

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS RELATING TO CUSTOMER LOYALTY
ON USING FITNESS FIRST IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

วีรียา นานา¹

ณัฏช์ กุลิสร์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าที่มาใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวม ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบ สมมติฐานด้วยสถิติค่าที่ค่าความแปรปรวนทางเดียวและค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 23-38 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท และทำอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านการให้รางวัล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้า ใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายด้านการแต่งกายให้เหมาะสมโดยรวม และ พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายในด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความภักดีในการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพัน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ การให้รางวัล ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

ABSTRACT

This study aims to understand the factors related to the loyalty to the services of the Fitness First Center in Bangkok. The sample of this research included 400 customers of Fitness First Center in Bangkok. A questionnaire was used as a research instrument to collect data. The statistics for data analysis included percentage, frequency, average, standard deviation, and hypothesis testing with a t-test, One-Way ANOVA, and the Pearson product moment correlation. The study found that a majority of respondents were female, aged

¹สาขาวิชาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

²รองศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

23-38 years old, single, held an undergraduate degree, earned an average income of 30,001-50,000 Baht per month, and worked for private companies. For hypothesis testing, it was found that different genders of the users showed different level of loyalty to services provided by Fitness First Center on rewards, at a statistically significant level of 0.05, and the different occupations of the users showed different levels of loyalty to services from Fitness First Center on attachment and reward at the statistically significant levels of 0.05 and 0.01 respectively, respectively. Furthermore, overall knowledge of fitness on appropriate dressing, overall exercise behavior and experience in increasing customer confidence had a relationship with loyalty to services of Fitness First Center on attachment as the correlation was positively very low at a statistically significant level of 0.05.

Keywords: Fitness First Center, Reward, Reliability

บทนำ

ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีมุมมองข้ามการออกกำลังกายเนื่องด้วยเวลาที่จำกัดทำให้มีกำลังใจในการเอาใจใส่ดูแลสุขภาพ โดยต้องเผชิญกับโรคภัยต่างๆที่เพิ่มมากขึ้น แต่ก็มีคนบางกลุ่มที่ยังเห็นความสำคัญในเรื่องของการออกกำลังกาย ดังคำพูดที่เรามักได้ยินบ่อยๆว่า “งานกับชีวิตส่วนตัว” (Work Life Balance) ทำให้กระแสการออกกำลังกายเข้ามามีความน่าสนใจในชีวิตประจำวันมากขึ้น เพราะนอกจากจะทำให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น ยังสามารถช่วยสร้างภูมิคุ้มกันโรคภัยต่างๆซึ่งสามารถทำได้ตั้งแต่การออกกำลังกายแบบง่าย ๆ ที่สามารถทำได้ที่บ้าน เช่น การเดินเร็ว การวิ่ง การวิดพื้น จนไปถึงการออกกำลังกายที่เปรียบพร้อมไปด้วยอุปกรณ์ในการออกกำลังกาย

ปัจจุบันฟิตเนสเซ็นเตอร์จึงเป็นสถานที่ออกกำลังกายที่เข้ามาเป็นตัวเลือกช่วยตอบสนองความต้องการของคนเมืองมากยิ่งขึ้นสามารถเดินทางได้สะดวกเนื่องจากตั้งอยู่ทั้งในโรงแรม ห้างสรรพสินค้า หรือตึกสำนักงานต่างๆทำให้สะดวกต่อการใช้บริการธุรกิจฟิตเนส เซ็นเตอร์ ในประเทศไทยนั้น ได้เติบโตอย่างต่อเนื่องภายหลังจากการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่จากต่างประเทศเมื่อประมาณ 15 ปีที่ผ่านมาโดยในปี 2564 ที่ผ่านมาธุรกิจ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ในประเทศไทย มีมูลค่าตลาดประมาณ 8,900 ล้านบาท ขยายตัวจากปี 2563 ที่มีมูลค่าตลาดประมาณ 6,500 ล้านบาท เนื่องจากการขยายจำนวนสถานบริการที่เข้าถึงประชาชนได้มากขึ้นและการลดราคาค่าบริการลงค่อนข้างมากของบรรดาผู้ให้บริการฟิตเนสระดับกลางและระดับล่างเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าใช้บริการได้ง่ายขึ้น

