

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล
(Personal Trainer) ของผู้บริโภคนในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง**

**FACTORS AFFECTING CONSUMER DECISION MAKING FOR THE USE
PERSONAL TRAINERS IN RAYONG**

กณิดจิสรา เคนศิลา

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Kanidjisara Kensila

E-mail: kb_bam@outlook.com

Management, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ของผู้บริโภคนในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้นำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค การตัดสินใจ รวมไปถึงทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix '7Ps) มาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ โดยทำการศึกษากลุ่มประชากรที่เป็นผู้ใช้บริการผู้สอนออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้หญิงมีการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคลมากกว่าผู้ชายอย่างชัดเจน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี และสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด สามารถใช้ผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคลได้ทั้งเพศชายและเพศ

หญิง แต่เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่งผลกับเพศของผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เน้นไปที่ผู้สอนที่มีความรู้ความเข้าใจในการสอน

โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix '7Ps) ในการเลือกใช้ บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ได้แก่ ผู้สอนที่มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี (People) รองลงมาคือสถานที่ออกกำลังกายที่ผู้สอนให้บริการ (Place) และตัวผู้สอนมีความรู้ในเรื่อง การออกกำลังกายเป็นอย่างดี (People) ตามลำดับ และผลการวิจัยยังพบว่าปัจจัยด้านการบริการ (Product) ปัจจัย ด้านการกำหนดราคาบริการ (Price) และ ปัจจัยด้านบุคคลากร (People) มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผู้สอน ๗ อีกด้วย

คำสำคัญ: ผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล; การออกกำลังกาย

ABSTRACT

The objective of this independent study is to examine the factors that affect consumer decision making in the use of a personal trainer in Rayong. This research is a quantitative research which when applied with the Consumer Theory, the Decision Theory and the 7Ps Marketing Mix strategy as a basis for developing research methodology. The study was collected from 400 Thai participants, who use the personal trainer in Rayong. Data was gathered by online questionnaires and computed with statistical software to determine the relationship.

The results from the analysis of the demographic data of the sample found that, female clearly used the personal trainer more than male. Most of respondents were between ages of 26 to 35 years old, and most of them were single. A representative sample chose to use the service from both male and female personal trainers. However, the gender of the representative sample undeniably influenced the gender of their particular personal trainers and also focused on their personal trainer has the knowledge and understanding of training.

The factors of 7Ps marketing mix in the selection process of using the personal trainer were as follows: The personal trainer was quite of taking care of the customer (PEOPLE). Followed by the location where the personal trainer provides their service (PLACE). Also, the personal trainer showed their knowledge of exercise as well. The study additionally found the factors of 7Ps marketing mix, Product, Price and People factors were directly related to the selection of the personal trainer.

Keywords: Personal Trainer; Exercise

บทนำ

กิจกรรมทางกาย หรือที่เรียกกันว่า การออกกำลังกาย ล้วนมีประโยชน์ต่อร่างกาย ทำให้ร่างกายแข็งแรง กระฉับกระเฉง สมวัย รูปร่างสมส่วน สร้างเสริมบุคลิกภาพที่ดี แต่สิ่งที่เกิดขึ้นกับประชาชนทั่วโลก 1 ใน 3 ยังมีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอ จึงเป็นสาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 4 เนื่องด้วยหลายเหตุผล เช่น ไม่มีเวลา ไม่มีสถานที่ ไม่มีแรงจูงใจ ไม่มีความรู้ในการออกกำลังกาย เป็นต้น (กรมอนามัย, 2560) การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากร นอกจากการมีฐานะหรืออาชีพที่ดี อีกสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม คือ เรื่องของสุขภาพ การออกกำลังกายนับเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมคุณภาพชีวิต เมื่อปฏิบัติเป็นประจำสม่ำเสมอ จะส่งผลให้มีสุขภาพที่ดีได้ หากมีการปลูกฝัง มีการแนะนำให้ทุกเพศทุกวัยรู้จักการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาอย่างถูกวิธี จะส่งผลให้ประชากรนั้นรู้จักประโยชน์ในการออกกำลังกาย อีกทั้งยังสามารถพัฒนาอารมณ์ สังคมและสติปัญญา หรือการได้ร่วมทำกิจกรรมกับบุคคลที่มีความชอบในการออกกำลังกายประเภทเดียวกัน เพื่อพบปะสังสรรค์ หรือผู้ที่อยากใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เป็นต้น การไม่ค่อยได้ออกกำลังกาย นอกจากเสี่ยงการเพิ่มน้ำหนักของร่างกายแล้ว อาจจะตามมาด้วยโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ประเทศไทยมีผู้เสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable Diseases) หรือ NCDs เช่น ความดัน หัวใจ เบาหวาน มะเร็ง โรคไต ถึงร้อยละ 75 หรือประมาณ 320,000 คนต่อปี เฉลี่ยชั่วโมงละ 37 สาเหตุของโรคไม่ติดต่อเรื้อรังมาจาก พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ปลอดภัย ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สูบบุหรี่ และขาดการออกกำลังกาย (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2562: Online)

