

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การตั้งราคาและเหตุผลที่นำมาใช้ในการตั้งราคาของสถานออกกำลังกายประเภทที่มีสาขาโดยใช้ทฤษฎีการกำหนดราคาเชิงซ้อนมาวิเคราะห์ร่วมกับประเด็นการเสนอราคา รวมทั้งศึกษาถึงกลไกที่ทำให้กลยุทธ์การตั้งราคาประสบผลสำเร็จโดยมีขอบเขตในการศึกษาคือ ข้อมูลการเสนอราคาของสถานออกกำลังกายประเภทที่มีสาขาจำนวน 2 ราย ได้แก่ 1.บริษัท แคลิฟอร์เนีย ว้าว เอ็กซ์พีเรียนซ์ 2.บริษัท ฟิตเนส เฟิร์ส

ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การตั้งราคาที่ทางสถานออกกำลังกายนำมาใช้มีทั้งหมด 7 กลยุทธ์โดยมีแนวทางการนำเสนอแต่ละกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

ก่อนการสมัครเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย ทางสถานออกกำลังกายจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียม หรือค่าสมัครสมาชิกกับผู้ที่จะสมัครเข้าใช้บริการซึ่งเป็นกลยุทธ์การกำหนดราคาสองส่วน ต่อมาทางสถานออกกำลังกายจะให้ผู้ที่สมัครสมาชิกเลือกสาขาที่จะเข้าใช้บริการ ตลอดจนนำเสนอช่วงเวลาการเข้าใช้บริการสำหรับผู้สมัครสมาชิกซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การกำหนดราคาตามค่าของสินค้าเฉพาะบุคคล และกลยุทธ์การกำหนดราคาตามช่วงเวลา นอกจากนี้ยังมีการนำเอากลยุทธ์การกำหนดราคาแยกประเภทผู้ซื้อมาใช้โดยจะให้ผู้สมัครสมาชิกเลือกระยะเวลาการเข้าใช้บริการพร้อมทั้งทำการแยกประเภทผู้สมัครสมาชิก เมื่อสถานออกกำลังกายทำการแยกประเภทผู้สมัครเรียบร้อยแล้ว ทางสถานออกกำลังกายจะนำเสนอ กลยุทธ์การกำหนดราคาแบบชุดกับกลยุทธ์การกำหนดราคาแบบบุฟเฟต์เพื่อให้ผู้สมัครได้เลือกประเภทการบริการ ลำดับสุดท้ายทางสถานออกกำลังกายจะนำเสนอกกลยุทธ์การกำหนดราคาตามปริมาณการซื้อ เพื่อเพิ่มปริมาณสมาชิกและเป็นการสร้างโอกาสทางการขาย

สำหรับเหตุผลที่มีการนำเอากลยุทธ์ข้างต้นมาใช้ในการตั้งราคาของสถานออกกำลังกายประเภทที่มีสาขา ก็เพื่อดึงเอาส่วนเกินผู้บริโภค หรือความเต็มใจจะจ่ายของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมาเป็นของธุรกิจให้มากที่สุด โดยส่วนเกินหรือความเต็มใจจะจ่ายของผู้บริโภคจะมาจากการสร้างค่าให้กับสินค้าและบริการและการสร้างการรับรู้ค่า ในส่วนของการสร้างค่าของสินค้าและบริการ สำหรับธุรกิจฟิตเนสต้องเข้าใจลักษณะและพฤติกรรมที่แตกต่างของลูกค้าแต่ละประเภท เพื่อที่จะได้สร้างค่าให้กับสินค้าและบริการได้อย่างเหมาะสมตรงตามประเภทของลูกค้า โดยการสร้างค่าให้กับสินค้าและบริการของบริษัทฟิตเนสมาจาก 1.การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์กรและภาพพจน์ของสินค้า 2.คุณประโยชน์ของสินค้าและการบริการ ได้แก่ สถานออกกำลังกาย รูปแบบของสินค้าและบริการ 3.ทำเล 4.ระยะเวลาการเสนอรูปแบบการบริการ 5.เงื่อนไขการชำระเงิน 6.พนักงานบริษัท

สำหรับการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับค่าของสินค้า และการบริการที่สร้างขึ้นจะผ่านกลไก ราคาและฝ่ายขายซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับมูลค่าของสินค้าและราคา ของสินค้าให้กับผู้บริโภค และการจัดการจัดเก็บรักษาค่าของสินค้าและบริการที่สร้างขึ้น ทาง บริษัทพัฒนาสควรมีการแยกประเภทที่ชัดเจนเกี่ยวกับรูปแบบของการบริการ และราคาค่าบริการที่จะ นำเสนอเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคตลอดจนควรมีมาตรการและกฎระเบียบข้อบังคับสำหรับ สมาชิกเพื่อปฏิบัติตาม ในส่วนของประโยชน์ที่จะได้รับจากงานวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงกลยุทธ์การ ตั้งราคาที่ธุรกิจพัฒนาสควรมานำมาใช้ในเชิงเศรษฐศาสตร์ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบธุรกิจพัฒนาส หรือนักการตลาดสำหรับศึกษาถึงกลยุทธ์การตั้งราคา เพื่อนำไปปรับใช้กับธุรกิจ

แนวโน้มในอนาคตของสถานออกกำลังกายประเภทที่มีสาขาได้มีแนวทางการปรับลด ขนาดลง และกำหนดค่าบริการที่ต่ำกว่าเดิมพร้อมทั้งขยายสาขาไปตามแหล่งชุมชนเพิ่มมากขึ้น ใน ด้านลูกค้ายังคงขยายฐานลูกค้าร่วมกับบริษัทบัตรเครดิตซึ่งเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่และมีกำลังซื้อสูง

