



การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬา ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

กิตติคุณ แสงนิล*, พัสกร ดวงดี, ศิษษก ประจวบสุข

และธีรพงศ์ ทะนันไชย

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬาในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยวิเคราะห์ความเป็นไปได้ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาประกอบด้วยประชากรจำนวน 400 คน ที่ออกกำลังกายในศูนย์กีฬาและใช้บริการในธุรกิจสุขภาพในเขตมีนบุรี ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.89 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า โครงการศูนย์กีฬามีความเป็นไปได้ในทั้ง 3 ด้าน โดยในด้านการตลาดพบว่ากลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เช่น ความสะดวกในการเดินทาง ราคาค่าบริการที่เหมาะสม คุณภาพของบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับด้านเทคนิค พบว่าทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมต่อการลงทุน เนื่องจากพื้นที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ส่วนในด้านการจัดการพบว่าการบริหารจัดการองค์กรที่เน้นการพัฒนาบุคลากรและการกำหนดหน้าที่ที่ชัดเจน ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจ ข้อเสนอแนะจากการศึกษานี้คือ ผู้ลงทุนควรพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเทคนิค และติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

คำสำคัญ: ความเป็นไปได้, การลงทุน, ธุรกิจศูนย์กีฬา

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: กิตติคุณ แสงนิล คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. Email: kittikun.san@kbu.ac.th



THE FEASIBILITY STUDY OF INVESTMENT OF SPORTS COMPLEX IN MINBURI DISTRICT, BANGKOK

Kittikun Sangnin*, Phatsakorn Duangdee, Siksaka Prajobsuk
and Teerapong Tananchai
Faculty of Sport Science, Kasem Bundit University

Abstract

This study aims to assess the feasibility of investing in a sports complex business in Min Buri District, Bangkok, by analyzing feasibility in three dimensions: marketing, technical, and managerial aspects. The study sample consisted of 400 individuals who exercised at sports centers and used health-related services in Min Buri District, selected using multi-stage sampling. The research instrument was a questionnaire that had been validated for content validity and had a reliability coefficient of 0.89. Data analysis was conducted using descriptive statistics (mean and standard deviation) and content analysis.

The study indicates that the sports complex project is feasible in all three aspects. In terms of marketing, the target group places importance on marketing mix factors such as accessibility, reasonable pricing, service quality, and available facilities. Regarding technical aspects, the location is suitable for investment due to the area's potential for infrastructure development. In terms of management, an organizational structure that emphasizes personnel development and clearly defined responsibilities helps strengthen business stability. The recommendations from this study are that investors should continuously develop marketing strategies to meet the needs of the target group, prioritize the development of technically skilled personnel, and consistently monitor operational performance to ensure long-term business sustainability.

Keywords: Feasibility, Investment, Sports Complex

**Corresponding Author: Kittikun Sangnin, Faculty of Sport Science, Kasem Bundit University.*

Email.: kittikun.san@kbu.ac.th



บทนำ

ปัจจุบันพบว่า การเติบโตของธุรกิจการให้บริการสนามกีฬาและศูนย์กีฬา (Sports Complex) กันมากขึ้น ธุรกิจศูนย์กีฬาเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ส่งเสริมให้เกิดรายได้ การจ้างงาน ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวและนันทนาการ ช่วยกระจายรายได้ให้กับพื้นที่ รวมถึงส่งเสริมให้ผู้คนมีการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพมากขึ้น มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาลงทุนธุรกิจด้านการออกกำลังกายมากขึ้นในแต่ละประเภทกีฬา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (Department of Business Development, 2020) รายงานว่า ธุรกิจกีฬามีอัตราการเติบโตอยู่ระหว่าง 3-4% ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพ และเป็นค่านิยมในการดำเนินชีวิตของคนในสังคม โดยเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น เลือกชุดกีฬาที่สามารถใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ซื้ออุปกรณ์ออกกำลังกายมาใช้ที่บ้าน หรือการค้นหาสถานที่ออกกำลังกายก็มีจำนวนมากขึ้น หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาเริ่มฟื้นตัว โดยความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศเริ่มกลับมา โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการจากต่างชาติดังกล่าวกลับเข้ามาขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศมากถึง 80% ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่เริ่มเข้าสู่ตลาดและสร้างความแตกต่างโดยการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แม้จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่การศึกษาด้านความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะในเขตมีนบุรี ยังคงมีข้อจำกัดและไม่ครอบคลุมถึงการวิเคราะห์ในเชิงลึกเกี่ยวกับศักยภาพและความเหมาะสมในด้านต่างๆ เช่น ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการ ในขณะที่พื้นที่มีนบุรีเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาทางคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการขยายตัวของธุรกิจและอุตสาหกรรมหลากหลายประเภท จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจศูนย์กีฬาในประเทศไทยมักเน้นไปที่การบริหารจัดการทั่วไป หรือการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในระดับกว้าง (Chalip & O'Brien, 2008; Nattapong Limpairote, 2011) แต่ยังไม่มีการวิจัยที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬาในพื้นที่เฉพาะอย่างเขตมีนบุรี โดยการประเมินปัจจัยเชิงลึก เช่น ศักยภาพในเชิงพื้นที่และเศรษฐกิจ ความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ และการบริหารจัดการธุรกิจที่เหมาะสมในบริบทของพื้นที่ จากการศึกษาเบื้องต้น ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้อยู่อาศัยและผู้ประกอบการในพื้นที่ รวมถึงการค้นคว้าข้อมูลจากรายงานการพัฒนาเมืองหรือข้อมูลจากเทศบาลเขตมีนบุรี พบว่า พื้นที่มีนบุรีเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาทางคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง ยังเป็นเขตที่มีธุรกิจและอุตสาหกรรมหลากหลาย จากข้อมูลด้านสถานการณ์ของการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ที่ได้กล่าวมา อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬาในพื้นที่เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ที่สามารถเชื่อมโยงปัจจัยด้านการตลาด เทคนิค และการจัดการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมสำหรับการตัดสินใจลงทุน โดยเฉพาะในบริบทที่พื้นที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจและคมนาคมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินโอกาสและความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬาในเขตพื้นที่มีนบุรี กรุงเทพมหานคร มีประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมกีฬา กีฬานั้นกลายเป็นธุรกิจที่เติบโตมากขึ้น โดยผู้ประกอบการสามารถสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจทั้งเกี่ยวข้องโดยตรงหรือธุรกิจที่มีส่วนได้ส่วนเสีย



