



ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
ในเขตกรุงเทพมหานคร

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

วริยา นานา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2565

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
ในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

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



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration(Management))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2022

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

ในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ

วีรียา นานา

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์)

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐสุวรรณ)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	วิริยา นานา
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ณิชช์ กุลิสร์

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าที่มาใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ ค่าที่ค่าความแปรปรวนทางเดียวและค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 23-38 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท และทำอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายด้านการแต่งกายให้เหมาะสมโดยรวม และพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายในด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความภักดีในการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์, ความผูกพัน, การให้รางวัล, ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

Title	FACTORS RELATING TO CUSTOMER LOYALTY ON USING FITNESS FIRST IN BANGKOK METROPOLITAN AREA
Author	VEERIYA NANA
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2022
Thesis Advisor	Professor Dr. Nak Gulid

Abstract

This study aims to understand the factors related to the loyalty to the services of the Fitness First Center in Bangkok. The sample of this research included 400 customers of Fitness First Center in Bangkok. A questionnaire was used as a research instrument to collect data. The statistics for data analysis included percentage, frequency, average, standard deviation, and hypothesis testing with a t-test, One-Way ANOVA, and the Pearson product moment correlation. The study found that a majority of respondents were female, aged 23-38 years old, single, held an undergraduate degree, earned an average income of 30,001-50,000 Baht per month, and worked for private companies. For hypothesis testing, it was found that different genders of the users showed different level of loyalty to services provided by Fitness First Center on rewards, at a statistically significant level of 0.05, and the different occupations of the users showed different levels of loyalty to services from Fitness First Center on attachment and reward at the statistically significant levels of 0.05 and 0.01 respectively, respectively. Furthermore, overall knowledge of fitness on appropriate dressing, overall exercise behavior and experience in increasing customer confidence had a relationship with loyalty to services of Fitness First Center on attachment as the correlation was positively very low at a statistically significant level of 0.05.

Keyword : Fitness First Center, Attachment, Reward, Reliability

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของผู้มีพระคุณหลายท่าน กราบขอบพระคุณ รศ.ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ได้สละเวลามารับความรู้ ให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ รวมถึงข้อคิดเห็น ตลอดจนตรวจแก้ไข จุดบกพร่องต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ และ ผศ.ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่กรุณาเป็นประธาน และคณะกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ในครั้งนี้ รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะ ปรับปรุงแก้ไข อันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาคคณะบริหารธุรกิจ เพื่อสังคมทุกท่านที่กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อีกทั้งยังให้ความช่วยเหลือและมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้วิจัยด้วยความเมตตาที่ดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ภาคคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมทุกท่าน และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยที่ให้คำแนะนำ รวมถึงความช่วยเหลือในด้านของข้อมูลต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณพนักงานฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ที่ได้ให้ความกรุณา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

และสุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่ได้ให้การสนับสนุน และส่งเสริม ให้กำลังใจมาโดยตลอด และขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจ แก่กันเสมอมา

วริยา นานา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	3
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
สมมติฐานการวิจัย.....	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์.....	11
นิยามศัพท์ของประชากรศาสตร์.....	11
ความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์.....	12

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย	16
ความหมายของความรู้	16
ความหมายเกี่ยวกับการออกกำลังกาย	16
ความสำคัญของการออกกำลังกาย	17
ประเภทการออกกำลังกาย	17
ประโยชน์ของการออกกำลังกาย	19
เสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย	20
ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย	21
3. พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย	24
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี	29
5. ข้อมูลเกี่ยวกับฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์	32
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า	41
1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	41
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	49
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	51
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	57
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	59
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	100

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	105
ความมุ่งหมายของการวิจัย	105
สมมติฐานการวิจัย	105
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	106
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	106
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	106
การวิเคราะห์ข้อมูล	107
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	108
อภิปรายผล	113
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	119
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	120
บรรณานุกรม	121
ภาคผนวก	125
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	126
ภาคผนวก ข รายงานผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	136
รายงานผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	137
ประวัติผู้เขียน	139

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	4
ตาราง 2 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	43
ตาราง 3 แสดงความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน	59
ตาราง 4 แสดงความถี่ และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษาและอาชีพ (จัดกลุ่มใหม่)	62
ตาราง 5 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังนี้	63
ตาราง 6 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ดังนี้	66
ตาราง 7 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความภักดีของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ดังนี้	69
ตาราง 8 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีของผู้ใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามเพศ)	72
ตาราง 9 แสดงความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามเพศ)	73
ตาราง 10 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอายุ)	75
ตาราง 11 แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างอายุกับความภักดีต่อการเข้าใช้ บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอายุ) โดยใช้ F-test	76
ตาราง 12 ตารางแสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส .	77
ตาราง 13 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอาชีพ)	80

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอาชีพ) โดยใช้ Brown-Forsythe	81
ตาราง 15 แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างอาชีพกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ (ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3	82
ตาราง 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนสเวิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (จำแนกตามอาชีพ) โดยใช้ F-test	85
ตาราง 17 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	86
ตาราง 18 แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างอายุกับความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) โดยใช้ F-test	87
ตาราง 19 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามสถานภาพ)	88
ตาราง 20 แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล (จำแนกตามสถานภาพ) โดยใช้ F-test	89
ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามสถานภาพ) โดยใช้ Brown-Forsythe	90
ตาราง 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน.....	92
ตาราง 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล	93
ตาราง 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	95
ตาราง 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน	96

ตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวมกับ ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล	97
ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวมกับ ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	99
ตาราง 28 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ด้านลักษณะประชากรศาสตร์.....	100
ตาราง 29 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย	101
ตาราง 30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ด้านแรงจูงใจ	102



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 สาขาทั้งหมดของ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์	33



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่มักมองข้ามการออกกำลังกายเนื่องด้วยเวลาที่จำกัดทำให้มักจะเลยในการเอาใจใส่ดูแลสุขภาพ โดยต้องเผชิญกับโรคภัยต่างๆที่เพิ่มมากขึ้น แต่ก็มีคนบางกลุ่มที่ยังเห็นความสำคัญในเรื่องของการออกกำลังกาย ดังคำพูดที่เรามักได้ยินบ่อยๆว่า “งานกับชีวิตส่วนตัว” (Work Life Balance) ทำให้กระแสการออกกำลังกายเข้ามามีความน่าสนใจในชีวิตประจำวันมากขึ้น เพราะนอกจากจะทำให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น ยังสามารถช่วยสร้างภูมิคุ้มกันโรคภัยต่างๆซึ่งสามารถทำได้ตั้งแต่การออกกำลังกายแบบง่ายๆที่สามารถทำได้ที่บ้าน เช่น การเดินเร็ว การวิ่ง การวิดพื้น จนไปถึงการออกกำลังกายที่เปรียบพร้อมไปด้วยอุปกรณ์ในการออกกำลังกาย

ปัจจุบันฟิตเนส เซ็นเตอร์จึงเป็นสถานที่ออกกำลังกายที่เข้ามาเป็นตัวเลือกช่วยตอบสนองความต้องการของคนเมืองมากยิ่งขึ้นสามารถเดินทางได้สะดวกเนื่องจากตั้งอยู่ทั้งในโรงแรมห้างสรรพสินค้า หรือตึกสำนักงานต่างๆทำให้สะดวกต่อการใช้บริการ ธุรกิจฟิตเนส เซ็นเตอร์ในประเทศไทยนั้น ได้เติบโตอย่างต่อเนื่องภายหลังจากการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่จากต่างประเทศเมื่อประมาณ 15 ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2564 ที่ผ่านมา ธุรกิจ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ในประเทศไทย มีมูลค่าตลาดประมาณ 8,900 ล้านบาท ขยายตัวจากปี 2563 ที่มีมูลค่าตลาดประมาณ 6,500 ล้านบาท เนื่องจากการขยายจำนวนสถานบริการที่เข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น และการลดราคาค่าบริการลงค่อนข้างมากของบรรดาผู้ให้บริการฟิตเนสระดับกลางและระดับล่างเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าใช้บริการได้ง่ายขึ้น ซึ่งธุรกิจฟิตเนส เซ็นเตอร์ในประเทศไทย ยังคงสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยมีอัตราการเป็นสมาชิกฟิตเนสเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะปีใน 2561 มีจำนวนมูลประชากรที่เข้ามาใช้บริการฟิตเนสเพิ่มขึ้น 30%จากในอดีต (Fitnessfirst, 2561)

ปัจจุบันผู้นำในตลาดฟิตเนสเซ็นเตอร์มี 3 ราย ได้แก่ ฟิตเนส เฟิร์ส (Fitness First) วี ฟิตเนส (We Fitness) และน้องใหม่แต่เก๋าด้วยประสบการณ์จากต่างประเทศอย่างเวอร์จิ้น แอ็คทีฟ (Virgin Active) (BrandAgeOnline, 2019) ทั้ง 3 รายเปิด ให้บริการโดยผู้ประกอบการรายใหญ่หรือนักลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งเปิดให้บริการเต็มรูปแบบ เช่น มีเครื่องออกกำลังกายจำนวนมาก มีการเทรนเนอร์คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ถูกต้องเหมาะสมสำหรับแต่ละบุคคล รวมถึงบริการเสริมอื่นๆ เช่น ห้องสตรีม ห้องอบซาวน่า มุมพักผ่อนที่สามารถพูดคุย

แลกเปลี่ยนประสบการณ์ พบปะสังสรรค์เพื่อน หรือแม้แต่นั่งทำงานส่วนตัว เนื่องจากปัจจุบันฟิตเนส ไม่ใช่เพียงสถานที่ที่ออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว การนำเสนอความรู้สึกที่ให้ ฟิตเนสเป็นสถานที่ที่เหมือนบ้าน สามารถทำกิจกรรมประจำวันที่หลากหลายได้จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้คนเลือกใช้บริการ ทั้งนี้กระแสรักสุขภาพในปัจจุบันทำให้คนให้ความสนใจที่จะเข้าใจบริการฟิตเนสจำนวนสูงขึ้นแต่ละค่ายจึงเพิ่มความโดดเด่นให้กับสถานที่ออกกำลังกายของตนเองไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุง(Renovate)สถานที่อย่างฟิตเนสเฟิร์สที่มีการเปลี่ยนแปลงภายในเพิ่มสนามหญ้าเทียมให้สมาชิก

ฟิตเนส เฟิร์ส (Fitness First) เริ่มต้นจากคลับเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกายเล็กๆ แห่งหนึ่งที่เมืองเบิร์นเม้าท์ สหราชอาณาจักรในปี1993 จนถึงวันนี้ฟิตเนส เฟิร์สท คือกลุ่มคลับเพื่อสุขภาพและยิมการออกกำลังกายที่ได้กลายเป็นหนึ่งในตราสินค้าการออกกำลังกายที่ใหญ่ที่สุดในโลกรวมทั้งใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ฟิตเนส เฟิร์สเป็นตราสินค้าที่เชื่อถือได้และยั่งยืน ด้วยเครือข่ายที่ยอดเยี่ยมในภูมิภาคเอเชีย โดยมีการเสนอสิ่งที่ดีที่สุดอย่างอุปกรณ์ออกกำลังกาย ความหลากหลายของคลาส เจ้าหน้าที่ที่สามารถให้คำแนะนำ และบรรยากาศการต้อนรับที่ช่วยให้มีแรงขับเคลื่อนที่อยากออกกำลังกาย ต่อมาในปี2000 ฟิตเนส เฟิร์ส ได้เข้าสู่ภูมิภาคเอเชียด้วยการเปิดคลับในฮ่องกง ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และมาเลเซีย

ในปัจจุบันประเทศไทยมีฟิตเนส เฟิร์สทั้งหมด 34สาขา แบ่งเป็น Club Classมี2สาขา Zoneมี1สาขา Platinumมี7 สาขาและแบบPremiumอีก24แห่ง (First, 2561) ได้แก่
Club Class (2 สาขา) มีที่ Club 39 (สุขุมวิท 39) และที่ไอคอนสยาม

แบบ Zone มีที่ CentralWorld

แบบ Platinum มีทั้งหมด 7 สาขา ซึ่งสาขา T-One Building เป็นสาขาล่าสุดของฟิตเนส เฟิร์ส

แบบ Premium ทั้งหมด 24 สาขาในกรุงเทพฯ และในต่างจังหวัดอีก 4 สาขา (Fitnessfirst, 2561b)

จากบทความข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยต้องการทำการศึกษเกี่ยวกับพฤติกรรม ประสบการณ์ ความรู้และความภักดีที่มีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะว่าสามารถช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ได้เห็นประโยชน์ของการออกกำลังกาย ความปลอดภัยของสถานที่ และได้รับความรู้ คุณภาพและบริการทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ สาเหตุที่เลือกการทำวิจัย ฟิตเนส เฟิร์สในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากฟิตเนส เฟิร์สส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำงานวิจัยโดยมีการวางแผนและ

พัฒนาส่งเสริมสุขภาพการออกกำลังกายในฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ โดยมุ่งหวังให้คนหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น มีความรักดีต่อการออกกำลังกายและมีพฤติกรรมออกกำลังกายที่ถูกต้องและเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย พฤติกรรมและประสบการณ์ และความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
2. เพื่อเปรียบเทียบความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสบการณ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

ความสำคัญของการวิจัย

1. จะได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการสร้างความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพื่อความพึงพอใจและประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ
2. ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้จะสามารถช่วยให้ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้พิจารณาแนวทางในการ ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในการใช้บริการของศูนย์ออกกำลังกาย ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายที่จะศึกษาเกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20,000 คน (FitnessFirst, 2561a)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นคนกลุ่มที่เป็นสมาชิกฟิตเนส เฟิร์สและใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของYamane (1973) โดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างระดับความเชื่อมั่น95% ระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน5% ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน400ตัวอย่าง ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

ขั้นตอนที่1: ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified sampling)

โดยกำหนดขนาดตัวอย่างของลูกค้าจากการเข้าใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะเน้นสาขาที่รถไฟฟ้าวิ่งผ่าน เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาออกกำลังกาย มักจะดูจากสถานที่ที่ใกล้รถไฟฟ้ามากที่สุด เพราะเดินทางไปกลับสะดวก ซึ่งฟิตเนส เฟิร์สที่มีรถไฟฟ้าวิ่งผ่านมีทั้งหมด6สาขา (Fitnessfirst, 2561b) โดยแยกตามสาขาของฟิตเนสทั้งหมด 3 เขต จากทั้งหมด4สาขา เนื่องจาก4สาขานี้ เป็นสาขาที่คนส่วนใหญ่มักให้ความสนใจในการเข้ามาออกกำลังกายเพราะเป็นสาขาที่ติดกับรถไฟฟ้า สะดวกต่อการเดินทางและภายในฟิตเนสไม่แออัดจนเกินไป ลูกค้าบางกลุ่มเมื่อออกกำลังกายเสร็จก็สามารถไปรับประทานอาหารได้ เนื่องจาก4สาขานี้มีร้านอาหารอยู่ในอาคาร 4สาขามีดังนี้

ตาราง 1 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สาขา	จำนวน (คน)	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง (คน)
Fitness First Terminal 21	3,000	60
Fitness First Platinum Landmark Plaza	5,000	100
Fitness First Siam Paragon	8,000	160
Fitness First Platinum T-One Building	4,000	80
สาขารวม	20,000	400

ที่มา: ข้อมูลจากเว็บไซต์ Fitness First (2561)

ขั้นตอนที่2: ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random Sampling) โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ ให้ลูกค้าในฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ตอบแบบสอบถามเท่านั้นและเก็บข้อมูลจนครบตามจำนวน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งได้ดังนี้

ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

1.1 เพศ

1.1.1 เพศชาย

1.1.2 เพศหญิง

2.1 อายุ

2.1.1 18-22ปี

2.1.2 23-38ปี

2.1.3 39-54ปี

2.1.4 55ปีขึ้นไป

3.1 ระดับการศึกษา

3.1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย

3.1.2 ปวส./อนุปริญญา

3.1.3ปริญญาตรี

3.1.4 สูงกว่าปริญญาตรี

4.1 อาชีพ

4.1.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

4.1.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.1.3 พนักงานบริษัทเอกชน

4.1.4 ธุรกิจส่วนตัว

4.1.5 พ่อบ้าน/แม่บ้าน

4.1.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

5.1.2 10,001-30,000 บาท

5.1.3 30,001-50,000 บาท

5.1.4 50,001-70,000 บาท

5.1.5 70,001 บาท ขึ้นไป

6.1 สถานภาพ

6.1.1 โสด

6.1.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

6.1.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

7.1 โรคประจำตัว

7.1.1 มี

7.1.2 ไม่มี

8.1 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ประกอบด้วย

8.1.1 ความปลอดภัย

8.1.2 การแต่งกายให้เหมาะสม

8.1.3 ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย

9.1 พฤติกรรมและประสบการณ์ในการออกกำลังกาย ประกอบด้วย

9.1.1 บรรยากาศในการออกกำลังกาย

9.1.2 ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

9.1.3 ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า

2.ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

2.1 ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านความผูกพัน

2.1.2 ด้านการให้รางวัล

2.1.3 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นลักษณะของบุคคลที่มีความแตกต่างกัน และมีพฤติกรรมในการตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างกัน

2. ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้างการกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

3. ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย หมายถึง การที่เราให้ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายแก่คนใดคนหนึ่งว่าการออกกำลังกายจะทำให้ร่างกายได้ใช้แรงหรือกำลังที่มีอยู่ในตัวนั้น เพื่อให้ร่างกายหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายเกิดการเคลื่อนไหวเช่น การเดิน การวิ่ง การกระโดด การทำงาน หรือการเล่นกีฬา การออกกำลังกายแต่ละกิจกรรม ร่างกายต้องใช้กำลังมากน้อยแตกต่างกันไปตามชนิดการออกกำลังกาย

4. ความปลอดภัยในกายออกกำลังกาย หมายถึง การเลือกอุปกรณ์อย่างเหมาะสมเช่น การเลือกรองเท้าให้เหมาะกับการออกกำลังกาย การออกกำลังกายจะต้องเลือกการออกกำลังกายหลายๆแบบเพื่อป้องกันการออกกำลังกายแบบใดแบบหนึ่งมากเกินไปและลดความเบื่อในการออกกำลังกาย

5. การแต่งกายให้เหมาะสมในการออกกำลังกาย หมายถึง การคำนึงถึงการแต่งกายให้เหมาะสมกับการออกกำลังกายชนิดนั้นๆเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายในการออกกำลังกายและทำให้ไม่เกิดการบาดเจ็บ

6. ประโยชน์ของการออกกำลังกาย หมายถึง การออกกำลังกายให้ครบส่งผลให้ร่างกายมีสมรรถภาพที่ดี ห่างไกลจากโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ

7. พฤติกรรมและประสบการณ์ หมายถึง การออกกำลังกายในสภาพแวดล้อมที่ดีจะช่วยให้มีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพราะการออกกำลังกายเป็นกิจกรรมทางสังคม ลักษณะกิจกรรมออกกำลังกายจะเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความสุขดีมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมพัฒนาทักษะทางสังคมให้กับผู้ที่ออกกำลังกาย

8. บรรยากาศในการออกกำลังกาย หมายถึง การออกกำลังกายกลางแจ้งหรือในห้องฟิตเนสตามรูปแบบเฉพาะของการออกกำลังกายนั้น

9. ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หมายถึง การปฏิสัมพันธ์ของเทรนเนอร์และลูกค้าคือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการออกกำลังกายช่วยให้เราสามารถพัฒนาในสิ่งที่เราไม่รู้หรือไม่เก่งทำให้

มีความคิดอีกแบบในการเทรนลูกค้า นอกจากนี้ทำให้ได้รู้ถึงความถนัดในการออกกำลังกายของลูกค้าคืออะไร ทำให้สามารถช่วยให้เกิดความสนิทกันมากขึ้น

10.ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าหมายถึง การสร้างความไว้วางใจและความมั่นใจให้แก่ลูกค้าจากการที่เทรนเนอร์มีความรู้ ความสุภาพและมีความสามารถในการออกกำลังกาย

11.ความภักดีต่อการใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ หมายถึง ความภักดีของลูกค้าในการเข้าใช้บริการฟิตเนส ซึ่งการที่ลูกค้ามีความคิดหรือมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ มีความเชื่อมั่น และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมาโดยไม่เปลี่ยนใจเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างกำไรแก่องค์กร

12.ความผูกพัน หมายถึง ความรู้สึกและพฤติกรรมของบุคลากรที่มีต่อองค์กรที่ตนเองได้ปฏิบัติงานอยู่ โดยมีความพร้อม ความตั้งใจ และความทุ่มเทที่จะปฏิบัติตามหน้าที่ที่ตนเองได้รับอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

13.การให้รางวัลหมายถึงการช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานและลูกค้า รวมไปถึงก่อให้เกิดความผูกพันในองค์กร อีกทั้งยังสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าของคุณทำให้เกิดความภักดีต่อองค์กรและกลับมาใช้บริการซ้ำได้และสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีได้

14.ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ หมายถึง การที่บุคคลจะต้องเป็นคนดีที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบ ความยุติธรรม ความมีวุฒิภาวะ ความซื่อสัตย์ต่อองค์กร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง“ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีที่มีผลต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถกำหนดตัวแปรได้ทั้งตัวแปรต้นที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามโดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



สมมติฐานการวิจัย

1. ลูกค้ำในฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ แตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน
2. ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. พฤติกรรมและประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในกรณีศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีที่มีผลต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆซึ่งจะนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี
5. ข้อมูลเกี่ยวกับฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ นิยามศัพท์ของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้าง การเปลี่ยนแปลงและการกระจายตัวประชากรในรูปแบบที่สัมพันธ์กับเศรษฐกิจ และวัฒนธรรม อื่นๆ ปัจจัยด้านประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม

พรพิน ประกายสันติสุข (2550) กล่าวว่าลักษณะประชากรศาสตร์คือเบื้องหลัง ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์ประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้างการกระจายตัว รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่นๆ ใน ส่วนของประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และ สังคม

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) ได้กล่าวถึงความหมายของปัจจัยทาง ประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) หมายถึง จำนวนคนครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับ รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ รวมๆแล้วจะมีปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยว

วชิรวัชร งามละม่อม (2558) กล่าวว่า ด้านประชากรศาสตร์มีลักษณะของแต่ละ บุคคลที่ต่างกัน ซึ่งมี เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย และการทำงานในระยะ ยาว เป็นต้น สามารถแสดงเบื้องหลังของแต่ละบุคคลทั้งในอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วยบุคลากร

หรือพนักงานในทุกระดับ ซึ่งมีการแสดงออกที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรืออดีตของบุคคลนั่นเอง

ความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มี อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ที่กล่าวมานี้เป็นที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญ และเป็นสิ่งที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย และทำให้สะดวกในการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่นๆ (ธนิสท์ เกษมไชยยานนท์, 2544)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมประการแรกคือประชากร ที่ประกอบขึ้นเป็นตลาด นักการตลาดจึงให้ความสนใจต่อขนาดและอัตราการเติบโตของประชากรในเมือง ภูมิภาค และชาติต่างๆ ประเด็นที่นักการตลาดสนใจ ได้แก่ การกระจายช่วงอายุ และส่วนประสมของเชื้อชาติ รูปแบบครัวเรือน ระดับการศึกษา การย้ายถิ่นฐานของประชากรระดับภูมิภาค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ให้ความสำคัญความเกี่ยวกับ ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกเป็น อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นตัวกำหนดที่นิยมนำมาแบ่งส่วนการตลาด ด้านประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญและค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และยังคงสะดวกต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญดังนี้

1. อายุ เนื่องจากการซื้อสินค้าหรือบริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุ แตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์ด้านอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด (Niche Market)

2. เพศ เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนการตลาดเช่นกัน จึงต้องให้ความสนใจกับตัวแปรนี้อย่างระมัดระวัง เพราะในยุคนี้ตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อการทำในการบริโภคมากกว่าในอดีต

