

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ชไมพร พรพิรุณ*

ผศ.ดร.จรัญญา ปานเจริญ**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการฟิตเนสในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทดสอบสมมติฐานด้วยค่า Chi-Square (χ^2)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่สมัครสมาชิกในการใช้บริการฟิตเนสในรูปแบบรายปี โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการฟิตเนส คือ เพื่อให้สุขภาพแข็งแรงมากที่สุด ส่วนใหญ่มีรูปแบบในการใช้บริการ คือ ใช้เครื่องเล่นออกกำลังกาย ผู้ที่มีอิทธิพลในการใช้บริการมากที่สุด คือ เพื่อน ส่วนใหญ่ในการเลือกทำเล/ที่ตั้งการให้บริการฟิตเนสจะเลือก ใกล้ที่พักอาศัย จะใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลาเย็นเป็นประจำ และมีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาทต่อครั้ง ในการใช้บริการฟิตเนสมากที่สุด สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสแตกต่างกัน และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

*นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

**ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าเฉพาะบุคคลหลัก

1. บทนำ

รูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ Lifestyle อธิบายถึงลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภค ว่ามีการจัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่างๆ อย่างไร มีการให้ความสนใจเรื่องใดเป็นพิเศษ และมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การสื่อสาร การพัฒนาด้านต่างๆ ทั้งด้านการกำหนดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์ตลาด การสื่อสาร กลยุทธ์การใช้สื่อ เป็นต้น (Engel And Associates, 1993) ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละคน หรือแต่ละกลุ่ม มีความแตกต่างกัน จึงต้องทำความเข้าใจรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคล หรือกลุ่มคนเหล่านั้น เพื่อจัดวางกลยุทธ์ และการวางแผนให้เข้ากับกลุ่มดังกล่าว

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค มีการทำงานที่เร่งรีบ การแข่งขันกับเวลา การรับประทานอาหารจึงนิยมบริโภคอาหารจานด่วนเป็นส่วนใหญ่ มลภาวะที่เป็นพิษจากสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี ความเครียดจากการเรียน การทำงาน ปัญหาครอบครัว ปัญหาจากสังคมที่พบเห็นกันบ่อยขึ้นในชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้ย่อมส่งผลให้กับสุขภาพร่างกาย และสุขภาพจิตใจของคนเสื่อมโทรมลงเป็นอย่างมาก จึงก่อให้เกิดปัญหาเรื่องของโรคภัยต่างๆ ตามมา ดังนั้นการออกกำลังกายจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ร่างกายมีความแข็งแรง ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันต่อโรคภัยต่างๆ โดยในทางสรีรวิทยา การออกกำลังกายนั้นเป็นการช่วยเพิ่มระดับของสารเคมีในสมอง หรือสารสื่อประสาทที่จะเป็นตัวปรับอารมณ์ให้ดีขึ้น อาทิ เอนดอร์ฟินส์จะช่วยคลายกล้ามเนื้อ ช่วยให้หลับได้ลึกขึ้น ลดฮอร์โมนความเครียด และมีผลให้จิตใจสงบขึ้น ดร.คริสติน วิกเกอร์สตัดกลาส (Kristin Vickers-Douglas) นักจิตวิทยาแห่งเมโยคลินิก สหรัฐอเมริกา กล่าวว่า มีหลักฐานมากมายที่ยืนยันว่า การออกกำลังกายช่วยในเรื่องอารมณ์ และ ลดอาการซึมเศร้า แม้ว่าการออกกำลังกายจะไม่ใช่วิเศษ แต่การเพิ่มการขยับกายยืดเส้นยืดสายร่างกายนั้น เป็นผลดี และช่วยให้จัดการกับอารมณ์เศร้าได้ดีขึ้น (ประกอบ ผู้วิบูลย์สุข, 2552)

ปัจจุบันการออกกำลังกายจึงได้เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการดำเนินชีวิตผู้บริโภค จึงทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น มีการค้นคว้า หาข้อมูล สิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับตัวเองมากขึ้น และด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสต้องมีการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคอยู่อย่างต่อเนื่อง จะได้นำมาพัฒนา ปรับปรุง ธุรกิจฟิตเนสของตนเอง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ในเมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงหันมาออกกำลังกายมากขึ้น ย่อมทำให้เกิดธุรกิจที่ให้บริการฟิตเนสเพิ่มขึ้นตาม ความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจฟิตเนสก็ย่อมสูงขึ้นตามมา

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อเข้าใจถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานที่ฟิตเนสในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเข้าใจถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน จะส่งผลถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานที่ฟิตเนส แตกต่างกัน

