

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ ของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการวิจัย ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตลอดจนปัจจัยในการ ตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในด้านข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุที่ตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สมรสแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี ยังคงทำงานอยู่และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน

ปัจจัยในการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นสมาชิกฟิตเนส เฟิร์สท์

สาเหตุในการตัดสินใจเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ คือ มีสาขาอยู่ใกล้บ้านมากที่สุด รองลงมาคือความ หลากหลายของอุปกรณ์ จำนวนของอุปกรณ์ในการออกกำลังกาย ชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ราคาในการ สมัครเป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ และส่วนลดในการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ คือ ตัวของผู้สมัครเองมีอิทธิพลต่อการสมัครสมาชิก ฟิตเนสเซ็นเตอร์สูงสุด รองลงมาคือเพื่อน บุคคลในครอบครัว และบุคคลที่มีชื่อเสียง ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์คือ เพื่อรักษาสุขภาพ มากที่สุด รองลงมาคือเพื่อพบปะ สังสรรค์ เพื่อลดน้ำหนัก เพื่อรูปร่างดี เพื่อผ่อนคลายความเครียด เพื่อตามกระแสนิยม และวัตถุประสงค์อื่นๆ ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ คือ ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน มากที่สุดรองลงมาคือ มีค่าใช้จ่าย 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่าย 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่าย 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่าย 20,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ตามลำดับ

ช่วงเวลาในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ คือ 16.00–20.00 น.มากที่สุด รองลงมาคือ 11.00-15.00 น. 06.00 – 10.00 น.และ หลัง 21.00 น. เป็นต้นไป ตามลำดับ

รูปแบบการออกกำลังกาย คือ การปั่นจักรยานมากที่สุด รองลงมาคือโยคะ แอโรบิก และอื่นๆ เช่น เล่นเวท ยกน้ำหนัก ว่ายน้ำ อบเซิร์ฟน้ำ อุปกรณ์ต่างๆ ตามลำดับ

สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรู้จักฟิตเนสเซ็นเตอร์คือ เพื่อน มากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา พนักงานขาย การจัดกิจกรรม ทิว อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวิทยุ ตามลำดับ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์

ผลิตภัณฑ์ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของความหลากหลายของอุปกรณ์ออกกำลังกาย รองลงมา คือ ความปลอดภัยและมาตรฐานของเครื่องออกกำลังกาย เครื่องออกกำลังกายมีความทันสมัย ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถานที่ให้บริการและ ความหลากหลายของ Class การออกกำลังที่เปิดให้บริการ ตามลำดับ

ราคา ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้องรองลงมาคือความตรงไปตรงมาของอัตราค่าบริการ ราคามีความเหมาะสมต่อรูปแบบการให้บริการ มีหลายระดับราคาให้เลือก และ รูปแบบการชำระเงินค่าสมัครสมาชิกมีความหลากหลาย ตามลำดับ

สถานที่ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความสะดวกสบายของการให้บริการสถานที่จอดรถ และ จำนวนสาขาที่เปิดให้บริการ

การส่งเสริมการตลาด ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอรองลงมาคือ การตั้งใจของพนักงานขายของผู้ให้บริการ การให้ส่วนลดพิเศษ การให้บริการทดลองออกกำลังกายฟรี และการให้ของแถมตามลำดับ

การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการได้รับการบริการพิเศษที่นอกเหนือจากการบริการหลักที่ได้ เช่น ให้ที่จอดรถส่วนตัวกับผู้สมัครสมาชิกตลอดชีพ หรือให้ของขวัญกับผู้ที่เป็นสมาชิกรับรอบ 10 ปีรองลงมาคือ การนำเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์มาเสริมในการให้บริการแทนพนักงาน เช่น เครื่องตรวจเช็คความเป็นสมาชิกก่อนเข้าใช้บริการ

บุคลากร ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกายรองลงมาคือ การให้บริการของพนักงาน เช่น การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการแก่ลูกค้าอย่างกระตือรือร้นและความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับตามลำดับ

กระบวนการ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญที่สุดในเรื่องของกระบวนการในการสมัครสมาชิก เช่น สามารถสมัครสมาชิกได้ไม่ยุ่งยากรองลงมาคือ กระบวนการในการเข้ารับบริการมีความสะดวก เช่น ไม่ต้องจองคิวก่อน การเข้ารับบริการ กระบวนการตรวจสอบการเป็นสมาชิกก่อนเข้ารับบริการที่ไม่ยุ่งยาก

