

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดกับการเลือกใช้สถาน
ออกกำลังกายเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย
เพื่อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดกับ
การใช้สถานออกกำลังกาย 2) เพื่อศึกษาทัศนคติด้านส่วนผสมทางการตลาดของความพึง
พอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดกับการเลือกใช้สถานออกกำลังกาย 3) เพื่อศึกษาปัจจัยทาง
ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดกับการเลือกใช้สถาน
ออกกำลังกาย 4) เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางด้านการออกกำลังกายที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ
เลือกใช้สถานออกกำลังกายและในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยออกกำลัง
กาย และสนใจออกกำลังกายย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึง
ซอยสุขุมวิท 42 ในช่วงวันที่ 1 มกราคม – 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่ม
ตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม
สำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจะวิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะประชากรศาสตร์
ทัศนคติด้านค่านิยมต่อการออกกำลังกาย รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจต่อส่วนผสมทาง
การตลาด เหตุผลของการตัดสินใจใช้และแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการ เพื่อหาค่าร้อยละ ความถี่
ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะด้าน
ประชากรศาสตร์ต่อการตัดสินใจ ลักษณะด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทาง
การตลาด ค่านิยมต่อการออกกำลังกายต่อการตัดสินใจ ค่านิยมต่อการออกกำลังกายกับความพึง
พอใจต่อส่วนผสมทางการตลาด รูปแบบการดำเนินชีวิตต่อการตัดสินใจ รูปแบบการดำเนินชีวิตกับ
ความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาด ความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจ
และความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดกับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดโดยใช้
สถิติไคสแควร์ Chi-Square

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายย่าน สุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึงซอยสุขุมวิท 42 ข้อมูลทั่วไปพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 28 – 37 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนส่วนใหญ่จะมีรายได้ 15,001 – 25,000 บาทต่อเดือน ลักษณะของที่พักอาศัยจะเป็นบ้าน เดี่ยว และลักษณะการครอบครองของที่พักอาศัยส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะของการเช่าพักอาศัย

ส่วนที่ 2 ด้านค่านิยมต่อการออกกำลังกาย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึง ซอยสุขุมวิท 42 โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการออกกำลังกาย เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อพบว่าผู้ที่มีค่านิยมในการออกกำลังกายเพราะเชื่อว่ารูปร่างที่ดีมาจากการออกกำลังกายเป็น อันดับแรก รองลงมา คือ เชื่อว่าสุขภาพที่แข็งแรงจะต้องมาจากการออกกำลังกาย เชื่อว่าการออก กกำลังกายจะทำให้จิตใจสดชื่น เชื่อว่าวิธีการควบคุมน้ำหนักที่ดีคือการออกกำลังกายมีความเชื่อว่าการออกกำลังกายเป็นกิจกรรมที่จำเป็นของคนในยุคปัจจุบันนี้ และเชื่อว่าการออกกำลังกายจะเป็น ผลดีต่อระบบขับถ่าย

ส่วนที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิต ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และ สนใจออกกำลังกายย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึงซอย สุขุมวิท 42 โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าถ้ามีเวลาว่าง ทุกครั้งผู้บริโภคก็จะออกกำลังกายเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ใช้การออกกำลังกายเป็นกิจกรรม คลายเครียด สนใจติดตามการเข้าชั้นหรือกลุ่มการออกกำลังกายในสถานการออกกำลังกายอยู่ เสมอ เช่น คลาสแอโรบิค โยคะ บอดี้บีม หรือคลาสปั่นจักรยาน ออกกำลังกายเป็นประจำทุกวัน สนใจอุปกรณ์หรือวิธีการออกกำลังกายใหม่ ๆ อยู่เสมอ และมีกลุ่มเพื่อนที่ไปออกกำลังกายด้วยกัน เป็นประจำ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เคย ออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิท ซอย 16 ถึงซอยสุขุมวิท 42 โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพร้อม ของอุปกรณ์การออกกำลังกายและพนักงานของสถานออกกำลังกาย มีความรู้ มีความสุขภาพเป็น อันดับแรก การให้บริการของสถานออกกำลังกาย การจัดคลาส เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ฝ่ายขนหุ น้ำดื่มมี ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของสถานออกกำลังกาย ความสะอาด สะอาดเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ มี การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมพิเศษในวาระพิเศษ ของสถานออกกำลังกาย

