			X			X			3	1
30	มีบริการจัดทำบัตรสมาชิกตลอดชีพ	X			X			X			3	1
31	มีช่วงเวลาลดราคาค่าบริการให้แก่สมาชิกและผู้เข้าใช้บริการอื่น ๆ	X			X			X			3	1
32	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจอยู่เสมอ	X			X			X			3	1
33	มีช่องทางการสื่อสารกับผู้เข้าใช้บริการที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น E-mail Facebook Line	X			X			X			3	1
รวม												1

ภาคผนวก จ

- แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส
กรณีศึกษา : บริษัท ฟิต ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
- แบบฟอร์มการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SW) โดยใช้กรอบแนวคิด 7-S (McKinsey 7-S Framework) และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (OT) โดยใช้กรอบแนวคิด PESTLE

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์
เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด เป็นแบบสอบถามเพื่อการทำวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี
2. แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 33 ข้อ โปรดตอบคำถาม โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลง ในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว
3. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
 - ตอนที่ 3 ความคิดเห็นอื่น ๆ ต่อการการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด
4. แบบสอบถามฉบับนี้ใช้สำหรับการศึกษาวิจัยเท่านั้น การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่ผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด
5. โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ ทุกตอน ซึ่งใช้เวลาประมาณ 15 นาที

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

นางสาวปวีณา สืบสิงห์

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 สาขาวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ
 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

ตอนที่ 1

แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ บริษัท พีค พ้อยท์
เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ตามสภาพที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. ช่วงอายุ

 18-22 ปี 23-27 ปี 28-32 ปี 33-37 ปี 38-42 ปี 42 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

 ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท ระดับปริญญาเอก อื่น ๆ ระบุ.....

4. สถานภาพสมรส

 โสด สมรส หม้าย/หย่าร้าง

5. ช่วงรายได้ต่อเดือน

 ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-30,000 บาท 30,001-50,000 มากกว่า 50,000

6. อาชีพ

 นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ นักธุรกิจ รับจ้างทั่วไป อื่น ๆ (ระบุ)

ตอนที่ 2

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าใช้มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส
กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด

คำชี้แจง

โปรดพิจารณาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด อยู่ในระดับใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงช่องเดียว ซึ่งระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วย อยู่ในระดับ มากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วย อยู่ในระดับ มาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วย อยู่ในระดับ ปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วย อยู่ในระดับ น้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วย อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ข้อ	การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟ้อยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์ จำกัด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านบุคลากร						
1	มีความเชี่ยวชาญในการใช้ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ					
2	สามารถให้คำแนะนำในการเข้าใช้บริการแก่ผู้รับบริการ					
3	มีความสามารถตรงกับตำแหน่งของงาน					
4	บุคลากรสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว					
5	บุคลากรสามารถดูแลด้านความปลอดภัยได้อย่างทั่วถึง					
ด้านการเงินและงบประมาณ						
6	ราคาการเข้าใช้บริการสำหรับสมาชิกมีความคุ้มค่า					
7	ราคาการเข้าใช้บริการของผู้เข้ามาใช้บริการทั่วไปมีความคุ้มค่า					
8	ราคาในการจ้างเทรนเนอร์มีความเหมาะสม					
9	ราคากับเวลาที่ใช้บริการมีความเหมาะสม					
10	ราคาค่าบริการอื่น ๆ มีความเหมาะสม อาทิ อาหารว่าง เครื่องดื่ม ถู่มือ เสื้อ-ผ้า สำหรับใส่ออกกำลังกาย เป็นต้น					

ข้อ	การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค ฟอยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด	ระดับ ความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการบริหารจัดการ						
11	มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจน					
12	มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคารและภายนอกอาคาร					
13	มี กฎ ระเบียบ การใช้สถานที่ ฟิตเนส อย่างเคร่งครัด					
14	มีการกำหนดระยะเวลา เปิด - ปิด อย่างชัดเจน					
15	มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน					
16	มีบริการ สุขา จุดจอดรถ จุดบริการร้านค้า/ร้านอาหารเพียงพอ					
ด้านวัสดุอุปกรณ์						
17	มีความทันสมัย					
18	มีคุณภาพมาตรฐานสากล					
19	มีความปลอดภัย					
20	มีความหลากหลายให้เลือกใช้บริการ					
21	มีจำนวนเพียงพอต่อผู้เข้าใช้บริการ					
22	ตอบสนองความต้องการผู้เข้าใช้บริการ					
23	มีความสะดวกสบายในการใช้งาน					
ด้านคุณธรรมจริยธรรม						
24	บุคลากรมีจิตบริการ					
25	บุคลากรมีอัธยาศัยที่ดี					
26	บุคลากรมีมารยาท ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ					
27	บุคลากรดูแลเอาใจใส่ผู้เข้าใช้บริการได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน					
ด้านการตลาด						
28	มีคลาสออกกำลังกายที่แปลกใหม่และเป็นระบบ					
29	มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง					
30	มีราคาสมาชิกรายเดือนที่คุ้มค่าและเหมาะสม					
31	มีความสะดวกในการมาใช้บริการ					
32	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจอยู่เสมอ					
33	มีช่องทางการสื่อสารกับผู้เข้าใช้บริการที่เข้าถึงได้ง่าย อาทิ E-mail, Facebook, Line เป็นต้น					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นอื่น ๆ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจฟิตเนส กรณีศึกษา : บริษัท ฟิค
ฟ้อยท์ เพอร์ฟอร์มแมนซ์ จำกัด