หลักฐานทางกายภาพ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญที่สุดในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้กับผู้ใช้บริการ (ห้องน้ำ ห้องแต่งตัว) มีจำนวนที่เพียงพอและปลอดภัยรองลงมาคือ ความสะดวกสบายของการให้บริการ สถานที่จอดรถ ขนาดของสถานที่ให้บริการและความหรูหราของสถานที่ให้บริการตามลำดับ

ความต้องการที่จะสมัครสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์ที่ปัจจุบันเป็นสมาชิกต่อหรือไม่

ผู้สูงอายุมีความต้องการที่จะสมัครสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์ที่ปัจจุบันเป็นสมาชิกต่อมากที่สุดเหตุผลที่ต้องการสมัครสมาชิกต่อ นั้น คือชอบออกกำลังกาย ต้องการดูแลสุขภาพ คลายเครียด พบเพื่อน ราคาไม่แพง เป็นสมาชิกอยู่แล้ว บริการมีคุณภาพ ห้องน้ำสะอาด ความมีชื่อเสียง

ส่วนเหตุผลของการไม่สมัครสมาชิกต่อ คือ ไม่ค่อยมีเวลา ลี้ภัยเปลี่ยน บริการไม่สมราคา ไม่เห็นผลตามต้องการ ไกลบ้าน หาที่จอดรถลำบาก

รายได้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ในด้านส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลส่วนบุคคลด้านด้านอาชีพ

อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ในด้านความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ในด้านความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ในด้านความหลากหลายของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ในด้านจำนวนของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ในด้านสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ในด้านราคาในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ในด้านส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้อง มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกสบายต่อการเดินทางมาใช้บริการ

ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกสบายต่อการเดินทางมาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกสบายต่อการเดินทางมาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความหลากหลายของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกสบายต่อการเดินทางมาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะจำนวนของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกสบายต่อการเดินทางมาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกสบายต่อการเดินทางมาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะราคาในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกสบายต่อการเดินทางมาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ความรู้และมนุษย์สัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับ ไม่มี ความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะราคาในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ความรู้และมนุษย์สัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับ มี ความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิต เนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย

การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์ต่อการเลือก สมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือก สมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความหลากหลายของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร

การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือก สมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะจำนวนของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร

การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์ต่อการเลือก สมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร

การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือก สมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะราคาในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร

การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือก สมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร

ขนาดของสถานที่ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดของสถานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะราคาในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดของสถานที่ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดของสถานที่จอดรถ

ขนาดของสถานที่จอดรถ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดของสถานที่จอดรถ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความหลากหลายของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดของสถานที่จอดรถ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะจำนวนของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดของสถานที่จอดรถ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดของสถานที่จอดรถ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะราคาในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดของสถานที่จอดรถ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

ความคิดเห็นที่มีต่อการเป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์และต้องการให้ปรับปรุงในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ความยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน
- ความปลอดภัย
- ที่จอดรถ
- ควรมีพนักงานของฟิตเนสมากขึ้นและมีโปรแกรมอื่นต่อ
- ควรที่จะขยายสาขาให้มากขึ้นเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า
- ควรที่จะเปิด 24 ชม.

- รูปแบบการบริการเพื่อให้ตอบสนองเพื่อคนสูงอายุมากกว่านี้
 - อุปกรณ์การออกกำลังกายควรมีเพียงพอต่อความต้องการ
 - สถานที่ควรจะสามารถเดินทางได้สะดวก
 - พื้นที่ในการออกกำลังกาย
 - ควรที่จะมีการบริการที่ครอบคลุมทุกความต้องการของผู้สูงอายุ
 - พัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานบริการ
 - มีการจัดกิจกรรมหลายๆ ครั้ง และมีของแถมที่แปลกใหม่
 - ควรทำป้ายให้ชัดเจนกว่านี้และที่จอดรถควรกว้างขึ้นด้วย
 - ความสะอาด ความปลอดภัยในด้านต่าง ๆ อาทิ ลานจอดรถและสถานที่ให้บริการ
 - อุปกรณ์เก่ามากขึ้นสนิม
 - การบริการของพนักงาน
 - อยากให้มีผู้เชี่ยวชาญมาสอน
 - มีสนามฟุตบอลมากกว่านี้
 - การบริการของพนักงานไม่มีความรวดเร็ว
 - อยากได้เพลงที่เร้าใจ
 - พนักงานให้ทำงานด้วยความจริงใจ ไม่ใส่หน้ากากเข้าหาลูกค้าเพื่ออยากได้เงินพูดให้ตรงกับความเป็นจริง
 - ขอให้พนักงานซื้อตรงไม่หลอกหลวงลูกค้า ตรงไปตรงมา ขอให้พนักงานขายชื่อเสียงไม่ใช่ขายร่างกาย
 - ความรวดเร็วของพนักงานในการตอบคำถามและบริการ
 - ห้องน้ำ
 - ให้ยอมรับคนที่ไม่เคยเข้าฟิตเนส
- มีสาขาในการบริการให้มากกว่านี้จะได้สะดวกในการเดินทาง