กับธุรกิจ และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับกีฬาและการออกกำลังกายได้ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬาในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว และนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางสำหรับการตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬา ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประเภทของการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน แบ่งวิธีการศึกษาออกเป็นทั้งหมด 3 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการ ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาด้านการตลาด แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 แบบ คือข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ดังต่อไปนี้ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและสถิติที่ใช้ โดยเก็บข้อมูลจากประชากรในพื้นที่ ซึ่งมีจำนวน 141,030 คน และประชากรต่างถิ่น ที่เดินทางมายังเขตพื้นที่มีนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Department of Provincial Administration, 2023) เพื่อสอบถามพฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์กีฬา ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามผ่านการทดสอบค่าความเชื่อมั่น ดำเนินการสอบถามพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์กีฬาในพื้นที่ โดยใช้ค่าเฉลี่ยที่ระดับ มากกว่า 3.50 (ในระดับคะแนน 5 ระดับ) เป็นเกณฑ์ว่าปัจจัยด้านการตลาดมีความเป็นไปได้ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการค้นคว้าข้อมูลจากภายนอก จากหนังสือ เอกสาร วารสารต่างๆ สื่อออนไลน์ และจากเอกสารอ้างอิงต่างๆ โดยใช้กรอบการวิเคราะห์โมเดลกดดัน 5 อย่าง (Five Force Model), การวิเคราะห์เพสเทล (PESTEL Analysis) และ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) เพื่อระบุโอกาสและความเสี่ยงในตลาด เกณฑ์บ่งชี้ความเป็นไปได้หากผลการวิเคราะห์แสดงว่าจุดแข็ง (Strengths) และโอกาส (Opportunities) มีน้ำหนักมากกว่าจุดอ่อน (Weaknesses) และอุปสรรค (Threats) จะถือว่าด้านการตลาดมีความเป็นไปได้ การวิเคราะห์ทั้งสองเครื่องมือนี้ช่วยให้ผู้ลงทุนหรือผู้จัดการธุรกิจเข้าใจความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมธุรกิจ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และวางแผนกลยุทธ์องค์กรได้เป็นอย่างดี และมีการใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนทางธุรกิจหรือการขยายตัวของธุรกิจในสถานการณ์ที่ซับซ้อนหรือมีการแข่งขันที่สูงขึ้น



2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

ในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค (Suwat Srisuwan, & Paweena Saichu, 2010) โดยการเก็บและรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการศึกษาโดยเก็บข้อมูลเชิงสำรวจเกี่ยวกับ และทำการศึกษาในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) การเลือกทำเลที่ตั้งในการบริการ เพื่อพิจารณาความเหมาะสมด้านสถานที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ 2) การจัดวางผัง เพื่อศึกษารูปแบบของอาคารที่มีความดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความเหมาะสมต่างๆ เกณฑ์บ่งชี้ความเป็นไปได้ หากผลการวิเคราะห์ระบุว่าทำเลที่ตั้งและรูปแบบการจัดวางสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ จะถือว่าด้านเทคนิคมีความเป็นไปได้

3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธุรกิจบริการ และข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการบริหารจัดการ (Siriwan Suttichai, 2007) ได้ทำการศึกษาในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) โครงสร้างขององค์กร 2) ลักษณะการดำเนินการบริหารจัดการ เกณฑ์บ่งชี้ความเป็นไปได้หากโครงสร้างและรูปแบบการบริหารจัดการมีความเหมาะสมและมีศักยภาพในการดำเนินงาน จะถือว่าด้านการจัดการมีความเป็นไปได้

กลุ่มตัวอย่าง

เก็บข้อมูลจากประชากร ที่ออกกำลังภายในศูนย์กีฬาและใช้บริการในธุรกิจสุขภาพต่างๆ ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ (Cochran, 1977) โดยแทนค่าในสูตร $n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16 = 384$ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ คือ 385 คน โดยสามารถเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามได้ทั้งสิ้น 400 คน

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬา ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วยด้านการตลาด ด้านเทคนิค และ ด้านการจัดการ และนำมาออกแบบสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดการวิจัยมาทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการหาค่าความตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ดังต่อไปนี้ 1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการตรวจสอบปรับปรุงความตรงจากค่าการวิเคราะห์ความสอดคล้องรายข้อ (Item Objective Congruence: IOC) จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม เท่ากับ 1 พบว่าทุกข้อคำถามมีค่า 1 และ 2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มบุคคลทั่วไปที่เกี่ยวข้องที่เคยใช้บริการศูนย์กีฬาอื่นๆ ในเขตมีนบุรี จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.89



3. การวิเคราะห์อุปสงค์ของการบริโภคจากตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์กีฬา การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการวิจัยเชิงปริมาณ มีการเก็บข้อมูลโดยการนำแบบสอบถามชุดเดียวกันกับที่สร้างขึ้นไปทำให้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้เวลารวบรวมข้อมูลในการส่งแบบสอบถามออนไลน์ประมาณ 1 เดือน รวมทั้งหมด 400 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละประเด็น การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์การประเมินตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert Scale โดยกำหนดช่วงคะแนนดังนี้ 4.21–5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด, 3.41–4.20 หมายถึง ระดับมาก, 2.61–3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง, 1.81–2.60 หมายถึง ระดับน้อย และ 1.00–1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

5. หลังจากนั้นวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์โมเดลกดดัน 5 อย่าง (Five Force Model), การวิเคราะห์เพสเทล (PESTEL Analysis) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) โดยใช้การค้นคว้าข้อมูลจากภายนอก และจากเอกสารอ้างอิงต่างๆ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการสัมภาษณ์และข้อมูลเชิงลึก