การให้สิ่งจูงใจพิเศษ เช่นลดราคา ของแถมแรกเข้า และราคาคุ่มค่าจะมีส่วนที่ตอบสนองความพึงพอใจ

ส่วนที่ 5 เหตุผลของการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ผู้บริโภคว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึงซอยสุขุมวิท 42 โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วยมี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เชื่อในประโยชน์ของการออกกำลังกาย ไม่ว่าจะสุขภาพ รูปร่าง หรือ จิตใจที่แจ่มใส รูปแบบชีวิตของของผู้บริโภค และหากผู้บริโภคเป็นคนออกกำลังกายเป็นประจำ เลยคิดว่ามีความจำเป็นต้องมีสถานออกกำลังกาย สถานที่ดี มีเชื่อถือได้ในสถานออกกำลังกายดังกล่าว ส่วนลด และ สิทธิพิเศษ ต่าง ๆ มีราคาคุ่มค่า พนักงานมีคุณภาพ การบริการ และ อุปกรณ์ เครื่องออกกำลังกาย ตลอดจนมีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ได้นำสนใจ ก็ยิ่งจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 6 แนวโน้มของการตัดสินใจใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึงซอยสุขุมวิท 42 โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แนวโน้มของการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกาย จะต่ออายุสมาชิกอีก และจะยังคงใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ผู้บริโภคว่าใช้บริการอยู่ต่อไปในอนาคต

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. จากการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ลักษณะการครอบครองของที่พักอาศัย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกาย พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กันกับการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกาย หมายความว่าไม่ว่าผู้บริโภคว่าจะอยู่ในอายุที่ตกอยู่ในช่วงใดก็ตาม จะมีสถานภาพสมรสอย่างไร ระดับการศึกษาที่เท่าใด และ ลักษณะการครอบครองของที่พักอาศัยเป็นอย่างไรก็ไม่ได้เป็นผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกายแต่อย่างใด แต่ว่าจากการศึกษา ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้และลักษณะของที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกาย นั้นหมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้สูงในระดับหนึ่งก็จะสามารถที่จะนำรายได้ส่วนหนึ่งไปเป็นค่าใช้จ่ายในการเลือกใช้สถานออกกำลังกายได้ และ ลักษณะของที่พักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้เช่า ก็คือคนที่อยู่ในบริเวณตั้งแต่ช่วงซอยสุขุมวิท 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึงซอยสุขุมวิท 42 จะใช้วิธีเช่าพัก

อาศัยมากกว่า เพราะสะดวกสบายกว่าและด้วยระดับรายได้ของ 15,001 – 25,000 บาทต่อเดือน จึงทำให้มีศักยภาพครอบคลุมค่าใช้จ่าย

2. ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กันนั้นหมายความว่า ไม่ว่าผู้บริโภคจะอยู่ในระดับอายุเท่าใด หรือ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่เท่าไรก็ไม่มีผลกับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกายใด ๆ ส่วน ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้าน สถานภาพสมรสที่เป็นโสด ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นแบบบ้านเดี่ยว และลักษณะของการครอบครองของที่อยู่อาศัยแบบผู้เช่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกายอย่างมาก นั้นหมายความว่าผู้บริโภคที่อยู่ในลักษณะดังกล่าวเป็นพนักงานและเป็นคนอยู่ในใจกลางเมืองจะให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกายเพราะมีความพึงพอใจต่อสิ่งที่ได้รับจากส่วนผสมของการตลาดที่แต่ละสถานออกกำลังกายมอบให้

3. จากการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมต่อการออกกำลังกายกับการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกาย พบว่า ค่านิยมต่อการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกายเรื่องประโยชน์ของการออกกำลังกายไม่ว่าจะในด้านสุขภาพ รูปร่าง หรือ จิตใจที่แจ่มใส รูปแบบชีวิตของผู้บริโภค ถ้าผู้บริโภคเป็นคนออกกำลังกายเป็นประจำ ก็จะมีผลต่อการเลือกใช้สถานออกกำลังกาย และจะให้ความสำคัญกับสถานออกกำลังกายและคิดว่ามีความจำเป็นต้องมีสถานออกกำลังกาย ที่สอดคล้องกับราคาที่คุ้มค่า และถือว่าสถานออกกำลังกายที่ดีมีผลต่อการเลือกใช้สถานออกกำลังกายด้วย

4. จากการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมต่อการออกกำลังกายกับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย พบว่า ค่านิยมต่อการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกายในเรื่องการให้บริการของสถานออกกำลังกาย การจัดคลาสที่เหมาะสม เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำดี ฝ้าชนหนู น้ำดื่มไว้บริการ ราคาของสมาชิกคุ้มค่าต่อบริการที่ได้รับ และการให้สิ่งจูงใจพิเศษ เช่น ลดราคา ของแถมแรกเข้าก็จะมีผลต่อความพึงพอใจด้วย

5. จากการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกาย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกาย เรื่องประโยชน์ของการออกกำลังกายไม่ว่าสุขภาพ รูปร่าง หรือจิตใจที่แจ่มใส รูปแบบชีวิตของผู้บริโภค หากผู้บริโภคเป็นคนออกกำลังกายเป็นประจำเลยจำเป็นต้องมีสถานออกกำลัง

กาย อุปกรณ์/เครื่องออกกำลังกาย การบริการ พนักงานมีคุณภาพ ราคาคุ้มค่า สถานที่ดี เชื่อถือในสถานออกกำลังกายดังกล่าว ส่วนลด/สิทธิพิเศษต่าง ๆ มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ได้นำสนใจทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในการดำเนินธุรกิจ และต่ออายุสมาชิก / จะยังคงใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่ต่อไปในอนาคตด้วย

6. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย เรื่องความพร้อมของอุปกรณ์การออกกำลังกาย การให้บริการของสถานออกกำลังกาย การจัดคลาส เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำผ่านหน้าน้ำดื่ม พนักงานของสถานออกกำลังกาย มีความรู้ มีความสุภาพ ราคาคุ้มค่า ความสะอาด สะอาด เป็นสัดส่วนของสถานที่ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของสถานออกกำลังกาย การให้สิ่งจูงใจพิเศษ เช่น ลดราคา ของแถมแรกเข้า และการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมพิเศษในวาระพิเศษของสถานออกกำลังกายเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือหากผู้บริโภคเป็นผู้มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่เห็นว่าการออกกำลังกายเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการดำเนินชีวิตก็มีความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกายตามไปด้วย

7. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกายกับการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกาย พบว่า ความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกายมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกายในเรื่องประโยชน์ของการออกกำลังกายไม่ว่าสุขภาพ รูปร่าง หรือจิตใจที่แจ่มใส รูปแบบชีวิตของผู้บริโภค และถ้าหากว่าผู้บริโภคเป็นคนออกกำลังกายเป็นประจำ จำเป็นต้องมีสถานออกกำลังกาย อุปกรณ์/เครื่องออกกำลังกาย การบริการ พนักงานมีคุณภาพ ราคาคุ้มค่า สถานที่ดี เชื่อถือในสถานออกกำลังกายดังกล่าว ส่วนลด/สิทธิพิเศษต่าง ๆ มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ได้นำสนใจ ทำให้ท่านมั่นใจในการดำเนินธุรกิจ และต่ออายุสมาชิก / จะยังคงใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ท่านใช้บริการอยู่ต่อไปในอนาคต

อภิปรายผล

จากผลงานวิจัยเรื่องการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดกับการเลือกใช้สถานออกกำลังกาย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านค่านิยมต่อการออกกำลังกาย พบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึงซอยสุขุมวิท 42 ส่วนใหญ่เชื่อว่ารูปร่างที่ดีมาจากการออกกำลังกายเป็นอันดับแรก แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันผู้หญิงหัน

มาให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษารูปร่างเพื่อให้มีรูปร่างที่ดีและสมส่วนเพื่อความสวยงามและความแข็งแรงมากขึ้นด้วยสาเหตุที่ผู้หญิงในปัจจุบันนี้ต้องออกนอกบ้านเพื่อทำงานและผู้หญิงในวันนี้มีโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมากขึ้นต้องพบปะกับผู้คนมากขึ้นจึงต้องทำให้ผู้หญิงหันมาใส่ใจในเรื่องความงาม รูปร่าง โดยเน้นไปที่การดูแลรูปร่างด้วยวิธีการออกกำลังกาย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานของ ศิริวรรณ เจริญชัยวาณิช (2548) ที่พบว่า ในปัจจุบันผู้หญิงหันมาให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพมากขึ้น และ ใส่ใจเรื่องความสวยงามรูปร่าง ทั้งเรื่องการควบคุมอาหารและการออกกำลังกาย สถานออกกำลังกายจึงเข้ามามีส่วนในการตอบสนองของความต้องการได้

รูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกาย ย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึงซอยสุขุมวิท 42 ส่วนใหญ่ถ้ามีเวลาว่างทุกครั้งก็จะเอาเวลาว่างนั้นไปออกกำลังกายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือการออกกำลังกายเพื่อเป็นกิจกรรมคลายเครียด แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่รักในการออกกำลังกายก็จะใส่ใจในเรื่องของการออกกำลังกายถ้าพอมีเวลาว่างก็จะให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายเป็นอันดับแรกนอกจากนั้นการคลายเครียดก็เป็นประโยชน์อย่างหนึ่งที่ได้รับจากการออกกำลังกายด้วย จะเห็นได้ว่าชาวเมืองหลวงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการออกกำลังกายก็จะถือว่าการออกกำลังกายที่เป็นเหตุหลัก เพื่อต้องการเสริมสร้างสุขภาพให้สมบูรณ์ ซึ่งไปสอดคล้องกันกับงานวิจัยของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2541) ที่ศึกษาเรื่องคนกรุงเทพมหานครกับการออกกำลังกายพบว่าจากความคิดเห็นของคนกรุงเทพมหานครในหัวข้อเรื่องเกี่ยวกับความเครียดกล่าวว่าการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาเป็นวิธีผ่อนคลายความเครียดยอดนิยมอันดับ 1 นอกเหนือจากการออกกำลังกายเพื่อเพื่อต้องการเสริมสร้างสุขภาพให้สมบูรณ์ และสอดคล้องกับผู้ที่ชอบเข้าสังคม (Actualizers) ในทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของ

ศิริวรรณ เจริญรัตน์, (2546 หน้า 64) กล่าวไว้ว่า

...กลุ่มคนที่ประสบความสำเร็จในชีวิต จะกระตือรือร้น ชอบความท้าทาย มีตำแหน่งหน้าที่สูงต้องการการยกย่องและมีฐานะดี กลุ่มนี้จะสนใจในการพัฒนา การสำรวจและการแสดงออกของตนเองด้วยวิธีการต่าง ๆ ต้องการการเปลี่ยนแปลง ต้องการภาพพจน์ที่ดี โดยการแสดงออกในรูปแบบของรสนิยมความเป็นอิสระและลักษณะต่าง ๆ กลุ่มนี้มักจะ

เป็นผู้นำในหน่วยธุรกิจและรัฐบาล มีความสนใจปัญหาด้านสังคมและเปิดรับการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ ๆ ตลอดจนต้องการคุณภาพชีวิตที่ดี

ความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาด พบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึงซอยสุขุมวิท 42 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อความพร้อมของอุปกรณ์ในสถานออกกำลังกายและพนักงานของสถานออกกำลังกายมีความรู้ มีความสุภาพอยู่ในระดับดี หากจะพิจารณาในรายข้อ ก็พบว่าความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดคือ ความพร้อมของอุปกรณ์การออกกำลังกาย พนักงานของสถานออกกำลังกาย มีความรู้ มีความสุภาพ และรองลงมา ก็จะเป็น การให้บริการของสถานออกกำลังกาย การจัดคลาส เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ มีบริการผ้าขนหนู และ น้ำดื่ม ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของสถานออกกำลังกายทั่วไปที่ต้องการตอบสนองความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกายให้ได้มากที่สุด เพื่อจะได้เป็นข้อได้เปรียบในด้านการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, หน้า 35-36) ระบุว่า “ส่วนผสมทางการตลาด คือเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือกระตุ้นให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน” และสอดคล้องกับงานวิจัยของอุษา อัครวาทักษ์ (2550) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้สถานบริการสถานออกกำลังกาย จีเอ็ม ฟิตเนส กล่าวว่าผู้ประกอบการควรเน้นความแตกต่างในตัวคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกับสถานออกกำลังกายอื่น เช่น อุปกรณ์ออกกำลังกายต่าง ๆ และต้องสร้างความแตกต่างให้ชัดเจน เช่น สถานที่ การตกแต่ง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างปัจจัยจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น เนื่องจากงานวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับสูง

เหตุผลของการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่ พบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึงซอยสุขุมวิท 42 เชื่อในประโยชน์ของการออกกำลังกายไม่ว่าสุขภาพ รูปร่าง หรือ จิตใจที่แจ่มใส ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร, 2550) พบว่า ปัจจุบันประชาชนมีแนวโน้มของการออกกำลังกายเพิ่มขึ้นโดยผู้ชายมีอัตราการออกกำลังกายสูงกว่าผู้หญิง และผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลมีอัตราการออกกำลังกายสูงกว่า

นอกเขตเทศบาลแต่อย่างไรก็ตามพบว่าผู้หญิง และผู้ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลมีแนวโน้มของการออกกำลังกายเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ และผู้ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลเพิ่มขึ้นขณะที่ผู้ชายและผู้ที่ยังอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล มีอัตราการออกกำลังกายค่อนข้างคงที่และมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยเหตุผลสำคัญของการออกกำลังกายเป็นเพราะผู้ออกกำลังกายส่วนใหญ่ต้องการให้ร่างกายแข็งแรง

แนวโน้มของการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายย่านสุขุมวิทซอย 21 ถึงซอยสุขุมวิท 57 และย่านสุขุมวิทซอย 16 ถึงซอยสุขุมวิท 42 จะต่ออายุสมาชิก / จะยังคงใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ใช้บริการอยู่ต่อไปในอนาคต จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างเห็นด้วยกับเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ใช้อยู่โดยรวม และ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างเห็นด้วยกับเหตุผลที่กำหนดให้ในทุกข้อได้แก่ สาเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ดังกล่าวเพราะเชื่อในประโยชน์ของการออกกำลังกาย ไม่ว่าจะสุขภาพ รูปร่าง หรือจิตใจที่แจ่มใส เพราะรูปแบบชีวิตของผู้บริโภค และเพราะว่าผู้บริโภคเป็นคนออกกำลังกายเป็นประจำ เลยจำเป็นต้องมีสถานออกกำลังกาย ด้วยสาเหตุสำคัญอีกประการที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ดังกล่าวเพราะสถานที่ดี ผู้บริโภคเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ดังกล่าวเพราะผู้บริโภคเชื่อถือในสถานออกกำลังกายเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ดังกล่าวเพราะส่วนลด และสิทธิพิเศษต่าง ราคาคุ้มค่า พนักงานมีคุณภาพ บริการ อุปกรณ์/เครื่องออกกำลังกาย โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ได้นำสนใจ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมค่อนข้างเห็นด้วยที่จะต่ออายุสมาชิก / จะยังคงใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ใช้บริการอยู่ต่อไปในอนาคต ซึ่งผลการศึกษามีความคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ สุกัญญา ดอกพุด (2546) ซึ่งพบว่า ผู้ที่นิยมออกกำลังกาย มีทัศนคติต่อการใช้บริการสถานบริหารร่างกายทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับดี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยศึกษาดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่าเนื่องจากปัจจุบันในสภาวะปัจจุบันที่เศรษฐกิจยังคงอยู่ในภาวะถดถอย ราคาที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อรับบริการ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการตัดสินใจใช้บริการสินค้า โดยผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดหัวข้อราคาสูงสุดและมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ในช่วงเริ่มต้นทำงานสนใจต่อการใช้บริการโดยยึดราคาของบริการที่ไม่ขัดกับรายได้ที่ตนเองได้รับ ซึ่งเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในภาวะเศรษฐกิจถดถอยนี้ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านสถานที่ ยังมีผลต่อมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย รองลงมาจากมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจากปัจจุบัน ในกรุงเทพมหานครมี

ปัญหาการจราจรสูง ผู้บริโภคยอมตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่สามารถเดินทางได้สะดวก รวดเร็ว

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้สามารถรวบรวมแนวคิดจากข้อมูลวิจัย มาสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ

ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ประกอบการควรศึกษาถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มที่เริ่มทำงาน ซึ่งอายุตั้งแต่ 28-37 ปี โสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีรายได้ 15,001-25,000 บาทต่อเดือน กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มที่รักในการออกกำลังกาย เพื่อประโยชน์ของการดูแลสุขภาพงาม รักษาบุคลิกภาพให้ดูดี แข็งแรง และ เพื่อคลายเครียด ผู้ประกอบการ ควรรักษากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ให้ดำรงอยู่ โดยการสร้างความพึงพอใจสูงสุดกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นี้ ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการควรประชาสัมพันธ์จุดดีต่าง ๆ ของสถานออกกำลังกายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ เช่น ผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงวัยกลางคนขึ้นไป และ กลุ่มวัยรุ่นให้หันมาสนใจใช้สถานออกกำลังกายมากขึ้น