ความต้องการในอนาคตที่จะสมัครสมาชิกกับฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เป็นสมาชิกอยู่

ความต้องการในอนาคตของผู้ที่เป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่จะต้องการสมัครสมาชิกต่อในฟิตเนสเซ็นเตอร์เดิม มากที่สุดรองลงมาก็คือ ผู้ที่เป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ไม่ต้องการสมัครสมาชิกต่อในฟิตเนสเซ็นเตอร์เดิม

เหตุผลในการไม่เลือกสมัครสมาชิกต่อในฟิตเนสเซ็นเตอร์เดิม

เหตุผลที่ไม่ต้องการเป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เดิมเพราะ ไม่ค่อยมีเวลาว่างมากที่สุดรองลงมาก็คือเหตุผลอื่นๆ ได้แก่ สามารถออกกำลังกายที่บ้านก็ได้และมีความสะดวกมากกว่าไปฟิตเนส เซ็นเตอร์ ไม่เห็นผลตามที่ต้องการ อยากศึกษารายละเอียดให้มากกว่านี้ สุขภาพไม่แข็งแรง ต้องการพักผ่อน ไม่มีรายได้ ไกลบ้าน อายุ

มากขึ้น ไม่มีที่จอดรถ รองลงมาคือสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย ต้องการลงไปออกกำลังกายที่อื่น ไม่แน่ใจ บริการที่ได้รับไม่สมราคา ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์ของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยซึ่งศึกษาถึงองค์ประกอบ 8Ps ของ Lovelock and Wright เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนส เช่นเตอร์ ของผู้สูงอายุ โดยจะเห็นกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าที่ผลิตจากอุตสาหกรรม โดยปกตินักการตลาดยึดถือองค์ประกอบของกลยุทธ์เบื้องต้น 4 ประการคือ P-product (ผลิตภัณฑ์) P-price (ราคา) P-place (ช่องทางการจำหน่าย) และ P-promotion (การส่งเสริมตลาดหรือการสื่อสาร) แต่อย่างไรก็ตามจากลักษณะเด่นพิเศษของการให้บริการ ทำให้จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องรวมองค์ประกอบทางด้านกลยุทธ์อื่นๆ เข้าไว้ด้วยกันซึ่ง กลยุทธ์การบริการ นั่นก็คือ การใช้ 8Ps ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์

- ความหลากหลายของเครื่องออกกำลังกาย
- เครื่องออกกำลังกายมีความปลอดภัยและ มีมาตรฐาน
- เครื่องออกกำลังกายมีความทันสมัย
- ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถานที่ให้บริการ
- ความหลากหลายของ class ออกกำลังกายที่เปิดให้บริการ (โยคะ แอโรบิก)

ด้านราคา

- มีหลายระดับราคาให้เลือก
- ราคามีความเหมาะสมต่อรูปแบบการให้บริการ
- รูปแบบการชำระเงินค่าสมัครสมาชิกมีความหลากหลาย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำนวนสาขาที่เปิดให้บริการ
- ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม/สะดวกสบายต่อการเดินทางมาใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- การให้ส่วนลดพิเศษ
- การให้ของแถม
- การจูงใจของพนักงานขายของผู้ให้บริการ
- มีการให้บริการทดลองออกกำลังกายฟรี

ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ

- การได้รับการบริการพิเศษที่นอกเหนือจากบริการหลักที่ได้ เช่น ให้ที่จอดรถส่วนตัวกับผู้สมัครสมาชิกตลอดชีพหรือให้ของขวัญกับผู้ที่เป็นสมาชิกครบ 10 ปี
- คุณภาพของการบริการได้แก่ ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้อง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการแก่ลูกค้าอย่างกระตือรือร้น ความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับ การดูแลเอาใจใส่และให้ความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ

ด้านบุคลากร

- การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย
- การให้บริการของพนักงานเช่นการดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน

