

**กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัด
กรุงเทพมหานคร**
**THE DECISION PROCESS OF CHOOSING TO USE THE FITNESS FACILITY OF
THE PEOPLE IN BANGKOK**

ทินวิทย์ ต่อดำ

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Thinawit Tortam

Email: thinawit.to@gmail.com Faculty of Business Administration

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding Author

บทคัดย่อ

การศึกษาการวิจัยในหัวข้อ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อที่จะทำให้เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสำหรับผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ออกกำลังกาย หรือผู้ที่มีความสนใจจะเปิดธุรกิจในด้านนี้ ว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เราได้ทำการสำรวจความคิดเห็นและนำผลลัพธ์มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจน

คำสำคัญ : การเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย, ฟิตเนส, ออกกำลังกาย

Abstract

Research studies on the topic the decision process of choosing to use the fitness facility of the population in Bangkok This time it was created in order to show more clear results from data collection and opinions from sample groups. To be a guideline for development and improvement for business owners or business owners regarding exercise facilities Or those who are interested to open a business in this field What consumers think about the decision to use the exercise facility of the population in Bangkok Which is a

sample group in which we conducted a survey and used the results to analyze the data to get a clear conclusion

Keywords: Choosing to use the fitness facility, fitness center, to **exercise**

บทนำ

ในปัจจุบันผู้คนในทุกช่วงอายุหันมาใส่ใจในการดูแลสุขภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นวัยเด็ก วัยรุ่น วัยกลางคน หรือแม้กระทั่งวัยสูงอายุ ล้วนแล้วแต่มีการหันมาใส่ใจในการดูแลสุขภาพร่างกายมากขึ้น เนื่องจากวิถีชีวิตในปัจจุบันเปลี่ยนไปมาก มลพิษต่างๆ และสภาพแวดล้อมทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งไม่ถือว่าเป็นเหตุการณ์ที่ดี เพราะสภาพแวดล้อมนั้นแย่งไปทุกวัน ย่อมส่งผลทำให้ผู้คนและประชากรทั่วโลกมีสุขภาพร่างกายที่แย่ง จึงเป็นที่มาของการที่ประชากรและผู้คนหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพร่างกายมากขึ้น โดยการหันมาออกกำลังกาย

การเลือกใช้สถานที่ออกกำลังกายก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการออกกำลังกายของผู้คน เพราะสถานที่เป็นส่วนที่มีผลต่อการออกมาใช้บริการ หากสถานที่นั้นเป็นสถานที่ที่มีอุปกรณ์ครบวงจร ก็จะเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่ทำให้ผู้คนหันมาใช้บริการมากกว่าสถานที่ที่มีอุปกรณ์น้อย หรือไม่มีเลย เช่นสวนสาธารณะ แต่สถานที่ออกกำลังกายแต่ละแห่งก็มีทั้งข้อดี และข้อเสียที่แตกต่างกันออกไป โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาและค้นคว้าวิจัยและทำการสำรวจความคิดเห็นของประชากรในเรื่องการเลือกใช้สถานที่ออกกำลังกาย จึงเกิดประเด็นขึ้นมาว่า ผู้วิจัยจึงมีความคิดที่จะทำการวิจัยในหัวข้อ “กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาโดยแบ่งจำแนกตามด้านประชากร เพศ อายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และยังศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะทำให้เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสำหรับผู้สนใจในด้านนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครโดยจำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชากรในกรุงเทพมหานคร ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัด กรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน ช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในหัวข้อ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยจะกำหนดขอบเขตงานวิจัยไว้ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านประชากร** เป็นการสำรวจจากประชากรในทุกๆด้าน โดยเราสามารถแบ่งและ จำแนกขอบเขตทางด้านประชากรออกมาได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งมีตัวอย่างดังต่อไปนี้ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านการศึกษา ด้านสถานภาพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. **ขอบเขตด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's)** เป็นการกำหนดขอบเขตย่อยเชิงลึกใน ด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอหัวหินของ ประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นตัวแปรอีกช่องทางที่จะสามารถทำให้ผลการวิจัยในครั้งนี้ มี ผลลัพธ์ที่เที่ยงตรงและแม่นยำมากที่สุด โดยเราสามารถแบ่งและจำแนกปัจจัยทางด้านส่วนประสมทาง การตลาด (4P's) ออกมาได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3. **ขอบเขตด้านพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย** ขอบเขตทางด้านพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายจะเป็นการ สำรวจและสอบถามจากประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่เคยใช้บริการที่พักและโรงแรมในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน สำหรับเหตุผลที่เราได้ทำการคัดเลือกขอบเขตของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่อง ด้วยจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครมีจำนวนมาก และแต่ละคนล้วนมีความหลากหลายที่แตกต่างกัน ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายทางความคิดและทัศนคติต่อการสำรวจในด้านการตัดสินใจ เลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครในครั้งนี้

