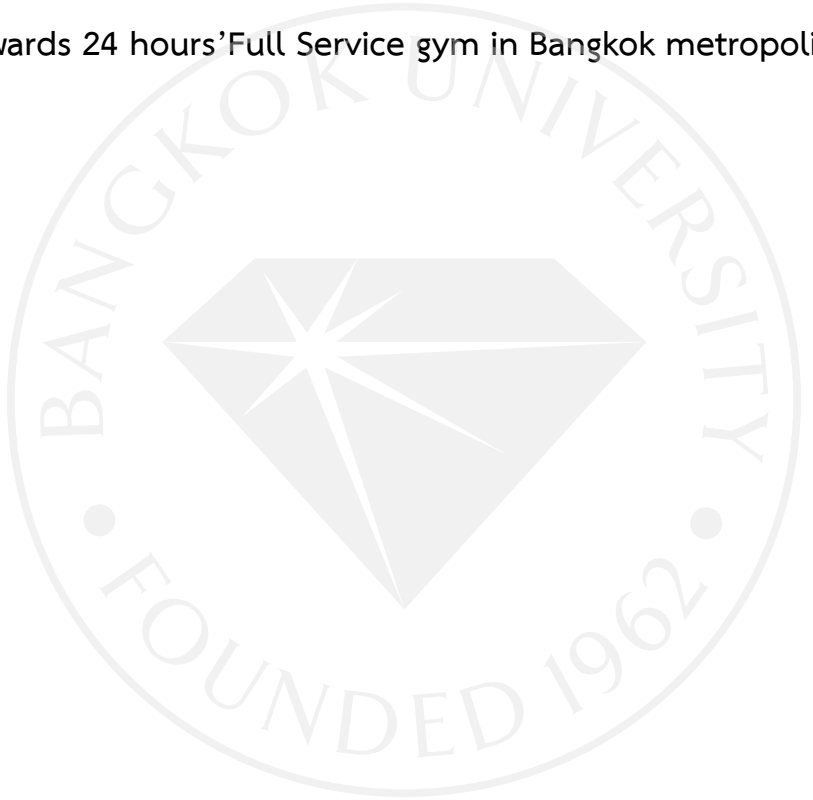
การับรู้ประโยชน์และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Perceived Benefits and Social Values Affecting Customer's' Decision towards 24 hours'Full Service gym in Bangkok metropolitian area



การับรู้ประโยชน์และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Perceived Benefits and Social Values Affecting Customer's' Decision towards 24 hours'Full Service gym in Bangkok metropolitian area

อรุณรัตน์ วิละรัตน์

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนของหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561

© 2563
อรุณรัตน์ วิละรัตน์
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง การรับรู้ประโยชน์และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย อรุณรัตน์ วิละรัตน์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา .....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐณิชา ณ นคร)

ผู้เชี่ยวชาญ .....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันทน์ พรหมสุวรรณ)

.....
(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
6 กุมภาพันธ์ 2563

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

อรุณรัตน์ วิละรัตน์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กุมภาพันธ์ 2563, บัณฑิตวิยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
การับรู้ประโยชน์และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (66 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐณิชา ณ นคร

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การับรู้ประโยชน์ และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจใช้สถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24ชั่วโมง และศึกษาถึงค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

วิธีการศึกษาในครั้งนี้มีตัวแปรอิสระคือ การรับรู้ประโยชน์ และค่านิยมทางสังคม โดยค่านิยมทางสังคมถูกจำแนกเป็น (1) ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ (2) ค่านิยมมีลักษณะเป็นอารมณ์ (3) ค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม และมีตัวแปรตาม คือการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม กับกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและ บุคคลวัยทำงานที่ใช้บริการสถานออกกำลังกาย จำนวน 150 คน และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และค่านิยมทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ยี่สิบสี่ชั่วโมง, ค่านิยม, การรับรู้ประโยชน์, สถานออกกำลังกาย

Wilarat, A. M.B.A., February 2020, Graduate School, Bangkok University.
Perceived Benefits and Social Values Affecting Customer's' Decision towards 24 hours'Full Service gym in Bangkok metropolitian area. (66 pp.)
Advisor: Asst. Prof. Natthanicha Nakorn, Ph.D.

ABSTRACT

Perceived Benefits and Social Values Affecting Customer's' Decision towards 24 hours'Full Service gym in Bangkok metropolitian area. The objective is to study the needs of consumers towards the decision towards a full-service gym that is open 24 hours a day. And study the social values that affect the decision to choose a full service gym that is open 24 hours a day.

This study method has independent variables which are Recognition of benefits And social values The social values are classified as (1) Values are cognitive characteristics (2) Emotional Values (3) Values have components of behavior And with dependent variables Is the decision to use a full service gym that is open 24 hours a day Data were collected by questionnaires. With a group of 150 students and working people who use the service of the gym and have analyzed the data quantitatively The statistics used are percentage, average, standard deviation. Simple regression analysis and Multiple regression analysis

The results of the research revealed that the perceived benefits factors And social values that influence the decision to use the complete 24-hour fitness center of the consumer groups in Bangkok With statistical significance at the level of 0.05

Keywords: Twenty Four Hours, Values, Perceived Benefits, Fitness Centers

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐณิชา ณ นคร อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างสูงสำหรับการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ จนการดำเนินงานวิจัยฉบับนี้เกิดความสมบูรณ์ และสำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ ที่นี้

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา บุคคลสำคัญซึ่งเป็นผู้มอบความรักและกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา ตลอดจนผู้มีพระคุณท่านอื่น ๆ ที่คอยช่วยให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา และให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยมาโดยตลอด จนวิจัยฉบับนี้สามารถเสร็จสมบูรณ์ลงได้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการศึกษาถึงปัจจัยด้านความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจใช้สินค้า บริการ หรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ต่อไป

อรุณรัตน์ วิละรัตน์

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4 วัตถุประสงค์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเรื่องการรับรู้ประโยชน์	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเรื่องค่านิยมทางสังคม	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเรื่องการตัดสินใจ	17
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.5 สมมติฐานการวิจัย	23
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	24
3.2 กลุ่มประชากรและสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	24
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	26
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	28
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	33
3.6 วิธีการทางสถิติ	33
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	
4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น ๆ	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน/ผลการทดสอบสมมติฐาน	47
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลด้านข้อมูลเชิงประชากร	50
5.2 สรุปผลด้านข้อมูลเชิงสถิติ	51
5.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	53
5.4 อภิปรายผลการวิจัย	53
5.5 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	54
5.6 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	55
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	59
ประวัติผู้เขียน	66
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1.1:	สัดส่วนการกระจายตัวของธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทย	4
ตารางที่ 3.1:	รายละเอียดค่าที่เลือกใช้ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยโปรแกรม G*Power	25
ตารางที่ 3.2:	รายละเอียดของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	26
ตารางที่ 3.3:	ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแบบสอบถาม	30
ตารางที่ 3.4:	การคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น	33
ตารางที่ 4.1:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	36
ตารางที่ 4.2:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	36
ตารางที่ 4.3:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	37
ตารางที่ 4.4:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	37
ตารางที่ 4.5:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	38
ตารางที่ 4.6:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย	39
ตารางที่ 4.7:	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการรับรู้ประโยชน์	40
ตารางที่ 4.8:	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ	41
ตารางที่ 4.9:	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์	43
ตารางที่ 4.10:	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม	44
ตารางที่ 4.11:	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง	46
ตารางที่ 4.12:	แสดงการทดสอบตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถาออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.13:	แสดงการทดสอบค่าความนิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร ในรายด้าน	48
ตารางที่ 4.14:	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง	49

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1:	จำนวนของธุรกิจฟิตเนสที่ก่อตั้งใหม่	2
ภาพที่ 1.2:	จำนวนทุนจดทะเบียนของธุรกิจฟิตเนสตั้งใหม่	3
ภาพที่ 1.3:	จำนวนธุรกิจที่ยังเปิดให้บริการและมูลค่าทุน	4
ภาพที่ 2.1:	การประมวลผลข้อมูลและกระบวนการในการรับรู้	10
ภาพที่ 2.2:	แบบจำลองกระบวนการรับรู้	10
ภาพที่ 2.3:	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	19
ภาพที่ 2.4:	การรับรู้ประโยชน์และค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง	23
ภาพที่ 3.1:	การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power ในการคำนวณ	26
ภาพที่ 3.2:	การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นในการใช้แบบสอบถามด้วยโปรแกรม PSPP	29

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

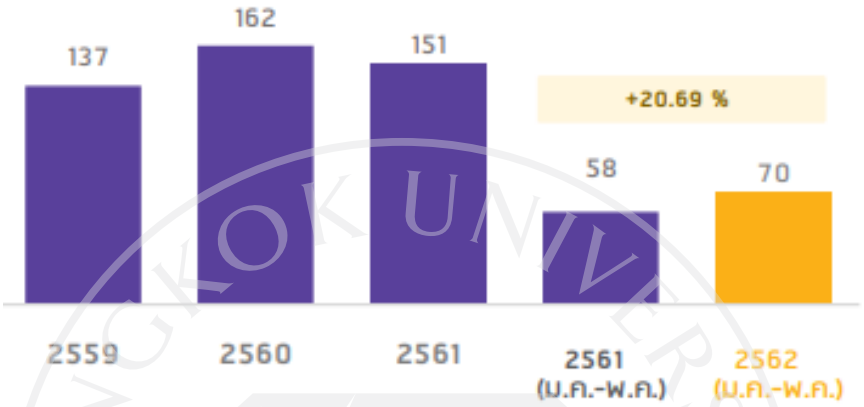
ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าคนไทยเริ่มหันมาดูแลสุขภาพและรูปร่างของตนเองกันมากขึ้น ทั้งจากกระแสค่าความนิยมทางสังคม และความต้องการที่จะดูแลสุภาพของตนเองให้แข็งแรงสมบูรณ์เพื่อต่อสู่กับมลพิษที่มีมากขึ้นตามวิวัฒนาการของโลก และการเจริญเติบโตของประเทศ รวมถึงโรคภัยที่เกิดขึ้นจากเชื้อไวรัสสายพันธ์ใหม่ ๆ ที่สามารถเข้ามาทำร้ายและส่งผลกระทบต่อร่างกายของคนเราได้ตลอดเวลา การดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ดีที่จะช่วยเป็นเกาะป้องกันไม่ให้ภัยคุกคามที่เรามองไม่เห็นนั้นเข้ามาทำรายร่างกายของเราได้โดยง่าย และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างมหาศาลจากค่ารักษาพยาบาลที่จะเกิดขึ้นเมื่อเจ็บป่วย