ฟิตเนส เฟิร์ส (Fitness First) เริ่มต้นจากคลับเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกายเล็กๆ แห่งหนึ่งที่เมืองเบิร์นเม้าท์ สหราชอาณาจักรในปี 1993 จนถึงวันนี้ฟิตเนส เฟิร์สท คือกลุ่มคลับเพื่อสุขภาพและยิมการออกกำลังกายที่ได้กลายเป็นหนึ่งในตราสินค้าการออกกำลังกายที่ใหญ่ที่สุดในโลกรวมทั้งใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ฟิตเนส เฟิร์สเป็นตราสินค้าที่เชื่อถือได้และยั่งยืน ด้วยเครือข่ายที่ยอดเยี่ยมในภูมิภาคเอเชีย โดยมีการเสนอสิ่งที่ดีที่สุดอย่างอุปกรณ์ออกกำลังกาย ความหลากหลายของคลาสเจ้าหน้าที่ที่สามารถให้คำแนะนำ และบรรยากาศการต้อนรับที่ช่วยให้มีแรงขับเคลื่อนที่อยากออกกำลังกาย ต่อมาในปี 2000 ฟิตเนส เฟิร์ส ได้เข้าสู่ภูมิภาคเอเชียด้วยการเปิดคลับในฮ่องกง ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และมาเลเซีย

ในปัจจุบันประเทศไทยมีฟิตเนส เฟิร์ส ทั้งหมด 34 สาขา แบ่งเป็น Club Class มี 2 สาขา Zone มี 1 สาขา Platinum มี 7 สาขา และแบบ Premium อีก 24 แห่ง (First, 2561) ได้แก่ Club Class (2 สาขา) มีที่ Club 39 (สุขุมวิท 39) และที่ไอคอนสยาม แบบ Zone มีที่ Central World แบบ Platinum มีทั้งหมด 7 สาขา ซึ่งสาขา T-One Building เป็นสาขาล่าสุดของฟิตเนส เฟิร์ส แบบ Premium ทั้งหมด 24 สาขาในกรุงเทพฯ และในต่างจังหวัดอีก 4 สาขา (Fitnessfirst, 2561b)

จากบทความข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยต้องการทำการศึกษเกี่ยวกับพฤติกรรม ประสบการณ์ ความรู้และความรักดีที่มีต่อการใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะสามารถช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ได้เห็นประโยชน์ของการออกกำลังกาย ความปลอดภัยของสถานที่ และได้รับความรู้ คุณภาพและบริการทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ สาเหตุที่เลือกการทำวิจัย ฟิตเนส เฟิร์สในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากฟิตเนส เฟิร์สส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำงานวิจัยโดยมีการวางแผนและพัฒนาส่งเสริมสุขภาพการออกกำลังกายในฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ โดยมุ่งหวังให้คนหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น มีความรักดีต่อการออกกำลังกายและมีพฤติกรรมออกกำลังกายที่ถูกต้องและเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย พฤติกรรมและประสบการณ์ และความรักดีที่มีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
2. เพื่อเปรียบเทียบความรักดีต่อการใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายกับความรักดีต่อการใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสบการณ์กับความรักดีต่อการใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ จากการศึกษาผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ซึ่งประกอบด้วย ประกอบด้วย อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ อาชีพ ซึ่งเป็นลักษณะของประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันและมีพฤติกรรมในการตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างกันด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสม และด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย โดยยึดแนวคิดของ กัลยา ดำรงค์คดี (2544) สรุปได้ว่าความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายมีความสำคัญต่อการออกกำลังกายเป็นอย่างมาก ทำให้ได้รู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการออกกำลังกายว่าการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอช่วยทำให้ระบบต่างๆในร่างกายแข็งแรงขึ้นสุขภาพดีขึ้น และยังคงคำนึงถึงความปลอดภัยในการออกกำลังกาย การแต่งกายให้เหมาะสมเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายในการออกกำลังกายและทำให้ไม่เกิดการบาดเจ็บ เสื้อผ้าที่ใส่ต้องเหมาะกับการออกกำลังกาย เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวนี้ ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย จะเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้แต่ละบุคคลมีความพึงพอใจในการออกกำลังกายมากขึ้น สามารถออกกำลังกายได้อย่างเต็มที่ส่งผลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถพัฒนาเป็นความรักดีในการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย โดยพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยบรรยากาศในการออกกำลังกาย จะยึดแนวคิดของ (Puresuthee 2563) ได้แก่ อิทธิพลสถานการณ์สิ่งแวดล้อม สภาพอากาศ

ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า จะยึดแนวคิดของ (Parasuraman Zeithaml & Berry, 1988) และ (CHUBB, 2562) ได้แก่ ประสบการณ์ ความปลอดภัย ความสำคัญที่จะทำให้ร่างกายได้รับสิ่งที่ดีจากการออกกำลังกาย และส่งผลให้การออกกำลังกายเกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้พฤติกรรมมารดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและการมีประสบการณ์ของเทรนเนอร์ที่เทรนให้ลูกค้าได้รับผลลัพธ์ที่พึงพอใจ มีสุขภาพแข็งแรงขึ้น ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดการจูงใจรักการออกกำลังกาย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี โดยความภักดี 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล และด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยจะยึดแนวคิดของ Liat และคณะ (2014) ความภักดีคือผู้ใช้บริการไม่ยอมเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่น โดยการต่ออายุสมาชิกไปเรื่อยๆ มีความคิดเห็นเชิงบวกแก่ฟิตเนส เช่นเตอร์ที่ใช้อยู่ อยากที่จะชักชวนให้ครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จักให้มาสมัครเป็นสมาชิก ในส่วนของความภักดีด้านความผูกพัน ได้แก่การที่ฟิตเนสมีการบริการที่มีความใส่ใจลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเข้ามาใช้บริการซ้ำ ด้านการให้รางวัล ทำให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมที่ภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้น และมีการบอกปากต่อปากทำให้มีการเข้าใช้บริการฟิตเนสเพิ่มขึ้น

วิธีดำเนินงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มที่เป็นสมาชิกฟิตเนส เฟิร์สและใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) โดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างระดับความเชื่อมั่น95% ระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน5% ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified random sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างของลูกค้าจากการเข้าใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะเน้นสาขาที่รถไฟฟ้าวิ่งผ่าน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random Sampling) โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ ให้ลูกค้าในฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ตอบแบบสอบถามเท่านั้นและเก็บข้อมูลจนครบตามจำนวน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้มีลักษณะที่ง่ายในการตอบง่ายในการเข้าใจ อีกทั้งยังครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยตั้งเอาไว้โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามส่วนที่เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple-Choice Question) มีจำนวน 6ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย จำนวน 9 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียวเป็นลักษณะ Likert Scale และวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า จำนวน 9 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเป็นลักษณะ Likert Scale และวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยการให้ คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ โดยแบ่งออกเป็นด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ จำนวน 9 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว เป็น ลักษณะ Likert Scale และวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 อายุ 23-38 ปีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 สถานภาพโสดจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 อาชีพจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 และโรคประจำตัวจำนวน 89 คิดเป็นร้อยละ 89.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงจาก ระดับความคิดเห็นมากที่สุดไปน้อยที่สุด พบว่า

ความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านคิดว่าควรมีกล้องวงจรปิดหลายจุดเพื่อความปลอดภัยต่อลูกค้าในฟิตเนส เฟิร์สทุกสาขา ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การทำความสะอาดอุปกรณ์เป็นประจำสามารถป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19และโรคอื่นๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และท่านคิดว่าควรมีป้ายบอกท่าเล่นที่ถูกต้องเพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากตามลำดับ

การแต่งกายให้เหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการแต่งกายให้เหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่า การแต่งกายให้เหมาะสมช่วยให้ท่านมีความมั่นใจในการออกกำลังกาย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านคิดว่า การแต่งกายให้เข้ากับการออกกำลังกายสามารถช่วยให้การออกกำลังกายของท่านดีขึ้นและท่านคิดว่าพนักงานฟิตเนส เฟิร์สแต่งกายเหมาะสมต่อการปฏิบัติงานซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่า การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะช่วยลดการเกิดโรคร้ายต่างๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านคิดว่า การออกกำลังกายจะช่วยให้ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และท่านคิดว่า การออกกำลังกายทำให้ผ่อนคลายและลดความเครียด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงจากระดับ ความคิดเห็นมากที่สุดไปน้อยที่สุด พบว่า

บรรยากาศในการออกกำลังกาย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อบรรยากาศในการออกกำลังกายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าการมีแสงสว่างเพียงพอสามารถช่วยให้การออกกำลังกายดีขึ้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ฟิตเนส เฟิร์ส สาขาที่ท่านเล่นมีเสียงเพลงเข้ากับบรรยากาศของการออกกำลังกาย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และฟิตเนส เฟิร์ส สาขาที่ท่านเล่นมีพื้นที่เพียงพอไม่แออัดเกินไปซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าการมาออกกำลังกายทำให้ได้เจอเพื่อนใหม่ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการออกกำลังกายหรือแนะนำวิธีการออกกำลังกายซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และการออกกำลังกายที่ฟิตเนส เฟิร์สเป็นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานไม่ควรเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้าซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านคิดว่าพนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการออกกำลังกายและสามารถให้คำแนะนำได้ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และท่านคิดว่าพนักงานฟิตเนส เฟิร์สสาขาที่ท่านเล่นอยู่มี มารยาทดีและสุภาพในการบริการ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงจากระดับความคิดเห็นมากที่สุดไปน้อยที่สุด พบว่า

ด้านความผูกพัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ฟิตเนส เฟิร์ส เท่านั้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ ท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะต่ออายุสมาชิกกับทางฟิตเนส เฟิร์ส ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และท่านรู้สึกประทับใจและมีความเชื่อมั่นต่อฟิตเนส เฟิร์สซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการให้รางวัล ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าควรมีการให้รางวัลกับสมาชิกที่ซื้อคลาสผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer: PT)ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ ท่านชอบโปรแกรมขึ้นเกี่ยวกับการออกกำลังกายให้กับสมาชิกทุกเดือนซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และท่านคิดว่าการให้รางวัลแก่ทรนเนอร์จะสามารถเพิ่มกำลังใจในการทำงานได้ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าพนักงานมีความจริงใจและตั้งใจในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในฟิตเนส ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ ท่านคิดว่าท่านได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการของท่านที่ฟิตเนส เฟิร์สซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และท่านคิดว่าพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล ในระดับไม่มีความสัมพันธ์ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับไม่มีความสัมพันธ์

สรุปและอภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีที่มีผลต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถสรุปประเด็นสำคัญมา อภิปรายได้ ดังนี้

ผลการศึกษาเกี่ยวกับ เพศ พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านการให้รางวัล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สเพศหญิงมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านการให้รางวัลมากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงจะมีความทะเยอทะยานในการต้องการได้รับรางวัลและมุ่งมั่นมากกว่าเพศชาย มีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ในการออกกำลังกายให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจากเพศชายออกกำลังกายไม่ได้เน้นการได้รับรางวัลแต่จะเน้นการออกกำลังกายเพื่อสร้างกล้ามเนื้อ การที่ผู้เข้าใช้ฟิตเนสที่มีเพศแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านการให้รางวัลที่ต่างกัน อาจจะเป็นเพราะแต่ละเพศมีความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงการแสดงออกถึงการกระทำที่เป็นผลมาจากความรู้สึกนึกคิดของบุคคลนั้น ๆ ด้วย ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ Sharp & Sharp (1997) ที่ได้กล่าวถึงว่า การให้รางวัลเป็นการสร้างพฤติกรรมการซื้อซ้ำของทั้งเพศหญิงและชาย โดยทำให้มีการซื้อที่แตกต่างกันอย่างมากทำให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้นในเรื่อง ความคิดและการให้รางวัล เช่นการโฆษณา การส่งเสริมการขาย อีกทั้งยังเพิ่มคุณภาพและบริการให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการซื้อซ้ำของแต่ละเพศที่ต่างกัน จึงส่งผลให้ผู้เข้าใช้ฟิตเนสของทั้งหญิงและชายต่างกัน

