

อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา
**The Influence of Marketing Mix on Satisfaction in Using Fitness
Services in Chachoengsao Province**

พีรพัฒน์ ปิยะจันทร์ และ วิรัช สงวนวงศ์วาน

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Peraphat Piyajan and Wirat Sanguanwongwan
Ramkhamhaeng University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: peraphat33@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา 3) ศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน และ 4) ศึกษาปัญหาความพึงพอใจในด้านความสะดวก ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านคุณภาพการให้บริการ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ให้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลจากการศึกษา พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราที่ต่างกัน 2) ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก 3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยปัจจัยผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรามากที่สุด ด้านรองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านราคาตามลำดับ 4) ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เมื่อ

* วันที่รับบทความ : 4 สิงหาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 13 สิงหาคม 2567; วันที่ตอบรับบทความ : 15 สิงหาคม 2567

Received: August 4 2024; Revised: August 13 2024; Accepted: August 15 2024

พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจด้านความสะอาด ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

คำสำคัญ: ฟิตเนส; ความพึงพอใจ; ส่วนประสมทางการตลาด; ฉะเชิงเทรา

Abstract

This research aims to 1) explore the demographic characteristics of fitness service users in Chachoengsao Province, 2) study the satisfaction with fitness services in Chachoengsao Province, 3) examine the influence of marketing mix elements on the level of satisfaction with fitness services in Chachoengsao Province among different demographic groups, and 4) identify and recognize issues related to satisfaction in terms of convenience, service staff, and service quality. This research is mixed methods research. The sample consists of 385 fitness service users in Chachoengsao Province. Data collection was conducted using a questionnaire and a convenience sampling method. The statistics used for data analysis include descriptive statistics—frequency, percentage, mean, and standard deviation—and inferential statistics, which include analyzing the relationships between various factors using Pearson's correlation coefficient and multiple regression analysis.

The study results revealed that 1) demographic variables such as gender, age, income, education level, and occupation did not influence the satisfaction with fitness services in Chachoengsao Province; 2) overall satisfaction with fitness services in Chachoengsao Province was at a high level; 3) factors related to the product, price, process, and physical characteristics had an impact on satisfaction with fitness services in Chachoengsao Province, with the product factor having the greatest impact, followed by the process factor, physical characteristics factor, and price factor, respectively; 4) when considering satisfaction with fitness services in Chachoengsao Province by aspect, the aspects with the highest levels of satisfaction were, in order, service quality satisfaction, convenience satisfaction, and staff service satisfaction.

Keywords: Fitness; Satisfaction; Marketing mix; Chachoengsao

บทนำ

ในปี 2567 อุตสาหกรรมฟิตเนสมีการพัฒนาไปพร้อม ๆ กับชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้คน ปัจจุบันผู้คนต่างมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ นอกจากเรื่องความแข็งแรงและรูปลักษณ์ภายนอก การมีสุขภาพดียังหมายถึงการฝึกนิสัยที่ดีต่อสุขภาพเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ แทนที่จะใช้ชีวิตเพียงแค่อิ่มแรมอยู่รอดแต่ควรอยู่อย่างมีสุขภาพดีและมีพลังในการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข โดย นางชูชาน ฮอสสลิย์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ฟิตเนส อินโนเวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด และผู้ก่อตั้งการประชุมเอเชีย ฟิตเนส คอนเฟอเรนซ์ (AFC) กล่าวในงาน

