

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจสตูดิโอโยคะ

Business Demand and Operation of The Studio Yoga

อรจิรา แทนประเสริฐกุล

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจสตูดิโอโยคะ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ เพื่อศึกษาด้านผู้บริโภค (1) ระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (2) เปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้บริโภค ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน (3) ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการความต้องการในการเข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ (4) เปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความต้องการในการเข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 104 ตัวอย่าง

เพื่อศึกษาด้านลักษณะธุรกิจและผู้ประกอบการ (1) ยอดขาย 5 ปี ในการดำเนินธุรกิจ (2) ลักษณะการดำเนินการธุรกิจและผู้ประกอบการ (3) กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ (4) การวางแผนการตลาดในระยะเวลา 5 ปี โดยการเก็บข้อมูลในรูปแบบการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจริง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสตูดิโอโยคะ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 20,000 บาท ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผลการวิจัยผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้บริการสตูดิโอโยคะในรูปแบบ Hatha Yoga (หฐะโยคะ) ความถี่ในการฝึกโยคะ 2 – 3 ครั้ง/สัปดาห์

การดำเนินการในธุรกิจสตูดิโอโยคะมียอดขายประมาณการในปีที่ 1 จะอยู่ที่ 1,506,000 บาท หักค่าใช้จ่ายต่างๆประมาณการกำไรสุทธิปีที่ 1 จะอยู่ที่ 213,391.20 บาท การดำเนินงานของธุรกิจเริ่มต้นเงินลงทุนสัดส่วนมากที่สุด 555,000 บาท โดยมีวงเงินลงทุนไว้ที่ 1,000,000 บาท ซึ่งการพยากรณ์อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) จะอยู่ที่ 100% โดยจะใช้ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 2 ปี 68 วัน จุดคุ้มทุนต่อปีประมาณ 1,980,873.31 บาท

คำสำคัญ : ความต้องการดำเนินงาน , ธุรกิจโยคะ , การดูแลสุขภาพ

Abstract

Requirements and Operations of the Yoga Studio Business, The objectives of this research were as follows: to study the consumer aspect: (1) the level of demand for the service marketing mix; (2) to compare the level of the consumer's service-marketing mix factor requirement. with different demographic characteristics (3) Consumers with preferences for yoga studio access (4) Comparison of behaviors of consumers with preferences for yoga studio services The questionnaire was used as a tool to collect data of 104 samples.

To study the nature of business and entrepreneurs (1) Sales for 5 years in business operations (2) Characteristics of business operations and entrepreneurs (3) Business strategies (4) Marketing planning into 5 years by collecting data in the form of interviews with real entrepreneurs

The sample group used the yoga room service. Most are females than males. Single status, income 15,000 – 20,000 baht per month, running a personal business.

The research results of the sample consumers showed the highest level of demand for the service marketing mix in all aspects. Consumers have behavior to use a yoga studio in the form of Hatha Yoga (Hatha Yoga). Frequency of practicing yoga 2-3 times/week.

The operation in the yoga studio business has estimated sales for the 1st year will be at 1,506,000 baht, after deducting various expenses, the 1st year net profit is estimated at 213,391.20 baht. Operations of the start-up business with the most investment of 555,000 baht, with an investment of 1,000,000 baht. The project's Internal Rate of Return (IRR) is forecasted at 100%, with a payback period of approximately 2 years 68 days. The break-even point per year is about 1,980,873.31 baht.

Keywords : operational needs, yoga business, health care

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันยุค New Normal ที่นอกจากการเปลี่ยนแปลงวิถีการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่แล้ว วิธีการออกกำลังกายของผู้คนยุคใหม่ก็เปลี่ยนไปด้วย เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดของเชื้อโรค COVID-19 รวมถึงฝุ่น PM 2.5 ที่เข้ามาเป็นตัวทำลายสุขภาพของผู้คนจำนวนมาก ทำให้ต้องใช้ชีวิต อยู่ ที่บ้าน ทำงานที่บ้าน ออกกำลังที่บ้าน เห็นการเปลี่ยนแปลงของหลากหลายอาชีพ การเปลี่ยนแบบรูปแบบการใช้ชีวิตรวมถึง