มหาวิทยาลัยการจัดการศึกษาแห่งชาติ

แบบฟอร์มการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SW) โดยใช้กรอบแนวคิด 7-S (McKinsey 7-S Framework)

และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (OT) โดยใช้กรอบแนวคิด PESTLE

- คำชี้แจงโปรดวิเคราะห์ SWOT เป็นภาพรวมของธุรกิจฟิตเนส เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการเสนอ
แนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)	
<p>1. ปัจจัยภายใน (Internal factors) วิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิด McKinney 7-S Framework ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้าง (Structure) <input checked="" type="checkbox"/> ทักษะในการทำงาน (Skill) <input checked="" type="checkbox"/> บุคลากร (Staff) <input checked="" type="checkbox"/> ค่านิยมร่วม (Share-values) <input checked="" type="checkbox"/> ระบบ (System) <input checked="" type="checkbox"/> รูปแบบการทำงาน (Style) <input checked="" type="checkbox"/> กลยุทธ์ (Strategy) 	<p>S = จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายในของธุรกิจฟิตเนสที่เป็นบวก ซึ่งธุรกิจฟิตเนสสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือ หมายถึง การดำเนินงานภายในของธุรกิจฟิตเนสที่ทำได้ดี</p> <p>W = จุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายในของธุรกิจฟิตเนสที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งธุรกิจฟิตเนสไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือ หมายถึง การดำเนินงานภายในของธุรกิจฟิตเนสที่ทำไม่ได้</p>
<p>2. ปัจจัยภายนอก (External factors) วิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิด PESTLE ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> การเมือง (Politics) <input checked="" type="checkbox"/> เศรษฐกิจ (Economic) <input checked="" type="checkbox"/> สังคม (Social) <input checked="" type="checkbox"/> เทคโนโลยี (Technology) <input checked="" type="checkbox"/> กฎหมาย (Legal) <input checked="" type="checkbox"/> สิ่งแวดล้อม (Environment) 	<p>O = โอกาส (Opportunities) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานของธุรกิจฟิตเนสในการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจฟิตเนส</p> <p>T = อุปสรรค (Threats) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานของธุรกิจฟิตเนสไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของธุรกิจฟิตเนส</p>

1. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ท่านคิดว่าอะไร คือจุดแข็ง และจุดอ่อนของธุรกิจฟิตเนส

ปัจจัยภายใน (Internal factors)		
7-S Framework	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
โครงสร้าง (Structure)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.
ทักษะในการทำงาน (Skill)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.
บุคลากร (Staff)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.

ปัจจัยภายใน (Internal factors)		
7-S Framework	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ค่านิยมร่วม (Share-values)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.
ระบบ (System)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.
รูปแบบการทำงาน (Style)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.

ปัจจัยภายใน (Internal factors)		
7-S Framework	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
กลยุทธ์ (Strategy)	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
	4.	4.
	5.	5.
	6.	6.
	7.	7.
	8.	8.

มหาวิทยาลัยการจัดการศึกษาแห่งชาติ

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ท่านคิดว่าอะไร คือโอกาส และอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ
ฟิตเนส

ปัจจัยภายนอก (External factors)		
PESTLE	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
การเมือง (Politics)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.
เศรษฐกิจ (Economic)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.
สังคม (Social)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.

ปัจจัยภายนอก (External factors)		
PESTLE	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
เทคโนโลยี (Technology)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.
กฎหมาย (Legal)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.
สิ่งแวดล้อม (Environment)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ สกุล	นางสาวปวีณา สืบสิงห์
วัน เดือน ปีเกิด	11 มีนาคม 2536
สถานที่เกิด	อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	45 หมู่ 3 ต.หนองเหล่า อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี 34150
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	นักวิชาการศึกษา
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี
ประวัติการศึกษา	2555 โรงเรียนเขื่องในพิทยาคาร จังหวัดอุบลราชธานี 2560 ศษ.บ. สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตศรีสะเกษ 2564 บธ.ม. มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