วันที่ 8 พฤษภาคม 2567 นายเกรียงไกร เอียรกุล ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) กล่าวว่าเศรษฐกิจไทยชะลอตัวจากการส่งออกสินค้าและการผลิตที่ฟื้นตัวได้ช้า มูลค่าการส่งออกสินค้าในไตรมาสแรกของปีลดลงร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน จากปัญหาเชิงโครงสร้างและการค้าโลกที่เติบโตได้จำกัด ส่งผลให้การผลิตภาคอุตสาหกรรมหดตัวต่อเนื่องในไตรมาสแรก ขณะที่ ภาคการท่องเที่ยวฟื้นตัวได้ต่อเนื่อง แต่นักท่องเที่ยวจากยุโรปและตะวันออกกลางมีแนวโน้มลดลงจากผลกระทบของสงคราม อย่างไรก็ตาม คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งปีจะยังอยู่ที่ราว 35 ล้านคนตามที่คาดไว้เดิมเนื่องจากนักท่องเที่ยวจากเอเชียมีการฟื้นตัวที่ค่อนข้างดีรวมไปถึงเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้ที่ร้อยละ 2.2-ร้อยละ 2.7 ต่ำกว่าประมาณการเดิม เนื่องจากภาคการส่งออกมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้เพียงร้อยละ 5- ร้อยละ 1.5 ต่ำกว่าประมาณการเดิมเช่นกันตามทิศทางการค้าโลกที่ได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์

ในปี พ.ศ. 2564 จังหวัดฉะเชิงเทรา แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ 93 ตำบล 892 หมู่บ้าน มีประชากร 724,178 คน (สำนักงานสถิติฉะเชิงเทรา, 2565) โดยในปี 2566 สำหรับประชาชนจังหวัดฉะเชิงเทรา มีประมาณ 901,060 คน เป็นชาย 440,092 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 48.84 และหญิง 460,968 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 51.16 เมื่อพิจารณาในระดับจังหวัด พบว่า ประชาชน ส่วนใหญ่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล 640,029 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 71.03 และในเขตเทศบาล 261,031 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2566) จากข้อมูลสาเหตุการป่วยของผู้ป่วยนอกตามกลุ่มโรค ของสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า 2 อันดับแรก ที่ผู้ป่วยเป็นโรคมามากที่สุดคือ ความดันโลหิตสูงที่ไม่มีสาเหตุรวม 199,667 คน และโรคเบาหวาน 163,234 (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2566)

ปี 2566 ที่ผ่านมา ถือเป็นปีที่ผู้คนเริ่มกลับมาเข้าฟิตเนสอีกครั้ง และเกิดการออกกำลังกายแบบผสมผสานขึ้น เช่น พิลาทิสกับการฝึกความแข็งแรง การออกกำลังกายแบบความเข้มข้นสูง (HIIT) โดยใช้บาร์ และการวิ่งพร้อมฝึกกล้ามเนื้อแกนกลางลำตัว ทำให้การออกกำลังกายในปี 2567 จะง่ายขึ้นกว่าที่เคย เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรม และวิทยาศาสตร์การกีฬาที่จะทำให้ปี 2567 นี้ เป็นปีที่ทุกคนหันมาสนใจสุขภาพ การมีร่างกายที่แข็งแรงและใช้ชีวิตได้อย่างเต็มที่ที่สุดในแบบของคุณ โดยการได้ลองใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกแบบใหม่ แอปพลิเคชัน หรือลองรูปแบบการออกกำลังกายใหม่ๆ (ไทยรัฐออนไลน์, 2567: ออนไลน์)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัย อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการฟิตเนสในจังหวัดฉะเชิงเทรา รวมไปถึงความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. ศึกษาและรับรู้ถึงปัญหาความพึงพอใจ ในด้านความสะดวก ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านคุณภาพการให้บริการ
4. ศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของคอคแรน (Cochran, 1977: อ้างถึงใน อีรุฒิเอกะกุล, 2543: 131) โดยผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างจำนวน 50% หรือ 0.50 จากประชากรทั้งหมด ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95 % และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}\text{แทนค่า} \quad n &= \frac{P(1-P)(Z)^2}{E^2} \\ &= \frac{(.50)(1-.50)(1.96)^2}{.05^2} \\ &= \frac{(.50)(.50)(3.8416)}{.0025} \\ &= \frac{.9604}{.0025} \\ &= 384.16 \quad \text{หรือ } 384 \text{ คน}\end{aligned}$$

ดังนั้น จะต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ตัวอย่างจึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความเหมาะสมและสะดวกในการประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้ 385 คน ตามที่เก็บข้อมูลมาได้ ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 คน โดยเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้และการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสารที่มีอยู่แล้ว พร้อมทั้งได้ทำการปรับปรุงคำถามให้เหมาะสมโดยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรางานศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการวิจัยเรื่องอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส

2. นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1 มากำหนดเป็นกรอบแนวคิด ตามลักษณะของตัวแปรที่จะศึกษาในการศึกษานี้เป็นตัวบ่งชี้ และนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างแบบสอบถาม

3. ศึกษาแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องที่ผู้สร้างขึ้นไว้แล้วนำมาปรับเพื่อให้เหมาะกับการศึกษาครั้งนี้ แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษานี้ ประกอบด้วย 3 ตอน คือ ตอนที่1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ตอนที่2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์จำนวน 5 ข้อ ด้านราคาจำนวน 5 ข้อ ด้านสถานที่จำนวน 5 ข้อ ด้านการส่งเสริมการตลาดจำนวน 5 ข้อ ด้านบุคคลจำนวน 5 ข้อ ด้านกระบวนการจำนวน 5 ข้อ และด้านลักษณะทางกายภาพจำนวน 5 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจด้านความสะดวก จำนวน 4 ข้อ ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ จำนวน 4 ข้อ ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ จำนวน 4 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนน มากที่สุด 5 คะแนน มาก 4 คะแนน ปานกลาง 3 คะแนน น้อย 2 คะแนน น้อยที่สุด 1 คะแนน

เกณฑ์ในการประเมินเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (บุญชม ศรีสะอาด. 2545:103) โดยถือเกณฑ์การประเมินเป็นคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
4.51-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.51-4.50	เห็นด้วยมาก
2.51-3.50	เห็นด้วยปานกลาง
1.51-2.50	เห็นด้วยน้อย
1.00 -1.50	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ และนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย นำข้อคำถามมาปรับปรุง หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยการหาค่า IOC ของเครื่องมือ(Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยผลของค่า IOCมีค่าเท่ากับ 1 โดย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุด ด้วยการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยการทดสอบโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคต้องมามีค่ามากกว่า .70 จึงจะสามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือได้ใน โดยผลค่าความเชื่อมั่นจากค่าสถิติครอนบาคอัลฟา (Cronbach's alpha) ของแบบสอบถามในแต่ละด้านมีค่าเกิน 0.7 สามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

การทดสอบโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค การทดสอบทำได้โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ต้องมีค่ามากกว่า .700 จึงจะสามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือได้ โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าเท่ากับ .983

3.การรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแหล่งที่มา ของข้อมูล 2แหล่ง คือ

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source ใช้แบบสอบถามในการศึกษาจากผู้ใช่ Application ในการทำธุรกรรมทางการเงินจำนวน 40 คน โดยวิจัยได้ทำการทดสอบ Pretest นำแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด ไปแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์แบบของแบบสอบถาม โดยกำหนดการเก็บข้อมูลกลุ่มผู้ใช้งาน Application ในการทำธุรกรรมทางการเงิน จากนั้นนำมาทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เพื่อให้แบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ และหลังจากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 384 ชุด เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เก็บตามความเป็นจริง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source)เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมเอกสารทางวิชาการ บทความวิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ การสืบค้นจากสารสนเทศ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ต้องการจะศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสนับสนุนงานวิจัยฉบับนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้

4.การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา คือ ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)