นอกเหนือจากประโยชน์ข้างต้นที่เราจะได้รับจากการออกกำลังที่จะทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์แล้ว การออกกำลังกายยังคงให้ประโยชน์ทางอ้อมโดยการให้รูปร่าง สัดส่วนที่ดี ช่วยให้กล้ามเนื้อและร่างกายประชับไม่มีไขมันส่วนเกินซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของโรคภัยไขเจ็บ คนส่วนมากนิยมที่จะออกกำลังกายเพื่อต้องการให้ตนเองมีรูปร่าง สัดส่วนที่ดี ตามกระแสนิยม โดยเราจะเห็นได้จากดารา นักแสดง ในปัจจุบันที่เราคุ้นเคยทางหน้าโทรทัศน์ ทุกคนล้วนมีไลฟ์สไตล์ที่จะต้องออกกำลังกายและมีรูปร่าง สัดส่วนที่เป็นที่กล่าวถึงในโลกออนไลน์

ตลาดฟิตเนสเซ็นเตอร์และสินค้าที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยปัจจุบันเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในปี 2018 มีมูลค่าการเติบโตรวมกันมากถึงหลักแสนล้านบาท (“ค่ารักษาพยาบาลสูง”, 2561) ฟิตเนสเซ็นเตอร์กลายเป็นสถานที่ที่เราสามารถพบได้ง่ายตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ และฟิตเนสขนาดเล็กในรูปแบบคูหา เทรนด์เนอร์ผู้ควบคุมดูแลการออกกำลังกาย เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่หลายๆ คนเลือกใช้เพื่อเป็นผู้ช่วยการวางโปรแกรมการออกกำลังกาย ลดการเกิดอุบัติเหตุที่จะเกิดจากการออกกำลังกาย รวมถึงวางแผนการรับประทานอาหารที่เหมาะสมให้แต่ละบุคคล แต่ด้วยสภาวะและการใช้ชีวิตของคนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ กิน อยู่ไม่ค่อยเป็นเวลา การที่กลุ่มบุคคลดังกล่าวจะเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังสักแห่งหนึ่ง สถานที่นั้นๆ จะต้องตอบโจทย์ความต้องการของพวกเขาเหล่านั้นด้วย บางคนใช้เวลาทั้งวันไปกับการทำงาน จนมืดค่ำ และทำให้มีข้ออ้างกับตัวเองเสมอมาว่าทำงานกว่าจะเสร็จก็ค่ำแล้ว สถานออกกำลังกายก็ปิดกันหมด ทำให้ไม่ได้ออกกำลังกาย ซึ่งคนส่วนใหญ่ที่จะต้องเผชิญกับสิ่งนี้คือบุคคลในกลุ่มพนักงานบริษัทออฟฟิศ เอกชนหากมีสถานออกกำลังกายที่เปิดตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงรองรับการความต้องการออกกำลังกายของพวกเขา ถึงพวกเขาจะทำงานเสร็จดึกดื่นเพียงใด แต่หากมีความต้องการที่จะออกกำลังกาย

เพื่อเป็นการสร้างภูมิต้านทานและทำให้ร่างกายของตนแข็งแรง พวกเขาก็ยังคงมีสถานที่ออกกำลังกายที่เปิดให้บริการและรองรับความต้องการของเขาได้เสมอ

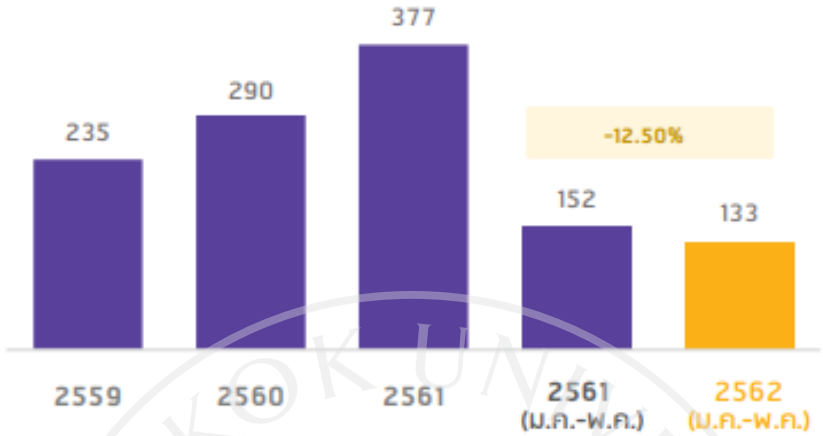
ภาพที 1.1: แสดงจำนวนของธุรกิจฟิตเนสที่ก่อตั้งใหม่



ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *การจดทะเบียนธุรกิจ ประจำเดือนพฤษภาคม 2562 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.* สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469415259.

จากภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นถึงการจัดตั้งธุรกิจฟิตเนสเกิดใหม่ในปี 2562 ในระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม ซึ่งจะเห็นว่ามีธุรกิจฟิตเนสที่เกิดขึ้นใหม่ถึง 70 ราย โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2561 ในช่วงระยะเวลาเดียวกัน คิดเป็นเปอร์เซ็นที่ 20.68% โดยจากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี 2559 – 2561 มีจำนวนตจัดตั้งสถานประกอบการฟิตเนสก่อตั้งใหม่เฉลี่ยอยู่ที่ 150 รายภายในเวลา 3 ปี

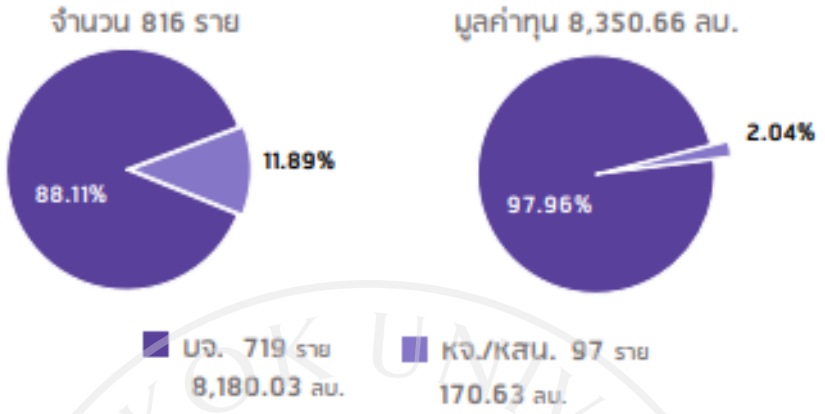
ภาพที 1.2: แสดงจำนวนทุนจดทะเบียนของธุรกิจฟิตเนสตั้งใหม่ (หน่วย : ล้านบาท)



ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *การจดทะเบียนธุรกิจ ประจำเดือนพฤษภาคม 2562 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า*. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469415259.

จากภาพที่ 1.2 แสดงให้เห็นมูลค่าทุนจดทะเบียนของธุรกิจฟิตเนสที่ก่อตั้งใหม่ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559 จนถึงปัจจุบัน โดยในปี 2561 มีมูลค่าทุนจดทะเบียนคิดเป็นมูลค่า 377 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 คิดเป็นจำนวนเงิน 87 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 30% ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเงินลงทุนที่เพิ่มขึ้นในธุรกิจฟิตเนสว่ามีความสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของธุรกิจจัดตั้งใหม่ จากการเติบโตที่มากขึ้นเรื่อยๆ นี้แสดงให้เห็นถึงไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค ซึ่งมักจะต้องการสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของตนเองได้อย่างดีที่สุด เช่น สถานประกอบการที่อยู่ติดกับแนวรถไฟฟ้า การมีสาขาที่ครอบคลุมสามารถเข้าถึงได้ง่าย และความสะดวกสบายในเรื่องของเวลาการเข้าใช้บริการที่สามารถเลือกเข้าใช้บริการเมื่อใดก็ได้ที่เกิดความต้องการอยากเข้าใช้บริการ

ภาพที่ 1.3: แสดงให้จำนวนธุรกิจที่ยังเปิดให้บริการและมูลค่าทุน



ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *การจดทะเบียนธุรกิจ ประจำเดือนพฤษภาคม 2562 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า*. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469415259.

จากภาพที่ 1.3 แสดงให้เห็นถึงจำนวนของธุรกิจฟิตเนสจนถึงวันเดือนพฤษาคม 2562 ที่ยังดำเนินกิจการอยู่ ซึ่งปัจจุบันธุรกิจฟิตเนสที่ยังคงเปิดดำเนินการอยู่มีจำนวนทั้งสิ้น 816 แห่งในปะเทศไทย และมีมูลทุนรวมอยู่ที่ 8,350.66 ล้านบาท สำหรับธุรกิจฟิตเนสที่ยังคงดำเนินการอยู่ในปัจจุบันจะแบ่งเป็นธุรกิจที่เปิดกิจการในรูปแบบของบริษัทจำกัด จำนวน 719 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 88.11 ของธุรกิจฟิตเนสที่เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบันทั้งหมด และมีมูลค่าการลงทุนอยู่ที่ 8,180.03 ล้านบาท

ตารางที่ 1.1: แสดงสัดส่วนการกระจายตัวของธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทย

ที่ตั้งของนิติบุคคล	**จำนวน**		**ทุน**	
	ราย	**%**	**ล้านบาท**	**%**
กรุงเทพมหานคร	340	41.67	5,456.14	65.34
ใต้	174	21.32	532.44	6.38

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): แสดงสัดส่วนการกระจายตัวของธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทย

ที่ตั้งของนิติบุคคล	จำนวน		ทุน	
	ราย	%	ล้านบาท	%
กลาง	113	13.85	1,680.50	20.12
ตะวันออก	72	8.82	415.1	4.97
เหนือ	62	7.6	162.55	1.95
ตะวันออกเฉียงเหนือ	38	4.66	67.83	0.81
ตะวันตก	17	2.08	36.1	0.48
รวม	816		8,350.66	

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *การจดทะเบียนธุรกิจ ประจำเดือนพฤษภาคม 2562 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.* สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469415259.