วัฒนธรรมการออกกำลังกายที่มีผู้คนสนใจมากขึ้น ผู้คนหันมาให้ความสนใจกับเรื่องของสุขภาพเป็นหลัก การออกกำลังกายได้รับความนิยมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการ วิ่ง โยคะ ปั่นจักรยาน และการออกกำลังกายประเภทอื่น ๆ ดังนั้นแนวโน้มของการดูแลสุขภาพจึงเป็นที่นิยมมากขึ้นในปัจจุบัน ไม่ใช่เพียงแค่กลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น กลุ่มผู้สูงอายุก็เริ่มหันมาดูแลสุขภาพเช่นกัน และนอกจากสถานการณ์โรคระบาด ละอองฝุ่นต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพแล้ว ยังพบปัญหาด้านเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบนี้ทั้งด้านการจ้างงาน แม้วานักเศรษฐศาสตร์ ประเมินว่า การขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยได้ผ่านจุดต่ำสุดไปบ้างแล้ว แต่สถานการณ์โรคระบาดก็ยังส่งผลอยู่เรื่อย ๆ มา ด้วยเหตุผลเช่นนี้ จึงมองเห็นโอกาสในการที่จะดูแลสุขภาพและสร้างอาชีพไปได้พร้อม ๆ กัน และกระแสความนิยมในการออกกำลังกายรูปแบบโยคะเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย จากผู้ฝึกผู้ที่ชื่นชอบในศาสตร์ของโยคะ ได้ผันตัวมาเป็นครูสอนโยคะกันอย่างมากมาย และในปัจจุบันจึงมีสตูดิโอโยคะเกิดขึ้นใหม่มากมาย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานทางธุรกิจสตูดิโอโยคะ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็น ด้านผู้บริโภค ด้านลักษณะธุรกิจและผู้ประกอบการ ดังนี้

ศึกษาด้านผู้บริโภค

- (1) เพื่อศึกษาระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของสตูดิโอโยคะ
- (2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน
- (3) เพื่อศึกษาผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการความต้องการในการเข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ
- (4) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคส่งผลต่อความต้องการในการเข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ

ศึกษาด้านลักษณะธุรกิจและผู้ประกอบการ

- (1) เพื่อศึกษาธุรกิจประเภทสตูดิโอโยคะ มียอดขาย 5 ปี ในการดำเนินธุรกิจสตูดิโอโยคะ
- (2) เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินการธุรกิจและผู้ประกอบการของธุรกิจสตูดิโอโยคะ
- (3) เพื่อศึกษาผู้ประกอบการมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสตูดิโอโยคะที่ประสบความสำเร็จ
- (4) เพื่อศึกษาการวางแผนการตลาดของธุรกิจสตูดิโอโยคะ ในระยะเวลา 5 ปี

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาความต้องการของการออกกำลังกาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสตูดิโอโยคะ โดยมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

(Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านกายภาพ (Physical Evidence) ที่ส่งผลต่อความต้องการออกกำลังกาย และศึกษาผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน โรคประจำตัว และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความต้องการเข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ แบ่งเป็นทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาประเภทของโยคะ ด้านประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ ด้านค่าใช้จ่ายต่อคอร์สฝึกโยคะทั่วไป ค่าใช้จ่ายคอร์สเรียนหลักสูตรครูโยคะ ด้านช่วงเวลา / ระยะเวลาของผู้ใช้บริการ และด้านจำนวนผู้เข้าใช้บริการ

ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย ศึกษาจากกลุ่มคนที่เคยใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายและผู้ที่สนใจการออกกำลังกายในรูปแบบโยคะ

ขอบเขตด้านช่วงเวลา การวิจัยในครั้งนี้ได้ดำเนินการในช่วงเดือน มกราคม ถึง พฤษภาคม 2564

ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประเภทการออกกำลังกายโยคะ แบ่งเป็นทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาประเภทของโยคะ ด้านประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ ด้านค่าใช้จ่ายต่อคอร์สฝึกโยคะทั่วไป ค่าใช้จ่ายคอร์สเรียนหลักสูตรครูโยคะ ด้านช่วงเวลา / ระยะเวลาของผู้ใช้บริการ และด้านจำนวนผู้เข้าใช้บริการ โดยเปรียบเทียบพฤติกรรมการออกกำลังกาย ของผู้ให้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน โรคประจำตัว และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกการออกกำลังกายโยคะ

ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย ศึกษาจากกลุ่มคนที่เคยใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายและผู้ที่สนใจการออกกำลังกายในรูปแบบโยคะ โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire)

ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โยคะ นับว่าเป็นการออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมมาก ในเรื่องของการบำบัดร่างกาย ช่วยให้ร่างกายยืดหยุ่น ลดการบาดเจ็บข้อร่างกายของข้อต่อต่าง ๆ ลดความเครียด สร้างสมาธิ ทำให้ร่างกายผลคลาย โยคะสามารถฝึกได้ทุกเพศทุกวัย ตามเสียงร่างกายของตนเอง โยคะยังมีหลายศาสตร์หลายแขนง การฝึกโยคะ สามารถปฏิบัติได้ทุกเพศทุกวัย ทุกช่วงเวลา มีผลดีต่อร่างกาย ช่วยป้องกันปัญหาทางกายภาพ เช่น ลดอาการปวดคอ บ่า ไหล่ จากการนั่งทำงานนาน ๆ ปัญหาข้อต่อติด เสริมความยืดหยุ่นของกล้ามเนื้อ เสริมความแข็งแรงให้กับร่างกาย และช่วยแก้ปัญหาระบบต่างๆ ในร่างกาย อาทิเช่น ระบบ

