พฤติกรรมการใช้บริการในศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

Behaviors of using the service from Health Center for high purchasing power older in Bangkok Metropolitan area

ฐกฤตธรณ์ เนติอมรพันธ์[1]
พญ.ปองศิริ คุณงาม[2]

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพรูปแบบกิจกรรมที่ผู้สูงอายุต้องการ และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุที่เลือกใช้บริการในศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูง ที่ตั้งอยู่ในโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 196 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ใช้การทดสอบไค-สแควร์ ผลการศึกษาพบว่า อาชีพส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการและระยะเวลาการใช้บริการ เพศและอาชีพส่งผลต่อช่วงเวลาที่มาใช้บริการ สถานภาพสมรสส่งผลต่อระยะเวลาการใช้บริการฟิตเนส รายได้ส่วนบุคคลส่งผลต่อระยะเวลาการใช้บริการ เพศ สถานภาพสมรสและระดับการศึกษาสูงสุดส่งผลต่อกิจกรรมที่นิยมอันดับ 1 ในการมาใช้บริการ เพศและสถานภาพสมรสส่งผลต่อบุคคลที่มาใช้บริการฟิตเนสด้วยที่แตกต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสถานที่ตั้ง ด้านราคา จะส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการฟิตเนส ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการ ด้านราคา ด้านแรงจูงใจและทัศนคติในการใช้บริการ จะส่งผลต่อวันที่นิยมมาใช้บริการฟิตเนส ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จะส่งผลต่อช่วงเวลา ที่นิยมมาใช้บริการฟิตเนส ปัจจัยด้านราคาจะส่งผลต่อระยะเวลาการใช้บริการฟิตเนส ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการ และด้านแรงจูงใจและทัศนคติในการใช้บริการจะส่งผลต่อบุคคลที่มาใช้บริการฟิตเนสด้วย และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์และด้านแรงจูงใจและทัศนคติในการใช้บริการ จะส่งผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในอนาคตที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่าผู้ประกอบการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงนั้นควรให้ความสำคัญปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ สถานที่ตั้งและแรงจูงใจในการมาใช้บริการเพื่อในการเลือกใช้บริการศูนย์สุขภาพในอนาคต

คำสำคัญ: การใช้บริการ, ศูนย์สุขภาพ, ผู้มีกำลังซื้อสูง, ผู้สูงอายุ

---

[1] นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการชะลอวัยและฟื้นฟูสภาพ วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

[2] ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ABTRACT

The objective of the study to behaviors of using the service from health center, requirement of activities and factors affecting behaviors of using the service from health center for high purchasing power elder in Bangkok Metropolitan area. A sample was selected from 196 cases with high purchasing power older using the service from Health Center of 4 – 5 stars hotel in Bangkok. The instruments used were questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistical include frequency, percentage, mean and standard deviation. Inferential statistics was analyzed using Chi-square test. The results of the hypothesis testing showed that: Occupation affects the frequency and the days of the week using services. Gender and occupation affects the duration of using services. Gender, marital status and personal income affect the length of using services. Gender, marital status, and education level affects one of the most popular activities in the services. Gender and marital status affect the person accompany of using services, were significantly different at the 0.05 level. Factor location and price affecting the frequency of using services. Factor objective of using service, price, and motivation and attitude affect the days of the week of using services. Objective and promotion affect the duration of using services. Price affect the length of using services. Objective, motivation and attitude affect the person accompany of using services and the decision to using services in health center for high purchasing power older in future. were significantly different at the 0.05 level. Conclude that health center entrepreneur for high purchasing power older should focus on the objective, location and motivation factors for using the service from Health Center in future.

Keyword: using the service, health center, high purchasing power, elder

บทนำ

ปัจจุบันได้มีการกระตุ้นส่งเสริมเรื่องการดูแลสุขภาพ การป้องกันก่อนเกิดโรค เพื่อให้ยืดคุณภาพชีวิตที่ดีออกไป สอดคล้องกับการดำเนินงานของประชาคมโลกที่ให้ความสำคัญกับงานด้านบริการสุขภาพที่เน้นการส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีตามลำดับ ด้วยภาวะดังกล่าวส่งผลให้โครงสร้างประชากรโลกเปลี่ยนแปลงไปที่ทางองค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าในช่วงปี ค.ศ. 2001-2100 เป็นศตวรรษแห่งผู้สูงอายุ ซึ่งแต่ละประเทศจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยในประเทศไทยได้ให้ความสำคัญและเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเช่นเดียวกัน เนื่องจากมีการรายงาน สำนักงานสถิติแห่งชาติ กล่าวว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 มีประชากรที่อยู่ในวัยผู้สูงอายุประมาณร้อยละ 10.4 ของประชากรทั้งประเทศ และคาดว่าจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างตื่นตัว และกำหนดแผนงานรวมทั้งยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานด้านสุขภาพ เพื่อรองรับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีปริมาณมากขึ้น โดยเล็งเห็นว่าศักยภาพและคุณภาพของผู้สูงอายุเป็นมาตรวัดความอยู่ดีมีสุขของ