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนของธุรกิจฟิตเนสและการกระจายตัวของธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทย โดยจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครซึ่งมีจำนวนมากถึง 340 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 41.67 ของจำนวนฟิตเนสทั้งหมดที่เปิดและยังคงดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทย ในจังหวัดกรุงเทพมหานครธุรกิจส่วนใหญ่จะเปิดทำการในบริเวณของเขตวัฒนา จำนวน 46 ราย และในเขตปทุมวัน 24 รายเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมายตัวเมืองชั้นใน

สถานออกกำลังกาย หรือ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ที่เปิดยี่สิบสี่ชั่วโมงเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งที่จะเข้ามาเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มคนวัยทำงาน พนักงานบริษัท ที่ไม่ได้มีเวลาในการใช้ชีวิตที่ตายตัว แต่ก็ยังคงเป็นผู้ความใส่ใจในสุขภาพและรูปร่างของตนเอง ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ที่เปิดตลอดยี่สิบชั่วโมงในไทยเริ่มมีเปิดทำการบางแล้วอย่างแพร่หลายในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ด้วยค่าใช้จ่ายที่ผู้ใช้บริการจะต้องจ่ายที่สูงขึ้นเพื่อแลกกับการเปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง ภายใต้อุปกรณ์การออกกำลังกายที่ยังคงเดิมเหมือนกับฟิตเนสทั่วไป เมื่อเทียบกับฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ต่างประเทศที่มีการเปิดให้บริการยี่สิบสี่ชั่วโมงมาก่อนหน้าหลายปี ด้วยอัตรค่าบริการที่ถูกกว่า เครื่องมืออุปกรณ์การออกกำลังกายที่มีคุณภาพและมีให้เลือกเล่นอย่างหลายแล้ว แนวโน้มทางธุรกิจของฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงในไทยจึงเป็นที่น่าจับตามอง

ปัจจุบันในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีประชากรที่อยู่อาศัยภายในโดยข้อมูลสถิติอยู่ที่ 10,820,921คน(ประมาณจำนวนประชากรทั้งขึ้นทะเบียนราษฎร และไม่ขึ้นทะเบียนราษฎร) ภายใต้พื้นที่ 1,568.737 ตารางกิโลเมตร (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี) มีฟิตเนสเซ็นเตอร์เปิดให้บริการภายในเขตที่รองรับการให้บริการเช่น Fitness First, Joob Joob Fitness, Max Fitness, Fitness 24 Seven, O2 fitness, Anyone Fitness เป็นต้น

วิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึง การับรู้ประโยชน์และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง ของกลุ่มประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครโดยเลือกใช้กลุ่มประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาถึงสาเหตุหลักที่แท้จริงของการตัดสินใจเลือกใช้บริการและแนวโน้มการเติบโตของตลาด

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ประโยชน์

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงการรับรู้ประโยชน์และค่าความนิยมทางสังคมที่จะส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง โดยกำหนดขอบเขตด้านประชากรไว้คือผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจร (ฟิตเนส) ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

1.4.2 ทราบถึงค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

1.4.3 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจบริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

1.5 นิยมศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ฟิตเนส 24 ชั่วโมง หมายถึง สถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด24 ชั่วโมง

1.5.2 ไลฟ์สไตล์ หมายถึง วิถีการดำเนินชีวิตของบุคคล โดยมีพฤติกรรมเป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.5.3 ค่านิยมทางสังคม หมายถึง ทัศนะของคนหรือสังคมที่มีต่อสิ่งของหรืออื่น ๆ ที่ส่งผลต่อบุคคลหรือสังคมที่เลือกที่จะยอมรับและเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี

1.5.4 การับรู้ หมายถึง การจัดการอย่างเป็นระเบียบ ระบบและแปลผลข้อมูลจากประสาทสัมผัสเพื่อใช้เป็นแบบจำลองความเข้าใจข้อมูลหรือโลกรอบ ๆ ตัว

1.5.5 การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์

1.5.6 ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการรับรู้ประโยชน์ และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทบทวนและรวบรวมวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมทางสังคม

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5 สมมติฐาน

2.6 กรอบแนวคิด

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้

2.1.1 นิยามของการรับรู้

บงกช กิตติวาณิชยกุล (2559, หน้า 4) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง กาตีความจาการสัมผัสและการับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการใช้

สิทธิโชค สรานุสันติกุล (2530, หน้า 70) กล่าวว่า การรับรู้ คือกระบวนการที่สิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจต่อสิ่งแวดล้อมด้วยประสาทสัมผัส โดยเริ่มจากการใช้อวัยวะเพื่อสัมผัส และใช้สมองในการจัดระบบการคิดแล้วจึงแปลความหมาย ในขั้นตอนของการแปลความหมาย จะใช้ประสบณ์การในอดีตเป็นพื้นฐานในการช่วยแปลความหมาย

สุภัทรา เฮงวาณิชย์ (2541, หน้า15) กล่าวว่า การรับรู้ คือ การสัมผัสที่สามารถสื่อสาร หรือตีความหมายจากการสัมผัสนั้นได้ จำเป็นต้องที่จะต้องใช้ประสบการณ์หรือข้อมูลเดิม หรือความจัดเจนจากเหตุการณ์จากหนหลัง แต่หากคนๆ นั้นไม่มีความรู้เดิม หรือลืมเรื่องราวเหล่านั้นไปแล้ว ก็จะทำให้ไม่มีการรับรู้ในสิ่ง ๆ นั้น หรือรู้สึกถึงสิ่งนั้น ๆ ได้น้อยลง จะมีก็เพียงแต่ความรู้สึกที่ได้สัมผัสกับสิ่งเร้าเท่านั้น ดังนั้นกระบวนการรับรู้ จึงหมายถึง กระบวนการที่อยู่ในช่วงคาบเกี่ยวระหว่างความรู้ความเข้าใจ การเรียนรู้ การตัดสินใจ และการแสดงพฤติกรรม

สุโท เจริญสุข (2520, หน้า 24) กล่าวว่า การรับรู้ คือ การรู้จัดสิ่งต่างๆ สภาวะต่างๆ ที่เป็นสิ่งเร้าและมาทำปฏิกิริยากับตัวเราเป็นการแปลสัมผัสให้มีความหมายขึ้น เกิดเป็นความรู้เ)พาะตัวขึ้นสำหรับบุคคลนั้น ๆ

ลักขณา สริวัฒน์ (2549) กล่าวว่า การรับรู้ คือกระบวนการที่สิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อมโดยผ่านทางประสาทสัมผัส กระบวนการนี้เริ่มต้นจากการใช้อวัยวะของร่างกายสัมผัสกับสิ่งเร้าและใช้สมองในการจัดระบบสิ่งเร้าใหม่ภายในสมอง จากนั้นจะแปลสิ่งเร้าที่ได้รับจากการสัมผัสว่าสิ่งเร้านั้นคืออะไร ขั้นแปลความหมายนี้อาศัยการใช้ประสบการณ์เก่าเป็นพื้นฐานของการแปลความหมาย

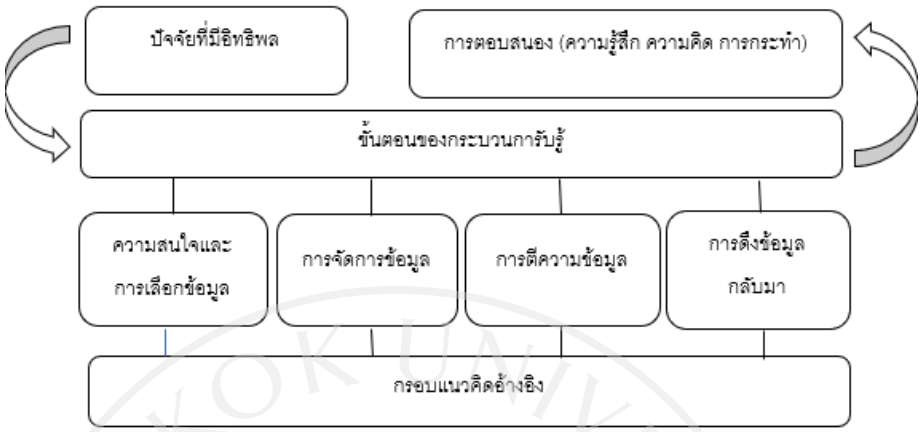
อำพล ชะโยมชัย (2561) กล่าวว่า ความรู้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการตีความสิ่งต่าง ๆ รอบ ๆ ตัว หรือสิ่งที่ได้สัมผัส เมื่อรับรู้อย่างไรก็จะแสดงพฤติกรรมตามการรับรู้นั้น โดยการรับรู้จะเกิดขึ้นในลักษณะอย่างไรขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ส่วนบุคคลในหลาย ๆ ปัจจัย เช่น ทัศนคติ ค่านิยม ความคาดหวัง และประสบการณ์ โดยหลายครั้งมักจะเกิดความผิดพลาดอันเนื่องมาจากการเห็นภาพลวงตา ทำให้พลาดจากความเป็นจริง จนทำให้นำไปตีความหมายของสิ่งต่าง ๆ ผิดไปจากสิ่งที่ควรจะเป็น

การับรู้ หมายถึง กระบวนการหรือการตีความของสิ่งที่บุคคลนั้น ๆ ได้สัมผัสจากประสาทสัมผัสของตนเอง และเมื่อผ่านการประมวลผลขึ้นในลักษณะใดก็จะมีพฤติกรรมที่แสดงออกมาในลักษณะนั้น ๆ ด้วย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ ได้แก่ ผู้รับรู้ เป้าหมายที่จะรับรู้ และสถาณการณ์ของการรับรู้ หรือสามารถจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ได้เป็น 6 ประการคือ ค่านิยมและทัศนคติ บุคลิกภาพ ความคาดหวัง ประสบการณ์ การจูงใจ และความสนใจ

การรับรู้เป็นกระบวนการที่ประกอบไปด้วยหลายขั้นตอน ประกอบด้วย ความสนใจและการเลือกรับข้อมูล การจัดการข้อมูล การตีความข้อมูล และการดึงข้อมูลกลบมาใช้ โดยในการรับรู้ข้อมูลอาจจะเกิดความผิดพลาดได้จากความเหมือน การเปรียบเทียบ อคติของบุคคล

ภาพที่ 2.1: การประมวลผลข้อมูลและกระบวนการในการรับรู้



ที่มา: Schermerhorn, J.R., Osborn, R.N.Jr., Uhl-Bien, M., & Hunt, J.G. (2011). *Organizational behavior.* New Jersey: John Wiley & Sons.