ต่อมาเนื้อหาเรื่อง ระบบไหลเวียนโลหิต ระบบอวัยวะต่างๆ ให้ทำงานได้ดีขึ้น ยังเสริมสร้างสมาธิ ทำให้จิตใจสงบ

ประเภทของโยคะ หรือ รูปแบบของการฝึกโยคะ

เน้นจุดมุ่งหมายในการฝึก โดยโยคะนั้นมีหลากหลายประเภท ในแต่ละประเภทจึงมีความเหมาะสมของกลุ่มผู้ฝึกที่แตกต่างกันไป ตามจุดประสงค์และความต้องการของผู้ฝึก อาทิเช่น

Hatha Yoga (หฐะโยคะ) ผู้ฝึกใหม่ที่ต้องการยืดเหยียดร่างกายเข้าทำที่ถูกต้อง Ashtanga Yoga (อัษฎางค์โยคะ) ผู้ที่ต้องการความแข็งแรง ชอบท้าทายผู้ที่ชอบท้าทาย Bikrum Yoga (บิกรัม โยคะ หรือ โยคะร้อน) ผู้ที่ต้องการลดน้ำหนักทนฝึกในห้องที่อุณหภูมิความร้อนสูงได้ Yin Yoga (หยิน โยคะ) ผู้ที่มีอารมณ์ร้อนต้องการความสงบ เน้นการค้างท่านาน Ball Yoga / Fit Ball (บอลโยคะ หรือ ฟิตบอล) ผู้ที่ต้องการให้กล้ามเนื้อกระดูกหลังยืดหยุ่น Fly Yoga (ฟลาย โยคะ หรือ โยคะบิน) ผู้ที่เน้นการสร้างความแข็งแรงท่าทางพลิ้วไหวโดยมีอุปกรณ์เสริม

การจัดการและพฤติกรรมองค์กร

การวางแผน (Planning) การเริ่มต้นธุรกิจต้องมีการกำหนดทิศทางของสตูดิโอ ทำการวิจัยทางการตลาดก่อน สำรวจคู่แข่งในบริเวณรอบ ๆข้าง สำรวจคู่แข่งทางตรงเป็นสตูดิโอในลักษณะเดียวกัน และสำรวจคู่แข่งทางอ้อมที่เป็นในลักษณะศูนย์ออกกำลังกายที่เน้นเครื่องออกกำลังกายและมีคลาสโยคะในบางครั้ง และการจัดตั้งสตูดิโอที่คิดว่าใกล้บ้านของผู้บริหารเพื่ออำนวยความสะดวก โดยมีทำเลที่ตั้งพื้นที่ที่เหมาะสมคำนึงถึงความสะดวกสบายในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย

การจัดองค์การ (Organizing) เพื่อให้เป้าหมายของธุรกิจที่วางแผนไว้ล่วงหน้าประสบผลสำเร็จ ผู้บริหารจะมีการจัดโครงสร้างองค์การ จัดแผนการทำงานแบ่งงาน มอบหมายงานในการปฏิบัติงานต่างๆ ในตำแหน่งต่างๆให้เหมาะสมกับบุคลากรขององค์การเพื่อให้งานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ป้องกันการทำงานที่ซ้ำซ้อน และยังช่วยลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างบุคลากร

ภาวะการเป็นผู้นำ (Leading) ผู้นำมีอิทธิพลในการทำให้งานที่มอบหมายสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ได้ดี ดังนั้นภาวะผู้นำของสตูดิโอจึงต้องมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากร สร้างความกระตือรือร้น ความมุ่งมั่น ให้บุคลากรเกิดความพยายามที่จะทำสิ่งๆนั้นไปด้วยกันจนประสบความสำเร็จ

การสั่งการและการควบคุม (Control) ผู้บริหารจำเป็นต้องกำหนดเกณฑ์ มาตรฐาน เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินผล การสังเกตการณ์ปฏิบัติงานของบุคลากร ตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน ปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย ดังนั้นการควบคุมงานช่วยสร้างมาตรฐานที่ดีให้กับสตูดิโอ เป็นการตรวจสอบความก้าวหน้าและทราบถึงจุดบกพร่องที่ต้องรีบแก้ไข

วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในธุรกิจ

เครื่องมืออุปกรณ์สำหรับสตูดิโอโยคะ ประกอบด้วย เสื่อโยคะ/เสื่อสำหรับรองออกกำลังกาย เข็มขัดโยคะ บล็อกสี่เหลี่ยม/หมอน ลูกบอลโยคะ ผ้าเช็ดมวก/ผ้าฟลาย ไมค์ ลำโพง อุปกรณ์ตรวจวัดสภาพร่างกาย เช่น เครื่องวัดความดัน เครื่องชั่งน้ำหนัก เทียน กะละมัง กานตติ/อุปกรณ์การชำระล้างร่างกาย หุ่นจำลอง โครงสร้างมนุษย์ เอกสารการเรียนรู้ในศาสตร์ของโยคะ สื่อมัลติมีเดีย

การจัดการทางการเงิน

องค์ประกอบทางการเงินและการลงทุนในธุรกิจ รายได้หลักของการเปิดสตูดิโอโยคะจะมาจากจำนวนผู้ที่สนใจออกกำลังกายประเภทโยคะโดยตรง ดังนั้นการจัดหาสถานที่ประกอบธุรกิจจะต้องคำนึงถึงพื้นที่ในการใช้ออกกำลังกาย ทิศทางและแนวทางปฏิบัติของศาสตร์โยคะ

สำหรับที่ตั้งของสตูดิโอ ต้องคำนึงถึงความใกล้ชิดของกลุ่มลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม หากมีคู่แข่งอยู่ใกล้ๆกันก็เป็นการยากที่จะดึงดูดลูกค้าเข้ามาได้ตามเป้าหมาย การประเมินทำเลที่ตั้งที่ดีควรเป็นที่ตั้งในใจกลางเมือง เหมาะสำหรับผู้คนที่สะดวกเดินทางมาออกกำลังกายหลังจากเลิกงาน และควรมีพื้นที่อย่างน้อย 60 – 80 ตารางเมตร มีความสูงของห้องมากกว่า 3 เมตร รวมถึงห้องแต่งตัว ห้องอาบน้ำ ห้องโถง พื้นที่พักผ่อนสำหรับรอ มุมขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ห้องที่ใช้ในการฝึกต้องมีอากาศที่ถ่ายเทได้สะดวก โปรง โถงคูสบาย และผ่อนคลาย

แผนการเงินและการลงทุนในธุรกิจโยคะ ประกอบด้วย ค่าเช่าอาคารและสถานที่บริการ ค่าตกแต่งอาคาร ค่าป้ายชื่อ เครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานและบริการ ค่าประชาสัมพันธ์ โฆษณา เงินเดือนและค่าจ้าง รวมทั้งค่าสวัสดิการ ค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าจดทะเบียน

การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์หรือเรียกว่า SWOT ANALYSIS คือ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน การประเมินความพร้อมของกิจการในด้านต่างๆ

จุดแข็ง (Strengths) สถานที่ตั้ง ตั้งอยู่ในหมู่บ้านขนาดใหญ่ เป็นที่คุ้นเคยของผู้คนที่คุ้นหน้าคุ้นตา สะดวกต่อการเดินทาง ประหยัดทั้งเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ทั้งนี้มีรูปแบบการสอนทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อรองรับผู้ใช้บริการได้หลากหลายพื้นที่รวมทั้งบุคลากรได้รับการรับรองจากสถาบันชื่อดังแนวหน้าของประเทศอินเดีย

จุดอ่อน (Weaknesses) ธุรกิจยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และยังไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร รวมทั้งยังต้องมีการพัฒนาทักษะ การใช้เวลาในการเรียนรู้ปรับปรุง

โอกาส (Opportunity) ในยุคที่มีแต่มลภาวะจึงทำให้ผู้คนนิยมหันมาดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น โยคะ เพื่อสุขภาพ เพื่อการบำบัดรักษา การแก้อาการออฟฟิศซินโดรม และได้รับการสนับสนุนตามศูนย์กีฬาของภาครัฐ ที่กระตุ้นให้คนไทยหันมาออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น

อุปสรรค (Threat) ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ทำให้การเปิดสถานที่ที่เป็นไปอย่างระมัดระวังภายใต้การควบคุมดูแลของรัฐบาลเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคที่อาจจะเกิดการติดต่อกันได้จากทางสารคัดหลั่ง ในรูปแบบหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นค่อนข้างเยาะและหลากหลายรูปแบบในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจทำให้การให้บริการในช่วงแรกได้ไม่ดีเท่าที่ควร ในเรื่องของการเข้าใช้บริการยังอยู่ในพื้นที่ค่อนข้างจำกัดในด้านสถานที่จอดรถ