ผลการศึกษาเกี่ยวกับ อายุ พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยกลุ่มอายุมีความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการที่มีอายุมากขึ้นจะทำให้ใส่ใจในเรื่องสุขภาพและการออกกำลังกายมากขึ้น และการที่มีอายุมากขึ้นย่อมมีโรคภัยเข้ามามากกว่าคนอายุน้อย จึงต้องดูแลร่างกายโดยการออกกำลังกายเพื่อป้องกันโรคต่างๆและทำให้มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงมากขึ้น รวมถึงการมีอายุมากขึ้นย่อมต้องได้รับการดูแลจากครุฝึกส่วนตัวในเรื่องการออกกำลังกาย และการมีครุฝึกที่เหมาะสมกับเราจะทำให้ท่านมีความพึงพอใจในฟิตเนสมากขึ้น และมีความรู้สึกถึงการคงอยู่ในฟิตเนสแห่งเดิมต่อไป ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูชัย สมิติชัย (2553) กล่าวว่า อายุแต่ละช่วงชีวิตมีความต้องการในสินค้าและบริการ หรือการบริโภคที่แตกต่างกัน กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ย่อมจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกันเช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าแฟชั่น กลุ่มผู้สูงอายุ จะสนใจสินค้าเกี่ยวกับ สุขภาพ และความปลอดภัย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับ สถานภาพ พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ทุกสถานภาพสามารถเข้าใช้ฟิตเนสทุกสาขาและทุกคนมีความสามารถในตัวแต่ละบุคคลซึ่งไม่แตกต่างกัน เพราะทุกคนล้วนสำคัญต่อการเข้าใช้ฟิตเนส และประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับเรารู้สึกค่าทุกคนได้มากน้อยเพียงใด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์รวมทั้งด้านสถานภาพ เป็นลักษณะที่สำคัญที่วัดได้ของประชากรในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่วนด้านความภักดีช่วยอธิบายถึงความรู้สึกชอบของกลุ่มแบรนด์นั้น ดังนั้น สถานภาพสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดเป้าหมาย รวมถึงส่งผลต่อความภักดีในแบรนด์นั้นๆ ดังนั้นสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีในการเข้าใช้ฟิตเนส

ผลการศึกษเกี่ยวกับ ระดับการศึกษา พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ทุกระดับการศึกษาสามารถเข้าใช้ฟิตเนสทุกสาขาและทุกคนมีความสามารถในตัวแต่ละบุคคลซึ่งไม่มีผลต่อความแตกต่างในแต่ละระดับการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zeithaml (1988) ศึกษาเรื่องความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน พบว่า การให้บริการลูกค้าด้วยคุณค่าที่ได้รับรู้และการให้บริการที่มีความเท่าเทียมกันถือเป็นวิธีการในการสร้างความตั้งใจและความจงรักภักดี