4. **ขอบเขตด้านเวลา** ในการทำวิจัยในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมใน เขตพื้นที่อำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ มีการกำหนดขอบเขตด้าน ระยะเวลาที่ชัดเจนคือ อยู่ในช่วงระหว่าง เดือนเมษายน 2563 – มิถุนายน 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครโดยแบ่งจำแนกตามด้านประชากร และส่วนประสมทางการตลาด
3. เพื่อให้เป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจหรืออยากออกกำลังกายของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร สามารถเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้จากผลสรุปของการวิจัยในครั้งนี้

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ (Kotler & Keller, 2009, p.255) ซึ่งกระบวนการยอมรับสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ก็จะมีพฤติกรรมที่ แตกต่างกันไปอีกแบบหนึ่ง โดยแบ่งลักษณะประชากรเป็น 5 ลักษณะ คือ เพศ (Sex) อายุ (Age) รายได้ (Income) การศึกษา (Education) อาชีพ (Occupation)

แนวคิดและทฤษฎีด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Engel, Blackwell & Miniard, 1993) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า “รูปแบบที่ผู้คนจะดำเนินชีวิตรวมทั้งการใช้เงินและเวลา” โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะสะท้อนได้จากกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ของผู้คน

รศ.ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน ที่มาของข้อมูล: ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน "กระบวนการโฆษณา" หน่วยที่ 7 ในชุดวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2552 หน้าที่ 7-31 - 7-32 อ้างอิงถึง Well, 2008. และอ้างอิงถึง Kerin, Harthley, and Rudelius, 2007.

แนวคิดและทฤษฎีด้านการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง บทบาทของนักท่องเที่ยงที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเที่ยว ซึ่งกระบวนการซื้อของผู้บริโภคมี ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การกระตุ้นและตอบสนองของพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยง โดยเห็นได้ว่าสิ่งกระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจ สินค้าทำให้นักท่องเที่ยงเกิดความสนใจ แสวงหาข้อมูล ซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ ทำให้เกิดการรับรู้ (Perception) และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของตนโดยการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และโรงแรมที่เลือกสรรแล้ว การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ นับว่าเป็นการตอบสนอง (Output)

แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) กูรูด้านการตลาดชั้นนำของโลกได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบ ให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับ ราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกาย ในปัจจุบันประเทศไทยมีธุรกิจเกี่ยวกับการบริการ สถานที่ออกกำลังกายขึ้นมาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสถานที่ออกกำลังกายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นธุรกิจที่เติบโตขึ้นมากจากเมื่อก่อน เพราะผู้คนหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากขึ้น โดยตัวอย่างของธุรกิจเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกายในกรุงเทพมหานคร เช่น Fitness First ซึ่งตอนนี้มีมากถึง 31 สาขา ทั่วประเทศไทย Virgin Active Fitness Club ปัจจุบันมี 8 สาขาในประเทศไทย We Fitness ตอนนี้มีสาขาอยู่ที่ 7 สาขา ทั่วกรุงเทพมหานคร และ Jetts Fitness ที่มีสาขาอยู่ที่ 30 สาขาในประเทศไทย นอกจากสถานที่ออกกำลังกายที่เป็นเชิงพาณิชย์แล้วนั้น ในกรุงเทพมหานครเองยังมีสถานที่ออกกำลังกายสาธารณะไว้สำหรับบุคคลที่ต้องการออกกำลังกายไว้บริการอีกด้วย โดยสวนสาธารณะทั่วกรุงเทพมหานครตอนนี้มี ประมาณ 29 สวนสาธารณะด้วยกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางสาว จุฑารัตน์ ปรีวงศ์กุลธร ได้ทำการศึกษาค้นคว้าวิจัยในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยการเลือกใช้ บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยการ เลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน และ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัย การเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างของ ผู้สูงอายุจำนวน 384 คน ที่เป็นสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกายในกรุงเทพมหานครทั้ง 3 แห่ง คือ ทรุฟิตเนส , แคลิฟอเนี่ยฟิตเนส และฟิตเนสเฟิร์ส โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ออกมา นั้น ทางผู้วิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง พบถึงร้อยละ 51.6% ส่วนใหญ่มีอายุ 60-70 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.4% ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท / เดือน คิดเป็นร้อยละ 32.8% ซึ่งในทีนี้นี้เป็นสมาชิกรายปีถึง 29.4% มีระยะเวลาในการใช้บริการระหว่าง 3-5 ชม. อยู่ที่ร้อยละ 57.6% และความถี่ในการใช้บริการคือ 1-2 ครั้ง / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 43%

จุลวัฒน์ คงแทน ได้ทำการค้นคว้าและศึกษาวิจัยในหัวข้อ การตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสในเขตบางกะปิ โดยวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสในกรุงเทพมหานครในเขตบางกะปิ และ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสในกรุงเทพมหานครในเขตบางกะปิ โดยได้ทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้ คือ พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ที่มาใช้ศูนย์ออกกำลังกาย ในเขตบางกะปิ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.75% อายุที่พบมากที่สุดคือ ระหว่าง 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.25% มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.75% สถานภาพโสดมาเป็นอันดับหนึ่ง คือ 82.25% ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 50.75% และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 20,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.25%

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับข้อมูลทั้งหมดที่ได้มา ผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถิติและรวบรวมข้อมูลและสรุปผลโดยใช้โปรแกรม SPSS โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่ศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ
2. กลุ่มตัวอย่างของประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรในกรุงเทพมหานครที่ออกกำลังกาย ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงต้องมีการกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้กลุ่มตัวอย่างของ (Yamane)
3. สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บและรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้าทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลงานการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดทางการวิจัยและนำมาสู่ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่ได้ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยมีการแบ่งส่วนของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน
4. ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยได้มีการนำแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย นำเสนอให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเนื้อหาว่ามีความครอบคลุมทุกเนื้อหาสาระในงานวิจัยหรือไม่ รวมถึงการใช้ภาษาว่ามีความเหมาะสมและถูกต้องตามหลักงานวิจัยมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้หากมีคำแนะนำหรือให้ปรับปรุงแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษา ก็ทำการแก้ไขก่อนที่จะนำไปใช้จริง

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมมาแล้วนั้น ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดไว้ในกรอบแนวคิดการวิจัย

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลจากการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครให้ความคิดเห็นระดับมากที่สุดในด้านกรรับรู้ปัญหา และด้านการแสวงหาข้อมูล และความคิดเห็นระดับมากในด้าน การประเมินทางเลือก, การตัดสินใจเลือกซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

2. ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

2.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ สถานภาพที่ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย ไม่ต่างกัน

2.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มี ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

3.2 ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มี เพศ ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างก็มีความต้องการที่จะมีสุขภาพที่ดีและแข็งแรง นอกจากนี้จะทำให้เสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง ไม่ก่อให้เกิดโรคต่างๆ ได้ในอนาคต

2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า แม้ว่าอายุจะแตกต่างกัน แต่ทุกคนมีความต้องการในการรักษาสุขภาพไม่ต่างกัน ไม่ว่าจะอยู่ในช่วงอายุใด เช่น วัยหนุ่มสาว ก็ต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงและมีรูปร่างที่สวยงาม หรือสำหรับบุคคลที่มีอายุมาก ก็จะเป็นการเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง เพื่อไม่ก่อให้เกิดโรคร้ายต่างๆ ได้

3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะมียุทธศาสตร์ไหน การดูแลสุขภาพร่างกายให้สมบูรณ์หรือแข็งแรง ก็เป็นพื้นฐานที่ดีของการมีชีวิตอยู่

4. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย โดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการระดับการศึกษาต่างกัน แต่ระดับการศึกษาของแต่ละคน อาจจะสามารถทำให้เกิดการวิเคราะห์ หรือแยกแยะได้ว่า การเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายนั้น มีความสำคัญมากน้อยเพียงใด หรือจะก่อให้เกิดความคุ้มค่าในระดับไหน

5. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย โดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน อาจจะมีข้อจำกัดในการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มอาชีพที่ต้องทำงานไม่เป็นเวลา ไม่สามารถกำหนดระยะเวลาว่าง หรือวันหยุดของตนเองได้แน่นอน ก็จะไม่สามารถวางแผนการเลือกไปใช้บริการตามสถานที่ออกกำลังกายได้มากเท่าที่ควร

6. ประชาชนในประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย โดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนในประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ก็จะมีข้อจำกัดในการเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายได้ เพราะสถานที่ออกกำลังกายบางแห่งมีการเก็บค่าบริการที่ค่อนข้างสูง จึงทำให้เกิดความไม่คุ้มค่าที่จะเสียเงินไปโดยไม่เกิดประโยชน์

ผู้ประกอบการกิจการสถานที่ออกกำลังกายจึงไม่ต้องสนใจเกี่ยวกับปัจจัยประชากรทางด้านเพศ ด้านอายุ และด้านสถานภาพ ดังกล่าวข้างต้น แต่ควรสนใจในเรื่องของ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพราะปัจจัยดังกล่าวมาจะมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และจำเป็นจะต้องบริหารจัดการและคิดรูปแบบกลยุทธ์สำหรับด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองต่อลูกค้าที่มีปัจจัยด้านประชากร ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน

ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆที่อาจจะมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านพฤติกรรม การซื้อ ปัจจัยด้านสถานภาพ การจ้างงาน ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านสังคม และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนาสินค้า ให้ตรงความต้องการของลูกค้าต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่หลายหลายยิ่งขึ้นควรขยายขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น ประชาชนในเขตอำเภอ หรือจังหวัดอื่น ๆ ที่มีสถานที่ออกกำลังกาย ตั้งอยู่ในบริเวณอำเภอหรือจังหวัดนั้น ๆ เพื่อศึกษาและทำให้เกิดการวิเคราะห์ที่มีความแตกต่างและหลากหลายทางสังคม ค่านิยม ความคิดของประชากรที่ทำการศึกษา เพื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ. (2548). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะสังคมศาสตร์.
- กฤตินา จันทรหวร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากีฬาที่ซื้อผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรมของผู้บริโภคระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชวมงคลรัตนโกสินทร์.

- จุฑารัตน์ ปวิวงศ์กุลธร. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- จุลวัฒน์ คงแทน. (2560). *การตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสในเขตบางกะปิ. วารสารเศรษฐศาสตร์รามคำแหง.*
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ การวางแผนและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- ธนส์ถ์เกษมไข ยานันท์. (2544). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web sites) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์/กรุงเทพฯ. การค้นคว้าอิสระ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ธรรมสาร*
- ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ปาณิศรา สิริเอกศาสตร์. (2556). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปลาเส้นของผู้บริโภค การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม*
- พิมพ์ิกา ศรีจุมปา, สุธีรา อะทะวงษา. (2017). *ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกชุมชนของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลท่าสาย อำเภอมือง จังหวัด เชียงราย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.การจัดการและพฤติกรรมองค์กร.กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, 2550.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. (2552). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.*
- Kotler & Keller. (2009). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ Marketing management (13th ed.). Pearson Prentice Hall.*
- Solomon. (1996). *แนวคิดและทฤษฎีด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต M.R. Consumer Behavior: Buying, Having and Being. 8th ed. New Jersey: Prentice Hall.*