

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยทาง การตลาดและเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย แคลิฟอร์เนีย ว้าว ในเขต กรุงเทพมหานคร

#### วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

กลุ่มตัวอย่างที่ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ที่ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายแคลิฟอร์เนียว้าวใน เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือก ตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ ข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ใน การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้แบบไคสแควร์ (Chi – Square Test) ใช้สถิติ ทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติ ทดสอบหาความแตกต่าง ค่าเอฟ (F-test) ในกรณีเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป หรือ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way – ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างโดยการ เปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีความ แตกต่างกัน และใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้แบบเพียร์สันไคสแควร์

(Pearson Chi – Square)

#### ผลการศึกษาค้นคว้า

ข้อมูลทางปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย อายุ ระหว่าง 20- 30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน และมีรายได้ 15,000 - 20,000 บาท

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ความถี่การใช้บริการ 1-2 ครั้ง ส่วนใหญ่มาใช้บริการในวันพุธในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ซึ่งใช้เวลามากกว่า 1 ชั่วโมง โดยมาใช้บริการกับเพื่อนซึ่งตัวเองเป็นผู้เชิญชวนมาให้มาใช้บริการ และกิจกรรมขอใช้บริการคืออื่นๆ เช่น เล่นอุปกรณ์ในยิมส์ ปั่นจักรยาน บอดีคอมเบท เป็นต้น

จากข้อมูลทางด้านปัจจัยทางด้านการตลาด พบว่า ด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ ด้านราคา มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านของการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการขาย ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายแคลิฟอร์เนีย ว้าว พบว่า เพศเป็นอิสระกับพฤติกรรมการใช้บริการ ซึ่งอายุไม่เป็นอิสระกับระยะเวลาที่มาใช้บริการและผู้เชิญชวนให้มาเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย ส่วนอาชีพและรายได้ไม่เป็นอิสระความถี่ในการมาใช้บริการ ช่วงวันที่มาใช้บริการ และระยะเวลาที่มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษานี้วิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อยุทธศาสตร์ด้านการตลาด พบว่า เพศและอายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อยุทธศาสตร์การตลาดไม่แตกต่างกันโดยที่อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อยุทธศาสตร์ด้านการตลาดแตกต่างกันทางด้านส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย

ซึ่งจากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายแคลิฟอร์เนีย ว้าว พบว่าด้านการบริการและลักษณะของผลิตภัณฑ์ไม่เป็นอิสระกับความถี่ในการไปใช้บริการและระยะเวลาที่มาใช้บริการ ส่วนด้านราคาเป็นอิสระกับพฤติกรรมการใช้บริการ โดยที่ด้านช่องทางจัดจำหน่ายไม่เป็นอิสระกับช่วงเวลา ระยะเวลาและผู้เชิญชวนให้มาเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย และด้านส่งเสริมการขายไม่เป็นอิสระกับระยะเวลาที่มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05