3. ลักษณะครอบครัว เป็นปัจจัยสำคัญทางการตลาด มีความสำคัญมากในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและบุคคลในครอบครัวที่ใช้สินค้า รวมถึงพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ เป็นตัวแปรสำคัญ ในการระบุส่วนของตลาด นักการตลาดให้ความสนใจกับผู้บริโภคที่มีรายได้มาก ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาดที่ยืดเกณฑ์รายได้เป็นสิ่งสำคัญ คือ รายได้จะเป็นสิ่งที่ระบุถึงการวัดระดับการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ขณะเดียวกันการตัดสินใจซื้อสินค้า ที่อาจเป็นลักษณะหนึ่งในการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา เป็นต้น แม้รายได้เป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยกเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ปราณี เอี่ยมละออภักดี (2558) กล่าวว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงด้านจำนวนประชากร ระดับการศึกษา รูปแบบครอบครัว การกระจายตัว ด้านอายุ เชื้อชาติ ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น และการย้ายถิ่นฐานของประชากร การศึกษาแนวโน้มและผลกระทบด้านประชากรศาสตร์เป็นประโยชน์ต่อนักการตลาด เพื่อใช้ข้อมูลวางแผนการตลาดให้ มีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะ ประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของ กลุ่มเป้าหมายรวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่นๆ ตัวแปรทางด้านประชากร ที่สำคัญ ได้แก่

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้างการกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่นๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม (พรพิณ ประกายสันติสุข, 2550)

2. เพศ (Sex) หมายถึง ความสำคัญในการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าบางประเภทยังมีข้อมูลที่จะเอียดเท่าไรจะทำให้สามารถประมาณการขนาดของตลาดได้ชัดเจนขึ้น การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมระหว่างเพศชายและเพศหญิงในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปจากเมื่อก่อน เนื่องจากกาที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

3. อายุ (Age) หมายถึง กลุ่มอายุมีความสำคัญต่อการกำหนดแผนการตลาด เพราะแต่ละกลุ่มมีความต้องการพฤติกรรมและรสนิยมของแต่ละกลุ่มไปตามช่วงการกระจายช่วงอายุของประชากรในช่วงอายุต่างๆ และมีผลต่อการวางแผนการตลาดสำหรับนักการตลาดที่จะทำให้ทราบถึงขนาดของผลิตภัณฑ์

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ หมายถึงตัวแปรสำคัญของตลาด นักการตลาดให้ความสนใจกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้มากและผู้มีรายได้ต่ำ ปัญหาหลักของการแบ่งส่วนการตลาดโดยใช้เกณฑ์รายได้เท่านั้น รายได้จะเป็นตัวบ่งชี้ความสามารถของผู้บริโภคในการซื้อ

สินค้าหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้า นอกจากนี้การเลือกซื้อสินค้า แท้จริง สามารถวัดเกณฑ์รูปแบบการใช้ชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ และเป็นตัวระบุเป้าหมายได้เช่นกัน แม้รายได้เป็นตัวแปรที่นิยมใช้แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะเอาเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ เพื่อให้สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5. ลักษณะครอบครัว หมายถึง ลักษณะของครอบครัวถือว่าเป็นสิ่งสำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยตลอด และถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากเกี่ยวกับ หน่วยของผู้บริโภค ในส่วนใหญ่นักการตลาดจะคำนึงถึงจำนวนและลักษณะของผู้บริโภคในการใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง รวมถึงยังพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่มีหน้าที่ตัดสินใจในครอบครัวเพื่อทำให้พัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างดี

แม้ว่าบางคนจะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ใกล้เคียงกันแต่ก็ไม่ได้หมายความว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของคนกลุ่มนี้จะมีลักษณะที่เหมือนกัน ทั้งที่อาจมีปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจได้ เช่น รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ก็ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้ความหมายว่าของลักษณะส่วนบุคคลตามตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนผู้อาศัยในครอบครัว ระดับ การศึกษา อาชีพ รวมทั้งรายได้ต่อเดือน เป็นสิ่งสำคัญ ในส่วนของความภักดีสามารถรวมถึงความคิดและความรู้สึกชอบของกลุ่มแบรนด์นั้น ดังนั้นเนื้อหาของลักษณะบุคคลมีความสำคัญการกำหนดส่วนตลาด รวมถึงส่งผลกับความภักดีในแบรนด์นั้นๆ โดยคนที่มีลักษณะบุคคลที่ต่างกันจะมีความภักดีที่ต่างกัน

ชูชัย สมิทธิกร (2553) ได้ให้ความหมายว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกันเฉพาะแต่ละบุคคล โดยมีผลกระทบต่อพฤติกรรมความต้องการที่แตกต่างกัน จะประกอบด้วยตัวแปรด้าน ลักษณะส่วนบุคคลที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. เพศ สามารถแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยดูว่าเพศหญิงหรือเพศชายมีความต้องการในสินค้ามากกว่า ซึ่งเป็นตัวชี้วัดในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ เพราะในเวลาหนึ่งเพศมีความต้องการในสินค้าที่แตกต่างกัน มักจะมีการรับรู้และการตัดสินใจในเรื่องการซื้อสินค้าบริโภคต่างกัน

2. อายุ แต่ละช่วงชีวิตมีความต้องการที่ต่างกันหรือการซื้อที่แตกต่างกัน คนส่วนใหญ่ที่มีอายุแตกต่างกัน มักจะมีความต้องการในการซื้อแตกต่างกัน เช่นคนรุ่นใหม่ มักชอบลองของใหม่ เช่นสินค้าที่สมัยใหม่ กลุ่มผู้สูงอายุ มักนิยมของใช้ด้านสุขภาพ และให้ความสนใจในเรื่องความปลอดภัย นักการตลาดจึงเอาอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์

3. สถานภาพครอบครัว โดยในแต่ละสถานภาพมีความต้องการในสินค้าและบริการที่ แตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งลักษณะสำคัญ 3 อย่าง คือการเข้าสู่ชีวิตแต่งงานและการแตกแยกของชีวิตสมรส การแต่งงานถือเป็นสถานภาพที่สำคัญ ในเรื่องของเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย สิ่งสำคัญที่สุดในการศึกษาด้านการสมรสคือประเภทของสถานภาพสมรส องค์การสหประชาชาติได้รวบรวมและแยกประเภทของสถานภาพ สมรส ดังนี้

3.1 โสด

3.2 สมรส

3.3 หม้ายและไม่สมรสใหม่

3.4 หย่าร้างและไม่สมรสใหม่

3.5 สมรสแต่แยกกันอยู่

4. รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ เป็นหลักในการกำหนดส่วนของตลาด ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าอาจเป็นตัวตัดสินในการดำรงชีวิต ค่านิยม อาชีพ ระดับการศึกษา ฯลฯ นักการตลาดจะโยน เกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรทางด้าน ประชากรศาสตร์ด้านอื่น ๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายได้ ชัดเจนขึ้น

5. ด้านค่านิยมในการดำเนินชีวิต ผลมาจากวัฒนธรรมในแต่ละสังคมที่เป็นตัวขับเคลื่อน ให้เกิดพฤติกรรมหรือความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่อยู่ในวงการนักแสดง มีความนิยมในการใช้ของแบรนด์เนมนอกจากนี้ George E. Belch & Michael A. Belch (2005) ยัง กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาเพื่อแบ่งส่วนตลาดเพราะทำให้สามารถเห็นลักษณะของกลุ่มตัวอย่างได้ชัดเจน

จึงสรุปว่าด้านประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่เหมาะแก่การมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด โดยยึดแนวคิดของฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) ซึ่งฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) ได้ให้ความหมายด้านประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับ รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติตามกลุ่มผู้บริโภค โดยอาศัยตัวแปรศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการศึกษา อาชีพ รายได้ ขนาดครอบครัว สามารถนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ที่ตัดสินความต้องการให้แก่ผู้ซื้อที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและให้นักการตลาดได้คำนวณเป้าหมายที่ต้องการได้

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ อาชีพ ซึ่งเป็นลักษณะของผู้บริโภคที่มีความต้องการต่อสินค้าที่แตกต่างกัน โดยในการวิจัยเรื่องลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ จะยึดแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) มากำหนดเป็นกรอบการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย

ความหมายของความรู้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, ราชบัณฑิตยสถาน (2542) กล่าวว่า “ความรู้” (Knowledge) คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถในตัวแต่ละบุคคลและความเข้าใจที่ได้รับมาจากประสบการณ์หรือมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด

อลิศรา กฤษมา (2560) สรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง สิ่งที่ได้จากการเรียนรู้ ประสบการณ์ การรับรู้ ความคุ้นเคย ความเข้าใจ ตลอดจนข่าวสารซึ่งเป็นข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ ที่ถูกต้องชัดเจน ซึ่งแต่ละคนอาจมีความรู้แตกต่างกันไปตามการรับรู้ ความเข้าใจ และความคุ้นเคยของแต่ละคน

สมถวิล ผลสอาด (2557) ได้สรุปความหมาย ความรู้ ว่าความรู้นั้นเริ่มต้น จากระดับง่าย ๆ ก่อนแล้วเพิ่มความสามารถในการใช้ความคิดและพัฒนาสติปัญญาเพิ่มขึ้น เป็นลำดับ โดยแบ่งออกเป็น 5 ชั้น คือ ความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้ไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินผล

ความหมายเกี่ยวกับการออกกำลังกาย

การออกกำลังกาย ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Exercise” ซึ่งมีความหมายว่า การใช้กำลัง บริหารร่างกาย เพื่อให้แข็งแรง โดยมีนักวิจัยหลายท่านได้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้

วรศักดิ์ เพียรชอบ (2525) ได้ให้ความหมายของการออกกำลังกายว่า หมายถึง การที่ออกกำลังกายให้ร่างกายได้เคลื่อนไหว เช่น การเดิน กระโดด การวิ่ง หรือการเล่นกีฬาที่ร่างกายของแต่ละบุคคลว่าเคลื่อนไหวมากน้อยเพียงใด ซึ่งแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของบุคคล ในการออกกำลังกายทุกครั้งต้องคำนึงถึงความปลอดภัยไม่หักโหมจนเกินไป

ประวิตร เจนวรรณะกุล (2553) กล่าวว่า การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพไม่ว่าจะเป็นการวิ่งจ็อกกิ้ง การเต้นแอโรบิก หรือการปั่นจักรยานอยู่กับที่ ไม่ควรออกกำลังกายจนเหนื่อยเกินไป โดน

ใช้เวลา 20ถึง30นาทีต่อเนื่องกันและทำเป็นประจำสม่ำเสมอประมาณ3ครั้งต่อสัปดาห์ หรือวันเว้นวันการทำเช่นนี้เป็นการฝึกให้หัวใจและปอดทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพดีขึ้น

สมชาย ลีทองอิน (2543) กล่าวว่า การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพเป็นการออกกำลังกายด้วยความหนักระดับปานกลางอย่างสม่ำเสมอ จนรู้สึกเหนื่อยถึงค่อนข้างเหนื่อยใช้ระยะเวลาออกกำลังกาย 20ถึง30นาที และออกกำลังกาย3ถึง 5วันต่อสัปดาห์ จะเกิดประโยชน์ที่สำคัญต่อสุขภาพ และความสมบูรณ์แข็งแรง

ปัจจุบันการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ มีบทบาทในการพัฒนาสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจเพราะเป็นการส่งเสริมให้ร่างกายแข็งแรงเจริญเติบโตได้สมส่วนในเด็ก สำหรับผู้ใหญ่จะช่วยดำรงรักษาสุขภาพที่ดีอยู่แล้วมิให้ลดลง ปรับสภาพที่ทรุดโทรมให้ดีขึ้นและช่วยแก้ไขหรือฟื้นฟูสภาพร่างกายได้

ความสำคัญของการออกกำลังกาย

สมชาย ลีทองอิน (2543) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการออกกำลังกายไว้ว่า การออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นที่ควรทำตั้งแต่แรกเกิดจนถึงวัยชราแม้ในคนป่วย ยัง ต้องการการออกกำลังกายเพื่อให้ฟื้นตัวไวขึ้น ในวัยชราการออกกำลังกายจะช่วยป้องกันและรักษาโรคที่สามารถเกิดขึ้นได้ เช่น อาการปวดเมื่อย

ชูศักดิ์ เวชแพศย์ (2519) กล่าวเกี่ยวกับออกกำลังกาย หมายถึงการที่กล้ามเนื้อทำงานเพื่อให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหว ในขณะที่เดียวกันการออกกำลังกายสามารถทำให้การทำงานของระบบต่างๆในร่างกายดีขึ้น

ประเภทการออกกำลังกาย

การจำแนกประเภทการออกกำลังกายเน้นไปในแนวทางการสร้างความแข็งแรงของ กล้ามเนื้อการเพิ่มประสิทธิภาพของปอดและหัวใจ และการเพิ่มความยืดหยุ่นและการผ่อนคลายของ กล้ามเนื้อโดยจำแนกประเภทของการออกกำลังกายได้ดังนี้

1. การออกกำลังกายแบบไอโซเมตริก (Isometric of Exercise) เป็นการออกกำลังกายอยู่กับที่ โดยเกร็งกล้ามเนื้อ ไม่มีการเคลื่อนไหวส่วนต่างๆ เหมาะสำหรับการออกกำลังกายที่มี สถานที่จำกัด เป็นต้น ร่างกายเป็นการเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ อาจทำร่วมกับใช้แรงต้าน ด้วย เช่น การออกแรงดันสิ่งหนึ่งสิ่ง

2. การออกกำลังกายแบบไอโซโทนิค (Isotonic of Exercise) เป็นการออกกำลังกาย โดยการเกร็งกล้ามเนื้อพร้อมกับการเคลื่อนไหวอวัยวะแขน ขา หรือข้อต่างๆ เป็นการออกกำลังกายแบบต่อสู้แรงต้านทาน และเป็นการออกกำลังกายให้กล้ามเนื้อภายนอก แต่กล้ามเนื้อหัวใจ ไม่ได้รับออกกำลังกายด้วยเลย เช่น การยกน้ำหนัก กระเชียงบก ยกดัมเบล เป็นต้น

3. การออกกำลังกายแบบใช้ออกซิเจน (Aerobic Exercise) เป็นการออกกำลังกายที่ใช้ออกซิเจนจำนวนมาก โดยสม่ำเสมอและติดต่อกันทำให้ระบบหัวใจและหลอดเลือดทำหน้าที่ดีขึ้น เป็นการออกกำลังกายที่มีการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมที่เพิ่มความยืดหยุ่นและแข็งแรงของกล้ามเนื้อ กิจกรรมการออกกำลังกายประเภทนี้ เช่น กิจกรรมการเดิน แอโรบิก การวิ่ง การปั่นจักรยาน การออกกำลังกายฟิตเนส เป็นต้น

4. การออกกำลังกายแบบไม่ใช้ออกซิเจน (Anaerobic Exercise) เป็นการออกกำลังกายที่ต้องอาศัยพลังงานจากครีเอทีนินฟอสเฟต และอดีโนซินไตรฟอสเฟตที่ สะสมอยู่ในเซลล์กล้ามเนื้อ เป็น การออกกำลังกายที่ไม่ใช้ออกซิเจนหรือใช้เพียงเล็กน้อย ตัวอย่างการออกกำลังกายประเภทนี้ คือ การวิ่งระยะสั้น ยกน้ำหนัก เหมาะสำหรับการฝึกนักกีฬา นักกีฬา โบว์ลิ่ง เทนนิส วอลเลย์บอล กอล์ฟ (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข 2546)

จากประเภทของการออกกำลังกายที่กล่าวมาแล้วนั้นสามารถประมวลได้ว่า ประเภทของการออกกำลังกายมีทั้งหมด 4 ประเภท โดยการออกกำลังกายแบบไอโซโทนิคและไอโซเมตริก เป็นการออกกำลังกายเพื่อสร้างกล้ามเนื้อและการออกกำลังกายแบบใช้ออกซิเจนและแบบไม่ใช้ออกซิเจนเป็นการออกกำลังกายเพื่อใช้พลังงาน

อุดมศิลป์ ศรีแสงนาม (2559) ได้จำแนกประเภทของการออกกำลังกายไว้ 3 ประเภท ดังนี้

1. การเกร็งกล้ามเนื้อโดยไม่เคลื่อนไหวอวัยวะ (Isometric Exercise) เป็นการออกกำลังกายกล้ามเนื้อโดยไม่มีการเคลื่อนไหวอวัยวะส่วนใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นลำตัว แขน ขา หรือกระดูกข้อต่อใด ๆ เช่น การเกร็งกล้ามเนื้อมัดใดมัดหนึ่งหรือหลาย ๆ มัดสักครู่แล้วคลายแล้วเกร็งใหม่หรือออกแรงผลักดันวัตถุที่ไม่เคลื่อนไหว เช่น ยืนอยู่ระหว่างกลางประตูที่เปิดอยู่แล้วใช้มือทั้งสองผลักวงกบอย่างแรงก็จะเป็นการเกร็งกล้ามเนื้อที่มือโดยที่วงกบประตูไม่เคลื่อนไหว หรือใช้มือทั้งสองพยายามยกเก้าอี้ที่เรา นั่งอยู่ เป็นต้น จากการศึกษา พบว่าการเกร็งกล้ามเนื้อแบบไม่เคลื่อนไหวอวัยวะนี้หากทำบ่อยๆ สามารถเพิ่มขนาดและความแข็งแรงของกล้ามเนื้อมัดนั้นๆได้แต่ไม่เกิดประโยชน์ต่อระบบหัวใจและหลอดเลือดเลย บางครั้งอาจจะเกิดโทษด้วย เช่น กำลึงของบางอย่างในมือให้แน่น เพียงไม่กี่วินาทีก็อาจทำให้ความดันเลือดสูงขึ้นมาได้

2. การยกน้ำหนัก (Isotonic or Isophasic Exercise) เป็นการออกกำลังกายเกร็งกล้ามเนื้อ พร้อมกับเคลื่อนไหวข้อต่อหรือแขนขาด้วย ได้แก่พวกนักยกน้ำหนักหรือ นักเพาะกายการ ออกกำลังกายแบบนี้เป็นการบริหารกล้ามเนื้อมัดต่างๆโดยตรง ทำให้กล้ามเนื้อโตขึ้นแข็งแรงขึ้น แต่ก็ไม่มีประโยชน์ต่อระบบหัวใจและหลอดเลือด

3. การออกกำลังกายต่อสู้แรงต้านด้วยความเร็วคงที่ (Isokinetic Exercise)

เป็นการ ออกกำลังกายแบบใหม่ล่าสุดจากการประดิษฐ์เครื่องมือออกกำลังกายที่ทันสมัยผนวกคอมพิวเตอร์ คล้ายๆ การยกน้ำหนักในประเภทที่ สองแต่เป็นการออกแรงต่อเครื่องมือที่สร้างมาให้ไม่ว่าจะเป็นดึงเข้าหรือดึงออกยกขึ้นหรือยกลง ต้องออกแรงต่อแรงต้านเท่ากันและด้วยความเร็วสม่ำเสมอ

ประโยชน์ของการออกกำลังกาย

กรมพลศึกษา (2538) กล่าวถึงประโยชน์ของการออกกำลังกายว่า การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะมีผลดีต่อร่างกายดังนี้

1. ระบบหัวใจและการไหลเวียนเลือด ทำให้กล้ามเนื้อหัวใจแข็งแรง หลอดเลือดยืดหยุ่นได้ดี ซึ่งพวกรักษาหัวใจล้มเหลว บ่อยครั้งที่ออกกำลังกายจะเป็นการเพิ่มการทำงานของระบบเลือดให้ร่างกาย ช่วยให้หลอดเลือดทำงานได้ดี และเพิ่มการนำออกซิเจนในเส้นเลือด ทำให้มีประสิทธิภาพการสูบฉีดเลือดออกจากหัวใจ การแลกเปลี่ยนก๊าซในหลอดเลือดแดง เพิ่มปริมาณของหลอดเลือด ดังนั้นผลของการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะช่วยลดการเกิดโรคหัวใจ และช่วยทำให้โคเลสเตอรอลลดลง

2. ระบบหายใจ ทำให้ถุงลมหดรและขยายยืดตัวได้ดี ปอดแข็งแรง การออกกำลังกายทุกวันทำให้ทรวงอกขยายใหญ่ ทำให้ปริมาณอากาศที่หายใจเข้าหรือหายใจออกแต่ละครั้งเพิ่มขึ้น และเพิ่มปริมาตรอากาศที่หายใจออกเต็มที่ภายหลังหายใจเข้าเต็มที่ถึงร้อยละ 20 ทำให้ อัตราการหายใจช้าลง การหายใจที่เพิ่มขึ้นนอกจากนั้นยังทำให้ปริมาตรการไหลเวียนเลือดเข้าสู่ปอดได้ดีขึ้น มีการใช้ออกซิเจนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพิ่มความทนทานและความสามารถในการปฏิบัติกิจกรรมการออกกำลังกาย และกิจกรรมการทำงานต่างๆในชีวิตประจำวัน

3. ระบบกล้ามเนื้อ กระดูกและข้อต่อ ทำให้กล้ามเนื้อแข็งแรง ข้อต่อเคลื่อนไหวได้นอกจากนี้ยังเกิดประโยชน์ทั่วไป คือ ไขมันในเลือดลดลง น้ำหนักร่างกายเหมาะสม ลด ความตึงเครียดทางสมอง ช่วยลดน้ำตาลในกระแสเลือด เป็นต้น

4. ระบบต่อมไร้ท่อและการเผาผลาญอาหาร การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะทำให้ ต่อมหมวกไตมีการหลั่งฮอร์โมน อีปีเนฟริน และนอร์อีปีเนฟริน มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบหัวใจเพราะจะทำให้หัวใจเต้นถี่และแรงขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะทำให้ร่างกายมีพลังงานเพิ่มขึ้นให้สมดุลกับพลังงานที่ต้องใช้ในการออกกำลังกายเพิ่มการเผาผลาญอาหาร และหลั่งแคลทีโคลามีน และกลูคากอนเพิ่มขึ้น ลดระดับอินซูลินใน กระแสเลือด ซึ่งมีผลต่อการลดภาวะเสี่ยงของโรคเบาหวาน

5. ระบบกล้ามเนื้อและกระดูก การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอทำให้กระดูก กระดูก และข้อต่าง ๆ แข็งแรงขึ้น ได้แก่ เอ็นจะมีความยืดและหดตัวได้ดี ข้อต่อจะแข็งแรงขึ้นและจะสามารถเคลื่อนไหวได้มากกว่าปกติ เมื่อองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยในการเคลื่อนไหวแข็งแรง ทำให้เกิดการบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย หรืออุบัติเหตุลดน้อยลงและกลับจะทำให้ร่างกายในทุกๆด้านดีขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้เส้นใยกล้ามเนื้อที่มีขนาดใหญ่ กล้ามเนื้อแข็งแรงและพลังงานดี ขึ้นมีการสะสมสารต่าง ๆ เพิ่มขึ้น หลอดเลือดฝอยมีการกระจายในกล้ามเนื้อมาก ทำให้กล้ามเนื้อ สามารถรับออกซิเจนได้มากขึ้น และขณะที่พักกล้ามเนื้อจะทำงานอย่างประหยัด ซึ่งเป็นการเพิ่ม ความแข็งแรง นอกจากนี้การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะสามารถช่วยป้องกันภาวะโรคกระดูกพรุนได้ ชะลอความเสื่อมของกระดูกได้

จึงสรุปได้ว่า 5 ประโยชน์ของการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะส่งผลดีต่อร่างกายทำให้ระบบต่างๆในร่างกายแข็งแรงขึ้น

จากการศึกษาค้นคว้าและสรุปประโยชน์ของการออกกำลังกาย ดังนี้ (ศ.นพ. อภิชาติ อิศวมงคลกุล 2553)

เสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย ได้แก่

1.1 มีความสามารถในการทำงานและการเคลื่อนไหวร่างกายได้ยาวนาน ไม่เหน็ดเหนื่อยเมื่อต้องใช้พลังงาน ร่างกายสามารถฟื้นตัวได้รวดเร็วเป็นผลต่อความสำเร็จและประสิทธิภาพ การทำงาน สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องผลของแอโรบิคแดนซ์ ที่มีต่อสมรรถภาพทางกายบางอย่าง และบุคลิกภาพที่เปลี่ยนแปลงได้ (Sevier, 2541) ผู้เข้ารับการทดลองเป็นหญิงวัยผู้ใหญ่จำนวน 60 คน ไม่เคยได้รับการฝึกแอโรบิคแดนซ์มาก่อนฝึกแอโรบิคแดนซ์ 2 ครั้งต่อสัปดาห์เป็นเวลา 6 สัปดาห์ทดสอบสมรรถภาพทางกายโดยใช้แบบทดสอบสมรรถภาพทางกายวาย. เอ็ม. ซี. เอ. แห่งชาติ (National Y. M. C. A., Physical Fitness Test) ผลปรากฏว่า สมรรถภาพทางกายมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีอย่างมีนัยสำคัญ 5 ประการ คือด้านระบบไหลเวียนโลหิต สักส่วนของร่างกาย ความอ่อนตัว ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ความอดทนของกล้ามเนื้อ และนอกจากนี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญต่อบุคลิกภาพอีกด้วย และ ในการศึกษาเปรียบเทียบผลการออกกำลังกายโดยการวิ่งเหยาะ ๆ กับการขี่จักรยานอยู่กับที่ โดยฝึกที่ความหนักที่ร้อยละ 70 ของอัตราการเต้นสูงสุดของหัวใจ ฝึกครั้งละ 20 นาที 3 ครั้งต่อสัปดาห์เป็นเวลา 8 สัปดาห์ พบว่าการฝึกขี่จักรยานอยู่กับที่ และการฝึกวิ่งเหยาะ ๆ มีผล ทำให้อัตราการเต้นของหัวใจขณะพัก สัดส่วนไขมันในร่างกายและความดันขณะหัวใจบีบตัวลดลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 (ชนิษฐา พูลสวัสดิ์, 2527)

1.2 ผู้มีสมรรถภาพทางร่างกายดีจะช่วยให้ มีบุคลิกลักษณะสง่างามเผย สามารถที่จะเดินหรือเคลื่อนไหวได้ด้วยความสง่าคล่องแคล่วและกระฉับกระเฉงเป็นไปตามจังหวะ หรือลีลา ของการเคลื่อนไหวหรือการเดินนั้น ๆ ซึ่งนอกจากจะเป็นการประหยัดแรงงานได้อย่างดี แล้วยังเป็น การส่งเสริมสง่าราศีของตนเองได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

1.3 รูปร่างได้สัดส่วน การออกกำลังกายแบบแอโรบิคในระดับปานกลาง อย่างต่อเนื่องร่างกายจะใช้ไขมันเป็นพลังงาน ทำให้มีการนำไขมันที่สะสมในร่างกายมาใช้และ นอกจากนี้ สมอส่วนที่ส่งความรู้สึกอยากอาหารจะปรับตัวในการรับปริมาณอาหารและการใช้ พลังงานออกไปให้เหมาะสม การออกกำลังกายสม่ำเสมอถือเป็นการควบคุมน้ำหนักของร่างกาย โดยปริมาณอาหารที่รับประทานเข้าไปเท่ากับปริมาณพลังงานที่ใช้ในแต่ละวัน

2. ส่งเสริมสุขภาพ

การออกกำลังกายจะทำให้การขยับย่นดีขึ้น นอนหลับได้ดีขึ้น และเพิ่มสมรรถภาพ ทางเพศ ส่งผลให้มีสุขภาพจิตดีจึงทำให้มีอายุยืนยาว ผู้ที่ศึกษาเรื่องนี้อย่างจริงจังเป็นนักกระบาด วิทยา จากมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ได้ศึกษาการใช้ชีวิตประจำวัน การออกกำลังกายและความ ยืนยาว ของอายุของนักเรียนเก่ามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด จำนวน 16,936 คน โดยใช้เวลาดูติดตามอยู่ นานกว่า 20 ปี (ดำรง กิจกุศล, 2540) สอดคล้องกับการศึกษาของเขาและคณะในเวลาต่อมา (Paffenbarger et al., อ้างถึงใน เบญจมาศจรรยาวัฒนานนท์, 2544) โดยศึกษานักศึกษาฮาร์วาร์ด กลุ่มใหม่จำนวน 10,629 คน ติดตามผลในเวลา 8 ปี พบว่า การเพิ่มระดับการออกกำลังกาย ระดับปานกลางสามารถเพิ่มอายุได้ ประมาณ 0.72-0.79 ปี และจากการศึกษาของคูเปอร์ (Cooper, 1981) พบว่าการวิ่งสัปดาห์ละ 11 ไมล์ สามารถเพิ่มคอเลสเตอรอลในไลโปโปรตีนที่มี ความหนาแน่นสูง (HDL-C) ให้แก่ร่างกาย ได้มากขึ้น ร้อยละ 35 นอกจากนี้ คูเปอร์ยังได้อธิบาย ว่า ความสมบูรณ์ของร่างกายมีค่าสหสัมพันธ์ กับอัตราส่วนของเอชดีแอล-คอเลสเตอรอล (HDL-C) ค่อนข้างสูง

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้ เหมาะสมและประโยชน์ของการออกกำลังกาย (สราลี ธีรสุชาภรณ์, 2563)

ด้านความปลอดภัย

ศ.นพ. อภิชาติ อัครวมงคลกุล (2553)กล่าวว่าปัจจัยความปลอดภัยในฟิตเนส เซ็นเตอร์จะมีการให้ความสำคัญมาเป็นอันดับแรกๆอยู่เสมอ ผู้ใช้บริการจะตระหนักถึงความ ปลอดภัยทั้งต่อตนเองและทรัพย์สินของตน

Parasuraman Zeithaml & Berry (1988) ได้กล่าวว่า ความปลอดภัยมั่นคง หมายถึงการที่ไม่เกิดอันตรายหรือมีความรู้สึกละเอียดซึ่งจะเกิดอันตราย รวมไปถึงมีความมั่นใจในความปลอดภัยของชีวิต ทรัพย์สิน และชื่อเสียงของตน

ไซคัช บุษเมอ (2542) ให้ความหมายว่า ความปลอดภัย หมายถึง สภาพแวดล้อมหรือ สภาพการณ์ที่ปราศจากภัยอันตรายการไม่ให้เกิดการบาดเจ็บหรือสูญเสีย เป็นต้น

วิทยา อยู่สุข (2544) กล่าวว่า ความปลอดภัย คือสภาพแวดล้อมที่ไม่มีภัย และพ้นจากภัยคุกคาม และความเสียหายต่างๆ ในความเป็นจริงไม่สามารถรับรู้ถึงอันตรายหรือการได้รับบาดเจ็บล่วงหน้าได้ เพราะฉะนั้นต้องมีการวางแผนเพื่อให้เกิดความปลอดภัยและลดความสูญเสียให้ได้น้อยที่สุด

วิฑูรย์ สิมะโชคดี และ วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2547) กล่าวว่า ความปลอดภัย คือการ ไม่พบกับภัยอันตรายต่างๆซึ่งในความเป็นจริงแล้วไม่สามารถเลี่ยงการเกิดภัยอันตรายได้ ความปลอดภัยจึงรวมถึงการปราศจากโอกาสที่จะเกิดอันตรายอีกด้วย

เฉลิมชัย ชัยกิตติภรณ์ (2543) ได้ให้ความหมายของความปลอดภัย ว่า เป็นสภาพแวดล้อมที่ปราศจากภัยหรือไม่มีภัย รวมทั้งการพ้นจากการได้รับบาดเจ็บ พิการ หรือการสูญเสีย ในแง่ของฟิตเนส เซ็นเตอร์ หมายถึงความปลอดภัยทั้งด้านร่างกายและ ทรัพย์สินของผู้เข้ามาใช้บริการอุปกรณ์เครื่องเล่นมีความสมบูรณ์พร้อมใช้

ด้านความปลอดภัยและด้านการแต่งกายให้เหมาะสม

1. การเลือกอุปกรณ์อย่างเหมาะสม

การเลือกรองเท้าให้เหมาะกับการออกกำลังกาย เมื่อจะออกกำลังกายอะไร ควรจะเลือกรองเท้าสำหรับการออกกำลังกายชนิดนั้น เช่นรองเท้าวิ่ง รองเท้าสำหรับการเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุหรือการได้รับอันตราย

เสื้อผ้าที่ใส่ต้องเหมาะกับการออกกำลังกาย และสภาวะแวดล้อม ในการออกกำลังกายในกลางแจ้งที่อบอ้าว เสื้อควรจะบางและระบายอากาศได้ดี หากจะออกกำลังกายโดยการยกน้ำหนัก ก็ต้องเลือกน้ำหนักที่เหมาะสมกับสภาพร่างกาย (รองศาสตราจารย์ อภิชาติ อัครวมงคลกุล, 2553)

กัลยา ดำรงค์ศักดิ์ (2544) กล่าวว่า การแต่งกายของผู้ให้บริการสามารถลดการเกิดอุบัติเหตุจากการออกกำลังกายได้และยังสามารถทำให้การออกกำลังกายได้ประโยชน์มากขึ้น ลดการบาดเจ็บ ทำให้รู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน

2. การออกกำลังกายอย่างสมดุล

ในการออกกำลังกายจะต้องเลือกการออกกำลังกายหลายๆแบบ เพื่อป้องกันการออกกำลังแบบใดแบบหนึ่งมากเกินไป และลดความเบื่อในการออกกำลังกาย การออกกำลังจะต้องประกอบไปด้วย การยืดหยุ่น การออกกำลังเพื่อให้หัวใจแข็งแรง การออกกำลังเพื่อให้กล้ามเนื้อแข็งแรง การออกกำลังเพื่อให้กล้ามเนื้อทนต่อการออกกำลัง

3. การอบอุ่นร่างกาย

การอบอุ่นร่างกายจะเป็นการเตรียมกล้ามเนื้อ หัวใจ และหลอดเลือดให้พร้อมสำหรับการออกกำลังกาย

4. การยืดกล้ามเนื้อ

การยืดกล้ามเนื้อเป็นการยืดกล้ามเนื้ออย่างช้าๆเพื่อให้กล้ามเนื้อยืดและมี ความผ่อนคลาย

5. ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย

จะยืดจนกล้ามเนื้อตึงและค้างไว้ 10-20 นาทีขณะเดียวกันก็หายใจเข้าออกช้าๆเพื่อให้ความดันโลหิตลดลงและเพิ่มเลือดไปเลี้ยงสมอง

6. ดื่มน้ำอย่างเพียงพอ

การดื่มน้ำอย่างเพียงพอจะป้องกันการขาดน้ำ การเป็นลมแดด ก่อนออกกำลังกาย 15 นาทีให้ดื่มน้ำหนึ่งแก้วหลังออกกำลังกายให้ดื่มน้ำ 1 แก้ว ทุก 20 นาทีในขณะที่ออกกำลังกายให้ดื่มน้ำหนึ่งแก้ว

7.การอบอุ่นร่างกาย

เมื่อจะเลิกออกกำลังกายจะต้องอบอุ่นร่างกายโดยการลดความแรงลงให้ใช้เวลาประมาณ 10 นาที อย่าหยุดออกกำลังทันทีทันใด เพราะอาจจะเป็นอันตรายได้ (รองศาสตราจารย์แพทย์วิชาติ อิศวมงคลกุล, 2553)

ประโยชน์ของการออกกำลังกาย

การออกกำลังกายจะทำให้หัวใจและระบบต่างๆ ของร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นเมื่อมีการออกกำลังกายกล้ามเนื้อจะมีการหดตัวมีความแข็งแรงมีกำลังและมีความทนทานของกล้ามเนื้อเกิดขึ้น หากมีการออกกำลังกายสม่ำเสมอกล้ามเนื้อจะมีการเจริญเติบโตขึ้น เส้นใยของกล้ามเนื้อที่ขนาดโตขึ้น ทำให้มีประสิทธิภาพในการทำงานของกล้ามเนื้อเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ขณะที่มีการออกกำลังกายกระดูกจะถูกดึง ถูกบีบจากแรง

กล้ามเนื้อ กระตุ้นให้กระดูกเจริญขึ้น ทั้งความกว้าง ความใหญ่ และความหนา และข้อต่อมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับการทำงาน

สมชาย ลีทองอิน (2550) ได้กล่าวว่า ประโยชน์ของการออกกำลังกายมีดังนี้

1. ช่วยให้ผู้สุขภาพดีขึ้น
2. ช่วยเสริมสร้างสมรรถภาพให้ร่างกาย
3. ทำให้บุคลิกภาพท่าทางและการทรงตัวที่ดี
4. เพิ่มความภูมิใจในตนเอง
5. ช่วยควบคุมน้ำหนัก
6. ทำให้กล้ามเนื้อและกระดูกแข็งแรง
7. ทำให้รู้สึกมีพลัง
8. ทำให้ผ่อนคลาย ลดความเครียด และลดความซึมเศร้า
9. ทำให้จิตใจสบาย อารมณ์แจ่มใส
10. ทำให้ผู้สูงอายุเคลื่อนไหวได้ดีโดยไม่พลัดหกล้มง่าย
11. ลดความเสี่ยงจากการเป็นโรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง และโรคมะเร็ง
12. ช่วยลดความดันโลหิต ในผู้เป็นโรคความดันโลหิตสูง

ลำไส้ใหญ่

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายมีความสำคัญต่อการออกกำลังกายเป็นอย่างมาก ทำให้ได้รู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการออกกำลังกายว่าการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอช่วยทำให้ระบบต่างๆในร่างกายแข็งแรงขึ้นสุขภาพดีขึ้น และยังคงคำนึงถึงความปลอดภัยในการออกกำลังกาย การแต่งกายให้เหมาะสมเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายในการออกกำลังกายและทำให้ไม่เกิดการบาดเจ็บเสื้อผ้าที่ใส่ต้องเหมาะกับการออกกำลังกาย กัลยา ดำรงค์คดี (2544)

3. พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจและภายนอก อาจทำไปโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว อาจเป็น พฤติกรรมที่พึงประสงค์ และไม่พึงประสงค์ ผู้อื่นอาจสังเกตการกระทำนั้นได้และสามารถใช้เครื่องมือ ทดสอบได้ (ราชบัณฑิตยสถาน 2525)

พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกชนิดที่มนุษย์แสดงออกทางรูปธรรม นามธรรม ตลอดเวลา สังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส วาจา และการกระทำ สามารถแบ่งพฤติกรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอก คือเป็นการกระทำที่สังเกตโดยการใช้อวัยวะสัมผัสหรืออาจใช้เครื่องมือช่วย และพฤติกรรมภายใน ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดจากภายในร่างกาย ไม่สามารถสังเกตได้ (สิทธิโชค วรรณสุนติกุล, 2529)

ทฤษฎีเกี่ยวกับประสบการณ์

Pine Gilmore (2016) ได้นำเสนอแนวคิดด้านประสบการณ์ผู้บริโภคที่เป็น ที่รู้จัก ในมุมมองของ Experience Economy คือ การแข่งขันธุรกิจในแง่ของการแข่งขันสร้างประสบการณ์ ผู้บริโภค โดยอ้างอิงถึง Theory of experienced utility ในเชิงเศรษฐศาสตร์ด้านพฤติกรรมของ Kahneman and Thaler (2015) ว่า utility ในที่นี้หมายถึง ประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจาก ประสบการณ์ และกล่าวถึงประสบการณ์ผู้บริโภคว่า เกิดจากการนำเสนอเชิงพาณิชย์ (commercial offering) ที่มีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำหลายรูปแบบให้เกิด ขึ้นกับผู้บริโภค โดยสามารถอธิบายประสบการณ์ในมุมมองของการนำเสนอเชิงเศรษฐศาสตร์ว่า การสร้างประสบการณ์เป็นการสร้างคุณค่าขั้นตอนสุดท้าย เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างให้คุณภาพของ สินค้า ผลิตภัณฑ์ และการบริการโดยรวมมีความสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น ซึ่งการแข่งขันของภาคธุรกิจ ในอนาคต นอกจากการมุ่งเน้นไปที่คุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และการบริการแล้ว การสร้าง ประสบการณ์จะเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและนำไปสู่พฤติกรรมที่ เกี่ยวกับความตั้งใจในการซื้อสินค้าอีกด้วย (Chen, 2012)

พฤติกรรมและประสบการณ์ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ บรรยากาศในการออก กำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า (สรลีย์ ธีรสุชาภรณ์ 2563)

บรรยากาศในการออกกำลังกาย

บรรยากาศที่ดีที่เหมาะสมกับคุณและโดนใจคุณจึงส่งผลโดยตรงต่อการออกกำลังกาย ในครั้งนั้น ๆ ด้วย เพราะเมื่อบรรยากาศดี ๆ พร้อมสำหรับการออกกำลังกาย อีกทั้งถ้าการออก กำลังกายในสิ่งที่คุณชื่นชอบเช่นการเล่นโยคะหรือการวิ่งโดยมีบรรยากาศที่ดีรอบข้าง ก็ยิ่งทำให้ การออกกำลังกายโดยการเล่นโยคะหรือการวิ่งเสมือนกับเป็นการไม่ได้ออกกำลังกายแต่เป็นการทำ สิ่งที่คุณหลงรักเลยทีเดียว นอกจากนี้การเปิดเพลงโปรดของคุณซ้ำ ๆ เปิดเพลงที่คุณโปรดปราน ในขณะที่ออกกำลังกายไปด้วย โดยคุณฮัมเพลงโปรดไปพร้อม ๆ กับการออกกำลังกายจะทำให้เกิด การเบี่ยงเบนความสนใจที่ไปสนใจกับการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียวให้จิตใจไปจดจ่อที่เพลง บ้างจึงอาจทำให้คุณเหนื่อยน้อยลงได้ด้วย (Puresuthee, 2563)

ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

การปฏิสัมพันธ์ของเทรนเนอร์และลูกค้ำคือการแลกเปลี่ยนความคิดในการออกกำลังกายช่วยให้เราสามารถพัฒนาในสิ่งที่เราไม่รู้หรือไม่เก่งทำให้มีความคิดอีกแบบในการเทรนลูกค้ำ นอกจากนี้ทำให้ได้รู้ว่าความถนัดในการออกกำลังกายของลูกค้ำคืออะไร ทำให้ช่วยให้เกิดความสนิทกันมากขึ้น ทำให้เรามี Connection เพิ่มขึ้นโดยถ้าลูกค้ำชื่นชอบในการเทรนของเรา เปอร์เซ็นต์ที่ลูกค้ำจะกลับมาใช้บริการกับเรานานขึ้น อาจมีการแนะนำบอกต่อกับคนอื่นให้มาใช้บริการกับเรา (CHUBB, 2562)

Kenny (1996 อ้างใน สราวุธ เกศโสภาคญคดี, 2558) ได้ให้ความหมายกับปฏิสัมพันธ์ทางสังคมคือ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลสามารถมีได้มากกว่า 1 คน หรือ 1 กลุ่ม โดยการกระทำของบางคนอาจจะเป็นที่ถูกใจของคนอีกกลุ่มหนึ่ง โดยแต่ละคนมีการตอบสนองที่ต่างกัน อาจมีการเข้าไปพูดคุยเมื่อพวกเขามีการตอบสนองกลับมา

ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้ำ

การสร้างควมไว้วางใจและความมั่นใจให้แก่ลูกค้ำจากการที่เทรนเนอร์มีความรู้ ความสามารถและมีความสามารถในการออกกำลังกาย (Parasuraman Zeithaml & Berry, 1988)

การออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกวัย ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและปฏิบัติเป็นแบบแผนในการดำรงชีวิตประจำวัน เพื่อให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการออกกำลังกาย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม (พิทักษ์พงศ์ ปัญัติะ 2547) คือ

1. คุณลักษณะและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ในแต่ละบุคคลย่อมมีคุณลักษณะและประสบการณ์เฉพาะของแต่ละบุคคลซึ่งมีผลกระทบบต่อการกระทำภายหลัง ความสำคัญของผลที่จะเกิดขึ้นทั้งหลายจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเป้าหมายที่นำมาพิจารณาเลือกวัด ปัจจัยพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับอดีต หรือลักษณะส่วนบุคคลในรูปแบบการส่งเสริมสุขภาพและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้ำในการออกกำลังกาย ซึ่งเป็นผลการกระทำที่ต่อเนื่องมาในอดีต ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นตัวทำนายพฤติกรรมเป้าหมายและประสบการณ์การออกกำลังกายของแต่ละบุคคล โดยประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านชีววิทยา

1.2 ปัจจัยด้านสังคมจิตวิทยา ได้แก่ พฤติกรรม ประสบการณ์ แรงจูงใจต่อการออกกำลังกายของบุคคลนั้น

2. สติปัญญาและความรู้สึกที่เฉพาะพฤติกรรม เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ในการประสบความสำเร็จเพื่อให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องและยังถือว่าเป็นกลวิธีหลักในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของบุคคล ประกอบด้วย

2.1 การรับรู้ประโยชน์ของการกระทำ เป็นการยอมรับผลดีของการกระทำ เมื่อบุคคลใดปฏิบัติกิจกรรมใดก็ตามเมื่อเห็นว่าการกระทำนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ก็จะมีปฏิบัติพฤติกรรมเหล่านั้น โดยผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอาจมีผลต่อทั้งร่างกายภายนอก และภายใน เช่น การออกกำลังกายที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล คือรู้สึกกระฉับกระเฉง รู้สึกสดชื่น ในส่วนของผลลัพธ์ภายนอกก็คือ ได้มีโอกาสพบปะผู้คน เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับคนอื่น เป็นต้น

2.2 การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นการรับรู้ถึงความสามารถของตนเองว่าสามารถปฏิบัติกิจกรรมเหล่านั้นได้สำเร็จตลอด ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้คนได้มีประสบการณ์ พฤติกรรมเป้าหมายมากกว่าบุคคลที่มีความรู้สึกกว่าตนเองไม่มีความสามารถ โดยแบนดูรา (Bandura) เชื่อว่าการปฏิบัติใดๆ ของบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับความหวังในผลลัพธ์จากการปฏิบัตินั้น

2.3 อิทธิพลสถานการณ์สิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยทางด้านสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการมีพฤติกรรม โดยสภาพการณ์นั้นจะเป็นตัวกำหนดความต้องการในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม นอกจากนี้ยังจะมีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติ พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ บุคคลจะปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพหากรู้สึกกว่าสถานการณ์นั้น น่าสนใจ เหมาะสม มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง และความปลอดภัย

3. พฤติกรรมที่แสดงออกมา การตัดสินใจหรือการตกลงที่จะปฏิบัติเปลี่ยนแปลง ที่ก่อเกิดพฤติกรรม การตกลงใจนี้จะเป็นการชักนำให้บุคคลเกิดการปฏิบัติแม้ว่าบุคคลจะรู้สึกอยากกระทำแต่ไม่สามารถทำได้เป็นความรู้สึกที่ไม่อยากกระทำแต่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

3.1 พฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพ เป็นพฤติกรรมที่ส่งผลต่อสุขภาพของตนเองในทางบวก บุคคลสามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิต ผลไผ่สานในวิถีการดำเนินชีวิต ทางด้านสุขภาพในทางบวกตลอดช่วงชีวิต พฤติกรรมและประสบการณ์การส่งเสริมสุขภาพเป็นสิ่งที่บุคคลปฏิบัติในชีวิตประจำวันเกิดเป็นนิสัย ดังนั้นจึงเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า “แบบแผนชีวิตที่ส่งเสริมสุขภาพ”

อนงค์ บุญอดุลย์รัตน์ (2550) กลางถึงปัจจัยที่ควรคำนึงถึงการออกกำลังกาย ไว้ดังนี้

อายุ ผู้ที่จะออกกำลังกายทุกคนควรรู้ขอบเขตวัย หรืออายุของตนเอง โดยเลือกการออกกำลังกายให้เหมาะกับช่วงอายุเพื่อไม่ให้เกิดอันตราย

เพศ การออกกำลังกายบางชนิดเหมาะสมกับทุกเพศ บางชนิดเหมาะสมกับเพศชาย หรือบางชนิดเหมาะสมกับเพศหญิง เพราะความแตกต่างของร่างกาย เช่นกิจกรรมที่ต้องใช้ความแข็งแรง ผู้ชายจะมีความเหมาะสมมากกว่า