ด้านค่านิยมต่อการออกกำลังกายและรูปแบบการดำเนินชีวิต

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ที่มีค่านิยมต่อการออกกำลังกายที่ดีจะให้ความสำคัญต่อการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง รักษารูปร่าง ควบคุมน้ำหนัก และทำให้จิตใจสดชื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการควรประชาสัมพันธ์โปรแกรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพแก่สมาชิกและผู้สนใจมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีอุปกรณ์การออกกำลังที่ครบถ้วนทุกประเภท เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกออกกำลังกายตามความสนใจและความเหมาะสม ผู้ประกอบการควรจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ/ปรึกษาเรื่องการบริหารร่างกาย การดูแลสุขภาพ อย่างใกล้ชิดกับสมาชิกและผู้สนใจ เพื่อให้เขาเหล่านั้นได้เข้าใจวิธีการออกกำลังที่ถูกต้องตลอดจนถึงประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ในด้านของผลิตภัณฑ์และบริการผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีที่สุดกับภาพพจน์และท่าและจังหวะการออกกำลังกาย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเน้นการสร้างท่าและจังหวะการออกกำลังกายใหม่ ๆ แต่ขณะเดียวกันต้องสร้างเสริมอุปกรณ์ออกกำลังกายให้ครบทุกประเภท และเน้นการสร้างบริการที่ดีแก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดชื่อเสียงที่ดีแก่สถานออกกำลังกาย นอกจากนี้ ในด้านของส่วนประสมการตลาดที่ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้มากโดยที่อาจจัดสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ

โบว์ชัวร์ เพื่อแจกให้แก่ผู้ที่เดินผ่านหน้าสถานประกอบการหรือแจกตามจุดประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น จุดประชาสัมพันธ์ในห้าง สถานีรถไฟฟ้ า อาคารสำนักงาน ตลอดจนสถานที่พักอาศัยในบริเวณสถานที่ตั้งของสำนักงานของสถานออกกำลังกายเป็นต้น เป็นต้น

ด้านพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายและแนวโน้ม การตัดสินใจ

ผู้ประกอบการควรจัดเพิ่มช่วงเวลาของการเป็นสมาชิก ในช่วงสั้น ๆ เช่น 15 วัน หรือ 1 เดือน เพื่อเป็นการเปิดให้ผู้สนใจออกกำลังกาย แต่ไม่แน่ใจว่าจะปรับตัวได้หรือไม่ ได้เข้ามาเป็นสมาชิกก่อน ซึ่งถือว่าการประชาสัมพันธ์ และยังเป็น การขยายกลุ่มเป้าหมายให้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมการขายแก่ผู้สมัครเป็นสมาชิกครั้งแรก เช่น ไม่จำกัดจำนวนครั้งในการใช้สถานบริการในแต่ละเดือน และอาจจัดส่วนลดสำหรับผู้ที่ยังไม่เคยสมัครสมาชิกหากสามารถนำสมาชิกเพิ่มเติมมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายที่ดีอีกวิธีหนึ่งด้วย

ควรจะทำการศึกษารูปแบบการนำเสนอสถานออกกำลังกาย ด้านภาพพจน์การบริการ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุด และควรนำข้อมูลของผู้ใช้บริการเบื้องต้นในการวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาสถานออกกำลังกายให้ตรงกับความ ต้องการของผู้ใช้บริการในรูปแบบการนำเสนอประเภทต่าง ๆ และนำรูปแบบการให้บริการ อุปกรณ์ออกกำลังกายต่าง ๆ ไปทำการวิจัยตลาดอีกครั้ง กับผู้บริ การว่ามีผลตอบรับเพียงใด เพื่อที่จะนำไปพัฒนาต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดกับการเลือกใช้สถานออกกำลังกายในเชิงเปรียบเทียบระหว่างคู่แข่งของสถานออกกำลังกาย เช่น Fitness First, California Wow, True Fitness เป็นต้น
2. ควรทำการศึกษาศึกษาแนวทางการพัฒนาสถานออกกำลังกายแก่ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละสถานออกกำลังกายภายในเขตพื้นที่ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาสถานออกกำลังกายของแต่ละแห่ง
3. ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นแนวทางในการพัฒนาสถานออกกำลังกายอื่นต่อไป