6. การวิเคราะห์ความเหมาะสมด้านเทคนิค

7. การวิเคราะห์ถึงสมรรถนะภาพหลักของธุรกิจในการดำเนินการบริหาร

8. การสรุปผลการวิจัย โดยสรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ นำเสนอผลในรูปแบบการสังเคราะห์ข้อค้นพบ อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะแนวทางการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดประสงค์ส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	mean	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.43	0.48	มาก
ด้านราคา	3.67	0.41	มาก
ด้านสถานที่จำหน่ายหรือช่องทางจำหน่าย	3.33	0.47	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.00	0.46	ปานกลาง
ด้านบุคคล	3.63	0.46	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.39	0.34	ปานกลาง
ด้านกระบวนการ	3.76	0.46	มาก
ส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม	3.46	0.47	มาก



จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างวิจัยนี้ จำแนกตามจุดประสงค์ส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.43$, $SD = 0.48$) อยู่ในระดับมาก ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 0.41$) อยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่จำหน่ายหรือช่องทางจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.33$, $SD = 0.47$) อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.00$, $SD = 0.46$) อยู่ในระดับปานกลาง ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.63$, $SD = 0.46$) อยู่ในระดับมาก ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.39$, $SD = 0.34$) อยู่ในระดับปานกลาง และ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.46$) อยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) และเมื่อพิจารณารายด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์คือ อุปกรณ์ออกกำลังกายและเล่นกีฬาในศูนย์กีฬา มีความหลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) ด้านราคาคือ ราคาคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับจากการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) ด้านช่องทางจำหน่าย คือ สถานที่สะดวกต่อการเดินทาง การเข้าถึงง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) ด้านบุคคล คือ พนักงานเป็นมิตร มีความสุภาพ อ่อนน้อม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) ด้านลักษณะทางกายภาพคือ พื้นที่ให้บริการกว้างขวาง สถานที่มีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) และด้านกระบวนการคือ มีการให้บริการ ที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$)

กลุ่มตัวอย่างวิจัยนี้ มีปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์กีฬา พบว่า ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 30.4 เดินทางสะดวก คิดเป็นร้อยละ 24.8 ราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 14.7 บริการดี คิดเป็นร้อยละ 14.1 ที่จอดรถมาก คิดเป็นร้อยละ 5.9 ชื่อเสียงของสถานบริการ คิดเป็นร้อยละ 4.0 เครื่องออกกำลังกายใหม่ และหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 2.6 สถานที่ตกแต่งสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 1.9 มีคลาสเรียนหลายช่วงเวลา คิดเป็นร้อยละ 1.6 ในส่วนการจำแนกตามจุดประสงค์ท่านคิดว่าควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกใดบ้างในศูนย์กีฬา พบว่า กลุ่มตัวอย่างวิจัยนี้คิดว่า ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก ห้องน้ำสะอาด คิดเป็นร้อยละ 35.6 ล็อกเกอร์เก็บของ คิดเป็นร้อยละ 17.8 อุปกรณ์กีฬาให้เช่า/ยืม คิดเป็นร้อยละ 12.1 บริการผ้าขนหนู คิดเป็นร้อยละ 11.9 เครื่องวัดไขมัน คิดเป็นร้อยละ 11.6 บริการแชมพู สบู่ ไดรฟ์เป่าผม คิดเป็นร้อยละ 7.5 ห้องพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 3.5 ยิ่งไปกว่านั้น ภายในศูนย์กีฬา ควรมี ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 22.8 ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 21.7 ร้านขายอุปกรณ์กีฬา คิดเป็นร้อยละ 21.7 ร้านขายเสื้อผ้าออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 18.3 ร้านนวด-สปา คิดเป็นร้อยละ 11.2 ร้านทำผม คิดเป็นร้อยละ 2.2 ร้านสอนพิเศษ สอนภาษา คิดเป็นร้อยละ 2.1 โดยแหล่งข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจใช้บริการศูนย์กีฬา ได้แก่ บุคคลใกล้ชิดแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 65.2 สื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 31.2 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 1.7 สื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 1.3 สื่อวิทยุโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 0.6



ผลการวิเคราะห์โมเดลกดดัน 5 อย่าง (Five Force Model)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์โมเดลกดดัน 5 อย่าง (Five Force Model)

องค์ประกอบของ Five Force Model	กระบวนการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์โดยสรุป
1) แรงที่เกิดจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม	ศึกษาจำนวนคู่แข่งในพื้นที่มีนบุรี ทั้งภาครัฐและเอกชน วิเคราะห์ระดับการแข่งขันจากการสำรวจธุรกิจที่ให้บริการด้านกีฬาและนันทนาการ	พบว่าระดับการแข่งขันอยู่ในระดับ ปานกลาง ภาคเอกชนยังมีโอกาสสร้างความแตกต่างและแบ่งตลาดได้
2) ภาวะคุกคามของคู่แข่งรายใหม่	วิเคราะห์อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด เช่น เงินลงทุนเริ่มต้น ราคาที่ดิน เศรษฐกิจ และการเข้าถึงแหล่งทุน	ภาวะคุกคามอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากต้นทุนและความเสี่ยงทางเศรษฐกิจสูง
3) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	สำรวจจำนวนศูนย์กีฬาในพื้นที่และพฤติกรรม การเลือกใช้บริการของผู้บริโภค	อำนาจต่อรองอยู่ในระดับปานกลาง ผู้บริโภคมีทางเลือกหลายแห่ง แต่ความต้องการบริการยังสูง
4) อำนาจต่อรองของผู้ขาย	พิจารณาจำนวนผู้จำหน่ายสินค้าและปัจจัยการผลิต เช่น อุปกรณ์กีฬา และระบบขนส่งสินค้า	อำนาจต่อรองของผู้ขายอยู่ในระดับ ต่ำ เนื่องจากมีผู้จำหน่ายหลายรายและการแข่งขันสูง
5) ภาวะคุกคามของสินค้าทดแทน	วิเคราะห์ธุรกิจบริการทางเลือก เช่น สนามกีฬาเฉพาะทาง ฟิตเนสเฉพาะกลุ่ม และกิจกรรมนันทนาการอื่น	ภาวะคุกคามอยู่ในระดับสูง เพราะมีบริการทางเลือกจำนวนมากที่สามารถทดแทนกันได้

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอุตสาหกรรมโดยใช้ Five Force Model พบว่า