สุขภาพและร่างกายแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น หากเป็นผู้สูงอายุไม่ควรวิ่ง เพราะจะทำให้เกิดการบาดเจ็บได้ เช่น เกิดการบาดเจ็บที่ข้อเท้า ข้อเข่า หรือกระดูกอาจเกิดการแตกได้ และหากบุคคลที่มีโรคประจำตัวเช่น โรคหัวใจ หอบหืด ความดันต่ำ ควรปรึกษาแพทย์ก่อนออกกำลังกายว่าตนเองสามารถออกกำลังกายได้ในระดับใด หรือบุคคลที่เคยได้รับการผ่าตัดส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย ก็ควรทำการปรึกษาแพทย์ก่อนออกกำลังกาย ดังที่รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ อภิชาติ อัสวมงคลกุล ภาควิชาศัลยศาสตร์ ออร์โธปิดิกส์และกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยมหิดล ได้กล่าวว่า ผู้ที่ออกกำลังกายควรเลือกการออกกำลังกายตามแบบที่ชอบและสะดวกที่สุด แต่สำหรับผู้ที่มิโรคประจำตัว เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน ไ้ไขมันในเลือดสูง หรือมีประวัติคนในครอบครัวเป็นโรคหัวใจ ควรปรึกษาแพทย์ก่อนเลือกวิธีออกกำลังกาย (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2557: Online) ก่อนออกกำลังกายทุกครั้ง ควรยืดกล้ามเนื้อให้เพียงพอก่อนที่จะออกกำลังกายหนักๆ ต่อไป เพื่อเป็นการคลายกล้ามเนื้อต่างๆให้พร้อมรับการเคลื่อนไหว หากยืดกล้ามเนื้อไม่เพียงพอ จะทำให้เกิดอาการบาดเจ็บ เช่น กล้ามเนื้ออักเสบ ระบบเลือดหมุนเวียนไม่ดี ข้อต่อเอ็นต่างๆ ของร่างกายทำงานได้ไม่เต็มที่ และจะส่งผลทำให้เกิดอาการบาดเจ็บ หากเล่นกีฬาติดต่อกันหนักๆ ไม่หยุดพักเป็นเวลานาน ก็จะทำให้เกิดอันตรายได้ เช่น อาการบาดเจ็บที่กล้ามเนื้อ มีการ

ระบบและอีกเสบ ควรปฏิบัติตามจำนวนครั้งที่กำหนดไม่ทำเกินที่กำหนดไว้ เพราะการทำทำเกินกำหนดไม่ได้ หมายความว่าทำให้รูปร่างดีหรือสุขภาพแข็งแรงเร็วขึ้น ควรจัดเวลาในการเล่นและออกกำลังกายให้พอดี การออกกำลังกายด้วยท่าที่ถูกต้องคือปัจจัยที่จะให้การออกกำลังกายเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ป้องกันการบาดเจ็บ หากไม่มีเทรนเนอร์มาช่วยดูแล ก็ต้องดูแลตัวเองด้วยเช่นกัน

จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีประชากรรวมจำนวน 481,282 คน เฉพาะในเขตอำเภอเมืองมีจำนวน ประชากร 283,381 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดระยอง, 2562) และมีสถานออกกำลังกาย (Fitness Center) ตาม สถานที่ต่างๆเช่น ในโรงแรม ในห้างสรรพสินค้า ในอสังหาริมทรัพย์ (หมู่บ้านหรือคอนโด) เป็นต้น ซึ่งใน ปัจจุบันรูปแบบการออกกำลังกายของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก โดยนิยมออกกำลังกายในร่มมากขึ้น ได้แก่ การใช้บริการที่สถานออกกำลังกาย (Fitness Center) เนื่องจากสะดวก และมีอุปกรณ์ในการออกกำลังกายหลากหลายรูปแบบ ดังนั้นเมื่อผู้ที่ต้องการออกกำลังกายมาใช้บริการที่สถานออกกำลังกาย (Fitness Center) ซึ่ง ผู้ใช้บริการสามารถออกกำลังกายด้วยตนเอง และจะใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ก็ได้ จากปรากฏการณ์และการสำรวจเบื้องต้นพบว่ามีผู้ที่ต้องการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็น รายบุคคล (Personal Trainer) เป็นจำนวนมาก