ด้านกระบวนการ

- กระบวนการในการสมัครสมาชิกเช่นสามารถสมัครสมาชิกได้ไม่ยุ่งยาก
- กระบวนการในการเข้ารับบริการมีความสะดวกเช่น ไม่ต้องจองคิวก่อนการเข้ารับบริการ กระบวนการตรวจสอบการเป็นสมาชิกก่อนการเข้ารับบริการที่ไม่ยุ่งยาก

ด้านหลักฐานทางกายภาพ

- สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้กับผู้ใช้บริการ (ห้องน้ำ ห้องแต่งตัว) มีจำนวนที่เพียงพอและมีความปลอดภัย
- ความหรูหราของสถานที่ให้บริการ
- ขนาดของสถานที่ให้บริการ
- ความสะอาดสบายของการให้บริการสถานที่จอดรถ

(Lovelock and Wright, 2002:13, The eight components of integrated service management)

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับเรื่องขององค์ประกอบ 8Ps ที่แตกต่างกัน ดังนี้ **ผลิตภัณฑ์** ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของความหลากหลายของอุปกรณ์ออกกำลังกาย รองลงมา คือ ความปลอดภัยและมาตรฐานของเครื่องออกกำลังกาย เครื่องออกกำลังกายมีความทันสมัย ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถานที่ให้บริการและ ความหลากหลายของ Class การออกกำลังกายที่เปิดให้บริการ ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฉวีวดี เกษมสมบูรณ์ (2547) ที่พบว่าผู้บริโภคให้น้ำหนักการตัดสินใจเลือกสถานบริการฟิตเนสที่มีอุปกรณ์ให้เลือกหลายประเภทเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์การออกกำลังกายและคุณภาพของอุปกรณ์การออกกำลังกาย

ราคา ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้องรองลงมาคือความตรงไปตรงมาของอัตราค่าบริการ ราคามีความเหมาะสมต่อรูปแบบการให้บริการ มีหลายระดับราคาให้เลือก และ รูปแบบการชำระเงินค่าสมัครสมาชิกมีความหลากหลาย ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับบอดุลย์ จาตุรงค์กุล ดลยา จาตุรงค์กุล และ พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล(2546) การบริหารเรื่อง

ราคา ในธุรกิจบริการลูกค้าได้รับคุณประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ในรูปการบริการความรับผิดชอบไม่จำกัดอยู่ที่งานการตั้งราคาเพื่อสร้างราคาขายแก่ลูกค้าเท่านั้นซึ่งรวมถึงการตั้งข้อตกลงเกี่ยวกับสินเชื่อและความสามารถในการให้บริการตามข้อตกลงที่ให้ไว้ได้นอกจากนี้หากลูกค้าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน(Nonfinancial Outlays) ผู้บริโภคจะมีภาวะทางจิตวิทยา เช่น ความพยายามทางความคิด ความรู้สึกที่ไม่พอเพียงหรือความกลัวซึ่งอาจมาพร้อมกับการประเมินทางเลือกในการบริการ การคัดเลือก และการใช้บริการที่ได้เลือกแล้ว บริการที่ทำให้เราได้รับประสบการณ์มาก อาจสร้างภาวะทางจิตวิทยา เช่น ความวิตกกังวล เพราะผลของการบริการนั้นยากที่จะทำการประเมิน

สถานที่ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความสะดวกสบายของการให้บริการสถานที่จอดรถ และ จำนวนสาขาที่เปิดให้บริการซึ่งสอดคล้องกับเกษมณี ใจจันทร์ (2551) พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับที่ตั้งของสถานบริการพิตเนสอยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน บ้าน หรือโรงเรียนมากที่สุด รองลงมาคือที่ตั้งมีที่จอดรถสะดวกปลอดภัยและเพียงพอ และที่ตั้งอยู่บนถนนที่มีการคมนาคมสะดวกและยังสอดคล้องกับกรณีการ์ โปธิมุ (2540) ที่ศึกษาความต้องการในการใช้สถานบริการออกกำลังกายของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการเรื่องสถานที่ตั้งได้แก่ ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ไปมาสะดวกทั้งรถส่วนตัวและรถรับจ้าง มีที่จอดรถเพียงพอ มากที่สุด