(1) แรงที่เกิดจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม พบว่ามีการแข่งขันในการให้บริการกีฬาและสิ่งบริการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่มีนบุรี โดยพิจารณาจำนวนและขนาดของคู่แข่งที่มีอยู่และระดับความแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากภาคเอกชนมีการปรับตัวและปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจหลังจากผ่านวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ยังมีโอกาสที่สามารถแข่งขันและแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้ ถึงแม้จะมีพื้นที่สาธารณะได้รับการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่สำหรับการให้บริการเพื่อทำกิจกรรมกีฬอย่างต่อเนื่อง ที่อยู่ในความดูแลของภาครัฐ แต่ก็ยังเป็นโอกาสให้กับผู้ประกอบการภาคเอกชนนำเสนอและส่งเสริมการให้บริการที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ได้ โดยมีแผนกลยุทธ์ที่ส่งเสริมและสร้างสรรค์การให้บริการให้เหมาะสมและน่าสนใจ

(2) ภาวะคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ พบว่า อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากสำหรับผู้ที่ต้องการเข้ามาลงทุนต้องใช้งบประมาณในการลงทุนสูงมาก ต้องเป็นผู้ประกอบการเอกชนรายใหญ่หรือปานกลางที่สามารถจัดสรร



เงินลงทุนได้อย่างเพียงพอ ประกอบกับปัจจุบันราคาที่ดินในเขตพื้นที่มีนบุรีปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการเติบโตของแนวการพัฒนาโครงข่ายการขนส่งมวลชนที่ทันสมัยและครอบคลุมมากขึ้น และสถานะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยในปัจจุบันไม่ค่อยดีนัก จากสถานะการผันผวนของเศรษฐกิจไทยและโลก ทำให้สถาบันการเงินแต่ละแห่ง ค่อนข้างระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อ

(3) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจศูนย์กีฬาในเขตมีนบุรี ยังมีจำนวนน้อยที่เป็นของภาคเอกชน แต่ยังมีศูนย์กีฬาของกรุงเทพมหานคร หรือศูนย์กีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา เขตมีนบุรี ที่อาจเป็นตัวเลือกและดึงดูดการเข้าใช้บริการของผู้บริโภคส่วนหนึ่งได้ อย่างไรก็ตาม ศูนย์กีฬาของภาคเอกชนแต่ละแห่งมีลักษณะการให้บริการและราคาที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้บริโภคอาจเลือกใช้บริการกับศูนย์กีฬาใดก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบจำนวนประชากรในถิ่นและประชากรต่างถิ่นแล้ว พบว่าปริมาณความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่เขตมีนบุรียังเป็นโอกาสและแนวโน้มที่ดีและสามารถเติบโตได้สำหรับธุรกิจศูนย์กีฬาของภาคเอกชน

(4) อำนาจต่อรองของผู้ขาย พบว่า อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากพื้นที่มีนบุรี มีกิจการและเป็นแหล่งการกระจายสินค้าที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจศูนย์กีฬา อีกทั้งเส้นทางคมนาคมยังสะดวกสบาย มีการบริการส่งสินค้าถึงที่ และมีผู้จำหน่ายอยู่หลายราย ธุรกิจศูนย์กีฬาจึงมีตัวเลือกในการสั่งซื้อปัจจัยการผลิตได้หลากหลายทาง

(5) ภาวะคุกคามของสินค้าทดแทน พบว่า อยู่ในระดับสูง โดยสินค้าทดแทนในอุตสาหกรรมธุรกิจศูนย์กีฬา ในพื้นที่มีนบุรี เป็นในลักษณะของธุรกิจที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาและนันทนาการเฉพาะทาง เช่น ธุรกิจสนามให้เช่า ทั้งสนามแบดมินตัน สนามฟุตซอล สนามฟุตบอล จะมีผู้ประกอบการเอกชนเหล่านี้จำนวนมากที่ให้บริการเฉพาะกีฬานั้นๆ ซึ่งสามารถทดแทนกันได้ ปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการหลายรายเติบโตขึ้นในเขตพื้นที่มีนบุรี

ผลการวิเคราะห์เพสเทล (PESTEL Analysis)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์เพสเทล (PESTEL Analysis)

องค์ประกอบของ PESTEL	กระบวนการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์โดยสรุป
P – การเมือง (Political)	ศึกษานโยบายของรัฐและทิศทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านกีฬาและสุขภาพในเขตมีนบุรี	พบว่ามี เสถียรภาพทางการเมือง และนโยบายสนับสนุนการออกกำลังกาย ส่งผลดีต่อการลงทุนและการเข้าถึงบริการกีฬา
E – เศรษฐกิจ (Economic)	วิเคราะห์ ภาวะเศรษฐกิจ ระดับประเทศและการลงทุนในพื้นที่ รวมถึงกำลังซื้อของประชาชน	แม้เศรษฐกิจประเทศชะลอตัว แต่พื้นที่มีการเติบโตจากการลงทุนของรัฐและเอกชน ทำให้เกิด โอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้น



องค์ประกอบของ PESTEL	กระบวนการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์โดยสรุป
S – สังคม (Social)	สำรวจพฤติกรรมและค่านิยมของ ประชากรในด้านสุขภาพ กีฬา และการใช้เวลาว่าง	ประชากรวัยทำงานให้ความสำคัญกับ สุขภาพมากขึ้น แม้มีความหลากหลายทาง วัฒนธรรมแต่ยังมีแนวโน้ม นิยมกิจกรรม กีฬาเพิ่มขึ้น
T – เทคโนโลยี (Technological)	ศึกษาการใช้เทคโนโลยีในธุรกิจ บริการกีฬา เช่น ระบบจอง ออนไลน์และการตลาดดิจิทัล	เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและ ประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ เช่น แอป พลิเคชันจัดการบริการและระบบออนไลน์
E – สิ่งแวดล้อม (Environmental)	วิเคราะห์ แนวทางจัดการ สิ่งแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	มีแนวโน้มเน้น ศูนย์กีฬาสีเขียว (Green Sport Facilities) ที่ลดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
L – กฎหมาย (Legal)	ตรวจสอบกฎหมายและ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินธุรกิจและความปลอดภัย ของสถานบริการ	การปฏิบัติตามกฎหมายช่วยลดความ เสี่ยงทางธุรกิจและสร้าง ความน่าเชื่อถือ ระยะยาว ให้กับผู้ประกอบการ

