หัวข้อวิจัย	:	ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	:	นางสาวจิราภา พึ่งบางกรวย
หน่วยงาน	:	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตบางเขน
ปีที่พิมพ์	:	พ.ศ. 2551

บทคัดย่อ

การศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการและศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ในกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากสมาชิกที่เคยใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ชุด

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ส่วนใหญ่เคยเป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์มาก่อนใช้บริการที่ปัจจุบัน และยังคงมีสถานภาพเป็นสมาชิกอยู่ เป็นสมาชิกรายปีประเภทบุคคล โดยชำระค่าบริการด้วยเงินสด ราคาค่าสมาชิกต่ำกว่า 2,000 บาท วันที่ไปใช้บริการไม่แน่นอน ช่วงเวลาที่ใช้บริการเวลา 18.01 น. เป็นต้นไป ใช้เวลาในการออกกำลังกาย 1 – 2 ชั่วโมง เฉลี่ยอาทิตย์ละ 3 ครั้ง ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ ตนเอง วัตถุประสงค์ในการไปใช้บริการ คือ เพื่อรักษาสุขภาพให้แข็งแรง กีฬาที่ใช้บริการมากที่สุด คือ การออกกำลังด้วยเครื่องออกกำลัง ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์มากที่สุด ได้แก่ การไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้า นิยมไปใช้บริการณ.ฟิตเนส เซ็นเตอร์ที่ตั้งเดี่ยวมากที่สุด เนื่องจากสะดวกในการเดินทาง สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักฟิตเนส เซ็นเตอร์มากที่สุด ได้แก่ เพื่อนหรือ คนรู้จัก และมีความต้องการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนตัว ส่วนใหญ่จะทำงานมาก่อนใช้บริการ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($P<.01$) ปัจจัยด้านสถานที่ ($P<.05$) ปัจจัยด้านบุคคล ($P<.05$) มีผลต่อการเป็นสมาชิก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความถี่ในการใช้บริการ ($P<.05$) และมีผลต่อประเภทของกีฬาที่ใช้บริการ ($P<.05$) และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ($P<.05$) มีผลต่อประเภทของกีฬาที่ใช้บริการ

คำสำคัญ : ฟิตเนสเซ็นเตอร์

Research Title	:	Service Mix Affecting The Usage Decision of Fitness Center in Bangkok
Name of Researcher	:	Miss Jirapa Phungbangkruay
Name of Institution	:	Faculty of Business Administration , Sripatum University , Bangkhaen Campus
Year of Publication	:	B.E. 2551

ABSTRACT

The purpose of the study is to determine the behavior of fitness center members and service mix factors affecting the usage decision of fitness center in Bangkok. A survey is used as a data collection tool to gather opinion of 400 fitness members center in Bangkok.

The study found that most of respondents were single female , age between 20 -35 years , an educational level of bachelor degree . Their average income level per month was less than 10,000 baht and most of them were students and undergraduates. They had been members of other fitness centers before being member of the current place and still being member until present. They were annual membership with cash payment. The average annual membership fees was less than 2,000 Baht. Members went to fitness center after 18.02 p.m. , 3 times per week and spent 1 – 2 hours each time. Influencer for being a member is themselves. Having good health is the objective to attend the fitness. The most favorite sport was having exercise by sports equipment. Stand alone fitness center was popular because of transportation convenience. The most accessible media to fitness members was friend. Personal Trainer was needed by the members. Most of them went to the fitness after work.

The factors affected being a membership of fitness center were Product (P<.01) , Place (P<.05) , People (P<.05). Promotion factor affected the frequency of use (P<.05) and type of sport (P<.05). The Physical evidence (P<.05) factor affected the type of sport.

Keyword : Fitness Center