2.1.2 กระบวนการรับรู้

กันยา สุวรรณแสง (2544) การเกิดกระบวนการรับรู้ (Process of perception) เป็นกระบวนการที่ประกอบหรือคาบเกี่ยวกันระหว่างความเข้าใจ (Understand) ความคิด (Thinking) การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision) การแสดงพฤติกรรม (Behavior) โดยการเกิดกระบวนการรับรู้สามารถแสดงได้เป็นกระบวนการ ดังนี้

ภาพที่ 2.2: แสดงแบบจำลองกระบวนการรับรู้

ที่มา: กันยา สุวรรณแสง. (2544). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อักษรวิทยา.

สุปราณี สนธิรัตน์ (2545) ได้กล่าวถึงกระบวนการรับรู้ว่า เครื่องมือของกระบวนการรับรู้ประกอบไปด้วยอวัยวะสำคัญคือ อวัยวะสัมผัส (Sensory Organs) ซึ่งทำหน้าที่เก็บข่าวกการกระตุ้นต่างๆ ทำหน้าที่รวบรวมและแปลข่าวของการกระตุ้น อวัยวะสัมผัสต่าง ๆ เช่น ตาทำหน้าที่รับรู้แสง, หูทำหน้าที่รับรู้เสียง, ลิ้นทำหน้าที่รับรู้รสชาติ, จมูกทำหน้าที่รับรู้กลิ่น และผิวหนังและอวัยวะอื่น ๆ ของร่างกายจะทำหน้าที่รับรู้ ความเจ็บปวด ร้อน เย็น ตึงแน่น ฯลฯ

2.1.3 ขั้นตอนการรับรู้

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 88) ขั้นตอนการรับรู้ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

2.1.3.1 การเปิดรับข้อมูล (Selective Exposure) จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปิดโอกาสและเปิดใจที่จะรับข้อมูลเข้าสู่กระบวนการคิดของตนเอง เช่น การเปิดใจที่จะชมโฆษณาโดยไม่เปลี่ยนไปชมช่องอื่น

2.1.3.2 การตั้งใจรับข้อมูล (Selective Attention) จะเกิดเมื่อผู้บริโภคตั้งใจที่จะเลือกรับหรือยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.1.3.3 การเก็บรักษาข้อมูล (Selective Retention) คือการที่ผู้บริโภคจะเกิดความจดจำต่อข้อมูลที่ได้เห็น ได้อ่าน หรือได้ยิน หลังจากที่เกิดการเปิดรับข้อมูล เกิดการตั้งใจรับข้อมูลและเกิดความเข้าใจในข้อมูลที่เปิดรับและตั้งใจนั้น ๆ แล้ว

2.1.3.4 ความเข้าใจในข้อมูล (Selective Comprehension) ขั้นตอนนี้เป็นการตีความสำหรับข้อมูลที่ได้รับ ว่ามีความเข้าใจตรงกันกับได้ทำการกำหนดไว้หรือไม่ การตีความขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่น ทัศนคติ และประสบการณ์ที่เคยรับรู้ผ่านมา

2.1.4 ระดับการรับรู้

Taylor (1996, p. 162) ได้กำหนดขั้นของการรับรู้ต่าง ๆ ไว้ดังต่อไปนี้

1. Field of Sensations คือ ในการเกิดการับรู้ขึ้นโดยแต่ละครั้งจะมีการรับข้อมูลเข้ามามากกว่า 1 อย่าง เช่น ในขณะฟังการบรรยาย เราจะเห็นทั้งผู้บรรยายได้ยินทั้งเสียงและเห็นโสตทัศนูปกรณ์ของผู้บรรยายไปในเวลาเดียวกัน

2. Sensory Percept คือ ขั้นตอนการรับรู้ข้อมูลที่สามารถรับรู้ได้เพียงรูปร่างหรือลักษณะเท่านั้น โดยยังไม่มีการเปรียบเทียบใด ๆ กับสิ่งที่เคยจดจำได้ เป็นขั้นตอนที่ยังไม่เกิดการรับรู้ความหมาย หรือยังไม่สามารถที่จะสรุปผลได้ เช่น เห็นผ้าที่มีรู้ร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าและมีการประดับสีต่าง ๆ โดยที่ยังไม่รู้ว่าแท้จริงแล้วสิ่งที่เห็นอยู่นั้นคือธงชาติ

3. Meaningful Percept คือ ขั้นตอนที่มีการรับรู้และความเข้าใจในความหมายของสิ่งเร้า ขั้นนี้จะอาศัยการเทียบเคียงหรือเปรียบเทียบกับสิ่งที่จดจำได้ หรือที่มีข้อมูลอยู่ในความทรงจำ เช่น ผ้าที่เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีแถบสี 5 แถบ โดยมีแถบสีน้ำเงินใหญ่อยู่ตรงกลางถูกประกอบด้วย แถบ

สีขาวและสีแดง ตามลำดับ ในลักษณะที่เป็นริ้วแนวนอน ก็จะสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าสิ่งที่เห็นอยู่ ณ ขณะนั้นคือธงชาติไทย

2.1.5 ประเภทของการรับรู้

กมลรัตน์ หล้าสุวงศ์ (2527, หน้า 228-239) ได้กล่าวว่า การรับรู้ได้ถูกแบ่งออกเป็น 4 ประการ ได้แก่

1. การรับรู้ทางอารมณ์ คือ การรับรู้หรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นมาภายในจิตใจ

2. การรับรู้ลักษณะของบุคคลโดยต้องอาศัยข้อมูลหรือความทรงจำเดิมที่เคยพบเห็นมาประกอบกัน

3. การรับรู้ลักษณะทางกายภาพ พฤติกรรมการแสดงออกของแต่ละบุคคล และคำบอกเล่าที่เคยได้รับฟังมา

4. การรับรู้ภาพพจน์ของกลุ่มบุคคล หมายถึง มโนภาพของสิ่งต่างๆ เป็นภาพที่อยู่ในความคิดหรือจินตนาการของบุคคล และบุคคลนั้นสามารถบอกลักษณะของภาพเหล่านั้นให้ผู้อื่นทราบได้

กล่าวโดยสรุปคือ การรับรู้ หมายถึง กระบวนการทีมนุษย์ตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือสถาพแวดล้อม ทำให้เกิดการรับรู้ โดยอาศัยการประมวลผลจาการเทียบเคียงกับสิ่งที่เคยสัมผัส หรือเรื่องราวที่เคยรับรู้ในอดีต และสามารถจดจำได้ กระบวนการรับรู้ถือเป็นสิ่งที่สำคัญในระดับต้น ๆ ที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ หรือเลือกใช้สินค้าของผู้บริโภค ในที่นี้ทางผู้วิจัยได้จัดทำในเรื่องของการรับรู้ประโยชน์และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง การที่ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงประโยชน์ของการเลือกใช้บริการถือเป็นส่วนสำคัญลำดับแรก ๆ ที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบชั่วโมง โดยการรับรู้นี้อาจจะได้มาจากประสบการณ์ที่เคยเข้าใช้บริการสถานออกกำลังแบบต่าง ๆ มาและนำข้อมูจากที่เคยได้รับ ความรู้สึก หลังการเข้าใช้บริการ หรือความพึงพอใจ มาประมวลผลเพื่อเปรียบเทียบ ทำให้ทราบถึงความแตกต่าง และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมทางสังคม

ค่านิยม หรือ Value คือความเชื่อว่าสิ่งๆ หนึ่งมีคุณค่า ถูกต้อง ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใช้เป็นหลักยึดว่าเป็นสิ่งที่เควรปฏิบัติ หรือไม่ควรปฏิบัติ ค่านิยมมีลักษณะเป็นความมั่นคง มีความถาวร เปลี่ยนแปลงได้ยากหรืออาจจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และมีอิทธิพบต่อการแสดงพฤติกรรม

ก่อ สวัสดิ์พานิช (2535) กล่าวว่า ค่านิยม เป็นความคิด พฤติกรรม และสิ่งๆ หนึ่งที่สังคมเห็นว่ามีคุณค่าและยอมรับมาปฏิบัติด้วยความหวงแหน ค่านิยมสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและความคิดของคนในสังคมในยุคสมัยนั้น ๆ

Phenix (1992 อ้างใน “ความหมายของค่านิยม”, 2556) ได้ให้ความหมายของค่านิยมไว้ว่า ค่านิยมคือความชื่นชอบ เป็นความสามารถในการจำแนกให้เห็นซึ่งความเห็นความแตกต่างของความชอบกับความไม่ชอบโดยการนำข้อมูลนั้น ๆ มาประเมินผล

Miller (1995) กล่าวว่า ค่านิยมเป็นเจตคติหรือความเชื่อที่ฝังลึกอยู่ในชีวิตของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในทุกด้าน ทั้งจากพฤติกรรมที่เห็นได้ง่าย เช่น การแต่งกาย ไปจนถึงพฤติกรรมที่ซับซ้อน

ฤกษ์ชัย คูณูปกร (2539) ได้ให้ความหมายของค่านิยมไว้ว่า ค่านิยม คือ ความเชื่อของบุคคลส่วนใหญ่ ซึ่งเชื่อว่าสิ่งนั้น ๆ มีค่าและมีความสำคัญ และเป็นสิ่งที่ปรารถนาควรปฏิบัติ เป็นการปฏิบัติที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับและมีความพึงพอใจแฝงอยู่ในนั้นด้วย

ธีราภรณ์ นาคพิน (2522) กล่าวว่า ค่านิยมเป็นพื้นฐานทางจิตใจของมนุษย์หรือหลักการต่างๆ ที่ใช้ยึดถือปฏิบัติในการดำเนินชีวิต และเป็นหลักที่มนุษย์คิดว่ามีค่าที่สุดสำหรับชีวิตของตน เป็นพลังจูงใจที่จะทำให้สังคมตัดสนใจ หรือประเมินค่าว่า สิ่งใดเป็นที่สิ่งที่พึ่งประสงค์ ค่านิยมเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรมของมนุษย์ เป็นตัวกำหนดให้คนตัดสินใจเลือกปฏิบัติโดยเห็นว่าถูกต้องและสมควร

ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน (2556) กล่าวว่าค่านิยมทางสังคม หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ความนิยม รวมทั้งพฤติกรรมและแบบแผนในการปฏิบัติของเยาวชนอันเกิดจากการใช้สื่อใหม่

เกรียงไกร เรือนน้อย (2554) ได้กล่าวว่าการแบ่งประเภทของค่านิยมจากการกระทำสามารถทำได้หลายวิธี แล้วแต่ว่าผู้ใดจะยึดอะไรเป็นพื้นฐานในการแบ่ง ไม่มีการแบ่งที่ตายตัว ถ้าผู้แบ่งยึดถือพระผู้เป็นเจ้าหรือพระศาสดาเป็นหลักสำคัญเป็นที่ยึดเหนี่ยวก็อาจจะสามารถแบ่งค่านิยมออกได้เป็น 2 ประเภท ใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ค่านิยมที่เป็นศีลธรรม (Morality) คือค่านิยมที่เป็นศีล และธรรมโดยเฉพาะ หรือได้แก่ Moral Values และ Ethical Values โดยเฉพาะ ถือเอาพระศาสดาหรือพระผู้เป็นเจ้าได้กำหนดไว้ให้แล้ว

2. ค่านิยมทีเป็นข้อตกลง (Convention) หมายถึงค่านิยมที่ประชาชนในชาติได้ตกลงเห็นชอบและกำหนดกันขึ้นเองภายใน ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย เช่น ธรรมเนียมประเพณี, กฎหมาย, กฎระเบียนในการปฏิบัติต่าง ๆ

Ginzberg (1966) กล่าวว่า ค่านิยมเป็นหลักที่บุคคลนั้น ๆ ยอมรับเพื่อใช้กับตนเอง และค่านิยมเหล่านี้จะช่วยบุคคลนั้นในการเลือกและจัดระเบียบในสิ่งที่เลือก ซึ่งค้นพบได้ในสถานการ์ต่างๆ ของชีวิต เนื่องจากค่านิยมมีหลายอย่าง คนเราจึงจัดค่านิยมเหล่านี้เป็นระบบจากสูงสุดไปต่ำสุด

Rokeach (1969) ได้ให้ความหมาของค่านิยมไว้ว่า หมายถึง รูปแบบของความเชื่อ (Belief) ที่แต่ละบุคคลยึดถือและเป็นหลักยึดในการปฏิบัติว่าควรอย่างไรหรือรับรู้ว่าสิ่งใดมีคุณค่า หรือสิ่งใดไม่มีคุณค่า ค่านิยมแตกต่างจากเจตคติ (Attitude) และความเชื่อ (Belief) เพราะค่านิยมไม่ได้เกี่ยวข้องทั้งกับสิ่งของ บุคคล หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งแค่สิ่งเดียว แต่ค่านิยมเกี่ยวข้องกับทุกอย่างโดยทั่วไปและมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคล นอกจากนี้ค่านิยมยังมีความหมายอย่างมากในการใช้เป็นมาตรฐานในการตัดสินว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่เลวหรือสิ่งใดเป็นสิ่งที่ดี และใช้ในการตัดสินพฤติกรรมของบุคลแต่ละบุคคลอีกด้วย

Rokeach (1969) ได้ให้หลักการสำคัญว่า ค่านิยมประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 5 ประการสำคัญด้วยกัน คือ

1. ค่านิยมเป็นสิ่งที่สืบเนื่องมาจากวัฒนธรรม, สถาบัน, สังคม และบุคลิกภาพของกลุ่มคนในสังคมนั้น ๆ

2. ในขณะเดี่ยวกัน ค่านิยมก็มีอิทธิพลอย่างมากกับการแสดงออกของเจตคติและพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์

3. ปริมาณของค่านิยมมีอยู่ไม่มากนัก แต่อยู่ในข่ายที่จะสามารถรวมเป็นระบบและศึกษาได้

4. ความแตกต่างของค่านิยมแสดงออกอย่างเป็นระดับมากกว่าอย่างอื่น

5. ค่านิยมอาจจะถูกหลอมรวมกันเป็นระบบค่านิยมได้

นอกจากข้อความข้างต้น Rokeach (1969) ยังได้อธิบายถึงธรรมชาติของค่านิยมไว้ดังนี้

1. ค่านิยมมีลักษณะสม่ำเสมอและคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงง่ายๆ เป็นสาเหตุที่ทำให้ภาพลักษณ์ของกลุ่มคนในสังคมหนึ่งเกิดความแตกต่างไปจากกลุ่มคนในอีกสังคมหนึ่ง คือ ทำให้มีลักษณะเฉพาะกลุ่มของแต่ละกลุ่ม

2. ค่านิยมมีลักษณะเปรียบเทียบลักษณะ เป็นการปลูกฝังค่านิยมให้แก่นักเรียนจากการอบรมและการเรียนรู้ของแต่ละคนที่จะได้รับการเน้นถึงความสำคัญของค่านิยมที่แตกต่างกัน

3. ค่านิยมมีลักษณะเป็นความเชื่อโดยได้อธิบายความหมายไว้ 3รูปแบบคือ

3.1 ความเชื่อแบบพรรณนา (Descriptive Belief) คือ ความเชื่อที่สามารถตรวจสอบได้ว่าเป็นความเชื่อที่ถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง

3.2 ความเชื่อแบบประเมิน (Evaluative Belief) คือ ความเชื่อที่สามารถประเมินได้ว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่ดีความยึดถือหรือสิ่งใดเป็นสิ่งที่ไม่ดีไม่ควรยึดถือหรือปฏิบัติตาม

3.3 ความเชื่อแบบกำหนดการ (Prescriptive Belief) คือ ความเชื่อที่มีทิศทางและเป้าหมายของการกระทำอ่างชัดเจน และสามารถตัดสินได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องกระทำหรือไม่จำเป็นที่ต้องกระทำตาม

ค่านิยมของบุคคลจะอยู่ในความเชื่อแบบกำหนดการ ความเชื่อแบบกำหนดการจะมีองค์ประกอบ 3 ส่วนคือ

1. ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) คือค่านิยมซึ่งบุคคลนั้น ๆ รับรู้และเข้าใจเป้าหมายในชีวิตของตนเอง และพยายามที่จะไขว่คว้าและใฝ่หาในสิ่งๆ นั้น

ถวิล ธาราโภชน์ (2539) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบด้านความรู้ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ หรือเหตุผลที่มีต่อสิ่งใด ๆ ก็ตาม ซึ่งมักจะสืบเนื่องมาจากความเชื่อของบุคคล

Bloom (1956) ให้ความหมายของ ความรู้ ว่าหมายถึง เรื่องที่เกี่ยวกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะ วิธีการและกระบวนการต่างๆ รวมถึงแบบกระสวนของโครงการวัตถุประสงค์ในด้านความรู้ โดยเน้นในเรื่องของกระบวนการทางจิตวิทยาของความจำ อันเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงเกี่ยวกับการจัดระเบียบ ในปี ค.ศ. 1965 บลูมและคุณได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ในระดับต่างไว้ โดยแจกแจงรายละเอียดของแต่ละระดับไว้ดังนี้

1.1 ความรู้ (Knowledge) หมายถึง การเรียบรู้ที่เน้นถึงการจำและการระลึกได้ถึงความคิด วัตถุ และปรากฏการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นความจำที่เริ่มจากสิ่งง่ายๆ ที่เป็นอิสระแก่กัน จนไปถึงจำในสิ่งที่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความสัมพันธ์กัน

1.2 ความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (Comprehension) เป็นความสามารถทางสติปัญญาในการขยายความรู้ความจำ ให้กว้างออกไปจากเดิม อย่างสมเหตุสมผล

1.3 การนำไปปรับใช้ (Application) เป็นความสามารถในการนำความรู้ ความเข้าใจหรือความคิดรวบยอดใดๆ ที่มีอยู่เดิมไปแก้ไขปัญหาที่แปลกใหม่ของเรื่องนั้น โดยการใช้ความรู้ต่างๆ

1.4 การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นความสามารถและทักษะที่สูงกว่าความเข้าใจและการนำไปปรับใช้ โดยมีลักษณะเป็นการแยกปยะสิ่งที่จะพิจารณาออกเป็นส่วนย่อยที่มีความสัมพันธ์กัน รวมทั้งการสืบค้นความสัมพันธ์ของส่วนต่างๆ เพื่อดูว่าส่วนประกอบย่อยนั้นเข้ากันได้หรือไม่ อันจะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างแท้จริง

1.5 การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นความสามรถในการวบรวมส่วนประกอบย่อย ๆ หรือส่วนใหญ่ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เป็นเรื่องราวอันหนึ่งอันเดียวกัน การสังเคราะห์จะมีลักษณะของการเป็นกระบวนการรวบรวมเนื้อหาสาระของเรื่องต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างรูปแบบหรือโครงสร้างที่ยังไม่ชัดเจนขึ้นมาก่อน

1.6 การประเมินผล (Evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินเกี่ยวกับความคิด ค่านิยม ผลงาน คำตอบ วิธีการและเนื้อหาสารถเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง โดยมีการกำหนดเกณฑ์ (Criteria) เป็นฐานในการพิจารณาตัดสินการประเมินผล

2. ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์ (Affective) คือค่านิยมซึ่งบุคคลนั้น ๆ มีอารมณ์หรือความรู้สึกที่อ่อนไหวไปกับค่านิยมนั้น เช่น อารมณ์รักหรืออารมณ์เกลียด ความชอบหรือไม่ชอบ มีสนใจหรือไม่มีสนใจ

ถวิล ธาราโภชน์ (2539) กล่าวไว้ว่า ความรู้สึกเป็นองค์ประกอบที่ต่อเนื่องมาจากองค์ประกอบของความรู้ กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีความคิดหรือเหตุผลกับสิ่งใดว่าเป็นสิ่งที่ดีมีประโยชน์ บุคคลก็จะเกิดความรู้สึกทางบวกและมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมสนับสนุนสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้าม หากบุคคลมีความคิดหรือเหตุผลเกี่ยวกับสิ่งใดว่าเป็นสิ่งไม่ดีหรือมีโทษบุคคลก็จะเกิดความรู้สึกในทางลบและมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมต่อต้านสิ่งนั้นต่อไป