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้การวิเคราะห์เพสเทล (PESTEL Analysis) พบว่า ปัจจัยทางด้านการเมืองพบว่า ในเขตพื้นที่มีบุรีมีการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมอย่างก้าวกระโดด ส่งผลต่อความง่ายต่อการเข้าถึงและสะดวกในการเข้าใช้บริการศูนย์กีฬาได้ อีกทั้งมีนโยบายทางกีฬาและการส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความต้องการที่เพิ่มขึ้นในกิจกรรมทางกีฬาและการออกกำลังกาย และความมีเสถียรภาพทางการเมืองเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักลงทุนกล้าและพร้อมที่จะลงทุนในพื้นที่มากขึ้น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจพบว่า ถึงแม้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยจะค่อนข้างชะลอตัว แต่เศรษฐกิจในพื้นที่กลับมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีการลงทุนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการหมุนเวียนเงินในพื้นที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีกลุ่มเป้าหมายที่มีความสามารถในการใช้จ่ายในกิจกรรมกีฬาและบันเทิงมากขึ้นด้วย ปัจจัยทางด้านสังคมพบว่า ประชากรในช่วงวัยทำงานส่วนใหญ่มีความสนใจและใส่ใจในการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายดูแลสุขภาพ ผ่านทางการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย อย่างไรก็ตามประชากรในพื้นที่มีบุรีมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณีการปฏิบัติทางศาสนา ทำให้ประชากรจะมีความสนใจในกีฬาและวัฒนธรรมการเล่นกีฬาที่แตกต่างกัน ปัจจัยทางเทคโนโลยีพบว่า การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสำคัญมาก ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของคนในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก ช่วยปรับปรุงและช่วยสร้างประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริการได้ เช่น การพัฒนาและใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของศูนย์กีฬา ระบบการจองออนไลน์ การตลาดออนไลน์ เป็นต้น การ



ปรับตัวและเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีสามารถช่วยเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจศูนย์กีฬาในพื้นที่มีนบุรีได้อย่างเข้มแข็ง ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมพบว่า การให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การก่อสร้างและการดำเนินธุรกิจศูนย์กีฬา ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบและค่าใช้จ่ายในระยะยาวได้ รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของธุรกิจและทำให้ได้รับการยอมรับที่ดีจากชุมชนโดยรอบได้ด้วย ในส่วนปัจจัยทางกฎหมาย ปัจจัยทางกฎหมายเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจศูนย์กีฬาในเขตมีนบุรี การปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้องไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงจากข้อพิพาท แต่ยังสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจในระยะยาว

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

องค์ประกอบของ SWOT	กระบวนการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์โดยสรุป
S – จุดแข็ง (Strengths)	วิเคราะห์ปัจจัยภายในด้านทรัพยากร สถานที่ และเทคโนโลยีของศูนย์กีฬา	มีสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย ใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง
W – จุดอ่อน (Weaknesses)	ประเมินข้อจำกัดด้านต้นทุน การลงทุน การบริหาร และความคาดหวังของลูกค้า	มีต้นทุนก่อสร้างและบริหารสูง ราคาค่าบริการจำเป็นต้องสูงขึ้น และลูกค้ามีความคาดหวังสูงต่อคุณภาพบริการ
O – โอกาส (Opportunities)	วิเคราะห์แนวโน้มตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านกีฬาและสุขภาพ	ความสนใจด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น พื้นที่มีนบุรีมีศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจและอสังหาริมทรัพย์ ส่งเสริมการขยายฐานลูกค้า
T – อุปสรรค/ภัยคุกคาม (Threats)	ประเมินปัจจัยภายนอก เช่น เศรษฐกิจ โรคระบาด และพฤติกรรมผู้บริโภค	เศรษฐกิจชะลอตัว ความไม่แน่นอนของผู้บริโภค และ ความกังวลเรื่องความปลอดภัยสุขภาพ อาจกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมของโครงการโดยใช้ SWOT Analysis พบว่า

(1) จุดแข็งของโครงการ คือ ศูนย์กีฬามีสถานที่ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ใหม่ ทันสมัย และสวยงาม เนื่องจากเป็นโครงการเปิดใหม่ ความหลากหลายของสิ่งให้บริการสามารถดึงดูดความสนใจในการใช้บริการของลูกค้าได้ อีกทั้งการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการ ทำให้เพิ่มความสะดวกสบายกับลูกค้า ช่วยการตลาดประชาสัมพันธ์ และการบริหารงานในธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างสรรค์กิจกรรมที่เน้นสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจ จะช่วยดึงดูดลูกค้าทั้งเก่าและใหม่ให้กลับมาใช้บริการซ้ำ และที่สำคัญเขตมีนบุรีมีการเติบโตและพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้มีโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและผู้เข้าพักที่อยู่ในกรุงเทพและ



ปริมาณลดได้ง่าย ดังนั้น การลงทุนโครงการพัฒนาศูนย์กีฬาในพื้นที่มีบุรี จึงเป็นจุดตั้งต้นที่ดีในการดำเนินธุรกิจ

(2) จุดอ่อนของโครงการ คือ ความคาดหวังของลูกค้าที่สูงอาจทำให้ต้องการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ระดับสูง ซึ่งอาจส่งผลให้ต้องลงทุนเพิ่มเติมในการพัฒนาโครงการ และการดูแลรักษาที่สูงขึ้น อีกทั้งการลงทุนโครงการมีรายจ่ายในการพัฒนาและก่อสร้างที่สูง อาจส่งผลต่อความมั่นคงทางการเงินในระยะยาวหากมีความผิดพลาดเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ และการลงทุนพัฒนาโครงการนี้และค่าบริหารจัดการจะมีต้นทุนที่สูงมาก ราคาค่าบริการจึงจำเป็นต้องปรับตัวสูงขึ้นตามไปด้วย

