

รูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน*

THE MODEL OF FITNESS BUSINESS MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE GROWTH

วุฒิวัฒน์ ฐิติจรธนาโชติ

Wutthiwat Thitijaratthanachot

ประเทศ ไกรจันทร์

Prapet Kraichan

ทวีศักดิ์ รูปสิงห์

Taweesak Roopsing

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Thailand

E-mail: benzaho_8@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินการของธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็ก 2) ศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและ 3) พัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็ก จำนวน 5 ราย และการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็ก จำนวน 374 ราย เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์สถิติเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการดำเนินการของธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็ก จะเน้นการให้บริการเป็นหลัก โดยคนในองค์กรต้องมีทัศนคติไปในทิศทางเดียวกัน การให้บริการที่ดีครอบคลุมไปถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการลูกค้าต้องมีความพร้อมอยู่เสมอและได้มาตรฐาน 2) องค์ประกอบของรูปแบบ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้านสภาพการดำเนินการจัดการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ด้านรูปแบบ กลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส ด้านการจัดการบุคคลเข้า 3) การพัฒนารูปแบบประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลักได้แก่ สภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส การดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน และ 8 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ การทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง การหาแหล่งตลาดกลุ่มใหม่ การมีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และจริยธรรม การหาแหล่งเงินเพื่อการลงทุน การ

* Received 13 November 2020; Revised 11 January 2021; Accepted 18 January 2021



บริหารจัดการสมาชิกกลุ่มธุรกิจฟิตเนส การสร้างพนักงานให้มีความผูกพันและมีความรักต่อองค์กร การสร้างแบรนด์ตัวเองเพื่อการจดจำ และ รูปแบบการบริหารองค์กรของผู้บริหาร
คำสำคัญ: การจัดการธุรกิจฟิตเนส, ความยั่งยืน, ธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็ก

Abstract

The objectives of the study were to: 1) study the operating conditions of a small fitness business 2) study the components of a small fitness business management model for sustainable growth, and 3) develop a model for a small fitness business management for sustainable growth. The research is mixed method. It consists of qualitative research. The samples are included 5 who operated a small business fitness and quantitative research. The samples which included 374 who operated a small business fitness, the tools in this study was questionnaires, the statistics used were percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient and stepwise multiple regression analysis. The article showed that 1) Focus on service, the people in the organization must have the same attitude. Good service covers tools customer service equipment must always be readily available and up to standard. 2) Composition of the Management model the respondents gave opinions on the condition of the management operation. Overall, it was at the highest level : style, strategy, staff. 3) The development of the model was contained 2 main components: the general fitness business management, the operation for sustainability and 8 sub-components: providing various public relations/channels, finding a new group of the markets, (retaining honesty, moral/virtue, and ethics), finding sources of capital for business investment, managing the members of fitness business groups, cultivating the employees with loyalty and organizational awareness, creating a truly impressive and unique brand name, and creating an executives' organization administration model.

Keywords: Fitness Business Management, Sustainability, Small Business Fitness

บทนำ

ปัจจุบันเทรนด์ (Trend) การรักษาสภาพและการออกกำลังกายกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากท่ามกลางสภาพสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้น หนึ่งในรูปแบบการออกกำลังกายที่กำลังได้รับความนิยมคือการออกกำลังกายในฟิตเนส (Fitness) โดยกระแสความนิยมการออก



กำลังกายยังได้สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับธุรกิจต่อเนื่องอีกมากมาย ฟิตเนสเป็นการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับเมืองไทยเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนและมีพื้นที่ในการออกกำลังกายค่อนข้างจำกัดบวกกับการจราจรที่ติดขัด หากเปรียบเทียบกับต่างประเทศจะพบว่าประเทศไทยยังมีพื้นที่ที่จัดสรรสำหรับการออกกำลังกายค่อนข้างน้อย โดยจากรายงานของ International Health Racquet & Sportsclub Association พบว่า สัดส่วนของประชากรไทยที่ใช้บริการฟิตเนสมีเพียง 0.6% ของประชากรซึ่งถือว่าต่ำมากเมื่อเทียบกับตัวเลขค่าเฉลี่ยของชาติในทวีปเอเชียซึ่งอยู่ที่ 8% (ศรัณย์ กิจวสิน, 2559) โดยถ้าหากเปรียบเทียบกับทางภาครัฐแล้วนั้น ณ ปัจจุบัน ยังถือว่าไม่ค่อยประสบความสำเร็จมากนัก อาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างจึงทำให้ไม่สามารถลงทุนกับธุรกิจนี้ได้เต็มประสิทธิภาพ โดยส่วนใหญ่ สถานที่ฟิตเนสของภาครัฐนั้นจะอยู่ตามสถานที่ เช่น สนามกีฬาแห่งประเทศไทย สนามกีฬาจังหวัดส่วนใหญ่ ทำให้ตลาดของภาครัฐนั้นไม่มีถึงร้อยละ 40 เลยก็ว่าได้