การวางแผนการตลาดธุรกิจโยคะขนาดเล็ก

สตูดิโอโยคะ ภายใต้ชื่อ “I’Amp Yoga Studio” เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งแต่ละท่านต้องการสุขภาพที่ดี หรือลดน้ำหนัก ช่วยบำบัดบรรเทาอาการเจ็บปวด ช่วยบริหารร่างกายแข็งแรง และในขณะเดียวกันนั้นสามารถนำไปประกอบอาชีพเสริมได้ โดยสามารถแบ่งการเรียนการสอนออกเป็นในลักษณะ แบบเรียนเป็นกลุ่ม แบบคลาสส่วนตัว (Private) เรียนเพื่อสร้างอาชีพ หรือดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้มีสภาพอากาศที่ไม่ดีมากนัก อาทิเช่น ฝุ่นละออง การก่อสร้าง โรคระบาดต่าง ๆ ทำให้การฝึกโยคะจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้รักสุขภาพและเป็นอีกหนึ่งอาชีพเสริมได้ในอนาคต

กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product) ด้านเนื้อหาการเรียนการสอนนั้นมิให้เลือกเข้าคลาสเรียนไม่น้อยกว่า 4 รูปแบบ คือ คลาสหฐะโยคะ (Hatha Yoga) คลาสอาชังก้าโยคะ (Ashtang Yoga) คลาสโยคะบอล (Ball Yoga) และ คลาสหยินโยคะ (Yin Yoga) แต่ละคลาสนั้นก็มีความแตกต่างกันตามรูปแบบของคลาสและเหมาะกับสรีระทุกระยะทุกวัยที่เข้ามาใช้บริการ ที่สำคัญนอกจากให้บริการด้านเนื้อหาใน 4 รูปแบบเป็นหลักแล้วในบางช่วงบางโอกาส ยังมีคลาสพิเศษให้เข้าใช้บริการ เช่น คลาสโยคะฟลาย (Fly Yoga) ฯลฯ และสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการต่อยอด หรือกลุ่มลูกค้าที่สนใจในโยคะอาชีพ (รูปแบบหลักสูตรครูโยคะ) สำหรับผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ทาง I’Amp Yoga Studio จึงมีการรับรองและใบประกาศนียบัตรให้เป็นขวัญและกำลังใจ

กลยุทธ์ด้านราคา (Price) เพื่อให้กำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ลูกค้าจะได้รับ เลือกกำหนดราคาที่ใกล้เคียงกับสตูดิโอโยคะทั่ว ๆ ไป โดยทาง I’Amp Yoga Studio แบ่งราคาออกเป็น 4 ลักษณะ คือ การคิดค่าบริการเป็นจำนวนครั้ง 1 ครั้ง ครั้งละ 500 บาท การคิดค่าบริการในรูปแบบออนไลน์ค่าบริการเหมาจ่าย 1000 บาท (สามารถดูย้อนหลังได้ในกลุ่ม Facebook Close) การคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายระยะเวลา 30 วัน แบ่งออกเป็น 2 แบบ ดังนี้ (ค่าบริการเหมาจ่าย 2,000 เข้าฝึกได้ทุกวันธรรมดา และ ค่าบริการเหมาจ่าย

3,000 เข้าฝึกได้ทุกวัน) แบบค่าสมัครคอร์สเรียนอาชีพต่อเดือนต่อคน หลักสูตร 200 ชั่วโมง ระยะเวลาเรียน 90 วัน วันละ 3 ชั่วโมง ทุกวันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์ และสามารถเรียนในรูปแบบออนไลน์ได้

กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place) สถานที่ตั้งในรูปแบบบ้านเดี่ยว พื้นที่ส่วนตัวแบ่งเป็นสัดส่วนครบครัน ตั้งอยู่ในหมู่บ้านขนาดใหญ่ และสะดวกใกล้เคียงเป็น โรงเรียน รวมทั้งตลาดสดและศูนย์กลางค้าหน้าหมู่บ้าน หน้าหมู่บ้านมีสถานีรถไฟฟ้าสะดวกให้กับผู้เดินทาง