อย่างไร โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบฟิตเนส นำไปใช้กำหนดวางแผน ปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3. สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสแตกต่างกัน
2. รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในด้านการวางแผนกลยุทธ์ ปรับปรุง และพัฒนาต่อยอดในธุรกิจฟิตเนส เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
2. สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจจะลงทุนทำธุรกิจฟิตเนส รายใหม่ๆ

5. ขอบเขตในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยในประเด็นต่างๆ ดังนี้

5.1 ขอบเขตทางด้านประชากร และพื้นที่

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการฟิตเนสในกรุงเทพมหานคร

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตกรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดของ Kolter (1997, p.171) ประกอบไปด้วย 6Ws และ 1 H คือ Who What Why Who When Where และ How และศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการฟิตเนสในเขต

กรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดของแอนโทนี และราลซ์ (อ้างถึงในสุมาลี เหลืองดำรงกิจ, 2545, น.22) ประกอบไปด้วย

1. ด้านกิจกรรมในชีวิตประจำและกิจกรรมยามว่าง
2. ด้านความสนใจในรูปลักษณ์และสุขภาพ
3. ด้านความคิดเห็นต่อการออกกำลังกาย

5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 ถึง 21 เมษายน พ.ศ.

2560

6. ระเบียบการวิจัย

6.1 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่ใช้บริการสถานที่ฟิตเนสในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรของคอแครน (Cochran, 1977) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้มีการสำรวจเพิ่มจำนวน 15 คน รวมขนาดแบบสอบถามที่แจกทั้งสิ้นจำนวน 400 ฉบับ และทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling)

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม จำนวน 5 ข้อ ด้านความน่าสนใจ จำนวน 5 ข้อ และด้านความคิดเห็น จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภค มีทั้งหมด 8 ข้อ

6.3 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบไปด้วย วิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square

7. ผลการศึกษา

7.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 และเพศหญิง จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพบริษัทเอกชน จำนวน 206 คน คิดเป็น

ร้อยละ 51.5 มีอายุระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5

7.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมพบว่า ผู้บริโภคทำกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับบ่อยครั้ง โดยผู้บริโภคมักจะรับประทานอาหารที่มีผัก หรือผลไม้ในแต่ละมื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาคือ การบริโภคอาหารเสริม เช่น วิตามินบำรุงสุขภาพ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสนใจพบว่า ผู้บริโภคมีความสนใจในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความสนใจ ในการดูแลบุคลิกภาพ และรูปร่าง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมา ความสนใจเรื่องแฟชั่น เสื้อผ้า ตามสื่อต่างๆ และความสนใจชอปปิงการแนะนำวิธีการออกกำลังกายรูปแบบต่างๆ ตามสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น Facebook ทีวี ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการออกกำลังกายเป็นการส่งเสริมสุขภาพลักษณะให้ท่านดูดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 มากที่สุด รองลงมา คือ เห็นด้วยว่าสภาพแวดล้อมปัจจุบันส่งผลต่อสุขภาพที่แย่ลงจึงทำให้ต้องผู้คนหันมาออกกำลังกายกันมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

7.3 พฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคส่วนใหญ่สมัครสมาชิกในการใช้บริการฟิตเนสในรูปแบบรายปี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการฟิตเนส คือ เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 มีรูปแบบในการใช้บริการ คือ ใช้เครื่องเล่นออกกำลังกาย จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.2 ผู้ที่มีอิทธิพลในการใช้บริการ คือ เพื่อน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ในการเลือกทำเล/ที่ตั้งการให้บริการฟิตเนสจะเลือก ใกล้ที่พักอาศัย จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 จะใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ส่วนใหญ่ใช้บริการ ในช่วงเวลาเย็นเป็นประจำ จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 โดยมีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาทต่อครั้ง ในการใช้บริการฟิตเนสมากที่สุด จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5

7.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน คือ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีพฤติกรรมในการเลือก ใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

8. อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร นิยมสมัครเป็นสมาชิก ฟิตเนสแบบรายปีมากที่สุด อาจเนื่องมาจากการสมัครเป็นสมาชิกแบบรายปีจะมีค่าใช้จ่ายโดยรวม ที่ถูกกว่า อีกทั้งยังมีโปรโมชั่นที่ทำให้ราคาถูกลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสนีย์ หวานทิพย์ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สมัครเป็นสมาชิกรายปี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง และใช้บริการ เครื่องเล่นออกกำลังกายมากที่สุด เพราะเนื่องด้วยสภาพแวดล้อม หรือพฤติกรรมที่ต้องเร่งรีบ ในการใช้ชีวิตประจำที่เป็นสาเหตุ ทำให้สุขภาพย่ำแย่ ผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพและการออกกำลังกาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสนีย์ หวานทิพย์ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่า กิจกรรมที่ปฏิบัติกันมากที่สุดคือ การบริหารกล้ามเนื้อ โดยมีสาเหตุสำคัญที่สุดที่ไปใช้บริการคือ ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพแข็งแรง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภา พึ่งบางกรวย (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ในกรุงเทพมหานคร ที่ได้พบว่า มีการสมัครสมาชิกแบบรายปีมากที่สุด โดยมีกีฬาที่ใช้บริการมากที่สุดคือ การออกกำลังกายด้วยเครื่องเล่น