สภาพร่างกาย ก่อนการออกกำลังกายควรที่จะตรวจร่างกายของตนเองก่อน ถ้าไม่เคยออกกำลังกายหรือไม่ค่อยได้ออกกำลังกายต้องเริ่มออกกำลังกายแบบที่ไม่หักโหมเกินไป เพราะอาจทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย

ประสบการณ์ ผู้ที่ออกกำลังกายมานานมักจะมีประสบการณ์มากกว่าผู้ที่ไม่ค่อยได้ออกกำลังกาย และครูฝึกสอนมักจะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มากในการออกกำลังกายทำให้การมีครูฝึกสอนจะช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการออกกำลังกาย

สภาพอากาศ การออกกำลังกายจะเกิดประโยชน์สูงนอกจากจะคำนึงถึงตัวผู้ออกกำลังกายแล้ว ยังต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมด้วย เพราะสภาพแวดล้อมเป็นส่วนสำคัญ เช่นอากาศร้อน ทำให้อุณหภูมิร่างกายสูงขึ้นเร็ว เสียเหงื่อมาก และควรหลีกเลี่ยงการออกกำลังกายในสถานที่ที่มีการปรับอากาศ

การดื่มน้ำ การออกกำลังกายหากขาดน้ำจะทำให้สมรรถภาพลดลง น้ำสำรองในร่างกาย มีปริมาณ 2% ของน้ำหนักตัว หากร่างกายขาดน้ำจะไม่ส่งผลดีต่อร่างกาย

ความเจ็บป่วย อาการแพ้อากาศ เป็นหวัด ความเจ็บป่วยทุกชนิดทำให้สมรรถภาพลดลง โดยเฉพาะการเป็นไข้ ร่างกายจะมีอุณหภูมิสูงกว่าปกติ หัวใจทำงานมากเพื่อระบายความร้อน เมื่อไปออกกำลังกาย การทำงานของหัวใจก็จะมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อชีวิตได้

แนวคิดของพฤติกรรมและประสบการณ์มี 3 ด้าน ได้แก่บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า

ออกกำลังกายเป็นกิจกรรมทางสังคม ลักษณะกิจกรรมออกกำลังกายจะเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีสุขภาพดีมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันซึ่งจะเป็นการส่งเสริมพัฒนาทักษะทางสังคมให้กับผู้ที่ออกกำลังกาย นอกจากนี้การออกกำลังกายยังสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่เราในด้านของผลลัพธ์ทางรูปร่างที่ดีขึ้น รวมถึงการมีสุขภาพที่ดีขึ้น (ยอดคำ, 2545)

พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายเป็นส่วนหนึ่งของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เนื่องจากพฤติกรรมดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและการมีประสบการณ์ของเทรนเนอร์ที่เทรนให้ลูกค้าได้รับผลลัพธ์ที่พึงพอใจ มีสุขภาพแข็งแรงขึ้น หลีกเลี่ยงอันตรายต่าง ๆ จากการออก

กำลังกาย ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดการจงรักภักดีต่อฟิตเนส (The American College of Sports Medicine)

สรุปได้ว่า พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายของแต่ละบุคคล ประกอบด้วยบรรยากาศในการออกกำลังกาย (Puresuthee 2563) ได้แก่ อิทธิพลสถานการณ์สิ่งแวดล้อม สภาพอากาศ ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า (Parasuraman Zeithaml & Berry, 1988) และ (CHUBB, 2562) ได้แก่ ประสบการณ์ ความปลอดภัย ความสำคัญที่จะทำให้ร่างกายได้รับสิ่งที่ดีจากการออกกำลังกาย และส่งผลให้การออกกำลังกายเกิดประโยชน์สูงสุด

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี

ธุรกิจจะสามารถไปได้และประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับว่าเรารักษาลูกค้าได้มากแค่ไหน ปัจจัยหลักคือความภักดีของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการที่ลูกค้ามีความต้องการในตราสินค้า นั้น จะทำให้ลูกค้าเกิดความอยากได้ และถ้าสินค้านี้ทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ ก็จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ มีความเชื่อมั่น และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมาโดยไม่เปลี่ยนใจ เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างกำไรแก่องค์กร

ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความภักดี (Zeithaml, 1988) กล่าวว่า การให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและทำให้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและเกิดความภักดี

Sharp & Sharp (1997) ได้กล่าวถึงความภักดีว่าเป็นการสร้างพฤติกรรมการซื้อซ้ำเป็นหลัก โดยการมอบรางวัลแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความชอบในสินค้ามากกว่าเดิม และมีการใช้ การโฆษณาในการส่งเสริมการขาย อีกทั้งยังเพิ่มคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น นักวิจัยมีความคิดเห็นถึงความภักดีต่อตราสินค้าทางด้านพฤติกรรม มากกว่าความภักดีทางด้านทัศนคติ ซึ่งเป็นเพียงพฤติกรรมการให้รางวัลเท่านั้น ไม่ได้ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนทัศนคติ

วิภาดา วีระสัมฤทธิ์ (2553) กล่าวว่าไว้ว่า นักการตลาดควรหันมาให้ ความสนใจในแนวคิดเกี่ยวกับความภักดี เนื่องจากความจงรักภักดีในตราผลิตภัณฑ์จะช่วย ดึงดูดใจให้ลูกค้ามาใช้ บริการและตราผลิตภัณฑ์ เป็นประโยชน์ต่อการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อไปยังบุคคลอื่น การบริหารตราผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างความภักดี เช่นในสถานออกกำลังกาย การที่ผู้บริโภคได้เข้ามาใช้บริการซ้ำๆ นั้นหมายถึงการภักดีต่อสถานทีนั้น

Yi & Jeon (2003) ให้ความหมายของความภักดี2อย่าง คือพฤติกรรมและทัศนคติ ในการกำหนดพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคต โดยมีการวัดความภักดีทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่

1. ร้อยละของลูกค้าที่ซื้อตราสินค้า

2. จำนวนการซื้อต่อคน
3. ร้อยละของลูกค้าที่ซื้อตราสินค้าอย่างต่อเนื่อง
4. ร้อยละของลูกค้าที่ภักดี 100%
5. ร้อยละของลูกค้าที่ซื้อซ้ำในตราสินค้าอื่น

และยังให้ความหมายแก่โปรแกรมความภักดีว่าเป็นการตลาดที่ออกแบบมาเพื่อให้สิ่งจูงใจแก่ลูกค้าที่ทำกำไรต่อตราสินค้าของเรา

ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2549) ได้กล่าวว่าความภักดีเป็นความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่มีต่อสินค้าและบริการขององค์กร ซึ่งความภักดีไม่เพียงแต่ทำให้ผู้ใช้สินค้ามีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการซ้ำๆแล้วแต่ยังแสดงถึงความภักดีที่มีให้กับองค์กรอีกด้วยที่เกิดจากความสัมพันธ์ระยะยาว หรือความคุ้นเคยจากการใช้สินค้าและบริการจนทำให้รู้สึกถึงความพึงพอใจประทับใจ จนก่อให้เกิดความภักดี

ชนิษฐา เขียงแสน (2553) กล่าวว่าความภักดีเป็นความชอบและการตอบสนองของผู้ใช้สินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้จะเป็นพฤติกรรมแล้วยังเกี่ยวกับความคิดทางบวกของลูกค้าที่มีกับ สินค้าและบริการอีกด้วย ซึ่งความภักดีอาจไม่จำเป็นจะต้องเกิดจากการใช้สินค้ามานาน แต่อาจเริ่มจากการเลือกใช้สินค้าโดยได้เปรียบเทียบกับสินค้าหรือบริการเดิมแล้วตัดสินใจใช้สินค้าที่เหมาะสมแก่เรา ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการ และทำให้กลับมาซื้อและใช้บริการซ้ำ

Oliver (2016) ให้ความหมายเกี่ยวกับความภักดี คือ การที่จะซื้อสินค้าซ้ำ เพราะการซื้อซ้ำนั้นเกิดจากการที่ผู้ใช้สินค้าเกิดความชอบและพอใจในสินค้านั้น ซึ่งลักษณะการซื้อ จะซื้อซ้ำในสินค้านั้น ความภักดีเชิงทัศนคตินั้นจะพิจารณาจาก 4 มิติ ดังนี้คือ

1. ความเข้าใจ หมายถึง ลูกค้ามีความรู้ซึ่งถึงขีดจำกัดการให้บริการธุรกิจในระดับที่ไม่ลึกซึ้ง โดยวิเคราะห์จากการที่ลูกค้ามีความคิดว่าการที่ใช้บริการเป็นประจำมีประโยชน์มากกว่าที่อื่นหรือมีบริการที่ดีกว่าคหิการมีบริการครบทุกองค์ประกอบมากกว่าที่อื่น
2. ความรู้สึก (Affective) หมายถึง การรู้สึกชอบต่อที่ใดที่หนึ่ง โดยดูจากการที่เข้าใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ และต้องมีการบริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพอใจ
3. พฤติกรรม (Conation) หมายความว่า มีความต้องการที่จะซื้อสินค้าซ้ำ โดยดูจากการที่ลูกค้าเข้าใช้บริการที่ใดที่หนึ่งซ้ำๆ เมื่อมีกิจกรรมต่างๆลูกค้าก็เข้าไปร่วมทุกกิจกรรม นั้นแสดงให้เห็นว่าลูกค้าไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการที่นอกเหนือจากนี้

4. การกระทำ (Action) หมายถึง ระดับสุดท้ายของความภักดีเชิงความคิดของลูกค้าต่อธุรกิจ ซึ่งจะเกิดความตั้งใจซื้อ เพื่อเตรียมพร้อมที่จะแสดงออก ซึ่งความปรารถนาที่จะเอาชนะอุปสรรคและเป็นการกระทำที่แข็งแกร่งมาก โดยพิจารณาจากการที่ผู้บริโภคใช้บริการที่เดียวโดยไม่เปลี่ยนใจไปที่อื่น ลูกค้าจะใช้บริการเป็นประจำสม่ำเสมอและใช้บริการไปอย่างต่อเนื่อง

Berry (2013) กล่าวว่าความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึงงานบริการหรืองานต่างๆที่ให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยต้องมีความแม่นยำ ความถูกต้อง เหมาะสม สม่ำเสมอ และตรงต่อเวลาที่ให้สัญญาไว้กับผู้ใช้บริการ นอกจากนี้จำนวนผู้ใช้บริการมีพอสำหรับความต้องการของผู้ใช้บริการ และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและกระทำด้วยความเต็มใจ มีการเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านต่างๆและนำข้อมูลนั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างรวดเร็ว

กัลยา ดำรงค์ดี (2544) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ผู้ให้บริการมีการปฏิบัติงานอย่างดี สม่ำเสมอ เชื่อถือได้ ทำตามสัญญาและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

Clotey และคณะ (2008) กล่าวว่าความภักดีจะวัดโดยความต้องการในการแนะนำสินค้าให้กับผู้อื่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเพื่อนและครอบครัวของพวกเขา โดยมีเกณฑ์การวัด พฤติกรรมของลูกค้า เช่น การกลับมาซื้อซ้ำโดยการบอกต่อ (Word-of-mouth) และใช้เกณฑ์การวัดทัศนคติของลูกค้า เช่น ความผูกพัน ความไว้วางใจ หรืออารมณ์ ความรู้สึก นอกจากนี้ความภักดีของลูกค้าจะขึ้นกับคุณภาพของสินค้าการบริการและภาพลักษณ์ของตราสินค้า เป็นสากลและสามารถใช้ได้กับหลากหลายอุตสาหกรรม

Suhartanto (2003) ให้ความหมายว่า ความจงรักภักดีของผู้บริโภคเป็นหลักของความสำเร็จเพราะความภักดีเป็นสิ่งที่สำคัญในระยะยาวของลูกค้าและผู้ให้บริการ ความภักดีมักแปรเปลี่ยนจากความชอบของลูกค้า และภาพลักษณ์ ดังนั้นบริษัทควรรักษาภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดความภักดีต่อไป

Loh (2016) กล่าวว่า ความภักดีของตราสินค้าในธุรกิจแฟชั่นไฮสโฟของฟิตเนสเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานครออสเตรเลีย พบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้จ่ายด้านโฆษณา ภาพลักษณ์แบรนด์ ความเชื่อมั่นในแบรนด์ การกำหนดเป้าหมายของลูกค้า ความต้องการ ความพึงพอใจและการประเมินมูลค่าโดยรวมของบริการที่มีต่อความภักดีต่อตราสินค้า

Liat และคณะ (2014) ได้กล่าวว่า ความภักดี คือความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือการบริการ Liat et al. (2014) ยัง กล่าวต่อว่าลูกค้าที่มีความภักดีส่งผลต่อผลกำไรและความสำเร็จขององค์กรในภาพรวมประกอบด้วยการซื้อซ้ำซึ่งก่อให้เกิดรายได้ต่อองค์กร ต้นทุนทางการตลาด

การโฆษณาและการปฏิบัติการที่ลดลง รวมถึงการให้รางวัลและการกระจายข่าวสารและการแนะนำลูกค้ารายอื่นต่อไป

Liat และคณะ (2014) กล่าวว่าภาพลักษณ์องค์กร ความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีและศึกษาภาพลักษณ์องค์กร ความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของการเข้าใช้สถานบริการโดยใช้มาตรวัดความยืดหยุ่นต่อราคา ความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องและการบอกปากต่อปาก

สรุปได้ว่า ในงานวิจัยนี้ความภักดีคือผู้ใช้บริการไม่ยอมเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่น โดยการต่ออายุสมาชิกไปเรื่อยๆ มีความคิดเห็นเชิงบวกแก่ฟิตเนส เซ็นเตอร์ที่ใช้อยู่ อยากที่จะชักชวนให้ครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จักให้มาสมัครเป็นสมาชิก ในส่วนของความภักดีด้านความผูกพัน ได้แก่การที่ฟิตเนสมีการบริการที่มีความใส่ใจลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเข้ามาใช้บริการซ้ำ ด้านการให้รางวัล ทำให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมที่ภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้น และมีการบอกปากต่อปากทำให้มีการเข้าใช้บริการฟิตเนสเพิ่มขึ้น Liat และคณะ (2014)

5. ข้อมูลเกี่ยวกับฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

Fitness First ฟิตเนส เฟิร์ส เริ่มต้นจากคลับเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกายเล็กๆแห่งหนึ่งที่ เมืองเบิร์นเมาท์ (Bournemouth) สหราชอาณาจักรในปี 1993 ปัจจุบัน ได้ขยายกิจการออกไปมาก จนกลายเป็นหนึ่งในฟิตเนสชั้นนำ มีสาขาตั้งอยู่กว่า 400 แห่งทั่วโลก มีสมาชิกมากกว่า 1 ล้านคน ล่าสุดเมื่อต้นปี 2557 ฟิตเนส เฟิร์สได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ฟิตเนส เฟิร์ส 20 สาขา จาก ทั้งหมด 80 สาขาในประเทศอังกฤษได้เปิดตัวและแนะนำรูปแบบความเป็นฟิตเนส เฟิร์สรูปแบบ ใหม่ ซึ่งเป็นผลงานการดีไซน์ของ The Clearing ที่ปรึกษาทำแบรนด์และกลยุทธ์ต่างๆแห่งกรุง ลอนดอน โดยเริ่มต้นบุกเบิก ฟิตเนส เฟิร์ส โฉมใหม่กันที่เว็บไซต์ของประเทศอังกฤษก่อน ซึ่งขั้นตอน แรกจะต้องใช้งบประมาณกว่า 225 ล้านปอนด์ สำหรับการอัปเดตทุกสาขาทั่วโลก ตั้งแต่โลโก้ของตราสินค้า, การฝึกสอนการออกกำลังกาย (training) รวมไปถึง เครื่องออกกำลังกาย และเครื่อง อำนวยความสะดวกต่างๆ โดยในงานแถลงข่าว The Clearing กล่าวว่า “Fitness First ได้ปรับตัวตน กลยุทธ์ และเปลี่ยนตำแหน่งทางการตลาด (repositioning) เสียใหม่ ซึ่งมันจะเป็นการปฏิวัติธุรกิจฟิตเนสและช่วยให้บริษัทเติบโตขึ้น ทั้งนี้ คอนเซปต์ใหม่ของพวกเขาคือ การสร้างแรงบันดาลใจให้แก่คน ทุกคนให้สามารถออกกำลังกายได้ในทุกที่ที่พวกเขาต้องการ ไม่ใช่แค่เพียงในโรงยิมเหมือนเมื่อก่อน ปลูกฝังนิสัยรักการออกกำลังกายในระยะยาว ด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกกำลังกายและ นวัตกรรมแบบใหม่ ซึ่งจะกลายเป็นแรงบันดาลใจให้การออกกำลังกายได้อย่างสดใหม่และน่า ตื่นเต้น”

ปัจจุบันฟิตเนส เฟิร์สในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 34 สาขา ซึ่งแบ่งออกเป็น แบ่งเป็น Club Class 2 สาขา Zone 1 สาขา Platinum 7 สาขา และแบบ Premium อีก 24 แห่ง (FitnessFirst, 2561a)

สาขาทันหมด Fitness First

Club Class
2 สาขา

CLUB 39 [Sukhumvit 39]
CLUB ICONSIAM

ZONE
1 สาขา

ZONE CENTRALWORLD

Platinum
7 สาขา

PLATINUM AIA CAPITAL CENTER
PLATINUM LANDMARK PLAZA
PLATINUM PEARL BANGKOK
PLATINUM Q HOUSE LUMPINI 24 HRS.
PLATINUM SATHORN SQUARE
PLATINUM SIAM PARAGON
PLATINUM T-ONE BUILDING

Premium
24 สาขา

กทบ.

ต่างจังหวัด

- CENTRALPLAZA BANGNA
- CENTRALPLAZA CHAENGWATTANA
- CENTRALPLAZA GRAND RAMA 9
- CENTRALPLAZA PINKLAO
- CENTRALPLAZA RAMA 2
- CENTRALPLAZA RAMA 3
- CENTRALPLAZA RATTANATHIBET
- FUTURE PARK RANGSIT
- HOME PRO PETCHKASEM
- MEGA BANONA
- SEACON SQUARE
- TERMINAL 21
- THE CRYSTAL RAMINDRA
- THE CRYSTAL SB RATCHAPRUEK
- THE MALL BANGKAPI
- THE MALL BANGKHAE
- THE MALL NGAMWONGWAN
- THE MALL THAPRA
- THE PROMENADE
- CENTRALFESTIVAL HATYAI
- CENTRALPLAZA CHONBURI
- CENTRALPLAZA UDONTHANI
- THE MALL KORAT

ภาพประกอบ 1 สาขาทั้งหมดของ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

ที่มา : ฟิตเนส เฟิร์ส (2562)

โดยบริษัท ฟิตเนส เฟิร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ทุ่มงบประมาณ 100 ล้านบาท เปิดสาขาใหม่ แพลตตินั่มเอไอเอ แคปิตอล เซ็นเตอร์ฟิตเนสคลับบนพื้นที่ชั้น 3 ของตึกเอไอเอ แคปิตอล เซ็นเตอร์ ย่านรัชดาภิเษก ศูนย์กลางธุรกิจแห่งใหม่ของกรุงเทพฯ ภายใต้พื้นที่รวมทั้งหมดประมาณ 1,770 ตารางเมตร ตอบโจทย์คนวัยทำงานที่ต้องการความสะดวกในการเดินทาง และการเข้าถึงฟิตเนสได้ง่าย ผ่านการให้บริการสาขาที่ 27 บนพื้นที่คิดลั้กว่า 3,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานระดับโลก และโซนออกกำลังกายหลายรูปแบบ อาทิ ห้องกรู๊ปเอ็กเซอร์ไซส์ แบบคอมโบ สตูดิโอ โซนเครื่องออกกำลังกายเผาผลาญไขมัน โซนอุปกรณ์ยกน้ำหนักและฟรีเวท และโซนฟรีสไตล์ คาดว่าจะสามารถเพิ่มยอดสมาชิกรวมทั้งประเทศได้กว่า 3,000-5000 คน ทั้งนี้ ปัจจุบัน ฟิตเนส เฟิร์ส ประเทศไทย มีจำนวนทั้งหมด 34 สาขา ครอบคลุมทั่วกรุงเทพฯ และมีจำนวนสมาชิก

(Active Member) รวมกว่า 75,000 คนจากทั่วประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมุ่งขยายสาขาภายในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนการลงทุนขยายสาขาเฉลี่ย 2-4 สาขาต่อปี ซึ่งในปี 2558 ได้ เปิดสาขาใหม่ไปแล้ว 1 สาขา คือ เดอะ คริสตัล เอสบี ราชพฤกษ์ และมีแผนจะเปิดอีก 3 สาขาในปีต่อไป ได้แก่ สาขาเดอะคริสตัลรามอินทรา สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 และสาขาพรอมมินา รามอินทรา ซึ่งย้าย มาจากสาขาแฟชั่นไอส์แลนด์ จากการเปิดสาขาอย่างต่อเนื่องนี้เองทำให้ฟิตเนส เฟิร์สท์ ยังคงเป็น ผู้นำตลาดฟิตเนสในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่ง และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี โดยฟิตเนส เฟิร์สท์ ยังคงมุ่งเน้นกลยุทธ์ในการเลือกทำเลที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายเป็นสำคัญ ซึ่งครอบคลุมการให้บริการทั่วกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล และในจังหวัดใหญ่ๆของประเทศไทย ของลูกค้า

ในปี 2562 ฟิตเนส เฟิร์สท์ ได้เปิดสาขาที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย คือ ฟิตเนส เฟิร์สท์ คลับ ไอคอนสยาม ซึ่งมีพื้นที่กว่า 4,000 ตารางเมตร บนชั้น 7 ของห้างไอคอนสยาม ภายในคลับมีถึง 3 ชั้น และมีลิฟต์โดยสารภายในตัวคลับโดยตรง ฟิตเนส เฟิร์สท์ คลับ ไอคอนสยาม มีความสวยงามพรีเมียม และมีความไฮเทคของอุปกรณ์ออกกำลังกายที่มาพร้อมนวัตกรรมที่ล้ำสมัย และออกกำลังกายพร้อมกับวิวของแม่น้ำเจ้าพระยา ถือเป็นการออกกำลังกายระดับสากลที่การันตีด้วยรางวัล Asia's Best Membership Experience Club (Fitnessfirst, 27 กันยายน 2563)

ฟิตเนส เฟิร์สท์ เซ็นเตอร์ในกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 23 สาขา โดยแบ่งเป็น Club Class 2 สาขา Zone 1 สาขา Platinum 7 สาขา และ Premium 13 สาขา ได้แก่ (Fitnessfirst, 27 กันยายน 2563)

Club Class

1. Club 39
2. Club Icon Siam

Zone

1. Zone Central World

Platinum

1. Platinum Landmark Plaza
2. Platinum Pearl Bangkok
3. Platinum Sathorn Square
4. Platinum Siam Paragon
5. Platinum T-One Building
6. Platinum AIA Capital Center
7. Q House Lumpini 24 HRS.