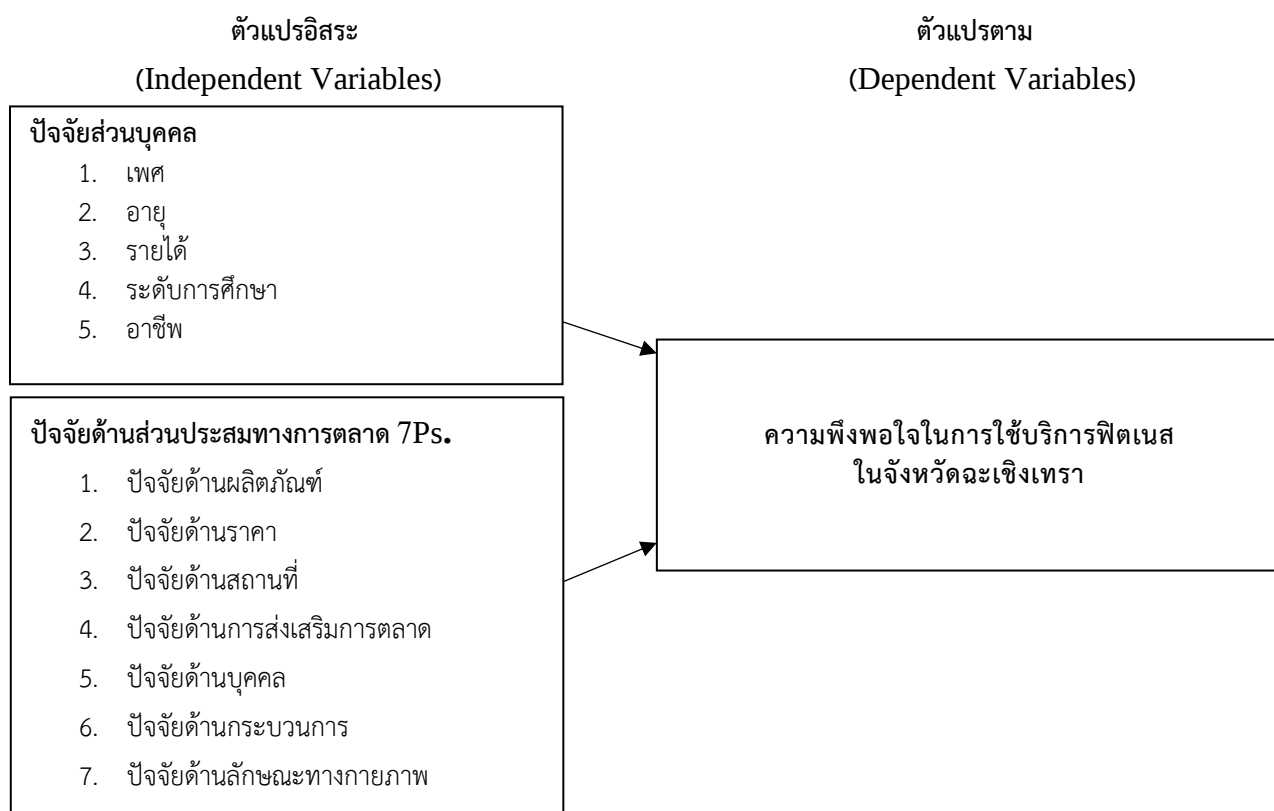
2.สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการนำสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา และความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยงานวิจัยนี้ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติโดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์อย่างง่ายของเพียร์สัน(Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าที่ได้เรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

มีค่าเป็นลบ	หมายความว่าตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
มีค่าเป็นศูนย์	หมายความว่าตัวแปร 2 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน
มีค่าเป็นบวก	หมายความว่าตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ส่วนประสมทางการตลาด ธุรกิจบริการ ประกอบไปด้วยปัจจัย 7 ประการ (7P's) คือด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product)ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล(People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552 : 69) และความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา จะมองในเรื่องด้านความสะดวกที่รับบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านคุณภาพบริการ (มณีวรรณ ต้นไทย, 2533: 66-69)



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์

		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	185	48.05
	หญิง	200	51.95
	Total	385	100.00
อายุ	อายุไม่เกิน 15 ปี	12	3.12
	อายุ 15-26 ปี	134	34.81
	อายุ 27-44 ปี	166	43.12
	อายุ 45-59 ปี	64	16.62
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	9	2.34
	Total	385	100.00