ธุรกิจให้บริการสถานที่ออกกำลังกายหรือ “ฟิตเนส” โดยส่วนมากจะเป็นภาคเอกชน ซึ่งตลาดฟิตเนสไทยมีโอกาขยายได้อีกมากจากพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่นิยมใช้บริการฟิตเนสมากขึ้น โดยจากแบบสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าสัดส่วนของประชากรไทยในช่วงอายุ 15 - 59 ปี ออกกำลังกาย เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 16 โดยเทรนด์ดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นต่อไปอีกจากกระแสนิยมการเล่นฟิตเนสที่เพิ่มมากขึ้นในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแบบสอบถามของอีไอซี พบว่ากลุ่ม Gen Y (อายุ 15 - 35 ปี) ระบุว่าใช้บริการฟิตเนสอยู่ที่ 17% อย่างไรก็ตามตลาดฟิตเนสมีศักยภาพในการขยายตัวอีกมาก (International Health Racquet & Sportsclub Association, 2011)

กระแสสุขภาพถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนส ซึ่งกระแสสุขภาพได้เกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ โรคภัยไข้เจ็บที่ประชาชนเผชิญมีเพิ่มมากขึ้น การรณรงค์และสนับสนุนการออกกำลังกายจากหน่วยงานภาครัฐ รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป ส่วนลักษณะของการให้บริการของธุรกิจฟิตเนส ที่มีหลายประเภท เช่น สโมสร (Mega Club) ศูนย์กีฬา (Multi-Sports Center) และศูนย์บริการเฉพาะ (Niche Club) ดังนั้นก็จะมีปัจจัยภายในที่ต่างกันออกไป เช่น สมัครเข้าใช้บริการได้ง่าย ค่าบริการที่ไม่สูงมากนัก สถานที่ตั้งสามารถเดินทางสะดวก และใช้พื้นที่ในการจัดตั้งที่ต่ำ รูปแบบกิจกรรมมีความหลากหลาย รูปแบบการให้บริการที่มีความยืดหยุ่น (นลินทิพย์ ภัคศรีกุลคำธ, 2551)

จากผลสำรวจรายได้ส่วนใหญ่อยู่ที่ธุรกิจขนาดใหญ่ (L) ซึ่งมีจำนวนบริษัทน้อยที่สุด แต่มีรายได้อยู่ที่ 3,297.85 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 92.3 ส่วนอันดับสองคือ ธุรกิจขนาดเล็ก (S) ซึ่งมีจำนวนบริษัทมากแต่มีรายได้อยู่ที่ 259.00 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 7.25 ส่วนอันดับสุดท้ายคือ ธุรกิจขนาดกลาง (M) มีรายได้ อยู่ที่ 16.06 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 0.45 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2560)



จากประเด็นปัญหาดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กมีจำนวนมากแต่ยังมีปัญหาในด้านส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจฟิตเนสรายใหญ่ได้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเพื่อหารูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กมีการจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในโอกาสต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินการของธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็ก
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษามี 2 กลุ่ม ได้แก่
 - กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กที่ดำเนินการมานานกว่า 10 ปี ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) จำนวน 5 คน
 - กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนส ขนาดเล็กที่ดำเนินการมาไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 374 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2560) ซึ่งเป็นยอดการจดทะเบียนทั้งหมดในประเทศไทย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็ก 2) แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้สอบถามผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กโดยลักษณะของแบบสอบถามมีดังนี้ แบบตรวจสอบรายการ (Check - List) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และแบบปลายเปิด (Open Ended Questions) จำนวน 374 ชุด
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้
 - 3.1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์สรุปเป็นประเด็นเพื่อนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขจนได้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกฉบับสมบูรณ์ หลังจากนั้นไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กจำนวน 5 ราย ผลที่ได้