ประชาชนในประเทศ แต่อย่างไรก็ตามการดูแลด้านสุขภาพของประชากรในกลุ่มนี้ต้องมีความพิเศษที่เฉพาะเจาะจงแตกต่างจากการดูแลสุขภาพในกลุ่มอื่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่อยู่ในภาวะเสื่อมถอยของร่างกายและด้านจิตใจ (สุรเดช สำราญจิตต์, มปป.) ปัญหาสำคัญของผู้สูงอายุไทยคือการมีภาวะความชราคุกคาม ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคเรื้อรังต่างๆ ตามมา แต่อย่างไรก็ตามภาวะดังกล่าวสามารถป้องกันและควบคุมขอบเขตไม่ให้โรคมีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งยังสามารถชะลอการเกิดให้ช้าลงได้ ด้วยวิธีการออกกำลังกาย (อัจฉรา บูรณรัช, 2551) ผู้สูงอายุที่มีวิถีชีวิตเฝ้าระวังสุขภาพ (Health lifestyle) มีการระมัดระวังสุขภาพอยู่เสมอ และมีกิจกรรมทำตลอดเวลา จะทำให้ผู้สูงอายุมีชีวิตยืนยาว และพบว่าผู้สูงอายุที่มีการดูแลสุขภาพตนเองจะมีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ดี (บรรลุ ศิริพานิช, 2532) ทั้งนี้การออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ประเทศไทยได้ส่งเสริมมาอย่างยาวนาน ดังจะเห็นได้จากการบรรจุรายละเอียดลงไปในแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติในช่วงต่างๆ ดังเช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาสุขภาพไว้ในเรื่องของการมุ่งสร้างความเข้มแข็งของภาคีสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมบทบาทของประชาชน ชุมชน ท้องถิ่นให้มีวัฒนธรรมการดูแลรักษาสุขภาพที่ดีทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และช่วยเหลือเกื้อกูลกันในสังคม มีจิตสำนึกและร่วมสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพ

โดยปัจจุบันคนหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องอาหารการกิน รวมถึงเรื่องการออกกำลังกายมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจด้านสุขภาพมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงขึ้น และมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เช่น ฟิตเนส สปอร์ตคลับ สปา นวดแผนไทย เป็นต้น โดยปัจจัยที่ทำให้สถานออกกำลังได้รับความนิยมเนื่องจากโรคภัยไข้เจ็บที่ประชาชนเผชิญมีมากขึ้น การรณรงค์ในเรื่องการดูแลสุขภาพและมุ่งเน้นการออกกำลังกาย และสวนสาธารณะสำหรับออกกำลังกายโดยเฉพาะในเขตเมืองมีจำนวนน้อย เดินทางไกล จึงทำให้สถานบริการด้านสุขภาพกลายเป็นทางเลือกที่ดีของผู้คนที่อยู่อาศัยในตัวเมือง (กิตติพงษ์ ลิ้มประจันต์, 2552) แต่อย่างไรก็ตามการเลือกใช้ บริการนั้นยังขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นความสอดคล้องกับความชอบส่วนตัว เหมาะสมกับรายได้และการดำเนินชีวิต รวมถึงเหมาะสมกับข้อจำกัดของวัยผู้สูงอายุ ที่พบว่ามาตรฐานการบริการและความปลอดภัยในฟิตเสนอาจยังไม่เหมาะสมและตอบโจทย์กลุ่มผู้สูงอายุได้ เนื่องจากการออกกำลังกายของผู้สูงอายุแตกต่างจากคนกลุ่มหนุ่มสาว โดยเฉพาะการมีโรคประจำตัวยิ่งต้องระมัดระวังเรื่องการออกกำลังกายเป็นพิเศษ (วรัญญา เรืองรุ่งรัตนกุล, 2558: 7)