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยบุคคลที่ส่งผลต่อการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีความสัมพันธ์ในการใช้บริการผู้สอนการ ออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง

สมมติฐานงานวิจัย

1. ข้อมูลทางด้านลักษณะบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลในการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็น รายบุคคล (Personal Trainer)
2. ข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้บริการ ผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer)

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นเพศชายและหญิงซึ่งมีอายุระหว่าง 18-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครระยอง อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง มีประชากรที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี จำนวน 35,963 คน (สถิติประชากรกลาง,สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดระยอง, 2562) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ในเขตเทศบาลนครระยอง ได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้สูตรของ Krejcie & Morgan กำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% จนได้จำนวน 400 คน กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษา ได้แก่ บุคคลที่ใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญพบหรือไม่เฉพาะเจาะจง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ ลักษณะประชากรผู้ที่ใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน สุขภาพในปัจจุบัน โรคประจำตัว และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

2. ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ประกอบไปด้วย เพศของผู้สอนฯ ระยะเวลาที่ใช้บริการผู้สอนฯ ค่าใช้จ่าย ความถี่ในการใช้บริการผู้สอนฯ ระยะเวลาที่ใช้บริการในแต่ละครั้ง และจุดประสงค์ที่ใช้บริการผู้สอนฯ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงปัจจัยบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง

2. ได้ทราบถึงข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง

3. ผู้ประกอบการทางด้านสถานให้ออกกำลังกาย (Fitness Center) หรือ ผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) สามารถนำผลวิจัยนี้ไปวางแผนในการให้บริการด้านการออกกำลังกายในรูปแบบต่างๆที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะด้าน

4. ผู้บริหารสามารถนำไปกำหนดนโยบายของบริษัทได้อีกทั้งยังสามารถนำไปวิเคราะห์หากกลยุทธ์เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้เพิ่มขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ดังนี้

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถานออกกำลังกาย (Fitness Center)

สถานบริการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ มีเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย 1. มาตรฐานด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม เช่น อาคารและคุณลักษณะภายในมีความมั่นคง แข็งแรง เป็นไปตามกฎหมาย ว่าด้วยการควบคุมอาคาร 2. มาตรฐานด้านอุปกรณ์ออกกำลังกาย เช่น มีระบบและรายงานการตรวจเช็คอุปกรณ์ ออกกำลังกายให้มีความแข็งแรง ทนทาน สะอาด และพร้อมใช้งานทุกวัน 3. มาตรฐานการให้บริการ เช่น จัดทำป้ายคำแนะนำ/คำเตือน ในการออกกำลังกาย โดยคิดไว้ให้เห็นอย่างชัดเจน (กรมอนามัย,2559:Online)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer)

ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) จะแนะนำวิธีการออกกำลังกายที่ถูกต้องให้กับผู้มาใช้บริการสถานออกกำลังกายแห่งใหญ่ๆ จะมีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้บริการฟรี ลักษณะในการให้บริการฟรีนั้นเป็นการจัดโปรแกรมการออกกำลังกายเบื้องต้น รวมถึงดูแลเรื่องความปลอดภัยในการใช้เครื่องออกกำลังกายบางเครื่องเท่านั้น สำหรับการดูแลในการออกกำลังกายเป็นพิเศษ สถานประกอบการที่ทำธุรกิจสถานออกกำลังกายควรกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะมาทำหน้าที่เป็นผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) จะต้องจบหลักสูตรตามที่กล่าวมาข้างต้น หรืออาจจะเป็นหลักสูตรที่มีการเรียนการสอนสำหรับเป็นผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) เพื่อจะได้ทำหน้าที่ในการแนะนำ ช่วยเหลือผู้มาใช้บริการสถานออกกำลังกายได้อย่างมีประสิทธิภาพและไม่ทำให้เกิดอันตรายต่อผู้ให้บริการ (เดชา เดชานพวงศ์,2559 หน้า 17)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ทฤษฎีจากฮาร์โรลด์ เจ เลวิตท์ (Harold J. Leavitt) กล่าวว่าผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมอย่างไรขึ้นอยู่กับความต้องการที่มีสาเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นๆเสมอ สาเหตุดังกล่าวนั้นจะเป็นแรงกระตุ้นทำให้มนุษย์คนเราเกิดความต้องการ และจากความต้องการก็จะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจเพื่อแสดงพฤติกรรมออกมาพิบูล ก้อนทอง (2553, หน้า 25-27) พฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อได้รับการกระตุ้นทางการตลาดและยังมีปัจจัยอื่นๆที่ช่วยกระตุ้นได้อีก เพื่อให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคเกิดการรับรู้ของตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นๆ เมื่อองค์กรได้หาแนวทางมาดำเนินกระบวนการที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดกระตุ้นทั้งทางการตลาดและทางอื่นๆ ประกอบไปกับปัจจัยต่างๆของผู้ซื้อ จะส่งผลให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคเกิดการความรู้สึก นึกคิด และในที่สุดก็จะเกิดการตอบสนองตามมา

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การพิจารณาโดยใช้ข้อมูล หลักการและเหตุผล วิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนในการหาทางเลือกที่ดีที่สุด เหมาะสมที่สุด จากหลายๆ ทางเลือกที่สามารถตอบสนองเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (บำรุง สังข์ขาว, 2554, หน้า 10) การตัดสินใจเป็นกระบวนการในเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคก็ต้องตัดสินใจในทางเลือกของตัวสินค้าหรือบริการนั้นๆที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน โดยที่ลูกค้าจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงถือเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค หากนักการตลาดมีความสามารถที่จะเข้าใจและเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภคก็จะส่งผลให้การวางแผนการกระจายสินค้าและการยอมรับของผู้บริโภคมีประสิทธิภาพ ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (สุภสิทธิ์ ศิริสุทธิวรนนท์, 2555, หน้า 28)

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix '7Ps)

เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งประกอบไปด้วยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/ด้านบริการ (Product) เป็นสิ่งสนองความจำเป็นหรือสนองความต้องการของมนุษย์ ด้านราคา (Price) คือคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของตัวเงิน ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศในการนำเสนอการบริการแก่ลูกค้า ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ ด้านบุคคล (People) อาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) คือการสร้างและนำเสนอ

ภาพลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า ด้านกระบวนการ (Process) คือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านการให้บริการ (โชติมณี ชินะ.2556, หน้า 14)

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามประเภทอิเล็กทรอนิกส์แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

2. ผู้วิจัยได้ขอหนังสือจากโครงการบริการธุรกิจมหาบัณฑิต One Day Program มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม จำนวน 2 ท่าน แล้วนำแบบทดสอบไปหาค่าความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ด้วยวิธี Cronbach โดยผลการวิเคราะห์ได้ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) เท่ากับ 0.886 ถือว่าอยู่ในระดับที่มีความน่าเชื่อถือ

3. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากผู้ที่ใช้บริการผู้สอนออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครระยอง จำนวน 400 คน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analytical Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูล แจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านลักษณะบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลในการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) สถิติที่ใช้คือ สถิติที่ใช้คือ Chi-Square โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) สถิติที่ใช้คือ Chi-Square โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 73.8 อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.8 เป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 50.8 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีสุขภาพป่วยบ้างบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.8 และไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 79.3

2. ปัจจัยการเลือกใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ในระดับที่ส่งผลมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.69 รองลงมาคือสถานที่ออกกำลังกายที่ผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ทำการสอนนั้นมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.66 และผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) มีความรู้ในเรื่องการออกกำลังกายเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.63

3. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ทั้งเพศชายและเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.3 ใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) เป็นระยะเวลา 1-3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 62.3 ในส่วนค่าใช้จ่ายในการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) พบว่าส่วนใหญ่จ่ายต่อชั่วโมง ต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 ในด้านระยะเวลาส่วนใหญ่ใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.8 การใช้เวลากับผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ส่วนใหญ่ใช้ครั้งละ 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 65.5 วัตถุประสงค์ของการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพื่อลดน้ำหนัก คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากับจุดประสงค์ต้องการเพื่อกระชับสัดส่วน/รูปร่างสวยงาม