จากขั้นตอนนี้คือการวิจัยเชิงคุณภาพในเชิงความคิด เจตคติและความรู้ เพื่อนำมาวิเคราะห์และสกัดเป็นข้อมูลการจัดการด้านต่าง ๆ

3.2 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสร้างแบบสอบถาม และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ความเที่ยงตรง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามต่อวัตถุประสงค์และประเด็นวิจัย โดยใช้เทคนิค IOC (Item Objective Congruence) ได้ค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 นำแบบสอบถามทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด จากนั้นวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยเทคนิคสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้ค่า ครอนบั้นซ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, L. J., 1990) ได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.992 เมื่อจำแนกรายด้าน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาด้านการจัดการธุรกิจฟิตเนส ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.981 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาด้านความยั่งยืนของแบบสอบถามเท่ากับ 0.992

3.3 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็ก จำนวน 374 ชุด ใช้เวลารวบรวมแบบสอบถามในระยะเวลา 12 เดือน ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล มี 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากการสัมภาษณ์องค์ประกอบการจัดการด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ทางสถิติจากแบบสอบถามของรูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) สถิติเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพการดำเนินการของธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กจากที่ได้ทำการสัมภาษณ์พบว่า เจ้าของธุรกิจฟิตเนส ผู้จัดการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจฟิตเนส จะเน้นการบริการเป็นหลัก โดยคนในองค์กรต้องมีทัศนคติไปในทิศทางเดียวกัน การให้บริการที่ดีครอบคลุมไปถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการลูกค้าต้องมีความพร้อมอยู่เสมอและได้มาตรฐาน รวมถึงการไม่แสวงหาผลกำไรสูงสุดแต่จะเน้นให้ความรู้ความเข้าใจในด้านการออกกำลังกายอย่างเต็มที่ รวมทั้งการสังเกตการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการออกกำลังกายของลูกค้า นำมาสู่โอกาสขยายตัวของธุรกิจฟิตเนสซึ่งเป็นบทเรียนที่เน้นย้ำว่าโอกาสทางธุรกิจมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงไม่ควรมองข้ามที่จะมองหาโอกาสใหม่ๆ ที่จะมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต



2. ผลการศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

2.1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นที่มีต่อสภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส และการดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส และการดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส

ประเด็นที่ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส			
1. ด้านโครงสร้างองค์กร (Structure)	4.14	0.62	มาก
2. ด้านกลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส (Strategy)	4.33	0.66	มากที่สุด
3. ด้านการจัดการบุคคลเข้าทำงาน (Staff)	4.22	0.70	มากที่สุด
4. ด้านรูปแบบ (Style)	4.45	0.59	มากที่สุด
5. ด้านวัฒนธรรมขององค์กร (Shared value)	4.19	0.70	มาก
6. ด้านระบบ (System)	4.17	0.75	มาก
7. ด้านทักษะ (Skill)	4.19	0.79	มาก
ภาพรวม	4.24	0.63	มากที่สุด
การดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส			
1. ด้านความพอประมาณ	.26	0.70	มากที่สุด
2. ด้านการมีเหตุผล	.27	0.68	มากที่สุด
3. ด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี	4.30	0.71	มากที่สุด
4. ด้านเงื่อนไขความรู้	4.25	0.70	มากที่สุด
5. ด้านเงื่อนไขคุณธรรม	4.37	0.66	มากที่สุด
ภาพรวม	4.29	0.66	มากที่สุด
ภาพรวมทั้งหมด	4.27	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และการดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผลรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด

2.2 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส กับสภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)



ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจ
ฟิตเนส กับสภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ	ค่าความสัมพันธ์
การทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง	7.86**
การบริหารจัดการสมาชิกกลุ่มธุรกิจฟิตเนส	71.9**
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารธุรกิจฟิตเนส	6.84**
การบริหารบัญชีและการเงิน	6.83**
การพัฒนาบุคลากร	6.71**

** P < .01

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ที่มีความสัมพันธ์กับสภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส ที่มีค่าความสัมพันธ์ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ การทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง ($r_{xy} = .786$) การบริหารจัดการสมาชิกกลุ่มธุรกิจฟิตเนส ($r_{xy} = .719$) ค่าความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารธุรกิจฟิตเนส ($r_{xy} = .684$) การบริหารบัญชีและการเงิน ($r_{xy} = .683$) และการพัฒนาบุคลากร ($r_{xy} = .671$) ตามลำดับ