การส่งเสริมการตลาด ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของมีการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอรองลงมาคือ การจูงใจของพนักงานขายของผู้ให้บริการ การให้ส่วนลดพิเศษ การให้บริการทดลองออกกำลังกายฟรี และการให้ของแถมตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับ กรณีการ์ โปธิมุ (2540) พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีพนักงานเสนอขายให้รายละเอียดที่ชัดเจน มีส่วนลดในช่วงประชาสัมพันธ์และยังสอดคล้องกับ นำชัย เต็มศิริเกียรติ (2538) พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการที่พิตเนสมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจแต่ขัดแย้งกับเกษมณี ใจจันทร์ (2551) พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการที่พิตเนสมีการแจกคู่มือให้ทดลองใช้บริการฟรี รองลงมาคือ มีการแจกของแถม เช่นกระเป๋าเดินทาง ให้กับผู้ที่สมัครสมาชิกใหม่ และมีการแจกใบปลิว แผ่นพับ

การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการได้รับการบริการพิเศษที่นอกเหนือจากการบริการหลักที่ได้ เช่น ให้ที่จอดรถส่วนตัวกับผู้สมัครสมาชิกตลอดชีพ หรือให้ของขวัญกับผู้ที่เป็นสมาชิกครบรอบ 10 ปีรองลงมาคือ การนำเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์มาเสริมในการให้บริการแทนพนักงาน เช่น เครื่องตรวจเช็คความเป็นสมาชิกก่อนเข้าใช้บริการ สอดคล้องกับ

บุคลากร ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของมีการมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกายรองลงมาคือ การให้บริการของพนักงาน เช่น การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการแก่ลูกค้าอย่างกระตือรือร้นและความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับ เกศมณี ใจจันทร์ (2551) ที่พบว่า ปัญหาที่ผู้บริโภคพบในการใช้บริการพิตเนสคือครูผู้สอนมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

และบุคลากรของฟิตเนสดูแลผู้ใช้บริการไม่ทั่วถึง ครูผู้สอนขาดความรู้ความชำนาญในเรื่องวิธีการออกกำลังกายที่ถูกต้องหรือวิธีการใช้เครื่องออกกำลังกาย และบุคลากรของฟิตเนสไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

กระบวนการ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของกระบวนการในการสมัครสมาชิก เช่น สามารถสมัครสมาชิกได้ไม่ยุ่งยากตรงไปคือ กระบวนการในการเข้ารับบริการมีความสะดวก เช่น ไม่ต้องจองคิวก่อน การเข้ารับบริการ กระบวนการตรวจสอบการเป็นสมาชิกก่อนเข้ารับบริการที่ไม่ยุ่งยากซึ่งสอดคล้องกับ

หลักฐานทางกายภาพ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้กับผู้ใช้บริการ (ห้องน้ำ ห้องแต่งตัว) มีจำนวนที่เพียงพอและปลอดภัยตรงไปคือ ความสะดวกสบายของการให้บริการ สถานที่จอดรถ ขนาดของสถานที่ให้บริการและความหรูหราของสถานที่ให้บริการตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับ เกศมณี ใจจันทร์ (2551) ที่พบว่าพนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ รองลงมาคือ สถานที่ ห้องน้ำ และห้องอาบน้ำสะอาด และมีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในสถานบริการฟิตเนส

อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเมื่อเอา 8 Ps มาเทียบกับพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุพบว่าในส่วนของผลิตภัณฑ์จะมีความสัมพันธ์กับการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์นั้นๆ โดยความหลากหลายของอุปกรณ์มีความสัมพันธ์กับการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์และความหลากหลายของอุปกรณ์มีความสัมพันธ์กับการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความหลากหลายของอุปกรณ์ ความหลากหลายของชั้นเรียนมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ เครื่องออกกำลังกายมีความปลอดภัย มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ความหลากหลายของระดับราคา มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับ รติ พันธุ์ทวีและคณะ(2549) ในปัจจุบันแบรนด์ที่มีชื่อเสียงจะสามารถสร้างอิทธิพลต่อผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจเลือกแบรนด์ได้ และสอดคล้องกับ สมวงศ์ พงศ์สถาพร(2546) คุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) หมายถึง การที่ตราสินค้าของบริษัทมีความหมายเชิงบวกในสายตาของลูกค้า นักการตลาดจะต้องพยายามสร้างคุณค่าให้ตราสินค้าให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ คุณค่าของตราสินค้าจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้บริโภคคุ้นเคยกับตราสินค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้าอย่างมั่นคงจดจำตราสินค้าได้ด้วยสิ่งเชื่อมโยงที่ไม่ซ้ำกับคนอื่นในส่วนของ ราคา พบว่าความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสที่หลากหลายโดย ราคามีความเหมาะสมต่อรูปแบบการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์และรูปแบบการชำระเงินมีความหลากหลาย มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ซึ่งสอดคล้องกับ Leonard Berry อ่างถึงในออคูลย์ จาตุรงค์กุล ดลยา จาตุรงค์กุล