Premium

1. CentralPlaza Bangna
2. Terminal 21
3. The Mall Thapra
4. CentralPlaza Rama2
5. CentralPlaza Pinklao
6. The Promenade
7. Seacon Square
8. The Mall Bangkok
9. CentralPlaza Grand Rama9
10. The Crystal Ramindra
11. CentralPlaza Rama9
12. The Mall Bangkae
13. Home Pro Petchkasem

ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในกรุงเทพมหานครที่มีรถไฟฟ้าผ่าน มีทั้งหมด 6สาขา ได้แก่ (Fitnessfirst, 27 กันยายน 2563)

1. Zone Central World ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 1,700 ตร.ม. ชั้น 3 ศูนย์การค้า เซ็นทรัลเวิลด์โซนฟอรั่ม ภายใต้คอนเซ็ปต์ The First Advanced Heart Rate Based Training Center ฟิตเนสแห่งแรกของไทยและของโลก ที่จะทำให้สมาชิกทุกคนเรียนรู้การออกกำลังกายแบบมีประสิทธิภาพและยกระดับสมรรถนะร่างกายไปอีกขั้น ผ่านเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในคลับแห่งนี้ F Zone Belt สายคาดหน้าอกสำหรับวัดอัตราการเต้นของหัวใจขณะออกกำลังกาย ที่สามารถซิงค์และประมวลผลผลอัตราการเต้นของหัวใจ แคลอรีที่เผาผลาญ ของผู้เข้าร่วมคลาสทุกคน บนจอมอนิเตอร์ในโซนออกกำลังกายของฟิตเนสแบบเรียลไทม์ตลอดเวลา ซึ่งจะทำให้สมาชิกทุกคนเข้าใจ “โซนอัตราการเต้นของหัวใจ” หรือ Heart Rate Zone ได้มากขึ้นว่าตนเองออกกำลังกายได้เหมาะสมกับเป้าหมายด้านสุขภาพหรือไม่เพียงใด

2. Platinum Landmark Plaza ตั้งอยู่ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าสนามประมาณ 300เมตรPlatinum Landmark Plazaตั้งอยู่ที่ชั้น4ของโรงแรมLandmarkเป็นฟิตเนสที่มีพื้นที่ชั้นเดียว มีพื้นที่ในการออกกำลังกายแยกเป็นสัดส่วนตามความต้องการของสมาชิก

ไม่ว่าจะเป็น โชนฟรีเวท โชนฟรีสไตล์ โชนมวย ห้องกอล์ฟเอ็กซ์ ห้องโยคะ ห้องจักรยาน และเมมเบอร์ไลจัน ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการออกกำลังกาย ไม่ว่าจะเป็น ผ้าเช็ดตัวผืนเล็กและผืนใหญ่ รวมถึงชุดออกกำลังกาย สำหรับแขกของโรงแรมLandmarkสามารถเข้าใช้บริการฟิตเนสฟรีโดยการบอกเบอร์ห้องพักกับเจ้าหน้าที่และเมื่อตรวจสอบเรียบร้อยแล้วก็สามารถใช้ฟิตเนสได้ฟรีทุกโซนในฟิตเนส

3. Platinum Pearl Bangkok ตั้งอยู่ที่ตึก Pearl Bangkok ย่านอารีย์ มีพื้นที่1700ตารางเมตร ซึ่งสามารถเดินทางจากสถานีรถไฟฟ้าอารีย์ มีคลาสออกกำลังกายมากกว่า200คลาสต่อสัปดาห์ เป็นคลับที่มีกิจกรรมให้เด็ก ๆ มาออกกำลังกายโดยมีโปรแกรมโค้ชแนะนำวิธีการออกกำลังกาย มีเครื่องเล่นMega Formerให้สำหรับสมาชิกที่ต้องการปั้นหุ่นเฟิร์ม

4. Platinum Sathorn Square เป็นสำนักงานใหญ่ของฟิตเนส เฟิร์สตั้งอยู่ที่ชั้น2และ3ของตึกสาทร สแควร์ สามารถเดินทางโดยรถไฟฟ้าโดยลงที่สถานีสีของนนทบุรีหรือศาลาแดง ถ้าเดือนทางลงสถานีสีของนนทบุรีจะห่างจากฟิตเนสประมาณ200เมตร และห่างศาลาแดงประมาณ800เมตร

5. Platinum Siam Paragon เป็นระดับ Club Platinum มีบริการชุดออกกำลังกายและผ้าเช็ดตัวฟรี คลับแบบดูเพล็กซ์ 2 ชั้นและเป็นแพลททิฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในตอนนี้ของFitness First สามารถเดินทางสะดวกด้วย BTS เป็นฟิตเนสที่อยู่ใจกลางเมืองนั่งรถไฟฟ้ามาลงสถานีสยาม แล้วขึ้นไปที่ชั้น 4 ฝั่งใต้สยามพารากอน ฟิตเนสSiam Paragonมีโซนออกกำลังกายต่างๆ เช่น Free Weight Area, Freestyle Area แบ่งพื้นที่อย่างชัดเจนและครอบคลุมการออกกำลังกายหลายแบบทำให้สามารถเลือกออกกำลังกายได้อย่างสนุกสนาน ออกกำลังกายที่นี่เราจะได้เพลิดเพลินกับวิวเมืองและรถไฟฟ้าที่แล่นสวนกันไปมาเกือบตลอดเวลา

6. Platinum T-One Building เป็นสาขานี้เป็นแบบ Platinum เป็นสาขาล่าสุดของฟิตเนส เฟิร์ส เปิดตัวในปี2020ที่นี่จะมีผ้าขนหนูผืนเล็กใหญ่ เสื้อกางเกงบริการให้ ฟิตเนสจะอยู่บนชั้น 8 ของตึก T-Oneทางเข้าต้องขึ้นลิฟท์ตรงฝั่ง7-11ถึงจะขึ้นไปชั้นฟิตเนสได้ หากมา BTS สถานีทองหล่อสามารถเดินsky walkได้เลย

โซนออกกำลังกายของฟิตเนส เฟิร์สท เซ็นเตอร์

ประกอบด้วย

1. Cardio zone รวมเครื่องออกกำลังกายสายคาร์ดิโอที่เหมาะสมสำหรับเมมเบอร์ทุกคน อุปกรณ์ต่างๆในโซนนี้มีมากมาย ไม่ว่าจะเป็น Bike station, Elliptical Stair-Climber, Treadmill ฯลฯ

2. **Freestyle Zone** โซนที่รวบรวมเครื่องออกกำลังกายแนวฟังก์ชันนัลเทรนนิ่ง หรือการออกกำลังกายที่ประยุกต์มาจากการเคลื่อนไหวในชีวิตประจำวันของคนเรา ซึ่งต้องใช้งานกล้ามเนื้อหลายส่วนในเวลาเดียวกัน อุปกรณ์ที่ใช้จึงมีความหลากหลายเพื่อการเคลื่อนไหวทุกทิศทาง เช่น เมดิซีนบอล, สแลมบอล, TRX, เชือกออกกำลังกาย, ViPR, Bosu ฯลฯ

3. **Run Zone** เทคโนโลยีที่ดีที่สุดกับเครื่องวิ่งที่สามารถปรับระดับความชันได้มากกว่าลู่วิ่งทั่วไป ทั้งขึ้นเขาและลงเขาที่ปลอดภัยสำหรับสภาพร่างกายของแต่ละคน พร้อมแสดงผลบนหน้าจอกับจำลองการวิ่งในสนามเดียวกันกับสมาชิกในลู่วิ่งอื่นๆ เพื่อความสนุกในการวิ่งยิ่งขึ้น

4. **Boxing Zone** มีการประยุกต์กีฬามวยมาสู่อุปกรณ์ออกกำลังกาย ด้วยการออกแบบคลาสที่ได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะการต่อสู้ อย่าง “มวยไฟต์ โบร บาย บัวขาว” เพิ่มการเบิร์นยิ่งขึ้น

5. **Strength Area** รวมอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายสำหรับการฝึกกล้ามเนื้อ โดยเฉพาะ ครอบคลุมทั้งในระดับผู้เริ่มต้นออกกำลังกายไปจนถึงระดับนักกีฬา

6. **Free Weight Zone** รวบรวมอุปกรณ์การเล่นเวทเทรนนิ่งไว้อย่างครบครัน อาทิ ดัมเบล, บาร์เบล, เคตเทิลเบล

7. **สตูดิโอสำหรับออกกำลังกาย** ได้แก่ Cycling Studio คลาสจักรยานที่สนุกขึ้นเพราะมีการแสดงผลบนหน้าจอมอนิเตอร์ขนาดใหญ่หน้าเวที สมาชิกเหมือนได้ปั่นจักรยานจริง อีกห้องคือ Group Exercise Studio ที่รองรับคลาสต่างๆ ได้แก่ Body Jam, Body Combat, Body Pump, Zumba และ Body Step (Fitnessfirst, 27 กันยายน 2563)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Zhang&Li (2013) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจฟิตเนส กรณีผู้บริโภคในลิเวอร์พูล โดยได้ศึกษากับผู้บริโภคที่ใช้บริการฟิตเนส พื้นที่เมืองลิเวอร์พูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สโมสรสุขภาพและการออกกำลังกายที่ส่วนใหญ่จะให้บริการกีฬาเป็นหลัก จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคสโมสร สุขภาพและการออกกำลังกายในเขตลิเวอร์พูล ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนตัว เช่น เพศ และอายุ แรงจูงใจและระดับในการบริโภค รวมถึงลักษณะความต้องการ จากการสร้างแบบจำลองพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคแล้วยังมีการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มที่สามารถคาดเข้าถึงได้มากที่สุด คือผู้บริโภควัยผู้ใหญ่ที่สุขภาพดีหรือผู้ใช้บริการที่คำนึงถึงรูปร่าง สรุปได้ว่าการใช้ชีวิตสามารถรวมกับกิจกรรมต่างๆและความดันของเวลาหรือค่าใช้จ่ายทางการเงินให้เป็นเรื่อง

Gonçalves (2016) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการในฟิตเนส เซ็นเตอร์ ศึกษาเกี่ยวกับความบอຍในการเข้าใช้ฟิตเนสประจำสัปดาห์ ความคาดหวังและความพึงพอใจ รวมถึงการรักษาผู้ให้บริการฟิตเนส โดยการคิดว่าความบอຍในการใช้บริการฟิตเนสและการรักษาผู้ให้บริการฟิตเนส โดยการทำแบบสำรวจจากสมาชิกจำนวน 146 คน ทำการวิเคราะห์ทางสถิติประกอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และเชิงอนุมาน ในการศึกษาครั้งนี้ความถี่รายสัปดาห์ไม่ได้มีผลเกี่ยวกับความสามารถในการอธิบายถึงความพึงพอใจและการรักษาลูกค้า

Suwono&Sihombing (2016) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของศูนย์ออกกำลังกายซึ่งตัวแปรที่ถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาคือ การเปลี่ยนค่าใช้จ่าย, คุณค่าของลูกค้า, สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและความชอบของลูกค้า เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามให้กับนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยเอกชนในเมือง Tangerang จำนวน 150 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยเชิงพหุ พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงด้านราคากับประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ มีความสำคัญระหว่างประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับกับชอบของลูกค้า และมีความสำคัญระหว่างความชอบของลูกค้ากับความภักดีของลูกค้า

Wicaksono&Aprianingsih (2016) ได้ศึกษาความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการฟิตเนสด้านคุณภาพการบริการ กรณีศึกษา REWA Fight Gym มีวัตถุประสงค์เพื่อคือคุณภาพและบริการ รวมถึงความสนใจของผู้บริโภค ความภักดีของผู้บริโภคและความสัมพันธ์ระหว่างกัน ทำการแบบสอบถามกับลูกค้าที่มาใช้บริการ REWA Fight Gym จำนวน 100 คน เพื่อหาตัวแปร ผลการศึกษาพบว่า ระดับคุณภาพบริการ ความสนใจ ความภักดีอยู่ในระดับที่ดีของลูกค้า

Yee (2013) ได้ศึกษาแรงผลักดันความพึงพอใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมฟิตเนสคลับ โดยใช้การวิจัยด้านผสมผสาน ประเด็นในการศึกษาครั้งนี้คือการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในฟิตเนส เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน เป็นการสำรวจเชิงปริมาณโดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกสโมสรออกกำลังกาย 3 สโมสรจำนวน 122 คน และการสัมภาษณ์แบบเจาะจงกับเจ้าของสโมสรระดับอาวุโส พนักงานทุกระดับ ตามด้วยการสังเกตพฤติกรรมของสมาชิกในสโมสร ผลจากการศึกษาที่ได้รวบรวมทั้ง 3 วิธีอยู่ในระดับที่พอใจของผู้บริโภค

นวพรรณ วงศ์คำมูล (2558) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายฟิตเนส เซ็นเตอร์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีวัตถุประสงค์คือการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ ระดับความชอบของลูกค้าในฟิตเนส เซ็นเตอร์ และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้ฟิตเนส เซ็นเตอร์ในมหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับ

การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของ ผู้ใช้บริการ โดยทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ในมหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 393 คน สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์หาค่าที (t-test) และการวิเคราะห์หาค่า ความแปรปรวน (One-way ANOVA) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เข้ามาใช้บริการเพราะใส่ใจในเรื่องรูปร่างโดยใช้การวิ่งหรือเดินจากลู่วิ่งไฟฟ้า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์อยู่ในระดับมาก มีความพอใจในด้านอุปกรณ์ มีการแจ้งค่าสมัครสมาชิก สถานที่ตั้งสะดวก ปลอดภัย และมีการบอกวิธีการออกกำลังกายอย่างแม่นยำ

โดยสรุปได้ว่าในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ได้ยึดกรอบแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ชูชัย สมितिไกร (2553) และเยี่ยมละออภักดี (2558) มากำหนดเป็นกรอบงานวิจัย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพ ซึ่งมีแนวคิดที่ว่าลักษณะบุคคลจะเป็นลักษณะที่แตกต่างในตัวบุคคล ซึ่งมีการตอบสนองที่แตกต่างกันออกไป เพราะแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะส่งผลต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนสที่แตกต่างกันด้วย ส่วนความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ประกอบด้วย ความปลอดภัยในการออกกำลังกาย การแต่งกายให้เหมาะสมและประโยชน์ของการออกกำลังกาย โดยแต่ละปัจจัยจะยึดแนวคิดของ กัลยา ดำรงค์ดี (2544)และรองศาสตราจารย์แพทย์อภิชาติ อัครวมงคลกุล(2553) โดยแนวคิดของนายแพทย์อภิชาติ อัครวมงคลกุล(2553) ได้สรุปเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายว่าความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญต่อการออกกำลังกาย โดยส่วนหนึ่งมาจากการแต่งกายให้เหมาะสม จะสามารถช่วยลดการเกิดอุบัติเหตุในการออกกำลังกายได้และทำให้การออกกำลังกายได้ประโยชน์มากขึ้น ด้านพฤติกรรมและประสบการณ์ ประกอบด้วย ความมั่นใจแก่ลูกค้าบรรยากาศในการออกกำลังกายและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยบรรยากาศในการออกกำลังกายยึดแนวคิดของ Pursuthee (2563) ซึ่งได้กล่าวเกี่ยวกับบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การออกกำลังกายจะช่วยให้การออกกำลังกายของเราดีขึ้น ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมได้ยึดแนวคิดของ CHUBB (2562) แนวคิดของ CHUBB (2562) ได้กล่าวว่าถ้าการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีจะทำให้ได้รู้ถึงความถนัดในการออกกำลังกายและได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจและมีความพึงพอใจในการออกกำลังกาย ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้ายึดแนวคิดของ Parasuraman et al. (1988) โดย Parasuraman et al. (1988) ได้สรุปเกี่ยวกับความมั่นใจแก่ลูกค้าว่า การที่เทรนเนอร์มีความรู้ความสามารถในการออกกำลังกาย สามารถสร้างความไว้วางใจในการออกกำลังกายให้แก่ลูกค้าได้ ด้านความภักดีต่อเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส ประกอบด้วย ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โดยด้านความผูกพันได้ยึดแนวคิดของ Liat et al. (2014)โดยคุณ Liat et al. (2014)ได้สรุปเกี่ยวกับความผูกพันว่าการซื้อซ้ำ

และการบอกต่อ (Word-of-mouth) ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรได้และยัง ใช้เกณฑ์การวัดทัศนคติของลูกค้า ด้านการให้รางวัลยึดแนวคิดของ Liat et al. (2014) โดย Liat et al. (2014) ได้สรุปเกี่ยวกับการให้รางวัลว่าการให้รางวัลกับลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมที่ภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้นทำให้เกิดการซื้อซ้ำ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจยึดแนวคิดของBerry (2013) โดย Berry (2013) ได้สรุปเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือไว้วางใจว่าผู้ให้บริการต้องปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง แม่นยำสม่ำเสมอ เชื่อถือได้ ทำตามสัญญา ตรงต่อเวลาและตรงตามความต้องการของลูกค้า

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของคุณ Zhang & Li (2013) งานวิจัยของคุณ Wicaksono & Aprianingsih (2016) และงานวิจัยของคุณนพวรรณ วงศ์คำมูล (2558) มากำหนดเป็นกรอบการดำเนินงานวิจัย โดยการนำตัวแปรด้านความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ประกอบด้วยความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ในการออกกำลังกายมาใช้ในงานวิจัยแต่จะแตกต่างกันที่ตัวแปรที่นำมาใช้ในการวัดความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ทำให้ผลการวิจัยที่ออกมามีผลลัพธ์ที่ต่างกัน ซึ่งความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยและมีความสุขในการออกกำลังกายจะส่งผลต่อความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ได้ งานวิจัยของคุณนพวรรณ วงศ์คำมูล (2558) ได้ยึดกรอบแนวคิดของ Puresuthee (2563) CHUBB (2562) และ Parasuraman et al. (1998) มากำหนดเป็นกรอบการดำเนินงานวิจัย โดยการนำองค์ประกอบของตัวแปรตาม คือด้านความภักดี ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ แต่มีความแตกต่างกันเพราะงานวิจัยนี้ความภักดีเป็นตัวแปรตาม แต่งานวิจัยของคุณ Zeithaml (1998) ใช้ด้านความภักดีตัวแปรต้นทำให้ผลลัพธ์ของการวิจัยจะมีความแตกต่างกัน

งานวิจัยของคุณนพวรรณ วงศ์คำมูล (2558) ได้ยึดกรอบแนวคิดของOliver (2016) มาใช้เป็นกรอบงานวิจัย ทำให้ผลลัพธ์มีความแตกต่างกัน ซึ่งได้พูดถึงทั้งตัวแปรต้นในด้าน การแต่งกาย บรรยากาศการออกกำลังกาย ความปลอดภัย ความพึงพอใจและด้านปฏิสัมพันธ์ทางด้านสังคม คือการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโปรแกรมและอุปกรณ์ออกกำลังกาย

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย และด้านพฤติกรรมและประสบการณ์กับความภักดีที่มีผลต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจด้วยการใช้ แบบสอบถาม (survey research) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีระเบียบวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. จัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20,000 คนต่อเดือน และใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่มาใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20,000 คน (Fitness First, 2562) ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่างระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ซึ่งได้มาจากการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

โดยกำหนดค่า n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนรวมของประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (0.05)

ซึ่งแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{20,000}{1+20,000(0.05)^2} = 360 \text{ คน}$$

จากการคำนวณตามสูตรหากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 360 คน และเพื่อให้การ เก็บข้อมูลของแบบสอบถามครอบคลุมสมบูรณ์จึงเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 16% ของกลุ่มตัวอย่าง ($360 \times 11 = 39.60$) หรือสำรอง 40 คน โดยนับรวมเป็นกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งหมดเท่ากับ 400 คน

การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified random sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างของลูกค้ำจากการเข้าใช้บริการ ฟิสเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะเน้นสาขาที่รถไฟฟ้าวิ่งผ่าน เพราะสาขาที่มีรถไฟฟ้าวิ่งผ่าน จะทำให้มีคนเข้ามาใช้บริการเยอะกว่าสาขาที่ไม่ติดกับรถไฟฟ้า เนื่องจากเดินทางสะดวก และอยู่ใจกลางเมือง ซึ่งสามารถแยกตามสาขา ดังนี้

ตาราง 2 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สาขา	จำนวน (คน)	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง (คน)
Fitness First Terminal 21	3,000	60
Fitness First Platinum Landmark Plaza	5,000	100
Fitness First Siam Paragon	8,000	160
Fitness First Platinum T-One Building	4,000	80
สาขารวม	20,000	400

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

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ให้มีลักษณะที่ง่ายต่อการตอบ และยังคงครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยตั้งเอาไว้โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามส่วนที่เป็นลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question) มีจำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และโรคประจำตัว โดยแต่ละข้อคำถามจะมีระดับการวัดข้อมูลประเภทพร้อมทั้งรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

1. เพศ: ลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบไปด้วยคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question) และใช้ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1.1 เพศชาย

1.2 เพศหญิง

2. อายุ: ลักษณะของแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก ดังนี้ (สราลี ธีรสุชาภรณ์ 2563)

- 2.1 18-22ปี
- 2.2 23-38 ปี
- 2.3 39-54 ปี
- 2.4 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด: ลักษณะของแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

- 3.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย
- 3.2 ปวส./อนุปริญญา
- 3.3 ปริญญาตรี
- 3.4 สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ: ลักษณะของแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) และใช้ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

- 4.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
- 4.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 4.3 พนักงานบริษัทเอกชน
- 4.4 ธุรกิจส่วนตัว
- 4.5 พ่อบ้าน/แม่บ้าน
- 4.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน: ลักษณะของแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก ดังนี้ (สราลี ธีรสุชาภรณ์ 2563)

- 5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 5.2 10,001-30,000 บาท
- 5.3 30,001-50,000 บาท

5.4 50,001-70,000 บาท

5.5 70,001 บาทขึ้นไป

6. สถานภาพ: เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก ดังนี้

6.1 โสด

6.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

6.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสม และด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย จำนวน 9 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยการให้ คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์ การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูล และแจกแจงความถี่แล้ว ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความถี่ ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ สูตรการคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วยบรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าจำนวน 9 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว อันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยการให้ คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์ การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูล และแจกแจงความถี่แล้ว ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณา ระดับความถี่ ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ สูตรการคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นโดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม และประสบการณ์ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม และประสบการณ์ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม และประสบการณ์ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ โดยแบ่งออกเป็น ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ จำนวน 9 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว เป็น ลักษณะ Likert Scale และวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยการให้คะแนน แบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้ คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูล และแจกแจงความถี่แล้ว ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความถี่ ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ สูตรการคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นโดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความภักดีต่อการเข้าใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความภักดีต่อการเข้าใช้บริการ
ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความภักดีต่อการเข้าใช้บริการ
ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความภักดีต่อการเข้าใช้บริการ
ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความภักดีต่อการเข้าใช้บริการ
ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในระดับน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี
หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือ ให้
ครอบคลุมวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมายของการวิจัย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร
เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสอบถาม เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความรู้
เกี่ยวกับการออกกำลังกาย พฤติกรรมและประสบการณ์และความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส
เซ็นเตอร์ เพื่อสร้างแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและครอบคลุมวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมายของการ
วิจัย

3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบการวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อพิจารณา
ตรวจสอบความถูกต้อง และเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาแก้ไข

5. นำแบบสอบถามที่ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย มาปรับปรุง
แก้ไข และตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา

6. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อ
แก้ไขปรับปรุงครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้น
ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตร
แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545) เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่น
ซึ่งจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ หากได้ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก โดย
กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2540) ดังนี้

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย	
ความปลอดภัย	0.806
การแต่งกายให้เหมาะสม	0.704
ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย	0.712
พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย	
บรรยากาศในการออกกำลังกาย	0.811
ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	0.709
ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า	0.733
ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์	
ด้านความผูกผัน	0.778
ด้านการให้รางวัล	0.703
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.722

7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยด้านความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดย แบ่งลักษณะของข้อมูล ดังนี้ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) นำแบบสอบถามที่ผ่านการเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา งานวิจัยไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นจึงรวบรวมแบบสอบถามที่ได้นำมาจัดกระทำข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ต่อไป

4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

หลังจากผู้ทำวิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจากผู้ตอบแบบสอบถามจนครบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ครบทั้งหมด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับที่มีความสมบูรณ์ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ในแบบสอบถามแต่ละส่วน

3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) นำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้วมาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์โดยประมวลผลข้อมูลผ่านโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Science: SPSS) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic)

1.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านข้อมูลส่วนบุคคล

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะของข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ส่วนที่ 3 พฤติกรรมและประสบการณ์ และส่วนที่ 4 ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะของข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ส่วนที่ 3 พฤติกรรมและประสบการณ์ และส่วนที่ 4 ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐาน

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนสเฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Independent t-test และ One-way Analysis of Variance การทดสอบสมมติฐาน

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสม และด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient ในการทดสอบสมมติฐาน

2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมและประสบการณ์ ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า มี

ความสัมพันธ์ต่อความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient ในการทดสอบสมมติฐาน