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้หญิงมีการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคลมากกว่าผู้ชายอย่างชัดเจน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จึงสามารถใช้ผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคลได้ทั้งเพศชายและเพศหญิง และก็พบว่าเพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่งผลกับเพศของผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากเพศชายจะเลือกผู้สอนที่เป็นเพศชาย อาจมองได้จากความแข็งแรงที่มีมากกว่าผู้สอนเพศหญิง ในเรื่องการยกน้ำหนัก หรือการป้องกันการอันตรายจากการออกกำลังกาย อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เน้นไปที่ผู้สอนที่มีความรู้ความเข้าใจในการสอน เนื่องจากการดูแลสุขภาพนั้นควรต้องมีความรู้ที่ถูกต้อง ทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติ ซึ่งสามารถนำไปสู่การเกิดการสัมฤทธิ์ผล สอดคล้องกับ ประณัฐร นินปาละ (2561) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลใน

เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าสรุปว่า ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความรู้ความสามารถส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

โดยปัจจัยในการเลือกใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล (Personal Trainer) คือ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี สถานที่ออกกำลังกาย และความรู้ในเรื่องการออกกำลังกายเป็นอย่างดีตามลำดับสอดคล้องกับกรวิวิท ชูพันธุ์ (2560) ที่พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากผู้สอนการออกกำลังกายรายบุคคล มีผลต่อการใช้บริการซ้ำ

และผลการวิจัยเองพบว่า ปัจจัยด้านการบริการ (Product) มีความสัมพันธ์กับต่อเพศของผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล เนื่องจากเพศของผู้สอนฯจะมีวิธีการแนะนำในการวางแผนการออกกำลังกายและจัดโภชนาการให้กับลูกค้าตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งมีความสัมพันธ์กับระยะที่ใช้บริการผู้สอนฯ เนื่องจากวิธีการแนะนำในการวางแผนการออกกำลังกายและจัดโภชนาการให้กับลูกค้า ต้องคำนึงถึงระยะเวลาที่จะสัมฤทธิ์ผลด้วย

ปัจจัยด้านการกำหนดราคาบริการ (Price) ที่ประกอบไปด้วย ราคาค่าบริการสมเหตุสมผล สามารถผ่อนชำระได้ และมีการลดราคาเมื่อต้องการใช้บริการซ้ำความสัมพันธ์กับ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการผู้สอนการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล เพราะจะทำให้ลูกค้าสามารถมาใช้บริการผู้สอนฯ สัปดาห์ละ 2-3 วันได้ และส่งผลตามจุดประสงค์ที่ลูกค้าต้องการได้

ปัจจัยด้านบุคคลากร (People) ที่ประกอบไปด้วย ผู้สอนฯมีความรู้ในเรื่องการออกกำลังกายเป็นอย่างดี ผ่านการอบรมเรื่องออกกำลังกายและมีใบ Certificate รับรอง และมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี มีความสัมพันธ์กับเพศของผู้สอนฯ และจุดประสงค์ในใช้บริการผู้สอนฯ เนื่องจาก ความรู้ความสามารถก็จะแตกต่างกันตามเพศของผู้สอนฯ เช่น ลูกค้าเลือกผู้สอนฯ เพศชาย ในการชกมวย ยกน้ำหนัก เพื่อฝึกความแข็งแรง และเพิ่มกล้ามเนื้อ ลูกค้าเลือกผู้สอนฯ เพศหญิง ในการเล่นโยคะ เต้นป๊อปปี้แดนซ์ เพื่อลดน้ำหนักและกระชับรูปร่างให้สวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับกนกวรรณ คู่อุด (2561) ที่ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สฟิตเนสของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบกว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ ซื้อคอร์สฟิตเนสของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยด้านการบริการ ทางผู้สอนฯ ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนการออกกำลังกายที่เหมาะสมให้กับผู้ใช้บริการ โดยวัดความเหมาะสมได้จาก สุขภาพประจำตัวหรือโรคประจำตัวของผู้ใช้บริการ เพราะทำออกกำลังกายบางท่า อาจไม่เหมาะกับผู้ป่วยหรือผู้ที่มีความผิดปกติทางร่างกายได้