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบการเสนอขายสินค้า โดยใช้สื่อมัลติมีเดียมาเป็นเครื่องมือสื่อสารกับผู้ให้บริการ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลาตามยุคตามสมัยในการโฆษณาด้วยรูปแบบออนไลน์ และมีต้นทุนต่ำ การส่งเสริมการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้ากับผู้ให้บริการ ช่องทางนี้ถือว่าเป็นช่องทางที่มีโอกาสได้แนะนำให้ผู้ซื้อได้มากกว่า สามารถพหุชมสถานที่จริง ประกอบการตัดสินใจและสร้างแรงจูงใจได้มากกว่าช่องทางอื่น ๆ การทดลองใช้บริการ สำหรับสมาชิกใหม่เปิดให้ทดลองได้ใช้บริการฟรีในครั้งแรก เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้สัมผัสถึงการบริการของ I' Amp Yoga Studio วิธีการถ่ายทอดของครูผู้สอนบรรยากาศโดยรวมขณะฝึกโยคะ ประกอบกับการตัดสินใจในการสมัครสมาชิกที่ดี การใช้คู่มือ เป็นส่วนลดให้กับกลุ่มผู้เป็นสมาชิก โดยสามารถนำคู่มือที่ได้รับไปแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ หรือส่วนลดค่าต่อสมาชิกได้ในราคาพิเศษ วิธีนี้ทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการได้มากขึ้น

กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People) อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ออกกำลังกาย พบว่าการมีพนักงานขายมีอิทธิพลต่อการที่กลุ่มผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้น โดยพนักงานขายจะมีหน้าที่ขายสินค้าและบริการให้กับผู้ใช้บริการ ดังนั้นการมีพนักงานขายเป็นปัจจัยจูงใจให้เกิดการสมัครสมาชิกที่ดี เนื่องจากพนักงานขายสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ แนะนำรูปแบบโยคะได้ในระดับเบื้องต้นถึงดีมาก สามารถแนะนำวิธีการออกกำลังกายที่ถูกต้องให้กับผู้ใช้บริการได้

กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ให้การบริการที่มีมาตรฐานด้วยคู่มือในการทำงานที่ชัดเจน มีการฝึกอบรมบุคลากรก่อนการดำเนินงาน การวัดระดับผลงานด้วย KPI เพื่อให้บุคลากรได้เข้าใจถึงขั้นตอนการให้บริการได้อย่างถูกต้องชัดเจน บุคลากรสามารถจัดการและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพที่มองเห็น (Physical Evidence) ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบรรยากาศโดยรวมเมื่อผู้ใช้บริการได้ก้าวเข้ามาสัมผัสจะให้ความรู้สึกผ่อนคลายทางด้านร่างกายและจิตใจ และภายในตกแต่งด้วยโทนสีที่ให้ความรู้สึกเย็นเป็นสีเขียวอมเทา เหมือนอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ มีมุมถ่ายรูป

มุมมองให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สำหรับการออกกำลังกายที่ได้รับการยอมรับมีความน่าเชื่อถือเรื่องของคุณภาพและความปลอดภัยต่อผู้ใช้บริการเป็นหลัก

วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. **การสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire)** จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ ซึ่งเป็นสตูดิโอโยคะที่ได้รับความนิยมและมีผู้เข้าใช้บริการประมาณ 140 ท่าน เข้าใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เป็นกลุ่มที่ฝึกโยคะเป็นประจำและผู้ที่เริ่มต้นฝึกโยคะ มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 104 ตัวอย่าง โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เต็มใจให้ข้อมูลในวันที่เก็บแบบสอบถาม โดยมีผู้เข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะแบบไม่เจาะจงการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับสมาชิกทั้งหมดหรือเปรียบเสมือนเป็นการศึกษาประชากรทั้งหมด แต่มีขนาดที่เล็กกว่า และมีจำนวนที่เหมาะสม วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงไม่ใช่ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จากแบบสอบถาม (Questionnaire)

การกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยวิธีของ taro Yamane สูตร $n = \frac{N}{1+Ne^2}$ $n = 104$ ตัวอย่าง

ลักษณะของเครื่องมือ การสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการหรือเลือกตอบ (Check-List) และแบบปลายเปิด (Open - ended Questions) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน อาชีพ และโรคประจำตัว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสตูดิโอโยคะ ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการหรือเลือกตอบ (Check-List) และเป็นแบบคำถามลักษณะปลายปิด (Close - ended Questions) ประกอบด้วย ด้านเนื้อหาประเภทของโยคะ ด้านความถี่ในการฝึกโยคะ ด้านค่าใช้จ่ายต่อคอร์สฝึกโยคะทั่วไป ด้านค่าใช้จ่ายต่อคอร์สเรียนหลักสูตรครูโยคะ ด้านช่วงเวลา / ระยะเวลา และด้านจำนวนผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบคำถามลักษณะปลายปิด (Close - ended Questions) โดยใช้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales) มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน 5