จากการรายงานของ International Health Racquet & Sports Club Association ในปี พ.ศ.2558 ที่พบว่าสัดส่วนของประชากรไทยที่ใช้บริการฟิตเนสมีเพียง 0.6% ของประเทศ ซึ่งถือว่าต่ำมากเมื่อเทียบกับตัวเลขค่าเฉลี่ยของชาติในทวีปเอเชียที่อยู่ 8% ทำให้ยังเห็นได้ว่าโอกาสสำหรับธุรกิจด้านฟิตเนสยังสามารถดึงกลุ่มผู้ที่มีความสนใจและใส่ใจต่อสุขภาพได้มากขึ้นในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจนั้นยังต้องมีการศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภค โดยที่ผ่านมาพบว่าพฤติกรรมของคนไทยชอบเล่นฟิตเนสกับกลุ่มเพื่อนและมีการเข้าคลาสถึง 70% การทำตลาดฟิตเนสนี้ยังมุ่งไปสู่กลุ่มเฉพาะมากขึ้น อย่างไรก็ตามด้วยความแตกต่างของความต้องการทำให้กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นกลุ่มที่น่าจับตามอง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการมีคุณภาพที่ดีและการมีภาพลักษณ์ที่ดูดี มีความสามารถในการเข้าถึงนวัตกรรมต่างๆ ในการออกกำลังกาย

ร่วมกับการมีความต้องการการผ่อนคลาย แต่ปัจจุบันนี้ยังพบว่า สถานออกกำลังกายหลายแห่งยังไม่ได้ออกแบบบริการเพื่อรองรับการไปใช้บริการของผู้สูงอายุกลุ่มนี้มากนัก จึงเป็นสาเหตุสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ที่มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสถานบริการประเภทฟิตเนส และค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการในกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นกลุ่มที่จะมีมากขึ้นในอนาคต จะกลายเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของตลาดฟิตเนสก็ว่าได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อข้อมูลให้กับผู้ต้องการประกอบธุรกิจด้านสุขภาพ และงานวิจัยนี้จะสอดคล้องกับมาตรการส่งเสริมธุรกิจสุขภาพตามนโยบายรัฐบาลและสร้างเสริมศักยภาพและคุณภาพของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นมาตรวัดความอยู่ดีมีสุขของประชาชนชาวไทย สมดังเจตนารมณ์ของการพัฒนาประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการในศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมที่ผู้สูงอายุต้องการเพิ่มเติมจากศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลในการที่จะประเมิน (Evaluation) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการดำเนินการ (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Kotler อ้างใน ชยกร แก่นสน, 2551, หน้า 11) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ 1) ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Culture factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤตกรรมของมนุษย์ในสังคม ซึ่งแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) และชั้นของสังคม (Social class) 2) ปัจจัยด้านสังคม (Social factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ด้านค่านิยม การเลือกพฤติกรรมแลละการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติ และแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ซึ่งแบ่งออกเป็น กลุ่มอ้างอิง (Reference group) ครอบครัว (Family) และบทบาทและสถานะ (Role and status) โดยกระบวนการตัดสินใจในการซื้อประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ในการซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อ โดยมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังนี้ (Kotler อ้างถึงใน ชยกร แก่นสน, 2551, หน้า 17)

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่าย เพราะมองเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่าย กระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหา เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า เพื่อความพยายามจูงใจให้เกิดความเห็นชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้องตามต้องการ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 11) ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

หลักการออกกำลังกาย

การออกกำลังกาย เป็นการทำให้กล้ามเนื้อต่าง ๆ ในร่างกายได้ทำงานและเคลื่อนไหว ซึ่งจะมีผลในการสร้างความแข็งแรง และการมีสุขภาพดีมีประโยชน์โดยตรงต่อระบบการทำงานต่าง ๆ ในร่างกาย เช่น ระบบการทำงานของหัวใจ ระบบการไหลเวียนโลหิต ระบบกล้ามเนื้อ และระบบประสาทจะทำงานประสานกันดีขึ้น ซึ่งข้อปฏิบัติของการออกกำลังกายจะต้องต้องอบอุ่นร่างกายทุกครั้งเพื่อเตรียมส่วนต่าง ๆ ของร่างกายให้พร้อมที่จะทำงาน พยายามบริหารทุก ๆ ส่วนของร่างกายอย่างเป็นประจำและสม่ำเสมอ ออกกำลังกายวันละน้อย ๆ และค่อย ๆ เพิ่มปริมาณหรือระยะเวลาและความหนักหน่วงขึ้นตามลำดับ ฝึกหายใจเข้าออกให้สัมพันธ์กับการปฏิบัติกิจกรรมในขณะที่ออกกำลังกาย และฝึกออกกกำลังกายเป็นช่วง ๆ มีการพักระหว่างช่วงเพื่อพักผ่อนคลายความเหนื่อยล้าของกล้ามเนื้อ (รัตนกฤษ ยูรประถม, 2543)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถานออกกำลังกาย

สถานออกกำลายเกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2511 ชื่อว่า สถานออกกำลังกายโจแอนดรู (Joanne Drew) ต่อมาในปี พ.ศ. 2519 มีสถานออกกำลังกายเกิดขึ้นอีกแห่งในชื่อ สถานบริหารร่างกายเวิลด์คลับ (World Club) โดยได้รับการสนับสนุนจาก International Physical Fitness Association มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันดีในช่วงนั้น โดยประเภทของสถานออกกำลังกาย ได้แก่ การออกกำลังกายและการฟื้นฟูกล้ามเนื้อ การออกกำลังกายประกอบดนตรี และการให้บริการเสริมประกอบการออกกำลัง (Sauna) ซึ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ สถานออกกำลังกายแบบไม่มีค่าใช้จ่าย เช่น สวนสาธารณะ สถานออกกำลังกายระดับกลางที่มีค่าใช้จ่ายในการรับบริการของประชาชนทั่วไป และสถานออกกำลังกายสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูง

แนวคิดเรื่องผู้สูงอายุ

แนวคิดที่อธิบายการสูงอายุนั้น แบ่งได้ 3 ทฤษฎี คือ 1) ทฤษฎีทางชีววิทยา (Biological Theory) กระบวนการทางสรีระวิทยาและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอวัยวะต่าง ๆ ของการสูญเสียความสามารถในการต้านทานโรค 2) ทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychological Theory) การเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพและพฤติกรรมของผู้สูงอายุนั้น เป็นการพัฒนาและปรับตัวเกี่ยวกับสติปัญญาความนึกคิด ความจำและการรับรู้ แรงจูงใจ

รวมทั้งสังคมที่อยู่อาศัย และประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคลจะผลักดันให้มีบุคลิกแตกต่างกันไป และมนุษย์จะมีช่วงการเปลี่ยนแปลงคือ ช่วงต่อของชีวิต (Life span) และ 3) ทฤษฎีทางสังคมวิทยา (Sociological Theory) สาเหตุที่ทำให้ผู้สูงอายุมีสถานะทางสังคมที่เปลี่ยนไป เพราะมนุษย์จะต้องมีการพัฒนาในแต่ละบุคคล และสิ่งแวดล้อมจะมีผลต่อการปรับตัว

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปที่ไปใช้บริการในศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ และรูปแบบกิจกรรมที่ผู้สูงอายุต้องการเพิ่มเติมจากศูนย์สุขภาพ ในกลุ่มผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งคำนวณหาขนาดตัวอย่าง กรณีไม่ทราบขนาดประชากร สูตรของคอแครน (Cochran, 1977 อ้างถึงใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) โดยผู้วิจัยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 196 คน

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายด้วยวิธีการจับฉลาก เลือกพื้นที่รวบรวมข้อมูลซึ่งโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 17 แห่ง ได้แก่ Centara Grand at CTW, InterContinental Bkk, Centara Grand at CLP, Plaza Athenee Bkk, Sofitel Bkk, JW Mariott Bkk, Grand Hyatt Erawan Bkk, VIE Hotel Bkk, Renaissance Hotel Bkk, Swisssotel Le Concorde, Park Hyatt, Mandarin Oriental, Pathumwan Princess, The Bazaar Hotel Bkk, Anantara sathorn Bkk, The Landmark Bkk, Urbana sathorn แล้วใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ และข้อเสนอแนะกิจกรรมที่ควรเพิ่มเติมในสถานบริการ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุดเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้เท่ากับ 0.794

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for the Social Science) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ปัญหาด้านสุขภาพ และพฤติกรรมการใช้บริการ โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ Pearson Chi-square ใช้สำหรับทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูง นอกจากนี้มีการวิเคราะห์ด้านเนื้อหาโดยการจับกลุ่มและหมวดหมู่เนื้อหาในด้านรูปแบบของกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าควรมีเพิ่มเติมในสถานบริการศูนย์สุขภาพ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการในศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของของผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 55.4 อายุส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 60-65 ปี คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมา อายุ 66-70 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.2 สถานภาพสมรสส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมา สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 31.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย,ธุรกิจส่วนตัว,อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา ไม่ได้ทำงาน/เกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 27.7 ส่วนใหญ่จบระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 34.4 ส่วนใหญ่มีรายได้ 50,000-100,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมา 100,000-150,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ผู้ตอบแบบสอบถามมีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 40.6 ส่วนใหญ่เป็นโรคความดันโลหิตสูง คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมา โรคเบาหวาน คิดเป็นร้อยละ 20.9

2. พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูง มีความถี่ในการใช้บริการฟิตเนสส่วนใหญ่ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 29.9 วันของสัปดาห์ที่ใช้บริการฟิตเนส ส่วนใหญ่เป็นวันจันทร์ถึงศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมา วันเสาร์ถึงอาทิตย์/วันหยุด คิดเป็นร้อยละ 24.1 ช่วงเวลาที่นิยมไปใช้บริการฟิตเนส ส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลา 06.00-11.00 น. คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมา ช่วงเวลา 11.00-15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 29.5 ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการเท่ากับ 61-90 นาที/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมา 31-60 นาที/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.3 กิจกรรมที่นิยมมาใช้บริการ อันดับ 1 คือ วิ่งบนลู่วิ่ง คิดเป็นร้อยละ 30.4 อันดับ 2 คือ ปั่นจักรยาน คิดเป็นร้อยละ 18.3 บุคคลที่มาใช้บริการฟิตเนสด้วยกัน ส่วนใหญ่มาใช้บริการคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 67.4 รองลงมา มาใช้กับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 19.6 การใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในอนาคต ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจที่จะใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา ใช้บริการอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 37.9 และไม่ใช้บริการแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูง พบว่า ด้านวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 41.5 ด้านสถานที่ตั้งส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 47.3 ด้านราคา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.4 ด้านบริการ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 55.8 ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.3 และด้านแรงจูงใจและทัศนคติในการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของกลุ่มผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 34.8

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ดังรายละเอียดตามตารางที่ 1 สรุปได้ว่า

4.1 เพศของผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อช่วงเวลา กิจกรรมที่นิยมอันดับ 1 บุคคลที่มาด้วยกัน ที่มาใช้บริการฟิตเนสที่แตกต่างกัน

4.2 อายุของผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันทุกปัจจัย

4.3 สถานภาพสมรสของผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระยะเวลา กิจกรรมที่นิยมอันดับ 1 ที่มาใช้บริการฟิตเนสที่แตกต่างกัน

4.4 อาชีพของผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความถี่ วันของสัปดาห์ ช่วงเวลา ระยะเวลา ที่มาใช้บริการฟิตเนสที่แตกต่างกัน

4.5 ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกิจกรรมที่นิยมอันดับ 1 ที่มาใช้บริการฟิตเนสที่แตกต่างกัน

4.6 รายได้ส่วนบุคคลของผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระยะเวลาที่มาใช้บริการฟิตเนสที่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

	พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูง						
	ความถี่	วันของสัปดาห์	ช่วงเวลา	ระยะเวลา	กิจกรรมที่นิยม	บุคคลที่มาด้วย	การเลือกใช้ศูนย์สุขภาพ ในอนาคต
เพศ	0.216	0.953	0.005**	0.748	<0.001***	0.034*	0.988
อายุ	0.180	0.193	0.257	0.100	0.252	0.326	0.160
สถานภาพสมรส	0.630	0.723	0.207	0.019*	0.003**	0.040*	0.945
อาชีพ	0.024*	<0.001***	<0.001***	0.009**	0.676	0.923	0.063
ระดับการศึกษา	0.720	0.763	0.984	0.735	0.027*	0.522	0.196
รายได้ส่วนบุคคล	0.147	0.864	0.495	0.046*	0.351	0.890	0.836

นำเสนอโดย p-value ที่ได้จากการทดสอบ Pearson Chi-square

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ** มีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 *** มีระดับนัยสำคัญที่ 0.001

5. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงในเขตกรุงเทพมหานคร ดังรายละเอียดตามตารางที่ 2 สรุปได้ว่า

5.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ ส่งผลต่อวันของสัปดาห์ ช่วงเวลา บุคคลที่มาด้วยกันที่มาใช้บริการฟิตเนสและการเลือกใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในอนาคตที่แตกต่างกัน

5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสถานที่ตั้ง ส่งผลต่อความถี่และการเลือกใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงในอนาคตที่แตกต่างกัน

5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านราคา ส่งผลต่อความถี่ วันของสัปดาห์ ระยะเวลาที่มาใช้บริการฟิตเนสที่แตกต่างกัน

5.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านการบริการ ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันทุกปัจจัย

5.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อช่วงเวลาที่มาใช้บริการฟิตเนสที่แตกต่างกัน

5.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านการแรงจูงใจและทัศนคติในการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงของกลุ่มผู้สูงอายุ ส่งผลต่อวันของสัปดาห์ ช่วงเวลา บุคคลที่มาด้วยกันและการเลือกใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในอนาคตที่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 2

6. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในอนาคต สรุปได้ว่า

6.1 ด้านกิจกรรมและบริการ ศูนย์สุขภาพมีคลาสออกกำลังกายหลากหลาย ทั้งทางน้ำ โยคะ กิจกรรมเพื่อสุขภาพจิต กิจกรรม out door มีบริการสปา การนวดเพื่อสุขภาพ ในด้านสุขภาพเสนอให้มีแพทย์และพยาบาลประจำศูนย์สุขภาพเพื่อตรวจสุขภาพและทำการรักษาโรคเบื้องต้นอย่างครบวงจรแก่ผู้สูงอายุ มีคอร์สให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ผู้สูงอายุ เช่น การรับประทานอาหาร การนอนหลับ การให้อาหารเสริมและสมุนไพร เป็นต้น