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541)

$$P = \frac{f(100)}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	f	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541)

$$S. D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum x^2)}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$(\sum x^2)$	แทน	ผลรวมของแต่ละตัวด้วยกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถามหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficiency) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546)

$$\text{Cronbach's alpha} = \frac{\frac{K \text{covariance} / \text{variance}}{1 + (k-1) \text{Covariance} / \text{variance}}}$$

เมื่อ Cronbach's alpha แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
 K แทน จำนวนคำถาม
 $\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถาม
 แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การทดสอบสมมติฐานทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent t-test (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546)

3.1.1 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน $s_1^2 = s_2^2$ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

\bar{X}_1 แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

\bar{X}_2 แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.1.2 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่า $s_1^2 \neq s_2^2$ (กัลยา วานิชย์
บัญชา 2546)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

โดยที่

$$df = \frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
\bar{X}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
\bar{X}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน	องศาแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)

3.2 การทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546)

3.2.1 ใช้ค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน มีสูตรดังนี้

$$F = \frac{MS_B}{MS_w}$$

เมื่อ F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
MS_B	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MS_w	แทน	ค่าความแปรปรวนในกลุ่ม

โดย df หรือชั้นแห่งความเป็นอิสระระหว่างกลุ่มเท่ากับ $(k-1)$ และภายในกลุ่มเท่ากับ $(n-k)$ เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Different) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545)

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \frac{\sqrt{2MSE}}{n_i}$$

โดยที่

$$\begin{array}{ccc} n_i & \neq & n_j \\ r & = & n-k \end{array}$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

α แทน ค่าความเชื่อมั่น

3.2.2 ใช้ค่า Brown-Forsythe (B) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน Hartung (2001) มีสูตรดังนี้

โดย
$$\beta = \frac{MS_B}{MS_W}$$

$$MS_W = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_i^2$$

เมื่อ β แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe

MS_B แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_W แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความ

แปรปรวน

k	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	แทน ขนาดประชากร
S_i^2	แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทดสอบรายคู่โดยใช้สูตรวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett's T3 วิเชียร เกตุสิงห์ (2543) ดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_i - \bar{X}_j}{MS_w \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ	t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	MS_w	แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	\bar{X}_i	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i
	\bar{X}_j	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j
	n_i	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างของกลุ่ม i
	n_j	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างของกลุ่ม j

3.3 ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลแตกต่างกัน อ้างอิงจาก กัลยา วานิชย์บัญชา (2544)

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

โดย	r_{xy}	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน ผลรวมของคะแนนชุด X
	$\sum Y$	แทน ผลรวมของคะแนนชุด Y
	$\sum X^2$	แทน ผลรวมของคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลัง 2
	$\sum Y^2$	แทน ผลรวมของคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลัง 2
	$\sum xy$	แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X กับ Y
	n	แทน จำนวนคน หรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ความหมายของค่า r (กัลยา วาณิชย์ บัญชา 2544) คือ

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า มี X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์ ระดับความสัมพันธ์กำหนด ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์ บัญชา 2544)

ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง	0.81-1.00	แสดงว่ามีความสัมพันธ์สูงมาก
ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง	0.61-0.80	แสดงว่ามีความสัมพันธ์สูง
ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง	0.41-0.60	แสดงว่ามีความสัมพันธ์ปานกลาง
ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง	0.21-0.40	แสดงว่ามีความสัมพันธ์ต่ำ
ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง	0.01-0.20	แสดงว่ามีความสัมพันธ์ต่ำมาก
ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง	0.00	แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กับ

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ลักษณะประชากรศาสตร์ ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย พฤติกรรมและประสพการณ์การออกกำลังกายและความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้แทนสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
Min	แทน	ค่าต่ำสุด (Minimum)
Max	แทน	ค่าสูงสุด (Maximum)
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงมาตรฐาน (Standard Deviation)
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
LSD	แทน	Least Significant Difference
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
Prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพ โดยจะทำการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย โดยจะทำการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วยบรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยจะทำการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โดยจะทำการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพที่มีความแตกต่างกันและมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Independent t-test และ One-way Analysis of Variance (One-Way ANOVA) ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายที่มีความแตกต่างกันและมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมและประสบการณ์โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วยประกอบด้วยบรรยากาศในการออกกำลังกายด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าที่มีความแตกต่างกันและมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน โดยใช้ สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพ โดยจะใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ได้ดังนี้ ตาราง 3 แสดงความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	163	40.7
หญิง	273	59.3
รวม	400	100.0
อายุ		
18-22 ปี	47	11.8
23-38 ปี	178	44.4
39-54 ปี	116	29.0
55 ปีขึ้นไป	59	14.8
รวม	400	100.0
สถานภาพ		
โสด	280	70.0
สมรส/อยู่ด้วยกัน	82	20.5
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	38	9.5
รวม	400	100.0

ตาราง3 (ต่อ)

ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย	20	5.0
ปวส. / อนุปริญญา	40	10.0
ปริญญาตรี	225	56.3
สูงกว่าปริญญาตรี	115	28.7
รวม	400	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	49	12.3
10,001 – 30,000 บาท	81	20.3
30,001 – 50,000 บาท	106	26.4
50,001 – 70,000 บาท	88	22.0
70,001 บาทขึ้นไป	76	19.0
รวม	400	100.0
อาชีพ		
นักเรียน/ นิสิต/นักศึกษา	56	14.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	55	13.8
พนักงานบริษัทเอกชน	178	44.5
ธุรกิจส่วนตัว	63	15.7
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	48	12.0
รวม	400	100.0
โรคประจำตัว		
มี	44	11.0
ไม่มี	89	89.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ แบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามตัวแปร ดังนี้

เพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 ตามลำดับ

อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 23 – 38 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาอายุ 39 – 54 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 อายุ 55ปีขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และอายุ 18 – 22 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

สถานภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 280 คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 บวศ./อนุปริญญา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมา 50,001-70,000 บาทขึ้นไป จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 70,001บาทขึ้นไป จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

อาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

โรคประจำตัว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0 และมีโรคประจำตัว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงความถี่ และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษาและอาชีพ (จัดกลุ่มใหม่)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับปวส. / อนุปริญญา	60	15.0
ปริญญาตรี	225	56.3
สูงกว่าปริญญาตรี	115	28.7
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษาและอาชีพโดยการจัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามตัวแปรดังนี้

ระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 115 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.7 และต่ำกว่าหรือเท่ากับปวส./อนุปริญญา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตาราง 5 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังนี้

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น
ด้านความปลอดภัย			
1. การทำความสะอาดอุปกรณ์เป็นประจำสามารถป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19และโรคอื่นๆ	4.48	0.624	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าควรมีกล้องวงจรปิดหลายจุดเพื่อความปลอดภัยต่อลูกค้าในฟิตเนส เวิร์สทุกสาขา	4.39	0.696	มากที่สุด
3. ท่านคิดว่าควรมีป้ายบอกท่าเล่นที่ถูกต้องเพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการ	4.39	0.638	มากที่สุด
ด้านความปลอดภัยโดยรวม	4.42	0.386	มากที่สุด
การแต่งกายให้เหมาะสม			
1. ท่านคิดว่าการแต่งกายให้เข้ากับการออกกำลังกายสามารถช่วยให้การออกกำลังกายของท่านดีขึ้น	4.41	0.643	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่า การแต่งกายให้เหมาะสมช่วยให้ท่านมีความมั่นใจในการออกกำลังกาย	4.39	0.632	มากที่สุด

ตาราง 5 (ต่อ)

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น
3. ท่านคิดว่าพนักงานฟิตเนส เฟิร์ส แต่งกายเหมาะสมต่อการ ปฏิบัติงาน	4.42	0.628	มากที่สุด
ด้านการแต่งกายโดยรวม	4.41	0.405	มากที่สุด
ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย			
1. ท่านคิดว่าการออกกำลังกาย อย่างสม่ำเสมอจะช่วยลดการเกิด โรคภัยต่างๆ	4.41	0.642	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าการออกกำลังกาย จะช่วยให้ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น	4.39	0.632	มากที่สุด
3. ท่านคิดว่าการออกกำลังกายทำ ให้ผ่อนคลายและลดความเครียด	4.48	0.630	มากที่สุด
ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย โดยรวม	4.51	0.643	มากที่สุด
ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยรวม	4.40	0.39	มากที่สุด

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่า

ด้านความปลอดภัย

ผลการวิเคราะห์ด้านความหลากหลายในการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความหลากหลายในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

ด้านความปลอดภัย ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการทำความสะอาดอุปกรณ์เป็นประจำ สามารถป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19และโรคอื่นๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความ

คิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา คือ ท่านคิดว่าควรมีกีฬารองจรปิดหลายจุดเพื่อความปลอดภัยต่อลูกค้าในฟิตเนส เฟิร์สทุกสาขา และท่านคิดว่าควรมีป้ายบอกทำเล่นที่ถูกต้องเพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ตามลำดับ

ด้านการแต่งกายให้เหมาะสม

ผลการวิเคราะห์ด้านการแต่งกายให้เหมาะสม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการแต่งกายให้เหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณา รายข้อ พบว่า

ด้านการแต่งกายให้เหมาะสม ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าพนักงานฟิตเนส เฟิร์ส แต่งกายเหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือ ท่านคิดว่า การแต่งกายให้เข้ากับการออกกำลังกายสามารถช่วยให้การออกกำลังกายของท่านดีขึ้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และท่านคิดว่า การแต่งกายให้เหมาะสมช่วยให้ท่านมีความมั่นใจในการออกกำลังกาย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ตามลำดับ

ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย

ผลการวิเคราะห์ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อประโยชน์ของการออกกำลังกายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือท่านคิดว่า การออกกำลังกายทำให้ผ่อนคลายและลด ความเครียด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา คือ ท่านคิดว่า การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะช่วยลดการเกิดโรคภัยต่างๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และท่านคิดว่า การออกกำลังกายจะช่วยให้ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้านประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยจะใช้การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตาราง 6 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ดังนี้

พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น
บรรยากาศในการออกกำลังกาย			
1. ท่านคิดว่าการมีแสงสว่างเพียงพอสามารถช่วยให้การออกกำลังกายดีขึ้น	4.35	0.660	มากที่สุด
2. ฟิตเนส เฟิร์ส สาขาที่ท่านเล่นมีเสียงพลงเข้ากับบรรยากาศของการออกกำลังกาย	4.31	0.630	มากที่สุด
3. ฟิตเนส เฟิร์ส สาขาที่ท่านเล่นมีพื้นที่เพียงพอไม่แออัดเกิน	4.32	0.410	มากที่สุด
บรรยากาศการออกกำลังกายโดยรวม	4.33	0.410	มากที่สุด
ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม			
4. ท่านคิดว่าการมาออกกำลังกายทำให้ได้เจอเพื่อนใหม่ๆ	4.38	0.620	มากที่สุด
5. ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการออกกำลังกายหรือแนะนำวิธีการออกกำลังกาย	4.40	0.630	มากที่สุด
6. การออกกำลังกายที่ฟิตเนส เฟิร์ส เป็นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ	4.36	0.620	มากที่สุด
การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยรวม	4.38	0.380	มากที่สุด

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น
ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า			
7. ท่านคิดว่าพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการออกกำลังกายและสามารถให้คำแนะนำได้	4.39	0.560	มากที่สุด
8. ท่านคิดว่าพนักงานฟิตเนส เฟิร์ส สาขาที่ท่านเล่นอยู่มีมารยาทดีและสุภาพในการบริการ	4.42	0.600	มากที่สุด
9. พนักงานไม่ควรเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า	4.48	0.33	มากที่สุด
ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวม	4.42	0.386	มากที่สุด
พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวม	4.43	0.330	มากที่สุด

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านบรรยากาศในการออกกำลังกาย

ผลการวิเคราะห์ด้านบรรยากาศในการออกกำลังกาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อบรรยากาศในการออกกำลังกายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

ด้านบรรยากาศในการออกกำลังกาย ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือท่านคิดว่าการมีแสงสว่างเพียงพอสามารถช่วยให้การออกกำลังกายดีขึ้นซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือฟิตเนส เฟิร์ส สาขาที่ท่านเล่นมีพื้นที่เพียงพอไม่แออัดเกินไป ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ ฟิตเนส เฟิร์ส สาขาที่ท่านเล่นมีเสียงเพลงเข้ากับบรรยากาศของการ

ออกกำลังกาย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ตามลำดับ

ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ผลการวิเคราะห์ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อบรรยากาศในการออกกำลังกายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

ด้านบรรยากาศในการออกกำลังกาย ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการออกกำลังกายหรือแนะนำวิธีการออกกำลังกาย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าการมาออกกำลังกายทำให้ได้เจอเพื่อนใหม่ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และ การออกกำลังกายที่ฟิตเนส เฟิร์ส เป็นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ตามลำดับ

ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า

ผลการวิเคราะห์ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อบรรยากาศในการออกกำลังกายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือพนักงานไม่ควรเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือท่านคิดว่าพนักงานฟิตเนส เฟิร์สสาขาที่ท่านเล่นอยู่มี มารยาทดีและสุภาพในการบริการซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และ ท่านคิดว่าพนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการออกกำลังกายและสามารถให้คำแนะนำได้ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โดยจะใช้การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตาราง 7 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความภักดีของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ดังนี้

ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น
ด้านความผูกพัน			
1. ท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ฟิตเนส เวิร์ส เท่านั้น	4.45	0.600	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะต่ออายุสมาชิกกับทางฟิตเนส เวิร์ส	4.42	0.610	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึกประทับใจและมีความเชื่อมั่นต่อฟิตเนส เวิร์ส	4.37	0.64	มากที่สุด
ด้านความผูกพันโดยรวม	4.41	0.360	มากที่สุด
ด้านการให้รางวัล			
4. ท่านชอบโปรโมชั่นเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ให้สมาชิกทุกเดือน	4.40	0.560	มากที่สุด
5. ท่านคิดว่า การให้รางวัลแก่เทรนเนอร์จะสามารถเพิ่มกำลังใจในการทำงานได้	4.40	0.640	มากที่สุด
6. ท่านคิดว่าควรมีการให้รางวัลกับสมาชิกที่ซื้อคลาสผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer: PT)	4.41	0.580	มากที่สุด
ด้านการให้รางวัลโดยรวม	4.41	0.360	มากที่สุด

ตาราง 7 (ต่อ)

ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ			
7. ท่านคิดว่าพนักงานมีความจริงใจ และตั้งใจในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายใน ฟิตเนส	4.49	0.600	มากที่สุด
8. ท่านคิดว่าพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ	4.40	0.740	มากที่สุด
9. ท่านคิดว่าท่านได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการของท่านที่ฟิตเนส เฟิร์ส	4.41	0.560	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจโดยรวม	4.45	0.400	มากที่สุด
ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์โดยรวม	4.41	0.360	มากที่สุด

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความภักดีโดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านความผูกพัน

ผลการวิเคราะห์ด้านความผูกพัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ ความคิดเห็นต่อความผูกพันโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

ด้านผูกพันข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ฟิตเนส เฟิร์ส เท่านั้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมาคือท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะต่ออายุสมาชิกกับทางฟิตเนส เฟิร์ส ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และท่านรู้สึกประทับใจและมีความเชื่อมั่นต่อฟิตเนส เฟิร์ส ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ตามลำดับ

ด้านการให้รางวัล

ผลการวิเคราะห์ด้านการให้รางวัลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านการให้รางวัลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ด้านการให้รางวัลข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือท่านคิดว่าควรมีการให้รางวัลกับสมาชิกที่ซื้อคลาสผู้ฝึกสอนส่วนซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมาคือท่านชอบโปรแกรมชั้นเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ให้กับสมาชิกทุกเดือน และท่านคิดว่าการให้รางวัลแก่เทรนเนอร์จะสามารถเพิ่มกำลังใจในการทำงานได้ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

ผลการวิเคราะห์ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความน่าเชื่อถือและไว้วางใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือท่านคิดว่าพนักงานมีความจริงใจและตั้งใจในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในฟิตเนส ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมาคือท่านคิดว่าท่านได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการของท่านที่ฟิตเนส เฟิร์ส ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และท่านคิดว่าพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพแตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีเพศแตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็น อิสระต่อกัน (Independent Sample t - test) ดังนี้

ตาราง 8 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีของผู้เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามเพศ)

ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามเพศ)	Levene's Test for Equality of Variance	
	F	p-value
1. ด้านความผูกพัน	2.315	0.129
2. ด้านการให้รางวัล	0.004	0.950
3. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.004	0.948

จากตาราง 8 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามเพศ) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความผูกพัน พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.129 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงใช้ค่าสถิติ Independent Sample t-test จาก Equal variances assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ด้านการให้รางวัล พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.950 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงใช้ค่าสถิติ Independent Sample t-test จาก Equal variances assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.948 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงใช้ค่าสถิติ Independent Sample t-test จาก Equal variances assumed ในการทดสอบสมมติฐาน (จำแนกตามเพศ)

ตาราง 9 แสดงความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามเพศ)

ความภักดีต่อการ เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	P-value(2tailed)
ด้านความผูกพัน Equal variance assumed	ชาย	4.40	0.345	0.446	398	0.656
	หญิง	4.42	0.371			
ด้านการให้รางวัล Equal variance assumed	ชาย	4.38	0.377	2.131*	398	0.034
	หญิง	4.46	0.362			
ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจEqual variance assumed	ชาย	4.43	0.399	0.973	398	0.331
	หญิง	4.48	0.403			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 พบว่าผลการทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามเพศ) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความผูกพัน

โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า มีค่า p-value (2-tailed) เท่ากับ 0.656 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าผู้ที่มาเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์มีเพศแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนสเฟิร์สด้านความผูกพันไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการให้รางวัล

โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า มีค่า p-value (2-tailed) เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าผู้ที่มาเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์มีเพศแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนสเฟิร์ส

สด้านความผูกพัน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า มีค่า p-value (2-tailed) เท่ากับ 0.331 ซึ่ง มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าผู้ที่มาเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์มีเพศแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนสเฟิร์สด้านความผูกพัน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน ทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variance ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 10 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอายุ)

ความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอายุ)	Levene Statistic	df1	df2	p-value
1. ด้านความผูกพัน	2.386	3	396	0.069
2. ด้านการให้รางวัล	1.058	3	396	0.367
3. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.964	3	396	0.873

จากตาราง 10 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอายุ) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความผูกพัน พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.067ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05แสดงว่า แต่ละกลุ่มช่วงอายุมีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ด้านการให้รางวัล พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.367ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05แสดงว่า แต่ละกลุ่มช่วงอายุมีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.873ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05แสดงว่า แต่ละกลุ่มช่วงอายุมีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ตาราง 11 แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างอายุกับความภักดีต่อการเข้าใช้
บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอายุ) โดยใช้ F-test

ความภักดีต่อการ เข้าใช้บริการฟิต เนส เฟิร์ส เซ็น เตอร์ (จำแนกตาม อายุ)		Sum of				
		p-	df	Mean	F	p-value
		value		Square		
		Square				
ด้านความผูกพัน	Between Groups	0.590	3	0.197	1.519	0.209
	Within Groups	51.298	396	0.130		
	Total	51.889	399			
ด้านการให้รางวัล	Between Groups	0.262	3	0.087	0.627	0.598
	Within Groups	55.116	396	0.139		
	Total	55.378	399			
ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ	Between Groups	0.038	3	0.013	0.078	0.972
	Within Groups	64.406	396	0.163		
	Total	64.444	399			

จากตาราง 11 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้
บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอายุ) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ F-test สามารถอธิบายได้
ดังนี้

ด้านความผูกพัน

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.209 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ
0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้
ฟิตเนส เฟิร์ส มีอายุแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ทางด้านความผูกพันไม่
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการให้รางวัล

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.598 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ
0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้
ฟิตเนส เฟิร์ส มีอายุแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ทางด้านการให้รางวัลไม่
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความน่าเชื่อถือใ่ว่างใจ

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.972 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สมีอายุแตกต่างกัน มีความรักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สทางด้านความน่าเชื่อถือใ่ว่างใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรักดีต่อการเข้าใช้ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ผู้เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรักดีต่อการเข้าใช้ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรักดีต่อการเข้าใช้ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variance ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 12 ตารางแสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความรักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามระดับการศึกษา)

ความรักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามระดับการศึกษา)	Levene Statistic	df1	df2	p-value
1. ด้านความผูกพัน	1.427	3	396	0.234
2. ด้านการให้รางวัล	1.060	3	396	0.366
3. ด้านความน่าเชื่อถือใ่ว่างใจ	1.412	3	396	0.239

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามระดับการศึกษา) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความผูกพัน

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.234 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 แสดงว่าแต่ละกลุ่มช่วงระดับการศึกษามีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ด้านการให้รางวัล

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.366 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 แสดงว่าแต่ละกลุ่มช่วงระดับการศึกษามีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ด้านความน่าเชื่อถือ

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.239 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 แสดงว่าแต่ละกลุ่มช่วงระดับการศึกษามีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ตาราง 13 แสดงผลเปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษากับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

ความภักดีต่อการ เข้าใช้บริการฟิต เนส เฟิร์ส เซ็น เตอร์ (จำแนกตาม ระดับการศึกษา)		Sum of Sig. Square	df	Mean Square	F	p-value
ด้านความผูกพัน	Between Groups	0.120	3	0.040	0.307	0.820
	Within Groups	51.768	396	0.131		
	Total	51.889	399			

ตาราง 13 (ต่อ)

ความภักดีต่อการ เข้าใช้บริการฟิต เนส เวิร์ส เซ็น เตอร์ (จำแนกตาม ระดับการศึกษา)		Sum of Sig. Square	df	Mean Square	F	p-value
ด้านการให้รางวัล	Between Groups	0.168	3	0.056	0.402	0.752
	Within Groups	55.210	396	0.139		
	Total	55.377	399			
ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ	Between Groups	0.854	3	0.285	1.773	0.152
	Within Groups	63.590	396	0.161		
	Total	64.444	399			

จากตารางที่ 13 พบว่าผลการทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามระดับการศึกษา) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ F-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความผูกพัน

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.820 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส ทางด้านความผูกพันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการให้รางวัล

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.752 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส ทางด้านการให้รางวัลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.152 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส ทางด้านความ

นำเชื่อถือไว้วางใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ผู้เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนสที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนสที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน ทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำให้การทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variance ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอาชีพ)

ความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอาชีพ)	Levene Statistic	df1	df2	p-value
1. ด้านความผูกพัน	3.115*	4	395	0.015
2. ด้านการให้รางวัล	3.793**	4	395	0.005
3. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	1.539	4	395	0.190

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอาชีพ) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความผูกพัน

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 แสดงว่าแต่ละกลุ่มช่วงอาชีพมีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็น

เตอร์ระหว่างกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ต่อไป

ด้านการให้รางวัล

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.01 แสดงว่าแต่ละกลุ่มช่วงอาชีพมีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อผู้ใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ระหว่างกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ต่อไป

ด้านความผูกพัน

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.190 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 แสดงว่าแต่ละกลุ่มช่วงระดับการศึกษามีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อผู้ใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอาชีพ) โดยใช้ Brown-Forsythe

ความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอาชีพ)	Statistic ^a	df1	df2	p-value
1. ด้านความผูกพัน	2.505*	4	267.874	0.043
2. ด้านการให้รางวัล	4.169**	4	229.679	0.003

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 พบว่า ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอาชีพ) โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ พบว่า

ด้านความผูกพัน

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.043 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าผู้เข้าใช้ฟิตเนส

เฟิร์สมีอาชีพแตกต่างกัน มีความภาคีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สด้านความผูกพันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการให้รางวัล

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สมีอาชีพแตกต่างกัน มีความภาคีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สด้านการให้รางวัลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 15 แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างอาชีพกับความภาคีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เช่น เตอร์ (ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

ด้านความผูกพัน

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
	4.52	4.47	4.40	4.35	4.39	
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	4.52	-	0.062 (0.994)	0.050 (0.107)	0.054* (0.021)	0.070 (0.440)
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.47		-	0.055 (0.815)	0.058 (0.361)	0.074 (0.944)
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.40			-	0.046 (0.990)	0.064 (1.000)
ธุรกิจส่วนตัว	4.35				-	-0.067 (1.000)
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	4.39					-