3. ค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม (Behavioral) คือค่านิยมที่นำไปสู่การถูกกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติ เช่น พฤติกรรมการเลียนแบบ

ถวิล ธาราโภชน์ (2539) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบด้านพฤติกรรม เป็นองค์ประกอบที่เกิดขึ้นหลังจากการเกิดองค์ประกอบด้านความคิดและความรู้สึกแล้ว กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งนั้นตามมา บุคคลก็พร้อมที่จะแสดงออกในทางสนับสนุนหรือต่อต้านต่อสิ่งนั้น

ด้วยเหตุนี้ค่านิยมจึงมีศัพท์คำอื่นๆ ที่ถูกนำมาใช้ร่วมกัน คือ

1. จุดมุ่งหมาย (Goal) คือ สิ่งที่เป็นตัวกำหนดเส้นการดำเนินชีวิตของแต่ละคนว่าจะเป็นไปในแนวทางใด การมีจุดหมายในชีวิตจะนำพาไปสู่จุดหมายปลายทางที่แน่นอนในการดำเนินชีวิต และการมีจุดหมายในชีวิตจะช่วยสร้างค่านิยมในทางปฏิบัติได้

2. เจตคติ (Attitude) คือ ความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ โดยจะมีความรู้สึกเกิดขึ้น แม้จะไม่ใช่ค่านิยมโดยตรงแต่ก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

3. ความรู้สึก (Feeling) คือ เครื่องชี้บ่งของค่านิยมอย่างหนึ่งของตัวบุคคลโดยมักจะแสดงให้เห็นเป็นความรู้สึก เช่น รัก ชอบ เกลียด ตามค่านิยมที่ตนยึดถือ

องค์ประกอบของค่านิยมมี 3 ด้าน

1. ด้านจริยธรรมเป็นค่านิยมในส่วนของความประพฤติทางด้านคุณธรรม เช่น คำสอนศีลธรรม และจริยธรรมของมนุษย์

2. ด้านสุนทรียภาพเป็นค่านิยมทางด้านความงามที่แสดงออกเช่น ความงามด้านศิลปะดนตรี

3. ด้านสังคมและการเมืองเป็นค่านิยมที่มีอยู่ในสังคมและเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน, ด้านสังคม, การเมือง และเศรษฐกิจ

การเกิดค่านิยมจะมีพฤติกรรม 3 อย่างคือ

1. การยอมรับค่านิยม คือ พฤติกรรมในขั้นแรกนี้จะเป็นการลงความคิดเห็นว่าเหตุการณ์สิ่งของ หรือการกระทำนั้นเป็นสิ่งที่มีคุณค่า โดยบุคคลจะมีความเชื่อซึ่งจะมากน้อยแตกต่างกันไป

2. ความชอบในค่านิยม คือ พฤติกรรมที่แทรกอยู่ระหว่างการยอมรับการเกิดค่านิยมและความรู้สึกถูกผูกมัดอยู่กับค่านิยมนั้นๆ ความชอบนี้จะประเมินจากตนเองและจากบุคคลข้างเคียง

3. การผูกมัด คือ ความเชื่อมั่นว่าจะยอมรับค่านิยมนั้นเช่น การเคารพผู้ใหญ่ด้วยการแสดงความอ่อนน้อมถ่อมตน เป็นค่านิยมที่แสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีค่านิยมในสิ่งนั้น

ค่านิยมของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไปถึงแม้ว่าเป็นค่านิยมของคนๆ เดียวกันก็จะมีค่านิยมที่หลากหลายเช่นกัน ซึ่งเราสามารถจัดให้เป็นระบบโดยการเข้าร่วมกลุ่มกัน โดยการสร้างแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมและการจัดระบบค่านิยมโดยอาจจะเรียงลำดับโดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของค่านิยมนั้น อาจจะเป็นเป้าหมายในชีวิต อุดมการณ์ อุดมคติก็ได้

Rokeach (1969) ยังได้จัดกลุ่มค่านิยมออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ค่านิยมขั้นปลาย (Terminal Values) คือ ค่านิยมที่แสดงถึงความเชื่อของเป้าหมายสุดท้ายในชีวิตที่ต้องการ

2. ค่านิยมที่เป็นเครื่องมือ (Instrumental Values) คือค่านิยมที่สะท้อนความเชื่อที่จะบรรลุเป้าหมายสุดท้าย

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

สมคิด บางโม (2548, หน้า 175) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือกแนวทางการปฏิบัติเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ โดยแนวทางปฏิบัติอาจจะมีหลายแนวทางเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ การตัดสินใจนี้อาจจะเป็นการตัดสินใจกระทำในสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งในครั้งเดียว เป็นการตัดสินใจเพื่อให้สิ่งที่กำลังกระทำอยู่สำเร็จหรือบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยการตัดสินใจนี้อาจเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่งยากซับซ้อน และมักจะมีวิธีการแก้ไขปัญหาที่มากกว่าหนึ่งทางเสมอ

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2547, หน้า 44-45) กล่าวว่า การตัดสินใจทางการจัดการ คือ การที่ผู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่นั้น ๆ เลือกที่จะทำการในทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งหรือหลายทางเลือกเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

ราช ศิริวัฒน์ (2560) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไว้ว่า ผู้บริโภคแต่ละคนมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกันอาจสืบเนื่องมากจากลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อม

ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลัก ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) คือ วิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือว่าเป็นสิ่งที่ดีงามและยอมรับเอามาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปได้ในทิศทางที่ดี บุคคลในสังคมเดียวกันจะยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่ออยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

2. ปัจจัยด้านสังคม คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องด้วยมีอิทธิต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล เนื่องจากเป็นบุคคลนั้น ๆ ต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงจำเป็นต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นจากกลุ่มอ้างอิงหรือผู้มีอิทธิพลของกลุ่ม

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิด และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกลี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ฉะนั้นในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคมักจะมีบทบาทหลายบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของตนเองและผู้อื่นด้วย

3. ปัจจัยส่วนบุคล (Personal Factor) เป็นการตัดสินใจของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิมาจากลักษณะส่วนบุคคล หรือลักษณะเฉพาะทางของบุคคลนั้น ๆ ในด้านต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ รายได้ อาชีพ

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) หรือปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่ถือว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าอย่างมาก ปัจจัยภายใน เช่น การจูงใจ การรับรู้

ภาพที่ 2.3: แสดงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั้ง 4 ปัจจัย

<table>
<tr><td>ปัจจัยวัฒนธรรม
1. วัฒนธรรม
2. วัฒนธรรมย่อย
3. ชั้นทางสังคม</td><td>ปัจจัยทางสังคม
1. กลุ่มอ้างอิง
2. กลุ่มครอบครัว
3. บทบาทและฐานะ</td></tr>
<tr><td>ปัจจัยส่วนบุคคล
1. อายุ
2. อาชีพ
3. รายได้
4. การศึกษา
5. รูปแบบการศึกษา</td><td>ปัจจัยด้านจิตวิทยา
1. การจูงใจ
2. การรับรู้
3. การเรียนรู้
4. ความเชื่อ
5. ทัศนคติ</td></tr>
<tr><td colspan="2">ปัจจัยทางการตลาด
1. ผลิตภัณฑ์
2. ราคา
3. ช่องทางการจำหน่าย
4. การส่งเสริมการตลาด</td></tr>
</table>

ที่มา: ราช ศิริวัฒน์. (2560). *ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.* สืบค้นจาก https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณะ (2558) การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานอออกกำลังกายขยาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ทั้งปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ, อายุ) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประชากรที่ผู้วิจัยทำการศึกษาเป็นผู้ที่ใช้หรือเคยใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ทั้ง 4 แห่ง ได้แก้ Fitness Center, Virgin Active, True Fitness , We Fitness จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 531 คน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธ์ของสมการถอถอย (Beta Coeffcient) จากมากไปน้อยคือ ปัจจัยทางด้านบุคลากรผู้ให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านความสะดวกและความเหมาะสมของค่าสมาชิก, ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ, ปัจจัยด้านคลาสออกกำลังกาย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอินทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 34.50

รุ่งทิวา มสุทธิ์มณี (2558) การวิจัยเรื่องความหวังของผุ้บริโภคชาวไทยต่อการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคาดหวังของผู้บริโภคขาวไทยต่อการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Servey research) ได้ทำการเก็บข้อมูลกับผุ้บริโภคขาวไทยที่เป็นสมาชิกในฟิตเนสเซ็นเตอร์ จำนวน 400 ท่าน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความหวังต่อการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ โดยรวมทั้ง 11 ด้านอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ 5 อันดับแรก ได้แก่ ความคาหวังต่อฟิตเนสเซ็นเตอร์ ด้านการกระตุ้น มีค่าเฉลี่ยมากจัดอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านความสะดวกสบาย ด้านสภาพแวดล้อมภายในฟิตเนสเซ็นเตอร์ และด้านทัศนคติของพนักงาน ด้านการพิจารราส่วนบุคคล ด้านสิทธิพิเศษและด้านความต้องการในการัพกผ่อน ทั้งนี้อาจเพราะว่าผู้บริโภคขาวไทยที่ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์คาดหวังในการได้รับริการที่ดีด้านเกี่ยวกับคุณภาพของสถนที่และบุคลากรของฟิตเนสเซ็นเตอร์ให้คุ้มค่ากับค่ายริการที่เสียไป การที่กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านการกรต้าน (ทางเสียเพลง) อยู่ในระดับมากที่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคขาวไทยรับรู้ว่า การออกกำลังกายเป็นการผ่อนคลาย การที่มีการเปิดเพลงเข้ามาประกอบกับการออกกำลังกาย ทำให้มีความสนุสนาน และมีพลังในการออกกำลังมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ผลของการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานของ Kim & Kim (1995) ศึกษาเรื่อง QUSC เครื่องมือในการประเมินคุณภาพของบริการของศูนย์กีฬา (Sport Center) ในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีพบว่า ผู้ใช้บริการชาวเกาหลีให้ความสำคัญกับความสำคัญกับความสะอาด ความปลอดภัยในเรื่องทรัพย์สินค้า ตมรางการออกกำลังกายที่สะดวกกับลูกค้า ความง่ายดายในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก การเตรียมตัวสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉินและการให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยในการออกกำลังกายมากกว่าผู้บริโภคขาวไทย โดยส่วนหนึ่งอาจเนื่องมากจากความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคแต่ละเชื้อชาติ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ควรทราบความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละประเทศเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของฟิตเนสเซ็นเตอร์

รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555) การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วนโดยในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์ออกกำลักาย อนันต์ไลน์ ฟิตสเนส และศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส

ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทในส่วนของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในส่วนของผลิตภัณฑ์ พบว่าอุปกรณ์อยู่ในสภาพที่ดีมีความปลอดภัยในการใช้งานอุปกรณ์ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน อุปกรณ์สามารถตอบสนองความต้องการ อุปกรณ์มีความทันสมัย อุปกรณ์มีความสวยงามน่าใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lehtinen & Lehtinen (1982) ที่พบว่าคุณภาพบรการจะถูกสร้างขึ้นในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและองค์กร ปัจจัยด้านราคาพบว่าราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับศูนย์ออกกำลังกายอื่น ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางการจัดที่นำเสนอ ซึ่งอาจจะก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ ปัจจัยด้ายการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการขายรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยผู้บริโภคต้องการการออกกำลังกายและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการออกกำลังกาย และยังมีความต้องการที่จะได้รับบริการที่ดีทั้งด้านสถานที่ บุคลากร รวมทั้งยังมีข้อจำกัดในเรื่องเวลา และการเดินทางอีกด้วย ปัจจัยทางด้านกายภาพ อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการบริการอยู่ในระดับมาก คือ กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้า ที่ไม่มีตัวตนนี้ จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

Yee, Yeung, Lee & Cheng (2013) ได้ศึกษาแรงผลักดันความพึงพอใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมฟิตเนสคลับ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน มีวัตถุประสงค์หลักของการศึกษาครั้งนี้ คือ การสำรวจแรงขับของความพึงพอใจของลูกค้าในศูนย์ออกกำลังกาย เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันเนื่องจากกลายเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วที่สุดในปัจจุบัน เป็นการสำรวจเชิงปริมาณโดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกสโมสรออกกำลังกาย 3 สโมสรจำนวน 122 คนและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของสโมสรระดับอาวุโส พนักงานระดับล่างตามด้วยการสังเกตพฤติกรรมของสมาชิกในสโมสร ผลจากการศึกษาได้รวบรวมทั้ง 3 วิธียืนยันปัจจัยทางจิตวิทยากสภาพแวดล้อมทางการยภาพและสภาพแวดล้อมในการให้บริการเป็นแรงผลักดันหลักสำหรับความพึงพอใจของลูกค้า

พัศชนันท์ ใจงาม (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของผู้บริโภค วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางากรตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของผู้บริโภค กรณีศึกษาฟิตเนสไทยแลนด์ จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถนที่ออกกำลังกายของผู้บริโภค โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 รายและทำการวิคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ และการทดสอบสมมติฐาน การวิจัยโดยทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (ค่า t-testและค่า F-test หรือ One Way ANOVA) ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยทางการตลาดของผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบส่วนถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลาการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านกระบวนการ ตามลำดับ และอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาปัจจัยทางการตลาดเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร มากที่สุด ได้แก่ เทรนเนอร์มีจำนวนเพียงพอ ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สถานที่ออกกำลังกายกว้างขวาง สะดวกสบาย ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีเครื่องออกกำลังกายที่ทันสมัย ด้านราคา ได้แก่มีการลดราคาสำหรับสมาชิกแลกเข้า ด้านสถานที่ ได้แก่มีที่จอดรถสะดวกปลอดภัยเพียงพอตรอการใช้งาน และด้านกระบวนการ ได้แก่ มีกระบวนการสอนมีความปลอดภัยไม่มีอันตรายตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าเพศของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนอายุผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกันในด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ

อลงกรณ์ ศรีเลิศ และศราวุฒิ แสงคำ (2559) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติ พฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการออกกำลังกายในบุคลากรวิทยาลัยนอร์ทเทิร์นตากและบุคคลากรโรงเรียนไฮเทค เทคโนโลยี มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาทัศนคติต่อการออกกำลังกาย พฤติกรรมการออกกำลังกาย ปัจจัยที่มีผลต่อการออกกำลังกาย ความสัมพันธ์ของเพศ ช่วงอายุ ระดับดัชนีมวลกาย สถานะภาพการอาศัยอยู่ที่บ้าน/ที่พัก ระยะทางไปสถานที่ออกกำลังกายกับการออกกำลังกาย ของบุคลากรวิทยาลัยนอร์ทเทิร์นตาก และบุคลากรโรงเรียนไฮเทคเทคโนโลยีตาก จำนวนทั้งหมด 118 คน

ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติในเรื่องการออกกำลังกายของตัวอย่างทั้งหมด อยู่ในระดับ ดี มีคะแนนเฉลี่ยที่ 2.41 ปัจจัยที่มีผลต่อการออกกำลังกาย พบว่าเป็นปัจจัยภายในตัวบุคคล ที่อยากมีรูปร่างดี ร่างกายแข็งแรง รวมถึงเมื่อออกกำลังกายจะรู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลิน คลายเครียด ผ่อนคลาย รองลงมาเป็นปัจจัยสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม คือสถานที่ออกกำลังกายมีบรรยากาศหรือสภาพแวดล้อมที่ดี เหมาะแก่การออกกำลังกาย อุปกรณ์สนับสนุนการออกกำลังกายเพียบพร้อม (สนามกีฬา, เครื่องออกกำลังกาย, น้ำดื่ม) และอยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก ในส่วนปัจจัยสนับสนุนทางสังคมเป็นเหตุผลสุดท้ายที่เป็นแรงกระตุ้นให้ออกกำลังกาย คือ การมีเพื่อนชักชวนหรือแนะนำหรือเป็นแรงบันดาลใจให้ออกกำลังกาย รวมถึงมี Idol หรือบุคคลที่ชื่นชอบเป็นแบบอย่างในการออกกำลังกาย และปัจจัยหลักที่มีผลต่อไม่การออกกำลังกาย คือ ไม่มีเวลา เหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน ไม่

สนใจ ไม่ประ สงค์ที่จะออกกำลังกาย (ขี้เกียจ) ไม่มีสถานที่ออกกำลังกายหรืออยู่ไกล ติดขัดในการเดินทางไม่ออกกำลังกาย (ไม่มีรถ, การจราจรติดขัด) ตามลำดับ

2.5 สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

ตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ประโยชน์

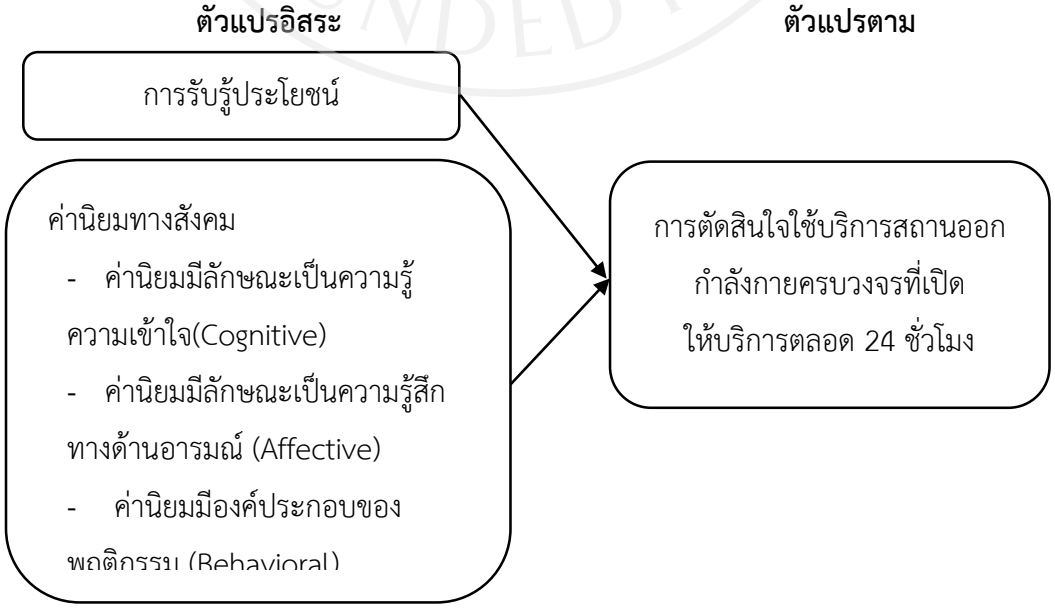
สมมติฐานที่ 2 ค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้สถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ คือ ค่านิยมทางสังคม

2.6 กรอบแนวคิด

ภาพที่ 2.4: การรับรู้ประโยชน์และค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง



บทที่ 3
วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่อง “การรับรู้ประโยชน์และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้าตามลำดับดังนี้

3.1 ประเภทของงานวิจัย

3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

3.6 วิธีการทางสถิติ

3.1 ประเภทของงานวิจัย

ในบทนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) มีเนื้อหาได้แก่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง การแปรผลข้อมูล และวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวัดและวิเคราะห์รวมถึงผลการทดสอบตามสมมติฐานตัวแปรที่กำหนดขึ้น โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

3.2กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในกรณีศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครที่เลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างจากการสอบถามว่าบุคคลนั้น ๆ เคยเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงหรือไม่