รายได้	ไม่เกิน 12,000 บาท	80	20.78
	12,001 - 20,000 บาท	85	22.08
	20,001 - 30,000 บาท	129	33.51
	30,001 บาท ขึ้นไป	91	23.64
Total		385	100.00
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	58	15.06
	ปริญญาตรี	290	75.32
	สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.61
Total		385	100.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	78	20.26
	พนักงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	66	17.14
	พนักงานบริษัทเอกชน	145	37.66
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	13.51
	รับจ้าง/อาชีพอิสระ	44	11.43
	Total	385	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.95 รองลงมา คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.05 คนตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 27-44 ปี (Gen Y) คิดเป็นร้อยละ 43.12 รองลงมาคือ อายุ 15-26 ปี (Gen Z) คิดเป็นร้อยละ 34.81 อายุ 45-59 ปี (Gen X) คิดเป็นร้อยละ 16.12 อายุไม่เกิน 15 ปี (Gen Alpha) คิดเป็นร้อยละ 3.12 และอายุ 60 ปีขึ้นไป (Baby Boomer) คิดเป็นร้อยละ 2.34 ตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.51 รองลงมาคือ รายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.64 12,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.08 รายได้ และรายได้ ไม่เกิน 12,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.78 ตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.32 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.06 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.61 ตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 37.66 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.26 พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 17.14 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 13.51 และมีประกอบอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 11.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	ระดับ			
	$\bar{x}$	SD	ความคิดเห็น	อันดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.00	.636	มาก	1
2. ปัจจัยด้านราคา	3.79	.780	มาก	5
3. ปัจจัยด้านสถานที่	3.70	.811	มาก	7
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.73	.782	มาก	6
5. ปัจจัยด้านบุคคล	3.94	.696	มาก	4
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.00	.668	มาก	2
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.99	.648	มาก	3
รวม	3.88	.570	มาก	

จากตารางที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสถานที่ ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	ระดับ			
	$\bar{x}$	SD	ความพึงพอใจ	อันดับ
1. ความพึงพอใจด้านความสะดวก	4.05	.625	มาก	2
2. ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.05	.626	มาก	3
3. ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ	4.06	.652	มาก	1
รวม	4.05	.557	มาก	

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจด้านความสะดวก ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านต่างๆ

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	
	Pearson's Correlation	Sig (1 – tailed)
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	.594***	0.000
2. ปัจจัยด้านราคา	.538***	0.034
3. ปัจจัยด้านสถานที่	.519***	0.378
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	.549***	0.149
5. ปัจจัยด้านบุคคล	.609***	0.072
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ	.625***	0.001
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	.640***	0.001

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .594 โดยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ปัจจัยด้านราคามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .538 โดยมีความสัมพันธ์กับการความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.034 ปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .625 โดยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .640 โดยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ

อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความ				
พึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัด				
ฉะเชิงเทรา				
	B	Beta	t	Sig
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X1)	.185	.212	4.639*	0.000
2. ปัจจัยด้านราคา (X2)	.077	.107	2.134	0.034
3. ปัจจัยด้านสถานที่ (X3)	.033	.048	0.883	0.378
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X4)	.055	.077	1.446	0.149
5. ปัจจัยด้านบุคคล (X5)	0.80	.100	1.801	0.072
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ (X6)	.159	.191	3.490*	0.001

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (X7)	.163	.190	3.363*	0.001
R= 0.744, R ² = 0.553, Adjusted R ² = 0.545, SEE= 0.375, F= 66.678, Sig= 0.000				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.744 และสามารถอธิบายความผันแปรของอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการใช้ Application ในการทำธุรกรรมทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ได้ร้อยละ 55.30 (R²= 0.553) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7$$

$$\text{Decision} = 1.087 + .185a + .077b + .033c + .055d + .080e + .159f + .163g$$

(4.639) (2.134) (0.883) (1.446) (1.801) (3.490) (3.363)

จากสมการ พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราได้ดีที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้าย คือปัจจัยด้านสถานที่