2. ปัจจัยด้านการกำหนดราคาบริการ ทางผู้สอนฯ ควรระบุราคาในการให้บริการให้ชัดเจน ระบุราคาตามแต่ละประเภทของการออกกำลังกาย เช่น มวย โยคะ เวทเทรนนิ่ง เป็นต้น การที่ผู้สอนฯ เสนอราคาการบริการที่หลากหลาย อาจทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจตรงกับความต้องการได้ง่ายขึ้น

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายบริการ ในกรณีที่ผู้ใช้สถานที่ออกกำลังกายในการสอนฯ ผู้ให้บริการ ควรทำการสอนในสถานที่ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการ เช่น มีผ้าขนหนู ไม้เท้าผสม ตู้กดน้ำดื่ม ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ตู้ล็อกเกอร์พร้อมกุญแจ เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดบริการ นอกเหนือจากผู้สอนฯ มีความรู้ทางการออกกำลังกายที่ถูกต้องแล้ว การส่งเสริมทางการตลาดให้กับทางผู้สอนฯ เองก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เช่น ควรมีรีวิวผู้ใช้บริการที่ผ่านมามีหลังจากการรับบริการจากผู้สอนฯ มีความเปลี่ยนแปลงทางรูปร่างอย่างไร จะช่วยทำให้เกิดการขายได้ง่ายขึ้น

5. ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้สอนฯ ควรมีการอบรมความรู้ในการออกกำลังกายหรือเรื่องอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับวงการสุขภาพเสมอ เพราะทุกวันนี้โลกได้มีการอัปเดตความรู้ใหม่ๆ ในด้านต่างๆ ตลอดเวลา และวงการ Personal Trainer ก็เช่นกัน

6. ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ เมื่อกล่าวถึงผู้สอนฯ สิ่งแรกที่คนส่วนใหญ่นึกถึงคือ ต้องเป็นบุคคลที่มีรูปร่างที่สมส่วน เช่น มีกล้ามเนื้อ กล้ามเนื้อที่ทึง มีซิกแพ็ค ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่บุคคลภายนอกสามารถมองเห็น ได้ชัดเป็นอันดับแรกเมื่อผู้สอนฯ มีการนำเสนอขายบริการ

7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีความเป็นมิตรให้เกียรติลูกค้า มีความกระตือรือร้นในการทำงาน และจะต้องมีจิตใจที่รักในงานบริการอย่างเต็มเปี่ยม นับเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการให้บริการ ก่อนที่จะนำเสนอขายบริการให้กับผู้ใช้บริการรายใหม่ ควรรักษาฐานผู้ใช้บริการรายเก่าไว้ด้วย เพื่อที่จะให้ผู้ใช้บริการรายใหม่กลับมาใช้บริการอีกด้วยด้วยความเต็มใจ ดังนั้นควรมีหน่วยงานหรือแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไว้รองรับในส่วนนี้ไว้

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาผู้ใช้บริการผู้สอนฯ เฉพาะในเขตเทศบาลนครระยองเท่านั้น นอกเหนือพื้นที่ที่ศึกษานี้ ยังมีสถานออกกำลังกายที่มีผู้สอนฯ ให้บริการอื่นๆ ด้วย

2. ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรพิจารณาเพิ่มปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ที่อาจส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการผู้สอนฯ

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ คู่อุดม.2561. *กระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สฟิตเนสของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*.บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

กรวิมล ชูพันธุ์.2560. *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการเทรนเนอร์ออนไลน์: กรณีศึกษาฟิตเนส*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คมปทีต สกุดหวง.2561. *อนามัยโลกเตือน ประชากรโลกออกกำลังกายน้อยไป เสี่ยงเกิดปัญหาสุขภาพ*. ค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2563, จาก <https://thestandard.co/who-warning-over-global-lack-of-exercise/>

ชัยมงคล งามอัน.2560. *ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านฟิตเนสในจังหวัดฉะเชิงเทรา*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

โชติมณี ชินะ.2556. *กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจที่ฟัก: กรณีศึกษาที่ฟักแบบบูติก ในจังหวัดเชียงราย*.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เดชา เดชานพวงศ์.2559. *แนวทางการจัดการและองค์ประกอบมาตรฐานของฟิตเนสเซ็นเตอร์เอกชน ขนาดย่อม*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยบูรพา

บำรุง สังข์ขาว.2554. *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยบูรพา

ประณัฐธร นินปาละ.2561. *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิบูล ก้อนทอง.2553. *พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก้อนทอง รุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์ออร์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

รุจิรา จุลวรรค์.2561. *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายของประชากร ในเขตปราจีนบุรี*.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