

ปัจจัยการเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

HEALTH CLUB USING SELECTION FACTORS OF THE ELDERLY CONSUMERS
IN BANGKOK METROPOLIS

จุฑารัตน์ ปรีวงศ์กุลธร 5336767 SHSM/M

ศศ.ม. (การจัดการการกีฬา)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : เรืองฤทธิ์ อุปะนาละ อัมพข, D.B.A, ประเสริฐไชย สุขสาอด,
ก.ค., กมลพร สอนศรี, D.P.A.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ1.ศึกษาปัจจัยการเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายใน ทูรฟิตเนสเซนเตอร์ แคลิฟอร์เนียฟิตเนสเซนเตอร์ ฟิตเนสเฟิร์สเฮลคลับ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีเครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกาย ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ “t-test” และ “One-way ANOVA” ในการตรวจสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครโดยคำนึงถึงปัจจัยการตลาดได้แก่ ด้านบริการของผู้บริโภค,ด้านราคา,ด้านความสะดวกสบาย ด้านการสื่อสารทางการตลาด อยู่ในระดับมาก ทดสอบสมมติฐานเป็นรายข้อดังนี้ 1.ปัจจัยการเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันตามเพศ อายุ สถานภาพสมชิก ระยะเวลาและ ความถี่ในการออกกำลังกายอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ0.05 2.ปัจจัยการเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยคำนึงถึงปัจจัยทางการตลาดระหว่างรายได้แตกต่างกันตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญมากที่สุดคือปัจจัยด้านความสะดวกสบายผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุให้ได้มากที่สุด และคำนึงถึงผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้สูงอายุเพื่อที่จะทำให้อายุยืนยาวในเขตกรุงเทพมหานครทำให้ผู้สูงอายุใช้บริการมากที่สุด

คำสำคัญ : ผู้สูงอายุ / ศูนย์ออกกำลังกาย / พฤติกรรมผู้บริโภค

HEALTH CLUB USING SELECTION FACTORS OF THE ELDERLY CONSUMERS IN BANGKOK METROPOLIS

CHUTHARAT PARIWONGKULTORN 5336767 SHSM/M

M.A. (SPORTS MANAGEMENT)

THESIS ADVISORSY COMMITTEE: RUANGRIT UPALANALA UMPUJH, D.B.A.,
PRASERTCHAI SUKSA-ARD, Ph.D., GAMOLPORN SONSRI, D.P.A.,

ABSTRACT

The objectives of this research were, 1) to study a Health Club using Selection Factors of the Elderly Consumers in Bangkok Metropolis , 2) to compare Health Club using Selection Factors of the Elderly Consumers in Bangkok Metropolis . The sampling group consists of 384 Elderly Consumers in Bangkok Metropolis in the True Fitness Center, California Fitness Center, and Fitness First Health Clubs in The Bangkok Region. This research used a survey . The research tool is a set of questionnaires in a checklist and a rating scale from Elderly Consumers in Bangkok Metropolis Statistics results include percentage, mean, t-test, and One-way ANOVA

The research results can be summarized as follows: Health Club using the Selection Factors of the Elderly Consumers in Bangkok Metropolis by the marketing factor, satisfaction and the following Hypothesis

1. Health Club using Selection Factors of the Elderly Consumers in Bangkok Metropolis is not differentiated by gender, age, membership duration or frequency of exercise at a statistic significance level of 0.05.

2. Health Club using Selection Factors of the Elderly Consumers in Bangkok Metropolis is by the marketing factor between different incomes at a statistic significance level of 0.05

Recommendations for the research selection of Health Club using selection factors of the Elderly Consumers in Bangkok Metropolis is that the most important factor is the convenience. Center managers should focus on the convenience of exercise and respond to the Elderly Consumers in Bangkok Metropolis.

KEY WORDS : ELDERLY / HEALTH CLUB/ CONSUMERS

163 pages