6.2 ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์สุขภาพมีรอยยิ้มแจ่มใส สุภาพ พร้อมให้การดูแลและบริการ อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่สำคัญควรมีความใส่ใจดูแลผู้ใช้บริการอย่างมาก เทรนเนอร์ประจำศูนย์สุขภาพและมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดี มีความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว

6.3 ด้านอุปกรณ์และสถานที่ มีอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ มีความทันสมัย ปลอดภัย หลากหลาย มีคุณภาพและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ มีห้องล็อคเกอร์ที่ขนาดกว้างและความปลอดภัย มีกล้องวงจรปิดทำงานตลอด 24 ชม. ห้องอาบน้ำทั้งน้ำร้อนและเย็น และควรเป็นพื้นกันลื่น มีราวจับ และกริ่งฉุกเฉิน มีเครื่องมือแพทย์ที่ช่วยชีวิตฉุกเฉิน มีบริการชา กาแฟและ free wifi แก่ผู้ใช้บริการ

6.4 ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด มีราคาที่เหมาะสมกับบริการของศูนย์สุขภาพ มีการส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้สูงอายุที่เกษียณแล้ว

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

	พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูง						
	ความถี่	วันของสัปดาห์	ช่วงเวลา	ระยะเวลา	กิจกรรมที่นิยม	บุคคลที่มาด้วย	การเลือกใช้ศูนย์สุขภาพ ในอนาคต
ด้านวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการ	0.181	0.012*	0.001**	0.354	0.197	0.021*	0.002**
ด้านสถานที่ตั้ง	0.013*	0.053	0.230	0.061	0.593	0.199	0.044*
ด้านราคา	0.027*	<0.001***	0.674	0.019*	0.294	0.439	0.124
ด้านบริการ	0.780	0.082	0.604	0.548	0.711	0.157	0.699
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.151	0.293	0.026*	0.059	0.785	0.055	0.237
ด้านแรงจูงใจและทัศนคติในการใช้บริการศูนย์สุขภาพ	0.201	0.010*	0.039*	0.390	0.668	<0.001***	0.010*

นำเสนอโดย p-value ที่ได้จากการทดสอบ Pearson Chi-square

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ** มีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 *** มีระดับนัยสำคัญที่ 0.001

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปราย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความถี่และระยะเวลาในการใช้บริการฟิตเนส อาจเนื่องจากการไปพบปะเพื่อนในฟิตเนสเพื่อพูดคุยเจรจาธุรกิจกันและกัน ในสถานบริการพร้อมกับกับออกกำลังกาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับ รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555) ที่พบว่าความถี่ในการใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส

2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการฟิตเนส เนื่องจากผู้ที่มีสถานภาพสมรสนั้นอาจจะต้องใช้เวลาอยู่กับครอบครัว ลูก หลาน หรือทำกิจกรรมอยู่กับทางครอบครัวจึงทำให้มีเวลาในการใช้บริการฟิตเนสในอย่างจำกัด ซึ่งในการศึกษาของ ชยกร แก่นสน (2551) สถานภาพสมรสนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้สถานออกกำลังกาย แต่ในการศึกษาของ จุลวัฒน์ คงแท่น (2560) สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อกระกระบวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเขตบางกะปิ

3. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการฟิตเนส อาจเนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงจะมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ทำให้ต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ในการทำงาน ดูแลกิจการ ส่งผลต่อระยะเวลาในการใช้บริการฟิตเนส ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2546: 53-55) ที่กล่าวว่า บุคคลในชั้นสังคม ได้แก่ อาชีพ ฐานะ และรายได้ต่างกัน จะมีพฤตกิรรมการซื้อที่แตกต่างกัน โดยบุคคลที่มีอาชีพรายได้เพิ่มขึ้นย่อมแสวงหาการบริโภคที่ดีขึ้น ขณะที่ในการศึกษาของ รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555) พบว่า รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ด้านช่วงเวลามาใช้บริการ