(3) โอกาสของโครงการ คือ การให้บริการทางการกีฬาและความบันเทิงที่หลากหลาย ซึ่งจะดึงดูดกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น อีกทั้งการเติบโตของกีฬา และความสนใจในการออกกำลังกายที่สูงขึ้นในปัจจุบัน ทำให้เป็นโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ยิ่งขึ้น รวมถึงการดำเนินธุรกิจการให้บริการศูนย์กีฬา เป็นธุรกิจที่ช่วยพัฒนาและส่งเสริมคนให้เป็นคนที่มีคุณภาพ สุขภาพร่างกายแข็งแรง เป็นธุรกิจที่ได้รับการยอมรับและการสนับสนุนที่ดีจากชุมชนและสังคมโดยรอบ ยิ่งไปกว่านั้น พื้นที่เขตมีบุรีเป็นพื้นที่เขตโซนกรุงเทพตะวันออกที่มีศักยภาพและมีการเติบโตของธุรกิจและกลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้พื้นที่นี้มีการพัฒนาโครงการต่างๆ มากมาย ทำให้เป็นพื้นที่ที่น่าสนใจและเหมาะสมต่อการใช้ชีวิตและทำงาน ยิ่งกระตุ้นนักลงทุนและนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาอย่างต่อเนื่อง โอกาสที่จะเพิ่มฐานลูกค้าใหม่จึงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

(4) ภัยคุกคามของโครงการ พบว่า เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยในปัจจุบันค่อนข้างชะลอตัวและไม่ค่อยดีนัก จึงอาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ทำให้เกิดการใช้จ่ายในครัวเรือนน้อยลงได้ ทำให้เกิดความไม่แน่นอนในยอดขายสินค้าและบริการ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงในสภาพเศรษฐกิจอาจส่งผลให้มีการปรับปรุงแผนการลงทุนหรือการใช้งบประมาณในโครงการธุรกิจศูนย์กีฬา รวมถึงประเด็นข้อกังวลเรื่องความปลอดภัยจากโรคระบาดต่างๆ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า ทำให้เกิดการลังเลและตัดสินใจยกเลิกไม่เข้ามาใช้บริการได้

สรุปความเป็นไปได้ด้านการตลาดพบว่า จากการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าใช้บริการศูนย์กีฬาอื่นๆ ในพื้นที่เขตมีบุรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในระดับมากทุกด้าน และสอดคล้องกับระดับความสำคัญในการเลือกเข้าใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั่วไป นอกจากนี้เมื่อทำการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของโครงการแล้วพบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ด้านการตลาด จากรายงานข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการศูนย์กีฬา ผลการวิจัยนี้เสนอแนวทางให้ศูนย์กีฬาในพื้นที่มีบุรี ปรับปรุงศูนย์กีฬาเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าตามความต้องการ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกตามความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น การเพิ่มห้องน้ำสะอาดมากขึ้น และมีบริการอื่นๆ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อศูนย์กีฬานั้นๆ รวมถึงจากผลการวิจัยที่ได้รับ พบว่าปัจจัยทางการตลาด ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (อุปกรณ์ออกกำลังกายและเล่นกีฬา) และความสำคัญของราคาที่สำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจและเลือกใช้บริการในศูนย์กีฬาเหล่านี้ได้มากขึ้น อีกทั้งผลจากการศึกษาโดยใช้ Five Force Model ในการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมขององค์กร สามารถช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตและความสามารถในการ



การแข่งขันของธุรกิจศูนย์กีฬาได้เป็นอย่างดี โดยการสรุปผลการวิเคราะห์และการแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนของโครงการจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการตัดสินใจทางธุรกิจของผู้ลงทุน จากการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ธุรกิจยังมีโอกาสแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด หากมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน อีกทั้ง ความเสี่ยงจากผู้เข้าแข่งขันรายใหม่มีน้อย สนับสนุนความมั่นคงของผู้เล่นในตลาดปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพและราคาเป็นกุญแจสำคัญ รวมถึง ธุรกิจมีอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์สูง สนับสนุนความได้เปรียบในการลงทุน และการเพิ่มมูลค่าบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญในการลดความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

โดยผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลนี้ เพื่อเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในพื้นที่วางแผนธุรกิจและตัดสินใจลงทุนในธุรกิจศูนย์กีฬาอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการวางกลยุทธ์การตลาด การบริหารจัดการทรัพยากร และการลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการลงทุน

2. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

จากการศึกษาด้านเทคนิค การเลือกสถานที่ที่เหมาะสม ต้องมีการวิเคราะห์ว่าทำเลที่ตั้งของธุรกิจศูนย์กีฬา ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความต้องการในกีฬาและสันทนาการ และมีการเข้าถึงได้ง่ายสำหรับประชาชน จะต้องเป็นพื้นที่ที่อยู่ใกล้ชุมชนอาทิเช่น หมู่บ้าน มหาวิทยาลัย โรงเรียน และทำเลต้องมีความสะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการ ซึ่งพื้นที่เขตมีบุรีอยู่ในแหล่งเศรษฐกิจทั้งเชิงพาณิชย์และเชิงอุตสาหกรรมมากมาย มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย โดยพื้นที่โดยรอบมีแหล่งสำคัญและสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก การแบ่งแยกสถานที่โดยพิจารณาการแบ่งแยกสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและใช้บริการได้อย่างสะดวก ตลาด ร้านอาหาร และร้านขายสินค้ากีฬา รวมถึงการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก วิเคราะห์การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการในศูนย์กีฬา เช่น ห้องอาหาร ห้องฟิตเนส หรือสระว่ายน้ำ และบางพื้นที่เปิดให้เข้าสถานที่จัดงานและมีอุปกรณ์และเสื้อผ้ากีฬาขาย เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าในการใช้บริการ ในส่วนการวางแผนโครงสร้างธุรกิจศูนย์กีฬา พิจารณาการจัดวางผังอย่างเหมาะสม เพื่อให้มีการจัดการและการเข้าถึงที่สะดวก มีระเบียบ เน้นการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบและสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะกีฬาควรมี สนามแบดมินตัน สนามเทนนิส สนามฟุตบอล สนามมวย หรือสนามฝึกศิลปะการป้องกันตัว สระว่ายน้ำ เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สิ่งที่ศูนย์กีฬามีเหมือนกัน คือ ห้องเปลี่ยนชุด ห้องอาบน้ำ ล็อกเกอร์เก็บของ ร้านอาหารต่าง ๆ ลักษณะของอาคารสถานที่ควรออกแบบให้โปร่งโล่ง อากาศถ่ายเทสะดวก สามารถมองเห็นบรรยากาศภายนอกได้ การตกแต่งภายในที่ทันสมัย แสงสว่างที่เพียงพอ พร้อมด้วยเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ซึ่งจากการประเมินการก่อสร้าง พบว่าสามารถสร้างให้แล้วเสร็จได้ตามระยะเวลาที่วางไว้ และที่สำคัญควรมีเครื่องมือและเทคโนโลยีเกี่ยวกับกีฬาและนันทนาการเข้ามาใช้ เพื่อยกระดับการให้บริการ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โครงการมีความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

3. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

จากการศึกษาด้านการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าผู้ใช้บริการศูนย์กีฬามีความพึงพอใจในปัจจัยด้านบุคลากรและการบริหารจัดการในระดับมาก (mean = 3.72–4.09) โดยกลุ่ม



ตัวอย่างให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีใจรักการบริการ และปฏิบัติตามหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลนี้สะท้อนว่าการจัดโครงสร้างองค์กรของศูนย์กีฬาคือการแบ่งออกเป็นฝ่ายที่ชัดเจน เช่น ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบริการลูกค้า ฝ่ายกิจกรรมกีฬา ฝ่ายเทรนเนอร์ ฝ่ายดูแลสิ่งอำนวยความสะดวก ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ฝ่ายการแพทย์ ฝ่ายสิ่งแวดล้อม และฝ่ายรักษาความปลอดภัย โดยการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบชัดเจนจะช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายและกลยุทธ์ อีกทั้งการพัฒนาทักษะและประสิทธิภาพการทำงาน รวมถึงการวิเคราะห์การบริหารการเงิน จะช่วยให้โครงการมีความเสถียรทางการเงินและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

ตารางที่ 5 สรุปความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬา

การศึกษา	ผลการศึกษา	เหตุผล
ด้านตลาด	มีความเป็นไปได้	1. ธุรกิจ SPORTS COMPLEX ในเขตมินบุรี ยังเป็นที่น่าสนใจในการใช้บริการของประชาชนอยู่เห็นได้จากแบบสอบถาม มีคนสนใจใช้บริการSPORTS COMPLEX ใหม่ 2. ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่บริเวณรอบ ๆ 5 – 10 เมตร เป็นผู้รักการออกกำลังกาย นักกีฬา และ ประชาชนทั่วไป 3. ควรมีกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เช่น มีการจัดกิจกรรมส่งเสริม เช่น บัตรส่วนลด บัตรทดลองใช้งาน มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย 4. การคัดเลือกบุคคลมาให้บริการ ควร เป็นบุคลากรกีฬาที่จบจากวิทยาศาสตร์การกีฬาหรือด้านพลศึกษา และมีความรู้ด้านการช่วยเหลือปฐมพยาบาลเบื้องต้น 5) วิธีการตกแต่งสถานที่ให้บริการ ควรมีเอกลักษณ์ของแต่ละสถานที่ เน้นสถานที่ต้องมีความสะอาด อากาศถ่ายเทและมีแผนที่บอกรายละเอียด 6) กลยุทธ์ในการตั้งราคา ควร มีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทำให้รู้สึกการให้บริการมีความคุ้มค่า
ด้านเทคนิค	มีความเป็นไปได้	1) วิธีการเลือกที่ตั้ง SPORTS COMPLEX จะเป็นไปตามนโยบายของผู้บริหารของแต่ละพื้นที่ โดยการพิจารณาหาคู่แข่งจากพื้นที่นั้น ๆ โดยจะต้องเป็นพื้นที่ที่อยู่ใกล้ชุมชนอาทิเช่น หมู่บ้าน มหาวิทยาลัย โรงเรียน และทำเลต้องมีความสะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการ



การศึกษา	ผลการศึกษา	เหตุผล
		2) รูปแบบการบริการ ควรมีรูปแบบการบริการที่เหมือน ๆ กัน เช่น ฟิตเนส สระว่ายน้ำ สนามกีฬาต่าง ๆ และบางพื้นที่เปิดให้เข้าสถานที่จัดงานและมีอุปกรณ์และเสื้อผ้ากีฬาขาย 3) สิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สิ่งที่มี SPORTS COMPLEX มีเหมือนกัน คือ ห้องเปลี่ยนชุด ห้องอาบน้ำ ล็อกเกอร์เก็บของร้านอาหารต่าง ๆ 4) การนำเครื่องมือและเทคโนโลยีเกี่ยวกับกีฬาและนันทนาการเข้ามาใช้ เพื่อยกระดับการให้บริการ
ด้านการจัดการ	มีความเป็นไปได้	1) โครงสร้างขององค์กร ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวกับต่าง ๆ อาทิเช่น ฝ่ายบัญชี ฝ่ายกีฬา ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการตลาด เป็นต้น 2) โครงสร้างหน้าที่ของแต่ละฝ่าย พบว่า แต่ละฝ่ายมีหน้าที่ต่างกัน เช่น ฝ่ายบัญชีเก็บรายได้จากผู้เข้าใช้งานดูแลงบประมาณบริษัท ฝ่ายกีฬาดูแลทุกภาคส่วนเกี่ยวกับกีฬา ฝ่ายธุรการควบคุมการดำเนินงานและติดต่อประสานงาน ฝ่ายการตลาดทำกลยุทธ์ทางการตลาด ทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย 3) ลักษณะการดำเนินงาน พบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อาทิเช่น ระบบความปลอดภัย ระบบการชำระเงิน ระบบบริการหลังการขาย การให้ข้อมูลข่าวสาร

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬา ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาความเป็นไปได้ทั้งหมด 3 ด้านได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และ ด้านการจัดการ ผลการศึกษาพบว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน โดยผู้ที่เคยใช้บริการศูนย์กีฬา ในเขตมีนบุรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก สำหรับด้านการตลาดพบว่า ผู้ที่เคยใช้บริการศูนย์กีฬาในเขตมีนบุรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก เช่น การเข้าถึงที่ง่าย การบริการที่เป็นมิตร และความหลากหลายของบริการกีฬา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Siriwan Suttichai (2007) ที่ระบุว่า การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจมีลักษณะนี้อย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนด้านเทคนิคพบว่า การเลือกสถานที่ตั้งของโครงการมีความเหมาะสม เนื่องจากพื้นที่มีการพัฒนาทางคมนาคมและมีการเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Chan and Lee (2015) ที่พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ โดยเฉพาะในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาและกิจกรรมนันทนาการ ด้านการจัดการพบว่า การจัดโครงสร้างองค์กรมีความชัดเจนในด้านหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย และมีแผนการพัฒนาทักษะบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thapana Chotikasem, &