ระดับ คะแนน ทางการวัดแบ่งออกเป็น 5 = มีความเห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = มีความเห็นด้วย 3 = มีความเฉยๆ 2 = มีความไม่เห็นด้วย และ 1 = มีความไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสตูดิโอโยคะ ในความคิดของผู้สนใจใช้บริการ

2. วิธีการที่ใช้ในการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย โดยการนำเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ไปตรวจสอบหาความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ในการหาตรวจสอบหาความตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม นำเสนอต่ออาจารย์ ที่ปรึกษาประจำวิชา และผู้เชี่ยวชาญอื่น ๆ รวมทั้งหมด 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว เพื่อทำการตรวจสอบ ปรับปรุง และแก้ไขให้มีความตรง (Validity) เรียบร้อยแล้ว

ในส่วนของการตรวจสอบหาความเที่ยง (Reliability) การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปตรวจสอบหาความเที่ยงด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ IBM SPSS Statistics โดยแบบสอบถามส่วนที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายโยคะ ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.907 ประกอบไปด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.615 ด้านราคา มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.734 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.753 ด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.700 ด้านบุคลากร มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.659 ด้านกระบวนการ มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.699 และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.721 สรุปได้ว่า แบบสอบถามนี้มีความเที่ยง (Reliability)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการเก็บข้อมูล จากแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 104 ท่าน ท่านละ 1 ฉบับ เนื่องจากเป็นวิธีที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและได้ผลแบบสอบถามในระยะเวลาอันรวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 3-5 นาที

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามได้ครบถ้วนเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูลต่อไป โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยวิธีการทางสถิติในเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์แบบเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ นำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Mean & Standard deviation) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายความเรียง อธิบายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน อาชีพ และโรคประจำตัว นำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความต้องการในการเข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ด้านเนื้อหาประเภทโยคะ ด้านความถี่ในการฝึกโยคะ ด้านค่าใช้จ่าย ต่อคอร์สเรียน ด้านช่วงเวลาหรือระยะเวลาที่สามารถเข้าเรียนได้ และด้านจำนวนผู้ใช้บริการหรือสมาชิกในคลาส นำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายความเรียง

ค่า F-test จะใช้ทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผู้บริโภคที่มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ เพศ และโรคประจำตัว คำนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

ค่า One-Way ANOVA จะใช้ทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผู้บริโภคที่มีความต้องการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และอาชีพ คำนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความต้องการเข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ ตามเกณฑ์การวัดค่า

เก็บรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงการให้บริการออกกำลังประเภทโยคะมีประสิทธิภาพและดียิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

จากการศึกษาผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการสตูดิโอโยคะ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่โสด มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 20,000 บาท โดยมีอาชีพส่วนใหญ่ คือ ธุรกิจส่วนตัว รองลงมาคือมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีโรคประจำตัว

สำหรับพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการธุรกิจสตูดิโอโยคะ ด้านเนื้อหาหรือประเภทของโยคะ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเป็นในรูปแบบ Hatha Yoga (หฐะโยคะ) เป็นรูปแบบที่ต้องการยืดเหยียดร่างกายและเหมาะสำหรับผู้ฝึกใหม่ ที่ต้องการความถูกต้องในท่าทาง ความถี่ในการฝึกโยคะ 2 – 3 ครั้ง/สัปดาห์ สำหรับค่าใช้จ่ายต่อคอร์สฝึกโยคะทั่วไปจะอยู่ระหว่าง 1,001 – 5,000 บาท และสำหรับ

ค่าใช้จ่ายในคอร์สเรียนหลักสูตรครูโยคะจะอยู่ที่ระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท โดยเลือกเป็นช่วงเวลา / ระยะเวลา ที่สามารถเข้าคลาสเรียนได้ ในช่วงเวลา 17:00 – 20:00 น. รองลงมาคือช่วงเวลา 09:00 – 12:00 น. และผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีจำนวนสมาชิก ในคลาสเป็นในลักษณะแบบกลุ่ม 4 – 5 ท่าน