2.3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส กับการดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส กับการดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ	ค่าความสัมพันธ์
การสร้างพนักงานให้มีความผูกพันและมีความรักต่อองค์กร	.720**
การมีวิสัยทัศน์ในการบริหารองค์กรของผู้นำ	.713**
การบริหารบัญชีและการเงิน	.685**
การทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง	.672**
การสร้างแบรนด์ตัวเองเพื่อการจดจำ	.671**

** P < .01

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ที่มีค่าความสัมพันธ์ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ การสร้างพนักงานให้มีความผูกพันและมีความรักต่อองค์กร ($r_{xy} = .720$) การมีวิสัยทัศน์ในการบริหารองค์กรของผู้นำ



($r_{xy} = .713$) ค่าความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ การบริหารบัญชีและการเงิน ($r_{xy} = .685$) การทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง ($r_{xy} = .672$) และการสร้างแบรนด์ตัวเองเพื่อการจดจำ ($r_{xy} = .671$) ตามลำดับ

3. ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

3.1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ที่ส่งผลกระทบต่อสภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ที่ส่งผลกระทบต่อสภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส

ขั้นที่	ตัวแปรพยากรณ์	B	Std.Error (b)	β	t	Sig
1	การทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง (X_{16})	.305	.069	.346	4.450	.000
2	การหาแหล่งตลาดกลุ่มใหม่ (X_{20})	.209	.030	.270	6.997	.000
3	การมีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และจริยธรรม (X_{14})	.119	.034	.123	3.517	.000
4	การหาแหล่งเงินเพื่อการลงทุน (X_{10})	.083	.029	.109	2.910	.004
5	การบริหารจัดการสมาชิกกลุ่มธุรกิจฟิตเนส (X_6)	.184	.064	.187	2.881	.004

* $P < .05$, $a = .547$, $R = .822$, $R^2 = .675$, $SE_{est} = .362$, $Adjust R^2 = .671$

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนสเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนมีจำนวน 5 ตัว ได้แก่ 1) การทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง 2) การหาแหล่งตลาดกลุ่มใหม่ 3) การมีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และจริยธรรม 4) การหาแหล่งเงินเพื่อการลงทุน และ 5) การบริหารจัดการสมาชิกกลุ่มธุรกิจฟิตเนส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ตัวแปรทั้ง 5 ตัวร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมจัดการธุรกิจฟิตเนส ได้ร้อยละ 67.5 ($R^2 = .675$) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) .362 โดยสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$\hat{Y}_1 = .547 + 0.305 X_{16} + 0.209 X_{20} + 0.119 X_{14} + 0.083 X_{10} + 0.184 X_6$$



สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{y1} = 0.346Z_{16} + 0.27Z_{20} + 0.123Z_{14} + 0.109Z_{10} + 0.187Z_6$$

3.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ที่ส่งผลต่อการดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ที่ส่งผลต่อการดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส

ขั้นที่	ตัวแปรพยากรณ์	B	Std.Error (b)	β	t	Sig
1	การสร้างพนักงานให้มีความผูกพัน และมีความรักต่อองค์กร (X_{19})	.302	.037	.349	8.056	.000
2	การสร้างแบรนด์ตัวเองเพื่อการจดจำ (X_{11})	.357	.036	.385	9.810	.000
3	รูปแบบการบริหารองค์กรของ ผู้บริหาร(X_4)	.238	.030	.274	7.862	.000

* $P < .05$, $a = .444$, $R = .810$, $R^2 = .656$, $SE_{est} = .389$, Adjust $R^2 = .653$

จากตารางที่ 5 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนสเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส จำนวน 3 ตัว ได้แก่ 1) การสร้างพนักงานให้มีความผูกพันและมีความรักต่อองค์กร 2) การสร้างแบรนด์ตัวเองเพื่อการจดจำ และ 3) รูปแบบการบริหารองค์กรของผู้บริหาร โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัว ร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ที่ส่งผลต่อการดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการธุรกิจฟิตเนส ได้ร้อยละ 65.6 ($R^2 = .656$) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) .389 โดยสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y}_1 = .444 + 0.302X_{19} + 0.357X_{11} + 0.238X_4$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{y1} = 0.349Z_{19} + 0.385Z_{11} + 0.274Z_4$$