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ผู้ที่มีอิทธิพลในการใช้บริการฟิตเนสคือ เพื่อน มากที่สุด อาจจะเป็นเพราะว่าการออกกำลังกายกับเพื่อนจะช่วยเพิ่มความสนุก เพลิดเพลิน และได้มีการแลกเปลี่ยนวิธีการออกกำลังกายได้ดีกว่าออกกำลังกายคนเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสนีย์ หวานทิพย์ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่า ส่วนใหญ่ รู้จักศูนย์ออกกำลังกายที่ไปใช้บริการ โดยเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการฟิตเนส 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บดินทร์ เจริญประดับกุล (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การเลือกใช้บริการของ ลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนส เฟิร์สท์ ที่พบว่า เวลาที่ใช้สถานออกกำลังกายประมาณ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ และยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการเลือกทำเลที่ตั้งในการใช้บริการฟิตเนส คือ ใกล้ที่พักอาศัย และใช้บริการในช่วงเวลาเย็นมากที่สุด เพราะหลังจากการออกกำลังกายเสร็จง่ายต่อการเดินทางกลับที่พักอาศัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสนีย์ หวานทิพย์ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่า เหตุผลสำคัญที่ใช้บริการเลือกสถานที่ที่ไปใช้บริการมากที่สุดคือ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน โดยมีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุดคือ 18.00-22.00 น.

9. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

9.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลของการศึกษาช่วยให้ธุรกิจฟิตเนสได้มองเห็นถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันของผู้บริโภคว่ามีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งสามารถนำข้อมูลนี้ไปปรับใช้ในกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจฟิตเนสของเรา เช่น ออกรูปแบบ Package ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการจำนวนครั้งที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจ ในทางเลือกให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของเรา และยังเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจในการใช้บริการฟิตเนสของเราได้ง่ายขึ้นอีกทาง

9.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่มีความสนใจต้องการศึกษาและวิจัยในครั้งต่อไปมีดังนี้

1) ควรศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนส เพราะปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนประกอบต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสอีกปัจจัยหนึ่ง

2) ควรศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคสูงวัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนส เพราะจากแบบสอบถามของอีไอซี กลุ่มผู้สูงอายุพบว่ากว่า 77% ของกลุ่มผู้สูงอายุในขนาด (กลุ่มอายุ 40-60 ปี ในปัจจุบัน) ระบุว่าจะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตด้วยการออกกำลังกายมากขึ้น (กวีพล พันธุ์เพ็ง, 2558)

บรรณานุกรม

ข้อมูลตลาดธุรกิจฟิตเนส จาก ([http:// www.now26.tv](http://www.now26.tv), 2559) จาก

(<http://positioningmag.com/1101261>, 2016) จาก

(<https://www.scbeic.com/th/detail/product/1347>, 2558)

จังหวัดนครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

จิราภา พึ่งบางกรวย. (2552). ศึกษาเรื่อง การศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเช่นเตอร์ในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บดินทร์ เจริญประดับกุล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนส เฟิร์สท์. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด

เยาวลักษณ์ ราชแพทยาคม และคณะ. (2551). รูปแบบการดำเนินชีวิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจ

บัณฑิตย์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

รุ่งทิวา มุสิทธิมณี. (2558). ความคาดหวังของผู้บริโภคชาวไทยต่อการใช้บริการฟิตเนสเช่นเตอร์ (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยบูรพา

- รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย “อนันต์ไลน์ ฟิตเนส” ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สิทธิพันธ์ ทนไชย และดวงกมลชาติประเสริฐ. (2555). รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อทัศนคติและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือน จาก file:///C:/Users/Asus/Downloads/53-198-1-PB%20(9).pdf
- สุวิชัย ตั้งนิมิตรชัยกุล. (2552). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสนีย์ หวายทิพย์. (2552). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. (การค้นคว้าอิสระปริญญาามหาบัณฑิต).
- อาลิสตา วีระนพรัตน์ และณัฏษ์ กุลิสร. (2557). รูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคที่มีต่ออาหารธัญพืช ในเขตกรุงเทพมหานคร จาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jindedu/issue/archive>