อภิปรายผล

การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจสตูดิโอโยคะในมุมมองของผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านโยคะให้ความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการต้องเข้าใจศาสตร์ที่ลึกซึ้ง ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการคำนึงถึง รูปแบบคลาสเรียนที่หลากหลายเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกเรียนได้เหมาะสมกับสรีระร่างกายและความต้องการของผู้ใช้บริการ สถานประกอบการได้รับการรับรองหลักสูตรที่เปิดสอนให้มีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐาน และมีการรับรองผู้ใช้บริการที่ผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐาน ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการคำนึงถึงการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคลาสเรียน แสดงราคาคลาสเรียนในรูปแบบต่างๆอย่างชัดเจน รวมทั้งช่องทางการชำระค่าใช้บริการที่หลากหลาย ด้านสถานที่พบว่า ผู้ใช้บริการคำนึงถึงสถานที่ตั้งที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทาง มีที่จอดรถที่เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าผู้ใช้บริการคำนึงถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์ การแจ้งข่าวให้กับสมาชิกทราบอย่างทั่วถึง การจัดกิจกรรม รวมถึงการนำเสนอสินค้าออกกำลังกายที่ได้คุณภาพต่อมาทางด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการครูผู้สอนควรได้รับการรับรอง ความเชี่ยวชาญในการสอนและมีประสบการณ์การถ่ายทอดที่ดี รวมถึงเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความพร้อมในการทำงาน อัจฉริยะดี พุดจาไพเราะ สำหรับด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าการแก้ปัญหาหากผู้ใช้บริการเกิดการบาดเจ็บ มีการจัดการที่ดี ข้อเสนอแนะทั้งก่อนฝึกและหลังฝึก ที่ควรชี้แจงให้ผู้ใช้บริการทราบในทุกๆ ครั้ง ด้านลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นพบว่า สถานประกอบการให้ความผ่อนคลาย อุปกรณ์ที่ทันสมัย ปลอดภัยต่อการใช้งานและมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการอย่างครบครัน

จากการวิจัยความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจสตูดิโอโยคะ พบว่าในส่วนของการเงินและการลงทุน จะมีเงินลงทุนจากส่วนของผู้ประกอบการอยู่ที่ 1,000,000.00 บาท มีค่าใช้จ่ายสำหรับการลงทุนนั้น จากการทำงบประมาณการลงทุน จะเป็นสัดส่วนเงินลงทุนที่มากที่สุด คือค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานอยู่ที่ประมาณ 555,000 บาท หรือประมาณร้อยละ 55.50% ของเงินลงทุนทั้งหมด โดยที่ระยะเวลาคืนทุนรวม จะอยู่ที่ 2 ปี 68 วัน อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) จะอยู่ที่ ร้อยละ 100% มีการประมาณการจำนวนผู้ใช้บริการต่อวัน 30 ท่าน ตั้งแต่ช่วงเวลา 09:00 – 20:00 คิดเป็นรายได้ประมาณการต่อเดือนอยู่ที่ 205,500.00 บาท และต่อปีอยู่ที่ 1,506,000.00 บาท หลังหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ประมาณการกำไรสุทธิปีที่ 1 จะอยู่ที่ 213,391.20 บาท โดยมีจุดคุ้มทุนต่อปีประมาณ 1,980,873.31 บาท

ข้อเสนอแนะ

จากการเก็บข้อมูลของงานวิจัยฉบับนี้ มีข้อจำกัดอยู่ที่ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามเฉพาะในสตูดิโอโยคะจำนวน 2 สตูดิโอเท่านั้น ซึ่งผู้ที่ทำวิจัยครั้งต่อไปอาจนำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการสำรวจกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงจำนวนตัวอย่างของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจำนวนเพียง 104 ตัวอย่าง เนื่องจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน จึงไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ในปริมาณที่มาก ดังนั้นผู้ที่ทำวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลจากตัวอย่างในปริมาณที่มากขึ้นในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การเก็บข้อมูลของงานวิจัยฉบับนี้ มีข้อจำกัดอยู่ที่ขอบเขตด้านช่วงเวลา เพราะผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามในช่วงเดือนมกราคม 2564 - พฤษภาคม 2564 ซึ่งเป็นระยะเวลาไม่มาก หากผู้ที่ทำวิจัยครั้งต่อไป อาจใช้เวลาในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยระยะเวลาที่เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษดา ตั้งชัยศักดิ์ และณัฐวัฒน์พานิช (2563). ทศนคติที่มีต่อการออกกำลังกายและรูปแบบการให้ผู้ที่บริการที่คาดหวังจากสถานออกกำลังกาย (Fitness center) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชลลดา บุตรวิธา (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์), คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.
- ฟาริดา ยูมาดิน. ส่วนประสมการตลาดบริการ และคุณภาพบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร. วารสารฉบับที่ 2 ก.ค.-ธ.ค. 2562.
- ศุภกร ปิ่นทอง (2564). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย.(สารนิพนธ์), วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย (2564). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ เน้นสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลัญชัย ลิ่งแท้กุล (สพจ.) 2242/2. การจัดการการดำเนินงาน : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

พิมพ์ครั้งที่ 2, 2562

อรอนงค์ จันทิมา และคณะ (2561). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกกำลังกาย
ของนักศึกษา ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. (งานวิจัย),
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.