และ พิมพ์เดือน จาตุรงคกุล(2546)ตราสินค้าที่มีความแข็งแกร่ง สามารถทำให้ลูกค้ามองเห็นภาพและเข้าใจผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ได้ดีขึ้นและตราสินค้าทำให้ความรู้สึกของลูกค้าต่อความเสี่ยงทางการเงินความเสี่ยงทางสังคมหรือความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในการซื้อบริการนั้นลดน้อยลง นอกจากนี้ราคามีความเหมาะสมต่อรูปแบบการให้บริการ ยังมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะจำนวนของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์รวมทั้งราคามีความเหมาะสมต่อรูปแบบการให้บริการ ก็มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ซึ่งสอดคล้องกับอัตราสูงสุดระ(2550)ที่ศึกษาเรื่องการสำรวจทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับปัญหาการใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์พบว่า ราคามีผลกระทบต่อการใช้งานใช้บริการสถานบริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ของประชาชนความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้เป็นอย่างดีมีคุณภาพและถูกต้อง มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ซึ่งสอดคล้องกับออคูลย์ จาตุรงคกุล ดลยา จาตุรงคกุล และ พิมพ์เดือน จาตุรงคกุล(2546)ความซื่อสัตย์ใซ้อธิบายความเต็มใจของลูกค้าที่จะอุปถัมภ์บริษัทต่อไปในช่วงระยะเวลายาวนาน มีการซื้อและการใช้สินค้าและบริการหลายครั้งซ้ำกันและมีการแนะนำเพื่อนฝูงและคนที่รู้จักตามแต่จะเห็นควร อย่างไรก็ตามก็มีความซื่อสัตย์ไม่มีใครสามารถช่วงชิงไปได้มันจะคงอยู่ตราบเท่าที่ลูกค้ามีความรู้สึกว่าเขาได้รับคุณค่าที่ตีรวมถึงคุณภาพที่เหนือกว่าเมื่อเทียบกับราคา ในส่วนของช่องทาง การจัดจำหน่าย ความสะดวกสบายของการให้บริการสถานที่จอดรถ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์จำนวนสาขาที่เปิดให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความหลากหลายของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์จำนวนสาขาที่เปิดให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานซึ่งสอดคล้องกับออคูลย์ จาตุรงคกุล ดลยา จาตุรงคกุลและ พิมพ์เดือน จาตุรงคกุล (2546) ในการส่งมอบองค์ประกอบของสินค้าไปสู่ลูกค้ามันต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทั้งในเรื่องเวลาสถานที่รวมไปถึงช่องทางจัดจำหน่าย ซึ่งเป็น ได้ทั้งช่องทางทั่วไปและใซ้อีเล็คทรอนิกส์ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งมอบแต่สิ่งสำคัญที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านบริการได้แก่ความรวดเร็วและสะดวกซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับในส่วนของ การส่งเสริมการตลาด การให้ส่วนลดพิเศษ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความหลากหลายของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครการให้ของแถมมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครการให้ของแถมมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความหลากหลายของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์การให้บริการทดลองออกกำลังกายฟรีมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์การให้บริการทดลองออกกำลังกายฟรีมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความหลากหลายของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ

ความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความหลากหลายของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะราคาในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์สองคล้อยกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540) การส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การส่งเสริมการตลาดประกอบไปด้วย 5 เครื่องมือ 1. การโฆษณา เป็นการขายโดยไม่ใช้บุคคลหมายถึงการใช้สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ดังนั้นการโฆษณาถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ข่าวสารกระจายไปยังกลุ่มคนจำนวนมาก 2. การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวซึ่งผู้ขายพยายามช่วยเหลือและชักจูงผู้ซื้อให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ 3. การส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความผูกพันในตราสินค้า เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคโดยชี้ถึงคุณสมบัติเด่นของตราสินค้าและสร้างความผูกพันกับตราสินค้านั้นเป็นการสร้างความพึงพอใจในตราสินค้าในระยะยาว ในอดีตการส่งเสริมการขายใช้เพื่อสร้างความผูกพันในตราสินค้าคือเพิ่มยอดขายในระยะสั้นแต่นักการตลาดในปัจจุบันมองเห็นโอกาสทางการตลาดจากการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในระยะยาวเช่นการจัดสะสมแต้มปี สะสมยอดซื้อ การจัดเหตุการณ์พิเศษ 4. การประชาสัมพันธ์หมายถึงหน้าที่ในการบริหารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีจากชุมชนซึ่งอยู่ในรูปของนโยบายและกระบวนการของบุคคลหรือองค์กรเพื่อสร้างความสนใจต่อชุมชนและการบริหาร โปรแกรมการทำงานเพื่อสร้างความเข้าใจและการยอมรับจากชุมชน 5.การตลาดทาง คือการตลาดผ่านสื่อโฆษณาที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงและสร้างให้เกิดการตอบสนองในทันทีทันใด**บริการพิเศษที่นอกเหนือจากบริการหลัก การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ** มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับออคูลย์ จาตุรงค์กุล ดลยา จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล (2546) ที่กล่าวว่า การปรับปรุงผลผลิตเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพ แต่ธุรกิจต้องระวังไม่ให้มีการลดคุณภาพและระดับการบริการลงอย่างไม่เหมาะสมจนกระทั่งลูกค้าเกิดความไม่พอใจ เพราะคุณภาพของการบริการตามที่ลูกค้ากำหนดเป็นสิ่งสำคัญซึ่งทำให้เห็นความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องรักษาระดับการบริการไว้เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและเกิดความภักดี **พนักงาน** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ การนำเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์มาเสริมในการให้บริการแทนพนักงานมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์**พนักงาน** ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการลูกค้าอย่างกระตือรือร้นของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์**พนักงาน** ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการลูกค้าอย่างกระตือรือร้นของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะจำนวนของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์**พนักงาน** ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการลูกค้าอย่างกระตือรือร้นของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์**ความรู้และมนุษย์สัมพันธ์ของผู้**

ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ความรู้และมนุษย์สัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของฟิตเนสเซ็นเตอร์ความรู้และมนุษย์สัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของฟิตเนสเซ็นเตอร์การให้บริการของพนักงานเช่นการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของฟิตเนสเซ็นเตอร์การให้บริการของพนักงานเช่นการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของฟิตเนสเซ็นเตอร์ซึ่งสอดคล้องกับอคูล์ จาตุรงค์กุล ดลยา จาตุรงค์กุล และ พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล (2546) พนักงานในตลาดบริการมีบทบาทติดต่อกับลูกค้าในระดับสูงดังนั้นธุรกิจบริการจำเป็นต้องฝึกอบรมพนักงานให้มีความชำนาญในทักษะการติดต่อระหว่างบุคคล รวมทั้งในเรื่องของบุคลิกภาพที่ดีการแต่งกายดี และต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการผลิตการบริการเป็นอย่างดี รวมถึงมีความสามารถในการขายและความชำนาญในการร่วมผลิตบริการคือการทำงานร่วมกับลูกค้าเพื่อผลิตบริการที่ต้องการ นอกเหนือจากลักษณะที่มีคุณค่าในสถานการณ์ขายนั้นยังรวมถึงความชำนาญในการวิเคราะห์ถึงอวัจนภาษาของลูกค้าและทำการปรับพฤติกรรมของพนักงานให้เข้ากับสถานการณ์ทางสังคมความชำนาญทางเทคนิคและความชำนาญในการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งที่ต้องมีควบคู่กันไป ความชำนาญด้านเดียวนั้นไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม กระบวนการกระบวนการในการสมัครสมาชิกมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะจำนวนของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์กระบวนการในการสมัครสมาชิกมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ กระบวนการในการเข้ารับบริการมีความสะดวก มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะส่วนลดในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ซึ่งสอดคล้องกับอคูล์ จาตุรงค์กุล ดลยา จาตุรงค์กุล และ พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล(2546) การต่อแถวเป็นเวลานานเป็นสิ่งที่หน้าเบื่อ เสียเวลา และบางครั้งไม่สะดวกสบาย การรอคอยกระบวนการบริการถือว่าเป็นปรากฏการณ์ที่ธรรมดาที่สุดองค์กรทุกๆแห่งมักประสบปัญหาการรอคอยต่อแถวในขณะที่กำลังมีการดำเนินการโดยทั่วไปเราจะต้องรอคิวโทรศัพท์ คอยการเก็บเงินจากภักดีการดังนั้นผู้ใช้บริการต้องออกแบบลักษณะของการติดต่อระหว่างผู้ใช้บริการและลูกค้าว่าควรเป็นอย่างไรลูกค้าควรมาหาผู้ใช้บริการหรือผู้ใช้บริการควรไปหาลูกค้าหรือทั้งสองฝ่ายควรพบหน้าเจรจาติดต่อกันดังผู้ใช้บริการควรสร้างกระบวนการในการส่งมอบการบริการว่าควรเป็นเช่นใด ลูกค้าควรมีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละขั้นตอนเช่นใดลูกค้าควรมีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละขั้นตอนใดถ้าลูกค้าต้องการที่จะมีส่วนร่วมด้วยก็ควรมีบริการแบบหมู่คณะหรือรายบุคคล