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสถานที่ตั้งในการมาใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฟิตเนส และการเลือกใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในอนาคต อธิบายได้ว่า สถานที่ตั้งของฟิตเนสนั้นอาจใกล้กับที่พักอาศัยของผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุมาใช้บริการฟิตเนสบ่อยครั้ง ร่วมกับมีสถานที่จอดรถ อาคารสถานที่ดูน่าใช้บริการ กว้างขวาง บรรยากาศดีและสะดวกสบายต่อการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พนิดา อภิชาต และคณะ (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้สถานออกกำลังกาย Fitness ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานออกกำลังกาย รวมทั้งยังเป็นแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ในอนาคต คือ ใกล้ที่พัก และสอดคล้องกับการศึกษาของ ชยกร แก่นสน (2551) พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อผู้บริโภคมากที่สุด แต่ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐวดี เกษสมบูรณ์ (2547) ศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการฟิตเนส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงพฤติกรรม และเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการฟิตเนส พบว่าผู้บริโภคให้น้ำหนักการตัดสินใจมากในเรื่องการบริการ มากกว่าด้านสถานที่

5. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านราคาในการมาใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความถี่และระยะเวลาในการใช้บริการฟิตเนส อาจเนื่องจากฟิตเนตที่มีค่าบริการราคาสูงมักจะมีอุปกรณ์เครื่องเล่นที่ทันสมัยและอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี มีผู้ให้คำแนะนำการออกกำลังกายเป็นอย่างดี จึงเป็นที่สนใจของผู้สูงอายุที่จะมารับบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกาลังกาย อนันต์ ไลน์ฟิตเนสด้านความถี่ในการใช้บริการ ขณะที่ในการศึกษาของพนิดา อภิชาต และคณะ (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านราคาไม่ได้เป็นปัจจัยแรกที่มีผลในการเลือกใช้สถานออกกำลังกาย Fitness ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

6. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในอนาคต ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่จะมารับบริการฟิตเนตเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุ เป็นการผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและจิตใจ อีกทั้งยังได้พบปะสังสรรค์กับเพื่อน ๆ ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Martin และคณะ (1999) ทำการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวพันกับการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ประสบการณ์การออกกำลังกาย ความรู้เรื่องการออกกำลังกาย รวมทั้งปัจจัยทางจิตใจ และอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการออกกำลังของผู้สูงอายุ โดยผู้สูงอายุที่มีทัศนคติที่ดีต่อการออกกำลัง รวมทั้งมีการส่งเสริมสนับสนุนจากคนรอบ

ข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ การจัดการการออกกำลังกายเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ มีแนวโน้มที่จะไปออกกำลังกายตามสถานบริการต่าง ๆ ที่มีผู้ดูแลเฉพาะทาง โดยในการศึกษาของ ศิราวรรณ เจริญชัยวาณิชย์ (2548) ศึกษาถึงความพึงพอใจที่มีต่อพฤติกรรมและแนวโน้มของการใช้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนส เฟิรส์ท ในกรุงเทพมหานคร พบว่าเหตุผลที่ไปใช้บริการ ส่วนใหญ่เพื่อต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง

7. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านแรงจูงใจและทัศนคติในการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงของกลุ่มผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในอนาคต อธิบายได้ว่าผู้สูงอายุที่มีแรงจูงใจและทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการสุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูง เห็นว่าการออกกำลังกายแล้วจะทำให้สุขภาพแข็งแรงขึ้น มีความสุขและลดความเครียด ทำให้ต้องการใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูงในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กัญญา บวรโชคชัย และ ธีรารัตน์ อิทธิฤทธิ์ (2550) พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีว่าออกกำลังกายแล้วจะทำให้สุขภาพแข็งแรงขึ้น มีความสุขและลดความเครียด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้สูงอายุมีประสบการณ์ชีวิต หรือความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายที่เหมือนหรือ แตกต่างกันมา แต่บางครั้งผู้สูงอายุก็อาจจะมีความ เชื่อหรือทัศนคติที่ได้รับสืบทอดกันมาจากพ่อแม่ บรรพบุรุษ หรือญาติมิตรใกล้ชิดสืบต่อกันมาแตกต่าง กัน จึงอาจทำให้ผู้ที่ทัศนคติในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีจะมีพฤติกรรมการออกกำลังกาย สม่ำเสมอมากขึ้นก็เป็นได้ นอกจากนี้ในการศึกษาของ ธาริน สุขอนันต์ และคณะ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน จังหวัดชลบุรี พบว่า ทัศนคติการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเชิงบวกระดับต่ำ

สรุป

การเลือกใช้ศูนย์สุขภาพของผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงในเขตกรุงเทพมหานครนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการเพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกายหรือการเข้าสังคม ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งที่มีความสะดวกต่อการเดินทางใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และปัจจัยด้านแรงจูงใจและทัศนคติในการมาใช้บริการให้มีร่างกายที่แข็งแรงหรือการพบปะเพื่อนฝูง