ผลการศึกษเกี่ยวกับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ทุกรายได้ มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่ต่างกัน เนื่องจากรายได้เป็นสิ่งช่วยในการส่งเสริมกำลังให้กับผู้บริการ เพราะรายได้เป็นสิ่งสำคัญในการมีชีวิตอยู่ในชีวิตประจำวัน ถ้ารายได้ที่ได้รับสามารถครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ผู้บริการก็จะรู้สึกพึงพอใจเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการออกกำลังกาย รวมถึงการที่มีรายได้มากขึ้น ก็จะส่งผลให้มีความรู้สึกมั่นคงในการออกกำลังกายมากขึ้น และยังเป็นแรงกระตุ้นให้มีความตั้งใจในการออกกำลังกายมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูชัย สมิทธิกร (2553) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างเฉพาะแต่ละบุคคล โดยมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษเกี่ยวกับ อาชีพ พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส กลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ด้านอาชีพ มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน มากที่สุด เนื่องจากกลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ยังเป็นกลุ่มวัยรุ่น ที่มีความใส่ใจเรื่องรูปร่างและรักสวยรักงาม ทำให้ชอบในการออกกำลังกายและมาสมัครฟิตเนสเพิ่มมากขึ้น ด้านข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มักมองหาการออกกำลังกายในรูปแบบของการให้รางวัล เพราะคนกลุ่มนี้ไม่ได้สนใจในเรื่องรูปร่างเท่ากับกลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แต่จะสนใจในเรื่องของการออกกำลังกายเพื่อความสุขและเข้าร่วมกิจกรรมที่ฟิตเนสจัดขึ้น เพื่อให้ได้รางวัลเป็นสิ่งตอบแทน ทำให้ร่วมสนุกกับกิจกรรมต่างๆและเมื่อได้รับรางวัลก็จะทำให้อยากกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมอีก นอกจากนี้ยังมองหาเรื่องของโปรโมชั่น เช่น ในกรณีที่สมัครฝึกส่วนตัว เช่นใน 1เดือนเทรนครบ 12 ครั้ง จะได้รับรางวัลเป็น ชั่วโมงเทรนส่วนตัวฟรี1ครั้งหรือได้ใช้ล็อกเกอร์รายเดือนฟรี1เดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิทักษ์พงษ์ ปัญตะ (2547) กล่าวว่า การออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกวัย ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและเป็นแบบแผนในการดำรงชีวิตประจำวัน เพื่อให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เช่นเตอร์

1. ความปลอดภัย ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายด้านความปลอดภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เช่นเตอร์ ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าส่วนใหญ่ไม่คอยให้ความสำคัญกับการมีเทรนเนอร์ส่วนตัวในการดูแล เนื่องจากเทรนเนอร์ส่วนตัวมีราคาที่สูง จึงทำให้คนส่วนใหญ่มาออกกำลังกายด้วยตนเอง ทำให้เสียอันตรายหรือบาดเจ็บจากการออกกำลังกายได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชชุรี สิมะโชคดี และ วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2547) ศึกษาเรื่องความตระหนักถึงความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน พบว่า การทำงานในแต่ละองค์กรย่อมมีความปลอดภัยในการทำงานที่ต่างกันขึ้นอยู่กับ การบริหารจัดการเรื่องความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ คือ ความตระหนักถึงความปลอดภัยในการดำเนินกิจการให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานในองค์กรเพิ่มขึ้น ทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น ต้นทุน การผลิตลดลง

กำไรมากขึ้น และลดความสูญเสียจากการเกิดอุบัติเหตุ ในการทำงาน การปราศจากภัยอันตรายต่างๆซึ่งในทางปฏิบัติไม่สามารถจัดความเสี่ยงหรือภัยอันตรายได้โดยสิ้นเชิง

2. การแต่งกายให้เหมาะสม ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายด้านการแต่งกายให้เหมาะสม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพันในระดับ ต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้ใช้บริการควรตระหนักถึงการแต่งกายให้เหมาะสมต่อการออกกำลังกายเนื่องจากสามารถลดการเกิดอุบัติเหตุและได้ทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา ดำรงค์ศักดิ์ (2544) ศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า การแต่งกายให้เหมาะสมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ โดยความเป็นรูปธรรมที่เห็นได้ชัดเจนของการบริการ สามารถให้ความสะดวกสบายในรูปแบบการสัมผัส จับต้องได้ เช่น ลักษณะบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้ให้บริการ เนื่องจากการแต่งกายสามารถบ่งบอกได้ถึงอาชีพที่ทำ ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเชื่อถือได้และทำให้ผู้ใช้บริการมั่นใจในสถานที่มากขึ้น

3. ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคนส่วนใหญ่มีมุมมองข้ามประโยชน์ของการออกกำลังกาย เพราะคิดว่าการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะทำให้เกิดการปวดเมื่อยร่างกาย เกิดการบาดเจ็บได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย ลีทองอิน (2550) ศึกษาเรื่อง ประโยชน์ของการออกกำลังกายต่อสุขภาพ พบว่าการออกกำลังกายช่วยทำให้สุขภาพดีขึ้น ช่วยเสริมสร้างสมรรถภาพให้ร่างกาย ทำให้บุคลิกภาพท่าทางและการทรงตัวที่ดี ทำให้ผ่อนคลาย ลดความเครียด และลดความซึมเศร้า เนื่องจากการออกกำลังกายจะทำให้อวัยวะและระบบต่างๆ ของร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น เมื่อมีการออกกำลังกายกล้ามเนื้อจะมีการหดตัว มีความแข็งแรง มีกำลัง และมีความทนทานของกล้ามเนื้อเกิดขึ้น หากมีการออกกำลังกายสม่ำเสมอกล้ามเนื้อจะมีการเจริญเติบโตขึ้น ทำให้มีร่างกายที่แข็งแรงขึ้น

พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

1. บรรยากาศในการออกกำลังกาย พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย ด้านบรรยากาศในการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการมีบรรยากาศที่ดีไม่ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ออกกำลังกายของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Puresuthee (2563) ศึกษาเรื่อง บรรยากาศในการออกกำลังกายกับโยคะเพื่อลดการนอนไม่หลับ พบว่าบรรยากาศในการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ เนื่องจากการมีบรรยากาศที่ดีในการออกกำลังกายนั้นสามารถทำให้การออกกำลังกายเป็นไปในทางที่ดีขึ้น เช่นการเล่นโยคะ ถ้ามีบรรยากาศที่ดีก็จะสามารถช่วยให้ผ่อนคลาย ลดความเครียดลงได้

2. ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kenny (1996 อ้างใน สรายุทธ เกศโสภาคฤษดิ์, 2558) ศึกษาเรื่อง ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้ใช้บริการในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ เนื่องจากการมีปฏิสัมพันธ์ต่างๆ ของมนุษย์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นโดยมีอิทธิพลต่อกัน หรือปฏิภิกิริยาทางสังคมแก่กันมาก คือการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์เป็นการก่อให้เกิดความสนุกในการอยู่กับ ครอบครัว/เพื่อน โดยส่วนใหญ่การตอบสนองของแต่ละบุคคลก็มีความแตกต่างกันออกไปซึ่งผู้ที่

บุคคลนั้นๆ มีปฏิสัมพันธ์ด้วยอาจจะแสดงถึงระดับของความสัมพันธ์เมื่อพวกเขามีการตอบสนองกลับมาด้วย ซึ่งการตอบสนองดังกล่าว เรียกว่าผลของผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย (Partner's Effect)

3. ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยด้านความผูกพัน มีความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมากในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความมั่นใจสามารถสร้างขึ้นจากการที่เรามีครูฝึกส่วนตัวเพราะครูฝึกส่วนตัวทำให้เรามีวินัยในการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอเพราะการออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกวัย ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้มีการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องเพื่อสุขภาพและรูปร่างที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิทักษ์พงศ์ ปัญญะ (2547) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกายและการรับรู้อุปสรรคของการออกกำลังกายกับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ตำบลสามพร้าว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่าความมั่นใจแก่ลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในระดับที่ต่ำมาก เนื่องจากการออกกำลังกายจะส่งผลดีต่อร่างกายมากกว่าผลเสีย จึงส่งผลให้บุคคลเหล่านี้มีการออกกำลังกายมากขึ้น การออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกวัย ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและปฏิบัติเป็นแบบแผนในการดำรงชีวิตประจำวัน เพื่อให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ในเรื่องของเพศ โดยพบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สเพศหญิงมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านการให้รางวัลมากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงจะมีความทะเยอทะยานในการต้องการได้รับรางวัลและมุ่งมั่นมากกว่าเพศชายและมีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ในการออกกำลังกายให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจากเพศชายออกกำลังกายไม่ได้เน้นการได้รับรางวัลแต่จะเน้นการออกกำลังกายเพื่อสร้างกล้ามเนื้อและ เพศหญิงต้องใช้เวลาในการดูแลรับผิดชอบเรื่องครอบครัวและเรื่องส่วนตัว จึงไม่มีเวลาที่จะออกกำลังกาย ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาในธุรกิจฟิตเนส เช่นเตอร์ควรให้ความสำคัญแก่ลูกค้า เพศหญิงโดยการใส่ใจดูแลผู้ใช้บริการเพศหญิง ตกแต่งสถานที่ให้ดูวัยรุ่น ทันสมัย มีเครื่องเล่นและคลาสที่แปลกใหม่ หลากหลาย