ตาราง 15 (ต่อ)

ด้านการให้รางวัล						
อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
		4.39	4.61	4.43	4.41	4.35
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	4.39	-	-0.065** (0.008)	-0.062 (0.999)	-0.069 (1.000)	0.086 (1.000)
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.61		-	0.043** (0.000)	0.053** (0.003)	0.073** (0.005)
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.43			-	0.496 (1.000)	0.071 (0.954)
ธุรกิจส่วนตัว	4.41				-	0.077 (0.993)
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	4.35					-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความ
ภาคีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ด เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล (จำแนกตาม
อาชีพ) สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ด้านความผูกพัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว มีค่า p-value เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ทั้ง 2 ช่วงอาชีพมีค่าเฉลี่ยความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพันมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.054

ด้านการให้รางวัล

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา และ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่า p-value เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ทั้ง 2 ช่วงอาชีพมีค่าเฉลี่ยความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านการให้รางวัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านการให้รางวัลน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.065

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีค่า p-value เท่ากับ 0.000, 0.003 และ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ทั้ง 4 ช่วงอาชีพมีค่าเฉลี่ยความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านการให้รางวัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านการให้รางวัลมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/ แม่บ้าน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.043, 0.053, 0.073 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความถี่ต่อการเข้าใช้ฟิตเนสเฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (จำแนกตามอาชีพ) โดยใช้ F-test

ความถี่ต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนสเฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามอาชีพ)		Sum of Sig. Square	df	Mean Square	F	p-value
ด้านความน่าเชื่อถือ	Between Groups	0.372	4	0.106	0.651	0.626
ไว้วางใจ	Within Groups	64.072	395	0.162		
	Total	64.444	399			

จากตาราง 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความถี่ต่อการเข้าใช้ฟิตเนสเฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (จำแนกตามอาชีพ) โดยใช้ F-test พบว่า มีความ p-value เท่ากับ 0.626 ซึ่งมีค่ามากกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความถี่ต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความถี่ต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ผู้เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความถี่ต่อการเข้าใช้ฟิตเนสที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความถี่ต่อการเข้าใช้ฟิตเนสที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน ทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variance ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)

ความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	Levene Statistic	df1	df2	p-value
1. ด้านความผูกพัน	1.186	4	395	0.946
2. ด้านการให้รางวัล	1.498	4	395	0.202
3. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.389	4	395	0.817

จากตาราง 15 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความผูกพัน พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.0946 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 แสดงว่า แต่ละกลุ่มมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ด้านการให้รางวัล พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.202 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 แสดงว่า แต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.817 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 แสดงว่า แต่ละกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ตาราง 18 แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างอายุกับความภักดีต่อการเข้าใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) โดยใช้ F-test

ความภักดีต่อการ เข้าใช้บริการฟิต เนส เฟิร์ส เซ็น เตอร์ (จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน)		Sum of Sig.	df	Mean Square	F	p-value
ด้านความผูกพัน	Between Groups	1.107	4	0.277	2.152	0.074
	Within Groups	50.782	395	0.129		
	Total	51.889	399			
ด้านการให้รางวัล	Between Groups	0.262	4	0.075	0.540	0.706
	Within Groups	55.116	395	0.139		
	Total	55.378	399			
ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ	Between Groups	0.038	4	0.040	0.246	0.912
	Within Groups	64.406	395	0.163		
	Total	64.444	399			

จากตาราง 16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ F-test สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ด้านความผูกพัน

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.074 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สทางด้านความผูกพันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการให้รางวัล

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.706 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สทางด้าน

การให้รางวัลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.912 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สทางด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ผู้เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนสไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนสแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน ทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variance ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามสถานภาพ)

ความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามสถานภาพ)	Levene Statistic	df1	df2	p-value
1. ด้านความผูกพัน	2.197	2	397	0.113
2. ด้านการให้รางวัล	0.733	2	397	0.481
3. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	7.411**	2	397	0.001

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามสถานภาพ) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความผูกพัน

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.113ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05แสดงว่า แต่ละกลุ่มมีสถานภาพที่มีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ด้านการให้รางวัล

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.481ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05แสดงว่า แต่ละกลุ่มสถานภาพที่มีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ต่อไป

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.001ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05แสดงว่า แต่ละกลุ่มช่วงสถานภาพที่มีค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ระหว่างกลุ่มแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe test ต่อไป

ตาราง 20 แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล (จำแนกตามสถานภาพ) โดยใช้ F-test

ความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามสถานภาพ)		Sum of Sig. Square	df	Mean Square	F	p-value
ด้านความผูกพัน	Between Groups	0.362	2	0.181	1.395	0.249
	Within Groups	51.527	397	0.130		
	Total	51.889	399			
ด้านการให้รางวัล	Between Groups	0.236	2	0.118	0.850	0.428
	Within Groups	55.141	397	0.139		
	Total	55.378	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามสถานภาพ) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ F-test สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ด้านความผูกพัน

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.249 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สมีสถานภาพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สทางด้านความผูกพันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการให้รางวัล

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.428 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สมีสถานภาพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สทางด้านการให้รางวัลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามสถานภาพ) โดยใช้ Brown-Forsythe

ความพิกัดต่อการเข้าใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามสถานภาพ)	Statistic ^a	df1	df2	p-value
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.863	2	135.787	0.424

จากตาราง 21 พบว่า ผลการวิเคราะห์การทดสอบ ความแตกต่างของความพิกัดต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ (จำแนกตามสถานภาพ) โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ พบว่า

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.424 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สมีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพิกัดต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สทางด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายที่มีความสัมพันธ์กับความพิกัดต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายที่มีความสัมพันธ์กับความพิกัดต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความพิกัดต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน

H_1 : ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความพิกัดต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายถึงตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์ กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม	ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน		ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
	r	P-value (2-tailed)		
ด้านความปลอดภัยโดยรวม	0.034	0.492	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านการแต่งกายให้เหมาะสมโดยรวม	0.140**	0.005	ต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายโดยรวม	0.003	0.945	ไม่สัมพันธ์	-
ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม	0.094	0.059	ไม่สัมพันธ์	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพันพบว่ามีค่า p-value (2- tailed) เท่ากับ 0.059 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพัน อย่างมีนัยสำคัญตามสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนด้านความปลอดภัยโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพันพบว่ามีค่า p-value (2- tailed) เท่ากับ 0.492 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความปลอดภัยโดยรวม ด้านความผูกพัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพัน อย่างมีนัยสำคัญตามสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนด้านการแต่งกายให้เหมาะสมโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพันพบว่ามีค่า p-value (2- tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าลูกค้ามีความพึงพอใจ

เกี่ยวกับการแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพัน อย่างมีนัยสำคัญตามสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.140 ซึ่งตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก หมายความว่า เมื่อลูกค้ามีระดับความคิดเห็นในท่านมีความพึงพอใจกับการแต่งกายให้เหมาะสมในการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ จะทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายที่มีผลต่อความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านการให้รางวัลสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล

H_1 : ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้ามีค่า p-value (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายถึงตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์ กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม	ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล		ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
	r	P-value (2-tailed)		
ด้านความปลอดภัยโดยรวม	0.013	0.798	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านการแต่งกายให้เหมาะสมโดยรวม	0.054	0.277	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายโดยรวม	0.065	0.195	ไม่สัมพันธ์	-
ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม	0.056	0.261	ไม่สัมพันธ์	-

จากตาราง 23 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านการให้รางวัล พบว่ามีค่า p-value (2-tailed) เท่ากับ 0.261 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านการให้รางวัล อย่างมีนัยสำคัญตามสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายที่มีผลต่อความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

H_1 : ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้ามีค่า p-value (2-tailed) น้อย

กว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายถึงตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์ กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม	ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์		ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
	ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ			
	r	P-value (2-tailed)		
ด้านความปลอดภัยโดยรวม	0.006	0.167	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านการแต่งกายให้เหมาะสมโดยรวม	-0.011	0.825	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายโดยรวม	-0.012	0.816	ไม่สัมพันธ์	-
ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม	0.023	0.641	ไม่สัมพันธ์	-

จากตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่ามีค่า p-value (2-tailed) เท่ากับ 0.641 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญตามสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

สมมติฐานข้อที่ 3.1 พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้าน

ความมั่นใจแก่ลูกค้า ที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน

H_1 : พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้ามีค่า p-value (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายถึง ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน

พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวม	ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน		ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
	r	P-value (2-tailed)		
บรรยากาศในการออกกำลังกายโดยรวม	0.012	0.806	ไม่สัมพันธ์	-
ความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวม	0.144**	0.004	ต่ำมาก	เดียวกัน
พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวม	0.012	0.806	ไม่สัมพันธ์	-

จากตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพันพบว่า มีค่า p-value (2-tailed) เท่ากับ 0.056 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าพฤติกรรมและประสบการณ์การออก

กำลังกายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพัน อย่างมีนัยสำคัญตามสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนด้านการความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพันพบว่ามีค่า p-value (2- tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความผูกพัน อย่างมีนัยสำคัญตามสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.144 ซึ่งตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก หมายความว่า เมื่อพนักงานมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวมในการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์มากขึ้น จะทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานข้อที่ 3.2 พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล

H_1 : พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้ามีค่า p-value (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายถึง ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล

พฤติกรรมและประสพการณ์ การออกกำลังกายโดยรวม	ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิต เนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการ ให้รางวัล		ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
	r	P-value (2-tailed)		
บรรยากาศในการออกกำลังกาย โดยรวม	-0.066	0.187	ไม่สัมพันธ์	-
ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยรวม	0.053	0.292	ไม่สัมพันธ์	-
ความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวม	0.031	0.530	ไม่สัมพันธ์	-
ตาราง 26 (ต่อ)				
พฤติกรรมแลประสพการณ์ การออกกำลังกายโดยรวม	-0.029	0.558	ไม่สัมพันธ์	-

จากตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสพการณ์การออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านการให้รางวัลพบว่ามีค่า p-value (2-tailed) เท่ากับ 0.558 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าพฤติกรรมและประสพการณ์การออกกำลังกายโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านการให้รางวัล อย่างมีนัยสำคัญตามสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.3 พฤติกรรมและประสพการณ์การออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมและประสพการณ์การออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

H_1 : พฤติกรรมและประสพการณ์การออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นถ้ามีค่า p-value (2-tailed) น้อย

กว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายถึง ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสพการณ์การออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

พฤติกรรมและประสพการณ์การออกกำลังกายโดยรวม	ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ		ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
	r	P-value (2-tailed)		
บรรยากาศในการออกกำลังกายโดยรวม	-0.019	0.703	ไม่สัมพันธ์	-
ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยรวม	-0.070	0.159	ไม่สัมพันธ์	-
ความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวม	-0.029	0.562	ไม่สัมพันธ์	-
พฤติกรรมแลประสพการณ์การออกกำลังกายโดยรวม	-0.031	0.530	ไม่สัมพันธ์	-

จากตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและประสพการณ์การออกกำลังกายโดยรวมกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่ามีค่า p-value (2-tailed) เท่ากับ 0.530 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าพฤติกรรมและประสพการณ์การออกกำลังกายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญตามสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 28 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ด้านลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน

ลักษณะประชากรศาสตร์	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.1 ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน		
- ด้านความผูกพัน	Independent Sample t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านการให้รางวัล	Independent Sample t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ	Independent Sample t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน		
- ด้านความผูกพัน	F-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านการให้รางวัล	F-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ	F-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3 ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน		
- ด้านความผูกพัน	F-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านการให้รางวัล	F-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ	F-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4 ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน		
- ด้านความผูกพัน	Brown-Forsythe	สอดคล้องกับสมมติฐาน

- ด้านการให้รางวัล	Brown-Forsythe	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ	Brown-Forsythe	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

1.5 ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน

- ด้านความผูกพัน	F-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านการให้รางวัล	F-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ	F-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน

1.6 ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน

- ด้านความผูกพัน	Brown-Forsythe	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านการให้รางวัล	Brown-Forsythe	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ	Brown-Forsythe	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 29 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย

สมมติฐานข้อที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย ที่มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.1 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย ที่มีมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน		

- ความปลอดภัย	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- การแต่งกายให้ เหมาะสม	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านประโยชน์ของ การออกกำลังกาย	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2.2 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย มีที่ที่มีความรักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล

- ความปลอดภัย	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- การแต่งกายให้ เหมาะสม	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านประโยชน์ของ การออกกำลังกาย	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2.3 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย มีที่ที่มีความรักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

- ความปลอดภัย	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- การแต่งกายให้ เหมาะสม	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านประโยชน์ของ การออกกำลังกาย	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ด้านแรงจูงใจ

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจ แก่ลูกค้า ที่มีความรักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

พฤติกรรมและ ประสบการณ์การออก กำลังกาย	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3.1 พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ที่มี ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน		
- บรรยากาศในการ ออกกำลังกาย	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านปฏิสัมพันธ์ ทางสังคม	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านความมั่นใจ แก่ลูกค้า	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ที่มี ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านการให้รางวัล		
- บรรยากาศในการ ออกกำลังกาย	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านปฏิสัมพันธ์ ทางสังคม	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านความมั่นใจ แก่ลูกค้า	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3 พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ที่มี ความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ		
- บรรยากาศในการ ออกกำลังกาย	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านปฏิสัมพันธ์ ทางสังคม	Pearson Product Moment Correlation Coefficient	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านความมั่นใจ	Pearson Product Moment	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

แก้มูกค้ำ

Correlation Coefficient



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับบริษัทฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในการประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการดูแล รักษา และการให้รางวัลพนักงาน เพื่อเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดให้พนักงานที่มีคุณภาพและภักดีคงอยู่กับองค์กรได้ตลอดไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของลักษณะประชากรศาสตร์ ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย และความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
2. เพื่อศึกษาความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

สมมติฐานการวิจัย

1. ลูกค้าในฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ แตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์แตกต่างกัน
2. ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. พฤติกรรมและประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นคนกลุ่มที่เป็นสมาชิกฟิตเนส เฟิร์ส และใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

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

ขั้นที่ 2: ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random Sampling) โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ ให้ลูกค้าในฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ตอบแบบสอบถามเท่านั้นและเก็บข้อมูลจนครบตามจำนวน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้าง ขึ้นให้มีลักษณะที่ง่ายในการตอบง่ายในการเข้าใจ อีกทั้งยังครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยตั้งเอาไว้ โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

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

1. เพศ: ลักษณะของแบบสอบถาม มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

2. อายุ: ลักษณะของแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

3. ระดับการศึกษา: ลักษณะของแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

4. อาชีพ: ลักษณะของแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามที่มีหลาย คำตอบให้ เลือก (Multiple Choices Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน: ลักษณะของแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามที่มี หลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

6. สถานภาพ: ลักษณะของแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามที่มีหลาย คำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย จำนวน 9 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียว เป็นลักษณะ Likert Scale และวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยการให้คะแนน แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย โดย แบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและ ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า จำนวน 9 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบ เลือกตอบเพียงคำตอบ เดียวเป็นลักษณะ Likert Scale และวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยการให้ คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method)

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

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ โดยจะใช้ การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสม และด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย โดยใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 แบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Independent t-test และ One-way Analysis of Variance (One-Way ANOVA) ในการทดสอบสมมติฐาน

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสม และด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ โดยใช้สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient ในการทดสอบสมมติฐาน

2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความมั่นใจแก่ลูกค้ากับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ โดยใช้สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient ในการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีที่มีผลต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยค้นคว้าได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 อายุ 23-38 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 สถานภาพโสด จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท

จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 อาชีพจำนวน 178คน คิดเป็นร้อยละ44.5 และโรคประจำตัว จำนวน89 คิดเป็นร้อยละ89.0

ตอนที่2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงจาก ระดับความคิดเห็นมากที่สุดไปน้อยที่สุด พบว่า

ความปลอดภัย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านคิดว่าควรมีกล้องวงจรปิดหลายจุดเพื่อความปลอดภัยต่อลูกค้าในฟิตเนส เฟิร์สทุกสาขาซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การทำความสะอาดอุปกรณ์เป็นประจำสามารถป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19และโรคอื่นๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และท่านคิดว่าควรมีป้ายบอกท่าเล่นที่ถูกต้องเพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การแต่งกายให้เหมาะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการแต่งกายให้เหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าการแต่งกายให้เหมาะสมช่วยให้ท่านมีความมั่นใจในการออกกำลังกาย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านคิดว่าการแต่งกายให้เข้ากับการออกกำลังกายสามารถช่วยให้การออกกำลังกายของท่านดีขึ้นและท่านคิดว่าพนักงานฟิตเนส เฟิร์สแต่งกายเหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะช่วยลดการเกิดโรคภัยต่างๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านคิดว่าการออกกำลังกายจะช่วยให้ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และท่านคิดว่าการออกกำลังกายทำให้ผ่อนคลายและลดความเครียด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงจากระดับ ความคิดเห็นมากที่สุด ไปน้อยที่สุด พบว่า

บรรยากาศในการออกกำลังกาย

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

ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าการมาออกกำลังกายทำให้ได้เจอเพื่อนใหม่ๆซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการออกกำลังกายหรือแนะนำวิธีการออกกำลังกายซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และการออกกำลังกายที่ฟิตเนส เฟิร์สเป็นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า

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

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์อยู่ใน

ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงจากระดับความคิดเห็นมากที่สุด ไปน้อยที่สุด พบว่า

ด้านความผูกพัน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ฟิตเนส เวิร์ส เท่านั้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะต่ออายุสมาชิกกับทางฟิตเนส เวิร์ส ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และท่านรู้สึกประทับใจและมีความเชื่อมั่นต่อฟิตเนส เวิร์ส ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการให้รางวัล

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าควรมีการให้รางวัลกับสมาชิกที่ซื้อคลาสผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer: PT) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านชอบโปรแกรมขึ้นเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ให้กับสมาชิกทุกเดือนซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และท่านคิดว่าการให้รางวัลแก่เทรนเนอร์จะสามารถเพิ่มกำลังใจในการทำงานได้ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าพนักงานมีความจริงใจและตั้งใจในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในฟิตเนส ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านคิดว่าท่านได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการของท่านที่ฟิตเนส เวิร์สซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และท่านคิดว่าพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เช่นเตอร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ สถานภาพ ต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า

ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีเพศแตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัลที่ไม่แตกต่างกัน และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจแตกต่างกัน

ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีอายุแตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัลที่ไม่แตกต่างกัน และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจแตกต่างกัน

ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัลที่ไม่แตกต่างกัน และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจแตกต่างกัน

ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัลที่ไม่แตกต่างกัน และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจแตกต่างกัน

ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัลที่ไม่แตกต่างกัน และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจแตกต่างกัน

ผู้ที่เข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัลที่ไม่แตกต่างกัน และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัย การแต่งกายให้เหมาะสมและด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส พบว่า

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายทั้ง 3 ด้าน มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับที่ไม่มีความสัมพันธ์กันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สด้านความผูกพันในระดับไม่มีความสัมพันธ์ ด้านการให้รางวัล ในระดับไม่มีความสัมพันธ์ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับไม่มีความสัมพันธ์

การแต่งกายให้เหมาะสม ความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพันในระดับต่ำมาก ด้านการให้รางวัล ในระดับไม่มีความสัมพันธ์ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับไม่มีความสัมพันธ์

ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย ความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล ในระดับไม่มีความสัมพันธ์ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับไม่มีความสัมพันธ์

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมและประสบการณ์ออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย บรรยากาศในการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ผลการวิจัย พบว่า

พฤติกรรมและประสบการณ์ออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับไม่มีความสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

บรรยากาศในการออกกำลังกาย ความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ในระดับไม่มีความสัมพันธ์ และด้านการให้รางวัล ในระดับไม่มีความสัมพันธ์กัน ส่วนด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับไม่มีความสัมพันธ์

ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล ในระดับไม่มีความสัมพันธ์ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับไม่มีความสัมพันธ์

ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพันและด้านการให้รางวัล ในระดับไม่มีความสัมพันธ์ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับไม่มีความสัมพันธ์

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีที่มีผลต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถสรุปประเด็นสำคัญมา อภิปรายได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับ เพศ พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านการให้รางวัล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

โดยผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สเพศหญิงมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านการให้รางวัลมากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงจะมีความทะเยอทะยานในการต้องการได้รับ

รางวัลและมุ่งมั่นมากกว่าเพศชาย มีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ในการออกกำลังกายให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจากเพศชายออกกำลังกายไม่ได้เน้นการได้รับรางวัลแต่จะเน้นการออกกำลังกายเพื่อสร้างกล้ามเนื้อ

การที่ผู้ใช้ฟิตเนสที่มีเพศแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านการให้รางวัลที่ต่างกัน อาจจะเป็นเพราะแต่ละเพศมีความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงการแสดงออกถึงการกระทำที่เป็นผลมาจากความรู้สึกนึกคิดของบุคคลนั้น ๆ ด้วย ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ Sharp & Sharp (1997) ที่ได้กล่าวถึงว่า การให้รางวัลเป็นการสร้างพฤติกรรมที่ซื้อซ้ำของทั้งเพศหญิงและชาย โดยทำให้มีการซื้อที่แตกต่างกันอย่างมากทำให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้นในเรื่อง ความคิดและการให้รางวัล เช่นการโฆษณา การส่งเสริมการขาย อีกทั้งยังเพิ่มคุณภาพและบริการให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการซื้อซ้ำของแต่ละเพศที่ต่างกัน จึงส่งผลให้ผู้ใช้ฟิตเนสของทั้งหญิงและชายต่างกัน

2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับ อายุ พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

โดยกลุ่มอายุมีความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการที่มีอายุมากขึ้นจะทำให้ใส่ใจในเรื่องสุขภาพและการออกกำลังกายมากขึ้น และการที่มีอายุมากขึ้นย่อมมีโรคภัยเข้ามามากกว่าคนอายุน้อย จึงต้องดูแลร่างกายโดยการออกกำลังกายเพื่อป้องกันโรคต่างๆและทำให้มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงมากขึ้น รวมถึงการที่มีอายุมากขึ้นย่อมต้องได้รับการดูแลจากครุฝึกส่วนตัวในเรื่องการออกกำลังกาย และการมีครุฝึกที่เหมาะสมกับเราจะทำให้ท่านมีความพึงพอใจในฟิตเนสมากขึ้น และมีความรู้สึกถึงการคงอยู่ในฟิตเนสแห่งเดิมต่อไป ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูชัย สมิทธิชัย (2553) กล่าวว่า อายุแต่ละช่วงชีวิตมีความต้องการในสินค้าและบริการ หรือการบริโภคที่แตกต่างกัน กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ย่อมจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกันเช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าแฟชั่น กลุ่มผู้สูงอายุ จะสนใจสินค้าเกี่ยวกับ สุขภาพ และความปลอดภัย

3. ผลการศึกษาเกี่ยวกับ สถานภาพ พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

เนื่องจากผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ทุกสถานภาพสามารถเข้าใช้ฟิตเนสทุกสาขาและทุกคนมีความสามารถในตัวแต่ละบุคคลซึ่งไม่แตกต่างกัน เพราะทุกคนล้วนสำคัญต่อการเข้าใช้ฟิตเนส และประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับเรารักษาถูกค่าทุกคนได้มากน้อยเพียงใด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์รวมทั้งด้านสถานภาพเป็นลักษณะที่สำคัญที่วัดได้ของประชากรในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่วนด้านความภักดีช่วยอธิบายถึงความรู้สึกชอบของกลุ่มแบรนดิ้นั้น ดังนั้น สถานภาพสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดเป้าหมาย รวมถึงส่งผลต่อความภักดีในแบรนดิ้นั้นๆ ดังนั้นสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีในการเข้าใช้ฟิตเนส

4. ผลการศึกษาเกี่ยวกับ ระดับการศึกษา พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