3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก คือ

องค์ประกอบหลักที่ 1 สภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนสประกอบด้วย องค์ประกอบย่อย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง 2) การหาแหล่งตลาดกลุ่มใหม่ 3) การมีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และจริยธรรม 4) การหาแหล่งเงินเพื่อการลงทุน และ 5) การบริหารจัดการสมาชิกกลุ่มธุรกิจฟิตเนส

องค์ประกอบหลักที่ 2 การดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การสร้างพนักงานให้มีความผูกพัน และมีความรักต่อองค์กร 2) การสร้างแบรนด์ตัวเองเพื่อการจดจำ และ 3) รูปแบบการบริหารองค์กรของผู้บริหาร

การพัฒนาแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนจากองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยดังกล่าวสามารถนำมาสร้างเป็นลักษณะของแผนภาพของรูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนได้ดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน



อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน สามารถอภิปรายเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ตามลำดับดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพการดำเนินการของธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กโดยจะเน้นการให้บริการเป็นหลัก โดยคนในองค์กรต้องมีทัศนคติไปในทิศทางเดียวกัน การให้บริการที่ดีครอบคลุมไปถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการลูกค้าต้องมีความพร้อมอยู่เสมอและได้มาตรฐานตาม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งประกอบด้วยข้อกำหนดมาตรฐาน 5 ด้าน 1) อาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม 2) ห้องออกกำลังกาย 3) การให้บริการ 4) บุคลากรผู้ให้บริการ 5) ความปลอดภัยและมาตรการกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2557) รวมถึงการไม่แสวงหาผลกำไรสูงสุดแต่จะเน้นให้ความรู้ความเข้าใจในด้านการออกกำลังกายอย่างเต็มที่ เพราะความรู้เป็นสิ่งที่ยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ สุเมธ ตันติเวชกุล ได้ให้ความหมายเศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง เศรษฐกิจที่สามารถอุมชูตัวเอง (Relative Self-Sufficiency) อยู่ได้โดยไม่ต้องเดือดร้อน โดยต้องสร้างปัญหาทางเศรษฐกิจของตนเองให้ตีสายก่อน คือตั้งตัวให้มีความรู้สึกันว่าฉันไม่ใช่มุงแต่จะทุ้มเทเพื่อความเจริญยกเศรษฐกิจให้รวดเร็ว แต่เพียงอย่างเดียว เพราะผู้ที่มีอาชีพและฐานะเพียงพอที่จะพึ่งตนเองย่อมสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าและฐานะทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นไปตามลำดับต่อไปได้ (สุเมธ ตันติเวชกุล, 2536)

2. ผลศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้านสภาพการดำเนินการจัดการธุรกิจฟิตเนส ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านรูปแบบ (Style) กลยุทธ์ของธุรกิจฟิตเนส (Strategy) ด้านการจัดการบุคคลเข้าทำงาน (Staff) ตามลำดับ และให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน คือ ด้านทักษะ (Skill) และด้านวัฒนธรรมขององค์กร (Shared value) ด้านระบบ (System) ด้านโครงสร้างองค์กร (Structure) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการจัดการ (McKinsey 7 - S Framework) ซึ่งจากผลข้างต้นจะเห็นได้ว่า รูปแบบ มีความสำคัญลำดับต้นๆ เสมอผู้ประกอบการต้องเน้นพัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องกับเป้าหมาย ส่วนด้านกลยุทธ์ต้องตามทันกระแสนิยมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การส่งเสริมการขาย รวมถึงศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า การสังเกตการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การออกกำลังกายของผู้บริโภค นำมาสู่โอกาสขยายตัวของธุรกิจฟิตเนสซึ่งเป็นบทเรียนที่เน้นย้ำว่าโอกาสทางธุรกิจมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง การจัดการองค์กร การจัดการบุคคลเข้าทำงาน การวางวิสัยทัศน์ในการทำงานที่ต้องมุ่งไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน และการเข้าใจหลักสำคัญของการให้บริการ (Service Mind)

3. ผลการพัฒนา รูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนสขนาดเล็กเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมีองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการธุรกิจฟิต



เนสเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน จำนวน 2 องค์ประกอบหลัก 8 องค์ประกอบย่อย องค์ประกอบหลักที่ 1 คือ พฤติกรรมการจัดการธุรกิจฟิตเนส ประกอบด้วย องค์ประกอบย่อย 5 องค์ประกอบ

1. การทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ จิราภา พึงบางกรวย ได้ศึกษาเรื่อง “ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดด้านการให้ บริการทดลองใช้ฟรีก่อนสมัครใช้บริการ การนำเอาผู้ใช้บริการแล้วได้ผลมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ และมีการปรับปรุงการส่งเสริมการตลาดใหม่ตลอด ซึ่งตัวผู้วิจัยคิดว่าการที่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนสำคัญในการแข่งขันทางการตลาดในยุคสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีการแข่งขันที่สูงมาก ถ้าธุรกิจยังมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง จะเป็นข้อได้เปรียบต่อคู่แข่ง (จิราภา พึงบางกรวย, 2550)

2. การหาแหล่งตลาดกลุ่มใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ เกียรติรัตน์ วารินศิริรักษ์ และสุวัลลี แก้วโลก ได้ศึกษาการตลาดของศูนย์ออกกำลังกาย (ฟิตเนสเซ็นเตอร์) ในประเทศไทย จากกระแสความสนใจในการดูแลรักษาสุขภาพที่เพิ่มขึ้นของคนไทยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับการมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยเฉพาะจากประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตอยู่บนความเร่งรีบ และมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ในการออกกำลังกาย ฟิตเนสเซ็นเตอร์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการออกกำลังกายที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ธุรกิจนี้ยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง การที่ผู้ประกอบการติดตามข่าวสาร รวมถึงกระแสนิยมในปัจจุบันจะทำให้สามารถปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงการประชาสัมพันธ์ นำไปสู่การได้แหล่งตลาดกลุ่มใหม่ ซึ่งจะสอดคล้องกันกับองค์ประกอบที่ได้กล่าวมาข้างต้น (เกียรติรัตน์ วารินศิริรักษ์ และสุวัลลี แก้วโลก, 2556)

3. การมีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และจริยธรรม ผู้ประกอบการถ้ามุ่งเน้นไปแต่การแสวงหากำไรหรือเน้นแต่คุณภาพการบริการก็จะทำให้ลืมนึกถึงองค์ประกอบที่สำคัญ การที่ผู้ประกอบการมีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และจริยธรรม เป็นจุดเริ่มต้นของการเป็นแบบอย่างที่ดี การบริหารงานที่มีความซื่อสัตย์ การมีคุณธรรม จริยธรรม จะทำให้องค์กรทำงานอย่างมีความสุข

4. การหาแหล่งเงินเพื่อการลงทุน ปัจจุบันธุรกิจฟิตเนสมีการเติบโตที่รวดเร็ว และมีการแข่งขันที่สูงทำให้ต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งองค์ประกอบนี้จำเป็นมากในการหาแหล่งเงินเพื่อการลงทุน และจะมีผลต่อองค์ประกอบอื่น ๆ

5. การบริหารจัดการสมาชิกกลุ่มธุรกิจฟิตเนส ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ เฉลิมพล จินดาเรือง ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการคุณภาพศูนย์ฟิตเนสของ



มหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย ผู้วิจัยนำเสนอตัวแบบการจัดการคุณภาพศูนย์พิตเนสในมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย มีลักษณะเป็น 6 ดาว หรือ 6 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบต่าง ๆ 6 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มการจัดการบริหาร 2) กลุ่มการจัดทรัพยากรทางการจัดการ 3) กลุ่มมาตรฐานของศูนย์พิตเนส 4) การจัดการคุณภาพของศูนย์พิตเนส 5) กลุ่มการตลาดและ 6) กลุ่มนโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏ การบริหารจัดการสมาชิกกลุ่มธุรกิจพิตเนสมีผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจพิตเนสเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนเป็นอย่างมาก การที่รวมกลุ่มเพื่อตั้งสมาคม กฎเกณฑ์ กติกา รูปแบบ มาตรฐาน นำไปสู่การจัดการบริหารที่ยั่งยืน (เฉลิมพลจินดาเรือง, 2557)

องค์ประกอบหลักที่ 2 คือ การดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

1. การสร้างพนักงานให้มีความผูกพันและมีความรักต่อองค์กร การที่ผู้บริหารเป็นแบบอย่างที่ดีซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบย่อย การมีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และจริยธรรม เป็นต้นแบบที่ทำให้ทุกคนมีความซื่อสัตย์ต่อองค์กร และต่อพนักงานด้วยกันจะทำให้เกิดสัมพันธอันดีภายในองค์กร