2. เรื่องของอาชีพ โดยพบว่าอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพันมากกว่าอาชีพอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ยังสนใจในเรื่องของการรักสวยรักงาม ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ในส่วนของอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านการให้รางวัลมากกว่าอาชีพอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มองหาในเรื่องของการจัดกิจกรรมต่างๆในฟิตเนส เพื่อให้ได้รับรางวัลทำเป็นสิ่งตอบแทน

3. จากการศึกษาความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ด้านการแต่งกายให้เหมาะสม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพันในระดับ ต่ำมาก ดังนั้นครูฝึกส่วนตัวควรให้คำแนะนำเกี่ยวกับการแต่งกายให้เหมาะสมแก่ผู้ใช้บริการ จะได้ลดการเกิดการบาดเจ็บในขณะที่ออกกำลังกาย และยังสามารถสร้างความมั่นใจในการออกกำลังกายแก่ผู้ใช้บริการ

4. จากการศึกษาพฤติกรรมและประสบการณ์ ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า มีความความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพันในระดับ ต่ำมาก ดังนั้นการที่ผู้ใช้บริการจะเกิดความมั่นใจในฟิตเนส เฟิร์ส ครูฝึกส่วนตัวต้องทำให้ผู้ใช้บริการมั่นใจในการบริการ โดยแสดงความน่าเชื่อถือ บริการด้วยความสุจริต สุภาพ และดูแลเอาใจใส่ ไม่ทำให้เกิดการบาดเจ็บ ถ้าครูฝึกส่วนตัวสามารถทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจ ผู้ใช้บริการก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำ

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของผู้มีพระคุณหลายท่าน กราบขอบพระคุณ รศ.ดร.ณัฏช์ กุลิสร อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาได้สละเวลามาให้ความรู้ ให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ รวมถึงข้อคิดเห็น ตลอดจนตรวจแก้ไขจุดบกพร่องต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ และ ผศ.ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่กรุณาเป็นประธาน และคณะกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ในครั้งนี้ รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะปรับปรุง แก้ไข อันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาคคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมทุกท่านที่กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อีกทั้งยังให้ความช่วยเหลือและมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้วิจัยด้วยความเมตตาที่ดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ภาคคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมทุกท่าน และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยที่ให้คำแนะนำ รวมถึงความช่วยเหลือในด้านของข้อมูลต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณพนักงานฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ที่ได้ให้ความกรุณา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

และสุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่ได้ให้การสนับสนุน และส่งเสริม ให้กำลังใจมาโดยตลอด และขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจแก่กันเสมอมา

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). *ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกันเฉพาะแต่ละบุคคล*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทुरย สิมะโชคดี และวีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2547). *ความหมายของความปลอดภัย ความปลอดภัยในโรงงาน (พิมพ์ครั้งที่ 17)*. กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์*. กรุงเทพฯ.
- สมชาย ลีทองอิน. (2550). *บทสรุปของการออกกำลังกาย*. สืบค้นจาก, <https://www.sukumvithospital.com/healthcontent.php?id=49>
- Brand Age Online. (2019). *ผู้นำในตลาดฟิตเนสเซ็นเตอร์*. สืบค้นจาก, <https://www.fitnessfirst.co.th/>
- CHUBB. (2562). *ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม*. สืบค้นจาก, <https://www.chubb.com/th-th/chubblifebalance/stay-motivated-to-exercise.html>
- Puresuthee. (2563). *บรรยากาศในการออกกำลังกาย*. สืบค้นจาก, <https://puresutheeyoga.com/tag/>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis (3rd ed)*. New York: Harper and Row Publications.
- Zeithaml. (1988). *นิยามศัพท์เฉพาะความภักดีต่อการใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์สเซ็นเตอร์*.