เนื่องจากผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ทุกระดับการศึกษาสามารถเข้าใช้ฟิตเนสทุกสาขาและทุกคนมีความสามารถในตัวแต่ละบุคคลซึ่งไม่มีผลต่อความแตกต่างในแต่ละระดับการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zeithaml (1988) ศึกษาเรื่อง ความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน พบว่าการให้บริการลูกค้าด้วยคุณค่าที่ได้รับรู้และการให้บริการที่มีความเท่าเทียมกันถือเป็นวิธีการในการสร้างความตั้งใจและความจงรักภักดี

5. ผลการศึกษาเกี่ยวกับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

เนื่องจากผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ทุกรายได้ มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่ต่างกัน เนื่องจากรายได้เป็นสิ่งช่วยในการส่งเสริมกำลังให้กับผู้บริการ เพราะรายได้เป็นสิ่งสำคัญในการมีชีวิตอยู่ในชีวิตประจำวัน ถ้ารายได้ที่ได้รับสามารถครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ผู้บริการก็จะรู้สึกพึงพอใจเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการออกกำลังกาย รวมถึงการที่มีรายได้มากขึ้น ก็จะส่งผลให้มีความรู้สึกมั่นคงในการออกกำลังกายมากขึ้น และยังเป็นแรงกระตุ้นให้มีกำลังใจในการออกกำลังกายมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูชัย สมิทธิไกร (2553) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างเฉพาะแต่ละบุคคล โดยมีผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

6. ผลการศึกษาเกี่ยวกับ อาชีพ พบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ที่มีอาชีพ แตกต่าง กัน มีความความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัล แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

โดยผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส กลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ด้านอาชีพ มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน มากที่สุด เนื่องจากกลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ยังเป็น กลุ่มวัยรุ่น ที่มีความใส่ใจเรื่องรูปร่างและรักสวยรักงาม ทำให้ชอบในการออกกำลังกายและมาสมัครฟิตเนสเพิ่มมากขึ้น ด้านข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มักมองหาการออกกำลังกายในรูปแบบของการให้รางวัล เพราะคนกลุ่มนี้ไม่ได้สนใจในเรื่องรูปร่างเท่ากับกลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แต่จะสนใจในเรื่องของการออกกำลังกายเพื่อความสนุกและเข้าร่วมกิจกรรมที่ฟิตเนสจัดขึ้น เพื่อให้ได้รางวัลเป็นสิ่งตอบแทน ทำให้ร่วมสนุกกับกิจกรรมต่างๆและเมื่อได้รับรางวัลก็จะทำให้อยากกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมอีก นอกจากนี้ยังมองหาเรื่องของโปรโมชั่น เช่น ในกรณีที่มีครูฝึกส่วนตัว เช่นใน 1เดือนเทรนครบ 12ครั้ง จะได้รับรางวัลเป็น ชั่วโมงเทรนส่วนตัวต่อตัวฟรี1ครั้งหรือได้ใช้ลือคเกอร์รายเดือนฟรี1เดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิทักษ์พงศ์ ปัญ๊ะ (2547) กล่าวว่า การออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกวัย ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และเป็นแบบแผนในการดำรงชีวิตประจำวัน เพื่อให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น

7. ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

7.1 ความปลอดภัย ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายด้านความปลอดภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการมีเทรนเนอร์ส่วนตัวในการดูแล เนื่องจากเทรนเนอร์ส่วนตัวมีราคาที่สูง จึงทำให้คนส่วนใหญ่มาออกกำลังกายด้วยตนเอง ทำให้เสี่ยงอันตรายหรือบาดเจ็บจากการออกกำลังกายได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฑูรย์ สิมะโชคดี และ วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2547) ศึกษาเรื่องความตระหนักถึงความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน พบว่าการทำงานในแต่ละองค์กรย่อมมีความปลอดภัยในการทำงานที่ต่างกันขึ้นอยู่กับ การบริหารจัดการเรื่องความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ คือ ความตระหนักถึงความปลอดภัยในการดำเนินกิจการให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานในองค์กรเพิ่มขึ้น ทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น ต้นทุน การผลิตลดลง กำไรมากขึ้น

และลดความสูญเสียจากการเกิดอุบัติเหตุ ในการทำงาน การปราศจากภัยอันตรายต่างๆซึ่งในทางปฏิบัติไม่สามารถขจัดความเสี่ยงหรือภัยอันตรายได้โดย ลื่นเชิง

7.2 การแต่งกายให้เหมาะสม ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายด้านการแต่งกายให้เหมาะสม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพันในระดับ ต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้ใช้บริการควรตระหนักถึงการแต่งกายให้เหมาะสมต่อการออกกำลังกายเนื่องจากสามารถลดการเกิดอุบัติเหตุและได้ทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา ดำรงค์ศักดิ์ (2544) ศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า การแต่งกายให้เหมาะสมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ โดยความเป็นรูปธรรมที่เห็นได้ชัดเจนของการบริการ สามารถให้ความสะดวกสบายในรูปแบบการสัมผัส จับต้องได้ เช่น ลักษณะบุคลิกภาพและการแต่งกายของผู้ให้บริการ เนื่องจากการแต่งกายสามารถบ่งบอกได้ถึงอาชีพที่ทำ ทำให้ผู้เข้าใช้บริการสามารถเชื่อถือได้และทำให้ผู้ใช้บริการมั่นใจในสถานที่มากขึ้น

7.3 ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคนส่วนใหญ่มักมองข้ามประโยชน์ของการออกกำลังกาย เพราะคิดว่าการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะทำให้เกิดการปวดเมื่อยร่างกาย เกิดการบาดเจ็บได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย ลีทองอิน (2550) ศึกษาเรื่อง ประโยชน์ของการออกกำลังกายต่อสุขภาพ พบว่าการออกกำลังกายช่วยทำให้สุขภาพดีขึ้น ช่วยเสริมสร้างสมรรถภาพให้ร่างกาย ทำให้บุคลิกภาพท่าทางและการทรงตัวที่ดี ทำให้ผ่อนคลาย ลดความเครียด และลดความซึมเศร้า เนื่องจากการออกกำลังกายจะทำให้อวัยวะและระบบต่างๆ ของร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น เมื่อมีการออกกำลังกายกล้ามเนื้อจะมีการหดตัว มีความแข็งแรง มีกำลัง และมีความทนทานของกล้ามเนื้อเกิดขึ้น หากมีการออกกำลังกายสม่ำเสมอ กล้ามเนื้อจะมีการเจริญเติบโตขึ้น ทำให้มีร่างกายที่แข็งแรงขึ้น

8. พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เวิร์ส เซ็นเตอร์

8.1 บรรยากาศในการออกกำลังกาย พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย ด้านบรรยากาศในการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิต

เนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการมีบรรยากาศที่ดีไม่ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ออกกำลังกายของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Puresuthee (2563) ศึกษาเรื่อง บรรยากาศในการออกกำลังกายกับโยคะเพื่อลดการนอนไม่หลับ พบว่าบรรยากาศในการออกกำลังกาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ เนื่องจากการมีบรรยากาศที่ดีในการออกกำลังกายนั้นสามารถทำให้การออกกำลังกายเป็นไปในทางที่ดีขึ้น เช่นการเล่นโยคะ ถ้ามีบรรยากาศที่ดีก็จะสามารถช่วยให้ผ่อนคลาย ลดความเครียดลงได้

8.2 ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพัน ด้านการให้รางวัลและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kenny (1996 อ้างใน สรายุทธ เกศโสภาคญะดี, 2558) ศึกษาเรื่อง ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้ใช้บริการในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่าด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ เนื่องจากพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นโดยมีอิทธิพลต่อกัน หรือปฏิภิกิริยาทางสังคมแก่กันมาก คือการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์เป็นการก่อให้เกิดความสนุกในการอยู่กับ ครอบครัว/เพื่อน โดยส่วนใหญ่การตอบสนองของแต่ละบุคคลก็มีความแตกต่างกันออกไปซึ่งผู้ที่บุคคลนั้นๆ มีปฏิสัมพันธ์ด้วยอาจจะแสดงถึงระดับของความสัมพันธ์เมื่อพวกเขามีการตอบสนองกลับมาด้วย ซึ่งการตอบสนองดังกล่าว เรียกว่าผลของผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย (Partner's Effect)

8.3 ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า พฤติกรรมและประสบการณ์การออกกำลังกาย ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยด้านความผูกพัน มีความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมากในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความมั่นใจสามารถสร้างขึ้นจากการที่เรามีครูฝึกส่วนตัว เพราะครูฝึกส่วนตัวทำให้เรามีวินัยในการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอเพราะการออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกวัย ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้มีการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องเพื่อสุขภาพและรูปร่างที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิทักษ์พงษ์ บัญญัติ (2547) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกายและการรับรู้อุปสรรคของการออกกำลังกายกับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ตำบลสามพร้าว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่าความมั่นใจแก่ลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็น

เตอร์ในระดับที่ต่ำมาก เนื่องจากการออกกำลังกายจะส่งผลดีต่อร่างกายมากกว่าผลเสีย จึงส่งผลให้บุคคลเหล่านี้มีการออกกำลังกายมากขึ้น การออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกวัย ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและปฏิบัติเป็นแบบแผนในการดำรงชีวิตประจำวัน เพื่อให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผลจากการวิจัย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ในเรื่องของเพศ โดยพบว่า ผู้เข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์สเพศหญิงมีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านการให้รางวัล มากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงจะมีความทะเยอทะยานในการต้องการได้รับรางวัลและมุ่งมั่นมากกว่าเพศชายและมีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ในการออกกำลังกายให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจากเพศชายออกกำลังกายไม่ได้เน้นการได้รับรางวัลแต่จะเน้นการออกกำลังกายเพื่อสร้างกล้ามเนื้อและ เพศหญิงต้องใช้เวลาในการดูแลรับผิดชอบเรื่องครอบครัวและเรื่องส่วนตัว จึงไม่มีเวลาที่จะออกกำลังกาย ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาในธุรกิจฟิตเนส เซ็นเตอร์ควรให้ความสำคัญแก่ลูกค้า เพศหญิงโดยการใส่ใจดูแลผู้ใช้บริการเพศหญิง ตกแต่งสถานที่ให้ดูวัยรุ่น ทันสมัย มีเครื่องเล่นและคลาสที่แปลกใหม่ หลากหลาย

เรื่องของอาชีพ โดยพบว่าอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านความผูกพัน มากกว่าอาชีพอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ยังสนใจในเรื่องของการรักสวยรักงาม ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ในส่วนของอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส ด้านการให้รางวัลมากกว่าอาชีพอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มองหาในเรื่องของการจัดกิจกรรมต่างๆในฟิตเนส เพื่อให้ได้รับรางวัลทำเป็นสิ่งตอบแทน

จากการศึกษาความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ด้านการแต่งกายให้เหมาะสม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพันในระดับ ต่ำมาก ดังนั้นครูฝึกส่วนตัวควรให้คำแนะนำเกี่ยวกับการแต่งกายให้เหมาะสมแก่ผู้ใช้บริการ จะได้ลดการเกิดการบาดเจ็บในขณะที่ออกกำลังกาย และยังสามารถสร้างความมั่นใจในการออกกำลังกายแก่ผู้ใช้บริการ

1. จากการศึกษากฎติกรรมและประสบการณ์ ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ด้านความผูกพันในระดับ ต่ำมาก ดังนั้นการที่ผู้ใช้บริการจะเกิดความมั่นใจในฟิตเนส เฟิร์ส ครูฝึกส่วนตัวต้องทำให้ผู้ใช้บริการมั่นใจในการบริการ โดยแสดงความเป็นมืออาชีพ บริการด้วยความสุจริต สุขภาพ และ

ดูแลเอาใจใส่ ไม่ทำให้เกิดการบาดเจ็บ ถ้าครูฝึกส่วนตัวสามารถทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจ ผู้ใช้บริการก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลสรุปการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เพิร์ส เซ็นเตอร์ เท่านั้น เพื่อประโยชน์ที่ดีขึ้นอาจมีการขยายผลการวิจัยไปยังผู้ประกอบการฟิตเนสรายอื่น เพื่อเป็นแนวทางให้ฟิตเนสอื่นสามารถนำแนวทางไปปรับปรุง และพัฒนาภายในฟิตเนสให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2. ควรศึกษากับตัวแปรปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษาอยู่ โดยจะนำผลวิจัยมาใช้ในการออกแบบปรับปรุง พัฒนา สร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ และต่อยอดขยายธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างสูงสุด และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจฟิตเนส เซ็นเตอร์ได้

3. ควรขยายขอบเขตของงานวิจัยให้กว้างขึ้นถึงผู้ใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ในต่างจังหวัด เพื่อให้ข้อมูลสามารถเข้าใจถึงความต้องการของประชากรที่ใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์อย่างทั่วถึง

4. ควรมีการศึกษาวิจัยที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ เพื่อจะได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งจะสามารถได้ผลการวิจัยที่ชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- BrandAgeOnline. (2019). ผู้นำในตลาดฟิตเนสเซ็นเตอร์. สืบค้นจาก <https://www.fitnessfirst.co.th/>
- Yamane, T. (1973). Statistics: An Introductory Analysis (3rd ed). New York: Harper and Row Publications.
- Chen. (2012). ทฤษฎีเกี่ยวกับประสบการณ์.
- CHUBB. (2562). ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม <https://www.chubb.com/th-th/chubblifebalance/stay-motivated-to-exercise.html>
- Cooper. (1981). การออกกำลังกายส่งผลต่อสุขภาพ.
- Fitnessfirst. (27 กันยายน 2563).
- FitnessFirst. (2561a). ฟิตเนส เฟิร์สสาขาทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <https://www.fitnessfirst.co.th/>
- Fitnessfirst. (2561b). สาขาในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <https://www.fitnessfirst.co.th/>
- Fitnessfirst. (2561c). ข้อมูลฝ่ายการตลาดของฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์. สืบค้นจาก <https://www.fitnessfirst.co.th/>
- Gonçalves, M. C. (2016). ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในฟิตเนสคลับ: ศึกษาเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการประจำสัปดาห์ ความคาดหวัง ความพึงพอใจและการรักษา ลูกค้า.
- Loh, K. (2016). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความภักดี.
- Oliver. (2016). ความหมายของความภักดี.
- Paffenbarger et al. (อ้างถึงใน เบญจมาศจรรยาวัฒน์นันท์, 2544). การออกกำลังกายในการส่งเสริมสุขภาพ. มหาวิทยาลัยราชภัฏ.
- Parasuraman Zeithaml & Berry. (1988). ความปลอดภัย. *SERVQUAL : A Multiple – Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality.* , 12-40.
- Pine Gilmore. (2016). ทฤษฎีเกี่ยวกับประสบการณ์. UniversityPress Harvard, Harvard.
- Puresuthee. (2563). บรรยากาศในการออกกำลังกาย. สืบค้นจาก <https://puresutheeyoga.com/tag/%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B2%E0%B8%87%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A8/>

- Sevier, อ. ศ. (2541). การออกกำลังกาย.
- Suhartanto, K. (2003). ความจงรักภักดีของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญ ของความสำเร็จของธุรกิจ.
- Suwono&Sihombing. (2016). ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของศูนย์ออกกำลังกายของลูกค้า.
- Wicaksono&Aprianingsih. (2016). ศึกษาผลกระทบของคุณภาพการบริการกับความจงรักภักดีของสมาชิก.
- Yee, Y. L. (2013). ศึกษาแรงผลักดันความพึงพอใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมฟิตเนสคลับ.
- Zeithaml. (1988). นิยามศัพท์เฉพาะความภักดีต่อการใช้บริการ ฟิตเนส เฟิร์สเซ็นเตอร์
- Zhang&Li. (2013). ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจสุขภาพและฟิตเนสคลับ
- เฉลิมชัย ชัยกิตติภรณ์. (2543). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการบริหารงานความปลอดภัย (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- โชคชัย บุเสมอ. (2542). กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- กรมพลศึกษา. (2538). ประโยชน์ของการออกกำลังกาย. <https://www.dpe.go.th/manual-preview-431691791793>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย. ((ปริญญาานิพนธ์ปริญญาดุชะฎีบัณฑิต)). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ชินษฐา พูลสวัสดิ์. (2527). ประโยชน์ของการออกกำลังกาย. (วิทยานิพนธ์ (ค.ม.)). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/17594>
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2548). นิยามศัพท์ของประชากรศาสตร์. ภาควิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างเฉพาะแต่ละบุคคล. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ชูศักดิ์ เวชแพศย์. (2519). ความสำคัญของการออกกำลังกาย. กรุงเทพฯ.
- ดำรง กิจกุล. (2540). การส่งเสริมสุขภาพ. กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์.
- ธันส์ถ์ เกษมไชยยานนท์. (2544). ความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- บุญออดุษฐ์รัตน์, อ. (2550). พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ.
- ประวีตร เจนวรรณะกุล. (2553). ความหมายของความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/CU.res.2010.66

ปราณี เขียมละอองภักดี. (2558). ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2
พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542). ความหมายของความรู้.
พรพิณ ประกายสันติสุข. (2550). แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์. (อาจารย์ที่ปรึกษาสาร
นิพนธ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
ยอดคำ, ม. (2545). นิยามศัพท์เฉพาะด้านพฤติกรรมและประสพการณ์.
รองศาสตราจารย์แพทย์อภิชาติ อัสวมงคลกุล. (2553). ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย.

<https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=398>

วงศ์คำมูล, น. (2558). ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายฟิตเนส เซ็นเตอร์ใน
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). นิยามศัพท์ของประชากรศาสตร์. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.
วรศักดิ์ เพียรชอบ. (2525). ความหมายเกี่ยวกับความรู้ของการออกกำลังกาย.
วิฑูรย์ สิมะโชคดี และ วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2547). ความหมายของความปลอดภัย ความ
ปลอดภัยในโรงงาน (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ.
วิทยา อยู่สุข. (2544). ความหมายของความปลอดภัย. คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล,
กรุงเทพฯ
วีระสัมฤทธิ์, ว. (2553). นักการตลาดควรให้ความสนใจเกี่ยวกับแนวคิดความภักดี.
ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). ลักษณะประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
สมชาย ลีทองอิน. (2543). การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ. กรุงเทพฯ: กรมอนามัย กระทรวง
สาธารณสุข.
สมชาย ลีทองอิน. (2550). บทสรุปของการออกกำลังกาย.

<https://www.sukumvithospital.com/healthcontent.php?id=49>

สมถวิล ผลสอาด. (2557). ความหมายของความรู้. (งานนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย
บูรพา, ฉะเชิงเทรา.
สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2529). จิตวิทยาการจัดการพฤติกรรมมนุษย์. นครปฐม: มหาวิทยาลัย
ศิลปากร
อลิศรา กฤษมา. (2560). ความหมายของความรู้. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยมหิดล, ชลบุรี.

อุดมศิลป์ ศรีแสงนาม. (2559). ประเภทของการออกกำลังกาย. กรุงเทพฯ.







แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย และด้านพฤติกรรม และประสบการณ์กับความภักดีที่มีผลต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ในเขต กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวิจัย เรื่อง “ปัจจัยด้านความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. แบบสอบถามทั้งหมดแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ
ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย
ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์
ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้ฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์
3. โดยข้อมูลที่ได้จากคำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และจะถูกเก็บไว้เป็นความลับซึ่งจะนำเสนอเพียงในภาพรวมเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

(1) เพศ

ชาย

หญิง

(2) อายุ

18 – 22 ปี

23 – 38 ปี

39 - 54 ปี

55 ปีขึ้นไป

(3) สถานภาพ

โสด

สมรส / อยู่ด้วยกัน

หม้าย / หย่าร้าง /

แยกกันอยู่

(4) ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย
ตรี

ปวส. / อนุปริญญา

ปริญญา

สูงกว่าปริญญาตรี

(5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท
บาท

10,001 – 30,000 บาท

30,001 – 50,000

50,001 – 70,000 บาท

70,001 บาทขึ้นไป

(6) อาชีพ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน/ นิสิต/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน/แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ) |

(7) โรคประจำตัว

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> ไม่มี |
|-----------------------------|--------------------------------|



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ซึ่งประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 9 ข้อ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นหรือการปฏิบัติของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว โดยดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความปลอดภัย					
1. การทำความสะอาดอุปกรณ์เป็นประจำสามารถป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และโรคอื่นๆ					
2. ท่านคิดว่าควรมีกล้องวงจรปิดหลายจุดเพื่อความปลอดภัยต่อลูกค้าในฟิตเนส เฟิร์สทุกสาขา					
3. ท่านคิดว่าควรมีป้ายบอกท่าเล่นที่ถูกต้องเพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการ					
การแต่งกายให้เหมาะสม					
4. ท่านคิดว่าการแต่งกายให้เข้ากับการออกกำลังกายสามารถช่วยให้การออกกำลังกายของท่านดีขึ้น					
5. ท่านคิดว่าการแต่งกายให้เหมาะสมช่วยให้ท่านมีความมั่นใจในการออกกำลังกาย					
6. ท่านคิดว่าพนักงานฟิตเนส เฟิร์สแต่งกายเหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน					

ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกาย					
7. ท่านคิดว่าการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะช่วยลดการเกิดโรคภัยต่างๆ					
8. ท่านคิดว่าการออกกำลังกายจะช่วยให้ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น					
9. ท่านคิดว่าการออกกำลังกายทำให้ผ่อนคลายและลดความเครียด					



ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ ซึ่งประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 9 ข้อ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นหรือการปฏิบัติของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว โดยดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

พฤติกรรมและประสบการณ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
บรรยากาศในการออกกำลังกาย					
1. ท่านคิดว่าการมีแสงสว่างเพียงพอสามารถช่วยให้การออกกำลังกายดีขึ้น					
2. ฟิตเนส เฟิร์ส สาขาที่ท่านเล่นมีเสียงเพลงเข้ากับบรรยากาศของการออกกำลังกาย					
3. ฟิตเนส เฟิร์ส สาขาที่ท่านเล่นมีพื้นที่เพียงพอไม่แออัดเกินไป					
ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม					
4. ท่านคิดว่าการมาออกกำลังกายทำให้ได้เจอเพื่อนใหม่ๆ					
5. ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการออกกำลังกายหรือนำวิธีการออกกำลังกาย					
6. การออกกำลังกายที่ฟิตเนส เฟิร์สเป็นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ					

พฤติกรรมและประสบการณ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า					
7. ท่านคิดว่าพนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญในการออกกำลังกายและสามารถให้คำแนะนำได้					
8. ท่านคิดว่าพนักงานฟิตเนส เฟิร์สสาขาที่ท่านเล่นอยู่มีมารยาทดีและสุภาพในการบริการ					
9. พนักงานไม่ควรเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า					



ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เซ็นเตอร์ ซึ่งประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 9 ข้อ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นหรือการปฏิบัติของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว โดยดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความผูกผัน					
1. ท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะใช้บริการฟิตเนส เฟิร์ส เท่านั้น					
2. ท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะต่ออายุสมาชิกกับทางฟิตเนส เฟิร์ส					
3. ท่านรู้สึกประทับใจและมีความเชื่อมั่นต่อฟิตเนส เฟิร์ส					
ด้านการให้รางวัล					
4. ท่านชอบโปรโมชั่นเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ให้กับสมาชิกทุกเดือน					
5. ท่านคิดว่าการให้รางวัลแก่เทรนเนอร์จะสามารถเพิ่มกำลังใจในการทำงานได้					
6. ท่านคิดว่าควรมีการให้รางวัลกับสมาชิกที่ซื้อคลาสผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer: PT)					

ความภักดีต่อการเข้าใช้บริการฟิตเนส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ					
7. ท่านคิดว่าพนักงานมีความจริงใจและตั้งใจในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในฟิตเนส					
8. ท่านคิดว่าพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ					
9. ท่านคิดว่าท่านได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการของท่านที่ฟิตเนส เฟิร์ส					

ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม





ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ

ตำแหน่งและสถานที่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ
ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร. ณัฏฐพัชร มณีโรจน์
อาจารย์ประจำ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	วีรียา นานา
วัน เดือน ปี เกิด	17 เมษายน 2539
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร