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.95 รองลงมาคือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.05 คนตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 27-44 ปี (Gen Y) คิดเป็นร้อยละ 43.12 รองลงมาคือ อายุ 15-26 ปี (Gen Z) คิดเป็นร้อยละ 34.81 อายุ 45-59 ปี (Gen X) คิดเป็นร้อยละ 16.12 อายุไม่เกิน 15 ปี (Gen Alpha) คิดเป็นร้อยละ 3.12 และอายุ 60 ปีขึ้นไป (Baby Boomer) คิดเป็นร้อยละ 2.34 ตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.51 รองลงมาคือ รายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.64 12,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.08 รายได้ และรายได้ ไม่เกิน 12,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.78 ตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.32 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.06 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.61 ตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 37.66 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.26 พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 17.14 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 13.51 และมีประกอบอาชีพ รับจ้าง/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 11.43 ตามลำดับ

การวิจัย เรื่อง อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ใน จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผล การวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับความ คิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ความพึง พอใจด้านคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจด้านความสะดวก ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

การวิจัย เรื่อง อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ใน จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและรับรู้ถึงปัญหาความพึงพอใจ ในด้านความสะดวก ด้าน เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านคุณภาพการให้บริการผลการวิเคราะห์ พบว่าความพึงพอใจในการใช้บริการฟิต เนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก คือ ได้รับความพึงพอใจในด้านของสถานที่ให้บริการมีความ สะดวกสบาย เดินทางมาง่าย ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมาก คือ ได้รับความพึงพอใจในด้าน พนักงานของผู้ให้บริการฟิตเนส ใช้งานจากสภาพและมีความ กระตือรือร้น พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ด้าน คุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความ คิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ได้รับความพึงพอใจในด้าน การให้บริการด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพ ให้บริการอย่าง เต็มใจ

การวิจัย เรื่อง อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ใน จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดต่อระดับความพึงพอใจในการใช้ บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ใน จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อความ พึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับ สมมติฐานการวิจัย (Sig = .000) สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านราคาส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราโดยผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์ต่อ

ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย (Sig = .034) สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านสถานที่ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (Sig = .378) สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (Sig = .149) สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านบุคคลส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (Sig = .072) สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย (Sig = .001) สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย (Sig = .001)

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณรงค์ฤทธิ์ เลิศชัยรัตน์ และ ชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลย์, 2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้

1.1 จากผลวิจัยพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 27-44 ปี (Gen Y) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ควรจัดโปรแกรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการฟิตเนสตาม เพศ และอายุ รวมไปถึงราคาสมาชิกให้เหมาะสมตามกลุ่มผู้มีรายได้ และจัดช่วงเวลากิจกรรมให้เหมาะสมกับอาชีพ

1.2 จากผลวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ ควรมีการให้บริการด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพให้บริการอย่างเต็มที่ มีอุปกรณ์การออกกำลังกายที่พร้อม ด้านความสะอาด เพิ่มความสะอาดสบายของสถานที่ให้บริการ การได้รับข้อมูลต้องมีความสะดวกรวดเร็ว ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พนักงานควรมีวาจาสุภาพและมีความกระตือรือร้น มีความยิ้มแย้ม พร้อมให้บริการ

1.3 จากผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลทางบวกต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรามากที่สุด ผู้ให้บริการฟิตเนส ควรจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เทรนเนอร์จะต้องมีความรู้ความสามารถ รองลงมาปัจจัยด้านกระบวนการ ส่งผลทางบวกต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ให้บริการฟิตเนส ควรจัดหาพื้นที่ในการวางอุปกรณ์ เครื่องเล่นเป็นหมวดหมู่ มีความเป็นระเบียบ มีกิจกรรมการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับลูกค้าในทุกๆสัปดาห์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลทางบวกต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ห้องน้ำ ห้องแต่งกาย ผู้ให้บริการฟิตเนส ต้องมีความสะอาด มีแสงสว่างที่เพียงพอ อากาศเย็นสบาย ถ่ายเทได้ดี มีพื้นที่กว้างไม่แออัด ปัจจัยด้านราคา ส่งผลทางบวกต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ฟิตเนส ควรมีราคา Member ที่เป็นธรรม และรูปแบบช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย

1.4 จากผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคล ไม่ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เนื่องจาก ผู้ใช้บริการฟิตเนสอาจรู้สึกว่าการปัจจัยด้านอื่นของส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่า เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการที่เป็นตัวแปรในด้านอื่นที่ หลากหลายมากขึ้น เช่น การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการที่รวดเร็วและทันเวลา การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นต้น

2.2 การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการขยายพื้นที่ในการทำวิจัย เพื่อทำการสำรวจแต่ละพื้นที่อาจมีอิทธิพลของส่วนประสมทางการต่อ ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสที่แตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการวิจัยนำเอาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ส่งผลต่อความพึงพอใจเพียง 3 ด้านคือด้านความสะดวก ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ยังมีด้านอื่นๆที่สามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้ และการวิจัยในครั้งนี้มีขอบเขตระยะเวลาแค่ช่วง เดือน เมษายน พ.ศ. 2567 ถึง เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2567 เท่านั้น หากวันเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงผ่านไป อาจทำให้เกิดปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจได้ ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาและทำการวิจัยปัจจัยด้านอื่นๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเพิ่มเติมได้

4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้บริหารฟิตเนสควรให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps. ในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เมื่อมีการปรับใช้แล้วจะต้องควรศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าต่อไป

5. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

จากผลการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะบางประการเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงการให้บริการฟิตเนส ที่เกี่ยวกับ อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในจังหวัดฉะเชิงเทราเกี่ยวกับด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ จะต้องมีการพัฒนาเทรนเนอร์ให้มีความรู้ความสามารถ ด้านกระบวนการ จะต้อง ผู้ให้บริการฟิตเนส มีรูปแบบการสอน ชื่อ ท่าทาง มีความถูกต้องเป็นมาตรฐาน ด้านลักษณะทางกายภาพ จะต้องปรับปรุงเรื่อง ห้องน้ำ ห้องแต่งกาย ผู้ให้บริการฟิตเนส มีความสะอาด และด้านราคาโดยราคา Member ของผู้ให้บริการฟิตเนส จะต้องมีความเป็นธรรม

เอกสารอ้างอิง

- ณรงค์ฤทธิ์ เลิศชัยรัตน์ และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลย์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. นิสิตปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. คณะบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2567). เปิดเทรนด์สุขภาพ และการออกกำลังกายในปี 2567. ออนไลน์. 17 มกราคม 2567. แหล่งที่มา: [https:// www.thairath.co.th/lifestyle/life/2755894](https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/2755894)
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น
- มณีวรรณ ตันไทย. (2533). *พฤติกรรมกรให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนที่มาติดต่อ*. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์.(2541). *การจัดการการตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทดวงกมลสมัยจำกัด. (2548).
- การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2566). *การออกแบบแบบสอบถาม : วิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ดวงกมลสมัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- สิทธิ์ อีธรรม. (2564). *ส่วนประสมทางการตลาด : การสื่อสารทางการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สำนักงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา (2565). รายงานสถิติฉะเชิงเทรา พ.ศ. 2565. *รายงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา*. 2565. สำนักงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา. ฉะเชิงเทรา: สำนักงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา.
- สำนักงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2566). รายงานผลการสำรวจข้อมูลพื้นฐานของครัวเรือน พ.ศ. 2566 จังหวัดฉะเชิงเทรา. *รายงานผลการสำรวจข้อมูลพื้นฐานของครัวเรือน พ.ศ. 2566*. 2566. สำนักงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา. ฉะเชิงเทรา: สำนักงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2566). สาเหตุการป่วยของผู้ป่วยนอกตามกลุ่มโรค 10 อันดับแรก. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2566. แหล่งที่มา: https://cco.hdc.moph.go.th/hdc/reports/report.php?&cat_id=4 91672 679818600345dc1833920051b2&id=65fdb98bca9c344737fcb1fd4b64e9e5
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- RYP9. (2567). ประเทศไทยคาดการณ์การขยายตัวกว่า 25% สำหรับธุรกิจนสายฟิตเนสและการจัดงานแข่งขันกีฬาในปี 2567 นี้. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2567. แหล่งที่มา: <https://www.ryt9.com/s/prg/3500218>