2. การสร้างแบรนด์ตัวเองเพื่อการจดจำ ปัจจุบันการตลาดเป็นสิ่งสำคัญซึ่งถ้าธุรกิจของเราเป็นที่น่าจดจำ เป็นที่รู้จักและแพร่หลาย จะทำให้เพิ่มสมาชิกได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบในการทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง รวมถึงองค์ประกอบกาหาแหล่งตลาดกลุ่มใหม่

3. รูปแบบการบริหารองค์กรของผู้บริหาร องค์ประกอบนี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญที่สุดเพราะ รูปแบบจะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ สังคมปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งการตามทัน Trend กระแสนิยมปัจจุบันจะเป็นข้อได้เปรียบในการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสภาพการดำเนินการของธุรกิจพิตเนสขนาดเล็กจะเน้นการให้บริการเป็นหลัก อุปสรรคในการให้บริการลูกค้าต้องมีความพร้อมอยู่เสมอ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้านสภาพการดำเนินการระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ด้านรูปแบบ กลยุทธ์ของธุรกิจพิตเนส ด้านการจัดการบุคคลเข้าทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการจัดการธุรกิจพิตเนส การทำประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย/หลายช่องทาง การหาแหล่งตลาดกลุ่มใหม่ การมีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และจริยธรรม การหาแหล่งเงินเพื่อการลงทุน การบริหารจัดการสมาชิกกลุ่มธุรกิจพิตเนส การสร้างพนักงานให้มีความผูกพันและมีความรักต่อองค์กร การสร้างแบรนด์ตัวเองเพื่อการจดจำ และ รูปแบบการบริหารองค์กรของผู้บริหาร รวมถึงการติดตามให้ทันกระแสนิยมในปัจจุบัน ดังนั้น ในการพัฒนาการจัดการธุรกิจพิตเนสเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ผู้ประกอบการควรปรับปรุงรูปแบบการจัดการให้มีประสิทธิภาพ



อยู่เสมอ ข้อเสนอแนะ 1) ควรทำการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่องในด้านการจัดการของธุรกิจฟิตเนสอื่น ๆ ซึ่งอาจมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในธุรกิจฟิตเนสและเพื่อปรับปรุงให้ได้รูปแบบที่ดีเยี่ยม และมี ประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อความยั่งยืน รวมถึงจัดทำ รูปแบบการฝึกอบรม ให้ได้มาตรฐานที่ให้เหมือนกันในทุกที่ สำหรับปริญญาเอกสามารถจัดทำ สมการโครงสร้างรูปแบบ ต่อยอดจากวิจัยนี้ได้ 2) ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษาหลักสูตร ความรู้ความสามารถเฉพาะด้านของการออกกำลังกายซึ่งยังไม่เป็นที่แพร่หลายในประเทศไทย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการจัดการธุรกิจฟิตเนส ให้มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). สถิติรายได้ธุรกิจฟิตเนส. เรียกใช้เมื่อ 30 ตุลาคม 2560 จาก https://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=1241
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2557). คู่มือข้อเสนอแนะมาตรฐานสถานประกอบการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ 1. นนทบุรี: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- เกียรติรัตน์ วารินศิริรักษ์ และสุวลลี แก้วโลก. (2556). การตลาดของศูนย์ออกกำลังกาย(ฟิตเนสเซ็นเตอร์)ในประเทศไทย. วารสารสมาคมการจัดการศึกษาแห่งประเทศไทย, 3(2), 31-39.
- จิราภา พึ่งบางกรวย. (2550). กลยุทธ์การตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ในประเทศไทย. วารสารศรีปทุมปริทัศน์, 7(2), 26-37.
- เฉลิมพล จินดาเรือง. (2557). รูปแบบการจัดการคุณภาพศูนย์ฟิตเนสของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย. วารสารวิจัย มสศ สาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 10(2), 135-152.
- นลินทิพย์ ภัคศรีกุลกัธธ. (2551). Positioning. เรียกใช้เมื่อ 27 กันยายน 2560 จาก <https://positioningmag.com/38786>
- ศรัณย์ กิจวสิน. (2559). กรุงเทพธุรกิจ. เรียกใช้เมื่อ 12 พฤศจิกายน 2560 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/15581>
- สุเมธ ตันติเวชกุล. (2536). พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกับการพัฒนาชนบทในภูมิปัญญาการพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิภูมิปัญญาและมูลนิธิหมู่บ้าน.
- Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing (5th ed.). New York: Harper Collins.
- International Health Racquet & Sportsclub Association. (2011). Retrieved November 2, 2019, from <https://www.ihsa.org/about/>