Atchara Chumjai (2010) ที่เน้นว่าการพัฒนาทักษะของบุคลากรและการกำหนดบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสม ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนในธุรกิจบริการ การศึกษานี้ได้พิสูจน์ความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้านของธุรกิจศูนย์กีฬา อย่างชัดเจน โดยเน้นที่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการเลือกสถานที่ตั้งที่เหมาะสม อีกทั้ง การศึกษานี้ได้ ชี้ค้นพบใหม่ว่า ความพร้อมของโครงสร้างองค์กรในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาบุคลากร ช่วยเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจศูนย์กีฬาอย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์กีฬา ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ในด้าน การตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการ สรุปว่า โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้ง 3 ด้าน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจศูนย์กีฬาจำเป็นต้องมีการเตรียมพร้อมและความสามารถในการปรับตัวเพื่อรับมือกับ สถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้การลงทุนในธุรกิจศูนย์กีฬานี้มีความเสี่ยงต่ำและมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง โดยผู้ประกอบการควรมีแผนเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ดังนี้ เพิ่มการ ประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ลูกค้าเพิ่มตามที่คาดการณ์ไว้ จัดโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่ม ยอดขาย การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ เพิ่มช่องทางสร้างรายได้ที่หลากหลาย เช่น ขายสินค้าและอุปกรณ์กีฬาทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงจัดคลาสและกิจกรรมพิเศษเพื่อเพิ่มรายได้ และเพิ่มฐานลูกค้าให้เยอะขึ้น เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ครอบคลุมและหลากหลายมากขึ้น เช่น การเก็บข้อมูลจากกลุ่ม ประชากรที่แตกต่างกัน เช่น อายุ เพศ หรือภูมิภาค เพื่อให้ผลการศึกษาเชื่อมโยงกับความหลากหลายได้ มากขึ้น
2. ควรเพิ่มการศึกษาในระยะยาว เพื่อประเมินผลระยะยาวของโครงการหรือการดำเนินงานที่ศึกษา เช่น การติดตามผลการใช้บริการในศูนย์กีฬาในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านการตลาด

การวางแผนและดำเนินการทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มสมาชิกใน ศูนย์กีฬา ดังนี้ 1) การตลาดเข้าหากลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 51-60 ปี) ด้วยการจัดกิจกรรมทดลองฟรีเป็น ระยะเวลา 3 วัน สำหรับผู้ที่ไม่เคยออกกำลังกาย 2) การเสนอขายโปรโมชั่นในช่วงเวลาที่กำหนด เช่น ส่วนลด 20% สำหรับสมาชิก หรือการสมัครในราคาพิเศษ 3) การประชาสัมพันธ์ผ่านสมาชิกผู้ให้บริการ โดยการเช็คอิน สถานที่ โพสต์รีวิว หรือสตอรี่ในแอคเคาท์ส่วนตัว เพื่อเชิญชวนเพื่อนหรือบุคคลอื่นมาใช้บริการ และได้รับสิทธิ ประโยชน์เป็นส่วนลดสำหรับการต่อสัญญาสมาชิก 4) การใช้บุคคลมีชื่อเสียงทางสังคม เช่น อินฟลูเอนเซอร์ สายสุขภาพหรือดารา มาโปรโมทธุรกิจ



2. ด้านเทคนิค

การเลือกทำเลที่ตั้งศูนย์กีฬาที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนี้ 1) เลือกพื้นที่ที่มีคู่แข่งทางธุรกิจน้อย และมีเส้นทางถนนหลักที่ผู้คนใช้สัญจร โดยรอบพื้นที่รัศมี 5-10 กิโลเมตร ซึ่งประกอบด้วยแหล่งที่อยู่อาศัย สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า และเขตที่กำลังมีการพัฒนาและเติบโตสูง

3. ด้านการจัดการ

การบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ศูนย์กีฬาสามารถเติบโตและสร้างผลกำไรได้ ดังนี้ 1) มีผู้บริหารสองคน โดยคนหนึ่งดูแลระบบหลังบ้านธุรกิจ อีกคนดูแลบริหารการทำงาน 2) ทุกแผนกที่ให้บริการสมาชิกจะมีคนกลางคอยประสานงานกับแผนกอื่น 3) จัดอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน รวมถึงการให้บริการเรื่องเส้นทางการเดินทางมายังสถานที่ ระบบบันทึกข้อมูลสมาชิก การออกโปรแกรมอาหารให้เหมาะกับแต่ละบุคคล และการดูแลฟื้นฟูร่างกายหลังการออกกำลังกาย

References

- Chalip, L., & O'Brien, D. (2008). Sport events strategic leveraging: Pushing towards the triple bottom line. In D. Martin & A. Woodside (Eds.), *Tourism management: Analysis, behavior, and strategy* (pp. 183-204). CAB International.
- Chan, A. B., & Lee, C. D. (2015). Factors of location affecting the success of service businesses in the sports and recreation industry. *Journal of Business Management*, 10(2), 123–145.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). Wiley Eastern.
- Department of Business Development. (2020, January 15). *SMEs statistics: Sports center business analysis*. <https://www.dbd.go.th>
- Department of Provincial Administration. (2023, April 20). *Population and housing statistics – Population by age*. https://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php
- Nattapong Limpairote. (2011). *Guidelines for the development of sports tourism in Nakhon Ratchasima Province* [Master's thesis, Khon Kaen University]. Khon Kaen University.
- Siriwan Suttichai. (2007). *Consumer behavior*. Teera Film and Sitex Company.
- Suwat Srisuwan, & Paweena Saichu. (2010). *MBA handbook* (12th ed.). Offset.
- Thapana Chotikasem, & Atchara Chumjai. (2010). *Project management and feasibility study* (10th ed.). Teera Film and Sitex Company.

Received: July 5, 2024

Revised: October 15, 2025

Accepted: November 22, 2025