และลูกค้าสามารถเลือกบริการตนเองได้ ลักษณะทางกายภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้กับผู้ใช้บริการมี จำนวนที่เพียงพอและมีความปลอดภัย มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความหลากหลายของอุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ความหรูหราของสถานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ขนาดของสถานที่ให้บริการมี ความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะความมีชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ขนาดของ สถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ เพราะความหลากหลายของ อุปกรณ์ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ขนาดของสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิต เนสเซ็นเตอร์ เพราะราคาในการสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ขนาดของสถานที่จอดรถ มีความสัมพันธ์ ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพราะสาขาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของฟิตเนสเซ็นเตอร์ซึ่งสอดคล้องกับออคูลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล (2546) รูปร่างของตัวตึก สวนหย่อม พาหนะ เฟอร์นิเจอร์ ตกแต่งเครื่องมือ สมาชิกที่เป็นพนักงาน ป้าย วัสดุสิ่งพิมพ์ และสิ่งเร้าที่มองเห็นด้วยตาเปล่า ทั้งหมดนี้เป็น หลักฐานเสริมที่มองเห็นได้และแสดงถึงรูปแบบและคุณภาพบริการของบริษัท ธุรกิจด้านบริการจำเป็นต้องบริหาร หลักฐานที่เป็นตัววัดอย่างรอบคอบ เนื่องจากอาจมีผลกระทบต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้าได้

ข้อค้นพบจากงานวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ข้อค้นพบว่าธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ควรให้ความสำคัญกับความกับองค์ประกอบ ทางด้าน 8Ps ดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์** ควรให้ความสำคัญกับ ความหลากหลายของอุปกรณ์ ความหลากหลายของชั้นเรียน เครื่องออกกำลังกายมีความปลอดภัย
2. **ราคา** ควรให้ความสำคัญกับความหลากหลายของระดับราคา ราคามีความเหมาะสมต่อรูปแบบการ ให้บริการ รูปแบบการชำระเงินมีความหลากหลาย
3. **ช่องทางการจัดจำหน่าย** ควรให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายของการให้บริการสถานที่จอดรถ จำนวนสาขาที่เปิดให้บริการ
4. **การส่งเสริมการตลาด** ควรให้ความสำคัญกับ การให้ของแถม การให้บริการทดลองออกกำลังกายฟรี การจูงใจของพนักงานขายของผู้ให้บริการ การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ การให้ส่วนลดพิเศษ
5. **บริการพิเศษที่นอกเหนือจากบริการหลัก** ควรให้ความสำคัญกับ การได้รับการบริการพิเศษที่ นอกเหนือจากบริการหลักที่ได้ การนำเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์มาเสริมในการให้บริการแทนพนักงาน
6. **บุคคลากร** ควรให้ความสำคัญกับ ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการลูกค้าอย่างกระตือรือร้น ของผู้ให้บริการ ความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่

ได้รับ การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงไว้คอยแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย การให้บริการของพนักงานเช่น การดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน

7. กระบวนการ ควรให้ความสำคัญกับ กระบวนการในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก กระบวนการในการเข้ารับบริการมีความสะดวก

8. หลักฐานทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญกับ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้กับผู้ใช้บริการมีจำนวนที่เพียงพอและมีความปลอดภัย ความหรูหราของสถานที่ให้บริการ ขนาดของสถานที่ให้บริการ ขนาดสถานที่จอดรถ

เนื่องจากองค์ประกอบ 8Ps ดังกล่าวมีอิทธิพลกับการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุ เพราะผลการวิจัยที่ได้บ่งชี้ไปในทิศทางนั้น

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ของกลุ่มผู้สูงอายุกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆเช่น กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น

2. ควรนำปัจจัยอื่นๆเช่นรูปแบบการดำเนินชีวิตมาเปรียบเทียบกับกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้สูงอายุ