บทคัดย่อ

วิชา บธ.851: วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ HILLSIDE FITNESS CENTER
จัดทำโดย	: นางสาว ช่อผกา สารเงิน
อาจารย์ที่ปรึกษา	: อ. จิระ คำบุญเรือง
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2547
จำนวนหน้า	: 74 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ HILLSIDE FITNESS CENTER เพื่อเป็นแนวทางในการนำแนวความคิด และผลจากการศึกษาที่ได้ ไปเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ ในการวางแผนการตลาด และวางกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการของ HILLSIDE FITNESS CENTER การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) จำนวน 200 ตัวอย่าง เป็นตัวอย่างที่เลือกเข้ามาเป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสถิติ และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-test)

การศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 16-25 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท พฤติกรรมการเลือกใช้บริการส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีสถานะภาพเป็นสมาชิก ประเภทสมาชิกบุคคล 1 ปี ใช้บริการประเภทบริหารกล้ามเนื้อ จุดประสงค์ในการใช้บริการคือ ให้ร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ ตัดสินใจเลือกใช้ด้วยตนเองมากับเพื่อน ช่วงเวลาที่มาใช้บริการคือช่วงเย็น 17.01-21.00 น. ส่วนใหญ่มาใช้บริการในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และเคยใช้บริการจากที่อื่นมาก่อน ผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิกส่วนใหญ่มาใช้บริการทุกวันและผู้ใช้บริการที่ไม่เป็นสมาชิกส่วนใหญ่มาใช้บริการ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีระยะเวลาที่ใช้ในการบริการ 1 – 2 ชั่วโมง

PAYAP UNIVERSITY

การศึกษาปัจจัยทางการตลาด พบว่าผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดทั้งหมดในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ การทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยทางด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการของ HILLSIDE FITNESS CENTERไม่แตกต่างกัน จำแนกตามตามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกและไม่ได้เป็นสมาชิก ส่วนปัจจัยทางด้านราคา และสถานที่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการของ HILLSIDE FITNESS CENTER แตกต่างกัน จำแนกตามตามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกและไม่ได้เป็นสมาชิก

PAYAP UNIVERSITY