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรเน้นกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุที่ใช้บริการศูนย์สุขภาพสำหรับผู้มีกำลังซื้อสูง เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 60-65 ปี สถานภาพเป็นสมรส/อยู่ด้วยกัน อาชีพธุรกิจส่วนตัว การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ 50,000-100,000 บาท/เดือน

2. ควรมีราคาค่าสมาชิกใช้บริการที่สมเหตุสมผล คิดค่าบริการตามจริงและตรงกับราคาที่แจ้งไว้ในโฆษณา และมีการส่งเสริมการตลาด แพ็คเก็จการตรวจสุขภาพ โปรโมชั่น หรือส่วนลดสำหรับผู้สูงอายุ ร่วม

รายการ และให้ความสำคัญกับเรื่องทำเลที่ตั้ง เนื่องจากกระแสรักสุขภาพในปัจจุบันทำให้ผู้สูงอายุจำนวนมากหันมาออกกำลังกาย สถานออกกำลังกายทั้งหน้าใหม่-หน้าเก่าก็เปิดสาขาเพิ่มเพื่อรองรับผู้ใช้บริการ ความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการถือเป็นปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้นหาก ผู้ประกอบการรายใดมีโครงการจะเปิดศูนย์สุขภาพ ควรเปิดสถานที่ตั้งที่สะดวกแก่ผู้สูงอายุ เพื่อเพิ่มโอกาสในการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจใช้บริการได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2551). รายงานการสำรวจพฤติกรรมการออกกำลังกายของประชากร พ.ศ. 2550. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2559, จาก http://service.nso.go.th/nsopublish/service/survey/exercise50.pdf

กิตติพงษ์ ลิ้มประจันต์. (2552). พฤติกรรมการออกกำลังกายของประชาชนในสถานออกกำลังกายเอกชน. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กัญญา บวรโชคชัย และ ธีรารัตน์ อิทธิฤทธิ์.(2549). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของประชาชนในเขตดินแดง. มหาวิทยาลัยลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

จุลวัฒน์ คงแท่น. (2560). การตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสในเขตบางกะปิ. วารสารเศรษฐศาสตร์รามคำแหง. 273-286.

ชยกร แก่นสน. (2551). พฤติกรรมการเลือกใช้สถานออกกำลังกาย กรณีศึกษาบริษัท แคลิฟอร์เนีย ว้าว เอ็กซ์พีเรียนซ์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ ศศ.มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ณัฐวดี เกษสมบูรณ์. (2549). การตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ธาริน สุขอนันต์, จารุณี ทรัพย์ประเสริฐ, สุภาวัลย์ จาริยะศิลป์, อาภิสรา วงศ์สละ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน จังหวัดชลบุรี. วารสารสาธารณสุขมหาวิทยาลัยบูรพา. 9(2), 66-75.

บรรลุ ศิริพานิช และคณะ. (2532). พฤติกรรมและการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุไทยที่ยืนยาวและแข็งแรง. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงสาธารณสุข, กรมการแพทย์.

พนิดา อภิชาต, อรพินทร์ เยาวรัตน์, และ อัญชลี พงค์เจริญพิทย์. (2552). ปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้สถานออกกำลังกาย Fitness ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.

รัตนกฤษ ยูรประถม. (2543). สภาพปัญหาในการบริหารจัดการสถานออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (พลศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ .(2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบันฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิรฒ.

วรัญญา เรืองรุ่งรัตนกุล. (2558). สถานออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ. ค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (พาณิชยศาสตร์และการบัญชี). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิสิทธิ์พัฒนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ธีระฟิลม์และไซเท็กซ์ จำกัด.

สุรเดช สำราญจิตต์. (มปป.). วารสารรามคำแหง ปีที่ 25 ฉบับที่ 1 หน้า 207, มปป.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉรา บูรณรัช. (2551). การประยุกต์ทฤษฎีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการส่งเสริมพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ ส.ม. นครราชสีมา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

Hartung GH, Smolensky MH, Harrist RB, et al. Effects of varied durations of training on improvement in cardiorespiratory endurance. J Hum Ergol 1977;6:61-8.

Holloway C.J., & Plant R. V. (1992). Marketing for tourism. London: Pitman.

Healthcare & Diagnostics Information. 2011. การออกกำลังกายในผู้สูงอายุ. (Online). Available: http://www.thailabonline.com/exercise-elder.htm.

Paluska S.A. & Schwenk,T.L. Physical Activity and Mental Health: Sports Med (2000) 29: 167.

Rhodes, R.E., Martin et al. Factor Associated with Exercise Adherence Among Oder Adults: Sports Med (1999) 28: 397.

Robert S. Mazzeo, et al. Medicine and Science: Sports and Exercise. 30(6). June 18 1998.

Scheider J.K., et al. Exercise training Program for older adults. Journal of Gorontological Nursing. 2003.