

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย
ผู้ศึกษาค้นคว้า	ธัญญา แพล็ต
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในกรุงเทพมหานครที่อยู่ในย่านชอชอชอชชอชชอชช 21 ถึงชอชช 57 และชอชชชอชชชอชชช 16 ถึงชอชชช 42 จำกัดเพศหญิง อายุ 18-60 ที่เคยออกกำลังกายและออกกำลังกายในสถานออกกำลังกาย (Fitness) เท่านั้น จำนวนประชากรทั้งหมด 400 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 28 – 37 ปี สถานภาพของผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายมีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่จะมีรายได้ 15,001 – 25,000 บาทต่อเดือน ลักษณะของที่พักอาศัยจะเป็นบ้านเดี่ยว และลักษณะการครอบครองของที่พักอาศัยส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะของการเช่าพักอาศัย

ด้านค่านิยมต่อการออกกำลังกาย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการออกกำลังกาย เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ที่มีค่านิยมในการออกกำลังกายเพราะเชื่อว่ารูปร่างที่ดีมาจากการออกกำลังกาย เชื่อว่าสุขภาพที่แข็งแรงจะต้องมาจากการออกกำลังกาย เชื่อว่าการออกกำลังกายจะทำให้จิตใจสดชื่น เชื่อว่าวิธีการควบคุมน้ำหนักที่ดีคือการออกกำลังกายมีความเชื่อว่าการออกกำลังกายเป็นกิจวัตรที่จำเป็นของคนในยุคปัจจุบันนี้ เชื่อว่าการออกกำลังกายจะเป็นผลดีต่อระบบขับถ่าย

รูปแบบการดำเนินชีวิต ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าถ้ามีเวลาว่างทุกครั้ง ผู้บริโภคก็จะออกกำลังกาย ใช้การออกกำลังกายเป็นกิจกรรมคลายเครียด สนใจติดตามการเข้าชั้นหรือกลุ่มการออกกำลังกายในสถานการออกกำลังกายอยู่เสมอ เช่น คลาสแอโรบิค โยคะ บอดี้ปัมหรือคลาสปั่นจักรยาน ออกกำลังกายเป็นประจำทุกวัน สนใจอุปกรณ์หรือวิธีการออกกำลังกายใหม่ๆ อยู่เสมอ และมีกลุ่มเพื่อนที่ไปออกกำลังกายด้วยกันเป็นประจำ

ความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี พึงพอใจต่อความพร้อมของอุปกรณ์การออกกำลังกาย พนักงานของสถานออกกำลังกาย มีความรู้ มีความสุภาพ การให้บริการของสถานออกกำลังกาย การจัดคลาส เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ผู้ขายหน้าร้าน น้ำดื่มมี ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของสถานออกกำลังกาย ความสะอาดเป็นสัดส่วนของสถานที่มี การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมพิเศษในวาระพิเศษ ของสถานออกกำลังกาย การให้สิ่งจูงใจพิเศษ เช่นลดราคา ของแถมแรกเข้า และราคาคุ้มค่าจะมีส่วนที่ตอบสนองของความพึงพอใจ

เหตุผลของการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เพราะว่ามีความเชื่อในประโยชน์ของการออกกำลังกาย ไม่ว่าจะสุขภาพ รูปร่าง หรือ จิตใจที่แจ่มใส รูปแบบชีวิตของของผู้บริโภค และหากผู้บริโภคเป็นคนออกกำลังกายเป็นประจำ เลยคิดว่ามีความจำเป็นต้องมีสถานออกกำลังกาย สถานที่ดี มีเชื่อถือได้ในสถานออกกำลังกายดังกล่าว ส่วนลด และ สิทธิพิเศษ ต่าง ๆ มีราคาคุ้มค่า พนักงานมีคุณภาพ การบริการ และอุปกรณ์ เครื่องออกกำลังกาย ตลอดจนมีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ได้น่าสนใจ ก็ยิ่งจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในการดำเนินธุรกิจ

แนวโน้มของการตัดสินใจใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แนวโน้มของการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย จะต่ออายุสมาชิกอีก และจะยังคงใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่ต่อไปในอนาคต