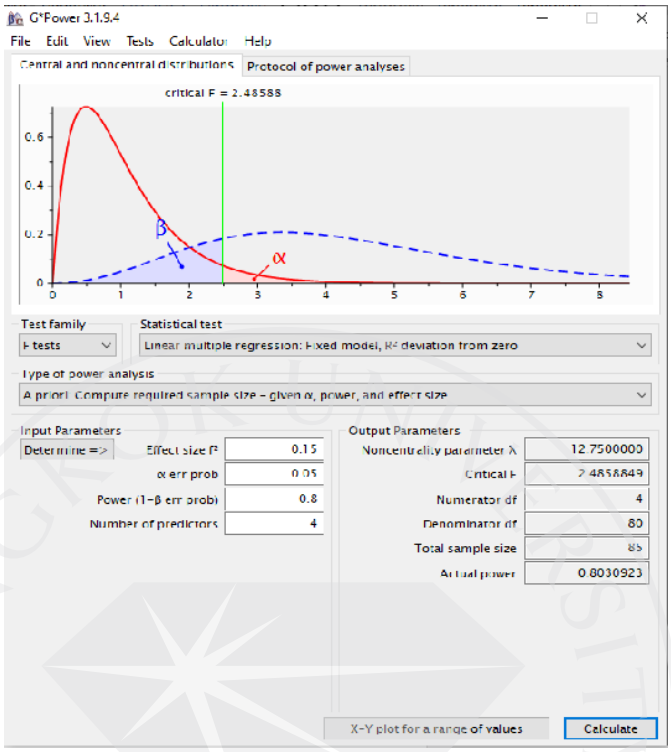
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงานที่เลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และเนื่องจากขนาดของประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทางผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้สูตรในการคำนวณไม่ทราบขนาดตัวอย่างของโปรแกรม G*Power เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกลุ่มขนาดตัวอย่าง สำหรับการกำหนดการค่าต่าง ๆ ทางผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ดังนี้

ตารางที่ 3.1: แสดงรายละเอียดค่าที่เลือกใช้ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยโปรแกรม G*Power

หัวข้อ	ค่าที่เลือกใช้
1.กำหนดกลุ่มตัวอย่าง (Test Family)	F-tests
2. กำหนดค่า Statistical test	Linear multiple regression: Fixed model, R2 deviation from zero
3.กำหนดค่า Type of power analysis	A priori: Computer required sample size-given α, power, and effect size
4.กำหนดค่า Input Parameters	Effect size f2 ที่ 0.15 เลือกค่า α err prob (ความคลาดเคลื่อน) ที่ 0.05 เลือกค่า Power (1-β err prob) (ค่าความเชื่อมั่น) ที่ 0.80 และเลือกค่า Number of predictors (ตัวแปร) ที่ 4

ผลที่ได้จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power คือ จำนวณในการเก็บตัวอย่างขั้นต่ำอยู่ที่ 85 คน โดยในที่นี้ผู้วิจัยได้เลือกที่จะเก็บขนาดกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 150 ชุด โดยแบ่งเป็นการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มประชากรต้นแบบจำนวน 30 ชุดเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ (Reliability) ของแบบสอบถาม และเก็บตัวอย่างจากลุ่มตัวอย่างจริง 120 ชุด เพื่อนำมาใช้ในการประมวลผลข้อมูล

ภาพที่ 3.1: แสดงการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรม G*Power ในการคำนวณ



3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับการับรู้และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตารางที่ 3.2: แสดงรายละเอียดของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนของแบบสอบถาม	รายละเอียด
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ โดยคำถามที่ใช้อยู่รูปแบบของคำถามปลายปิดเป็นแบบให้เลือกตอบ
	ข้อที่ 1 เพศ วัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ คุณสมบัติความคล้ายคลึงกัน (Nominal data)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): แสดงรายละเอียดของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนของแบบสอบถาม	รายละเอียด
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	ข้อที่ 2 อายุ วัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ คุณสมบัติความมีลำดับ (Ordinal data)
	ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา วัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ คุณสมบัติความมีลำดับ (Ordinal data)
	ข้อที่ 4 อาชีพ วัด้อมูลแบบเรียงลำดับ คุณสมบัติความมีลำดับ (Odinal data)
	ข้อที่ 5 รายได้ วัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ คุณสมบัติความมีลำดับ (Ordinal data)
	ข้อที่ 6 ความถี่ของการเข้ารับบริการ วัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ คุณสมบัติความมีลำดับ (Ordinal data)
ส่วนที่ 2 การรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	สอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24ชั่วโมง โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ เรียงลำดับจากความสงผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (5) ลงมาถึงความส่งผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด (1) วัดอันตรภาค คุณสมบัติความห่าง (Interval data) จำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ
ส่วนที่ 3 ค่านิยมทางสังคมที่ทำให้ผู้ทำแบบสอบถามตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง	เป็นคำถามที่ใช้วัดค่านิยมทางสังคมที่ทำให้ผู้ทำแบบสอบถามตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อ คือ ค่านิยมทางสังคมที่มีลักษณะเป็นความรู้ ความเข้าใจ ค่านิยมทางที่มีลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์ และค่านิยมที่มีองค์ประกอบของพฤติกรรม คำถามในส่วนนี้จะเป็นคำถามในลักษณะปลายปิด แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ เรียงลำดับจากความส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (5) ลงมาถึงความส่งผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด (1) ตามลำดับ วัดอันตรภาค คุณสมบัติความห่าง (Interval data) จำนวนทั้งสิ้น 15 ข้อ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): แสดงรายละเอียดของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนของแบบสอบถาม	รายละเอียด
ส่วนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด24 ชั่วโมง	เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงโดยคำถามจะเป็นลักษณะปลายปิด แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ เรียงลำดับจากความส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (5) ลงมาถึงความส่งผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด (1) ตามลำดับ วัดอันตรภาค คุณสมบัติความห่าง (Interval data) จำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ
หมายเหตุ	ระดับคะแนนที่ใช้ในแบบสอบถามสามารถอ่านค่าได้ดังนี้ 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

จากรายละเอียดขอแบบสอบถามข้างต้นทางผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นโดยเริ่มจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยฉบับนี้ และนำความรู้ที่ได้ศึกษามานำมากำหนดเป็นกรอ บแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย มีการกำหนดวัตถุประสงค์รวมถึงสมมติฐาน แล้วจึงนำมาออกแบบเป็นแบบสอบถามที่มีรายละเอียดเนื้อหาของคำถามภายในที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยในแบบสอบถามฉบับนี้ทางผู้วิจัยได้นำตัวแปรที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ตัวแปร มาใช้ในการตั้งคำถาม ดังนี้

3.4.1 การรับรู้ประโยชน์

3.4.2 ค่านิยมทางสังคม

3.4.2.1 ค่านิยมทางสังคมที่มีลักษณะเป็นความรู้ ความเข้าใจ

3.4.2.2 ค่านิยมทางที่มีลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์

3.4.2.3 ค่านิยมที่มีองค์ประกอบของพฤติกรรม

3.4.3 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าหรือบริการ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบแบบสอบถามและจัดเก็บข้อมูลจากลุ่มตัวอย่างบางส่วนแล้วนั้น ทางผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์ ในการช่วยทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลในแบบสอบถาม โดยได้นำกลุ่มตัวอย่างต้นแบบจำนวน 30 ตัวอย่าง มาใช้ในการวิเคราะห์ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ Cronbach’s Alpha ในการทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability test) กำหนดค่าสัมประสิทธิ์ 0.80 แอลฟาของ Cronbach (Cronbach’s Alpha) หากค่าที่ได้จากการวิเคราะห์มีค่าตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามที่จัดขึ้นนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปทดสอบสมมติฐานและนำไปใช้ในกระบวนการวิจัยต่อไปได้

เมื่อผู้วิจัยทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามต้นแบบรวมกันจะได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ได้ค่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.96

ภาพที่ 3.2: แสดงการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นในการใช้แบบสอบถามด้วยโปรแกรม PSPP

Scale: ANY

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.00
	Excluded	0	.00
	Total	30	100.00

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.96	25

ตารางที่ 3.3: ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแบบสอบถาม

ตัวแปร	Cronbach's Alpha
การรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness)	
1. ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายของท่านได้ทันทีที่ต้องการ	0.96
2. ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยให้ท่านสามารถเลือกเวลาที่จะเข้าใช้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น	0.96
3. ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยให้ท่านสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นในเรื่องของเวลาในการเลือกใช้บริการ	0.96
4. ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สามารถช่วยลดข้ออ้างของการไม่ออกกำลังกายของท่านลงได้	0.96
5. ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรงร่วมถึงมีรูปร่างที่เป็นที่พึงพอใจสำหรับท่าน	0.96
ค่านิยมทางสังคม (Social Value)	
ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ(Cognitive)	
6.ท่านเคยได้รับข่าวสารถึงการเปิดให้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงในต่างประเทศและเกิดความสนใจที่จะลองใช้บริการ	0.96
7. ท่านเข้าใจว่าการออกกำลังกายเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายของท่านและการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายของท่านได้	0.96
8. ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากความทันสมัย	0.96
9. บุคคลที่ท่านรู้จักในหน่วยงานหรือสถาบันของท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 สิบชั่วโมงอยู่แล้วและแนะนำให้ท่านเข้าใช้บริการ	0.96

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.3 (ต่อ): ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแบบสอบถาม

ตัวแปร	Cronbach's Alpha
10. ท่านเคยมีประสบการณ์ใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการในช่วงวลาปกติมาแล้ว แต่ด้วยข้อจำกัดของเวลาทำให้ท่านไม่สามารถใช้บริการได้อย่างเต็มที และไม่เกิดความพอใจเท่าที่ควร	0.96
ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์ (Affective)	
11.ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงจากความชื่นชอบ	0.96
12.ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ แล้วเกิดความสนใจในความแปลกใหม่ของช่วงเวลาการเปิดให้บริการฟิตเนส	0.96
13.ท่านมีความรู้สึกพอใจในช่วงเวลาของฟิตเนสที่มีการเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมากกว่าการ ฟิตเนสที่เปิดให้บริการแบบจำกัดเวลาทำการ	0.96
14.ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการฟิตเนสที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาจะสามารถช่วยให้การออกกำลังกาย และการดูแลรูปร่างของท่านเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น	0.96
15.ท่านรู้สึกว่าฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการในการออกกำลังกายของท่านได้ดีกว่า	0.96
ค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม (Behavioral)	
16.ข้อจำกัดในเรื่องของเวลาทำงาน หรือเวลาเรียนส่งผลให้ท่านเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	0.96
17.ท่านตัดสินใจที่จะใช้บริการฟิตเนสที่ตั้งอยู่ในสถานที่ที่สะดวกแก่การเดินทาง	0.96
18.ท่านตัดสินใจที่จะใช้บริการฟิตเนสที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้ทันทีที่ ท่านต้องการ	0.97

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.3 (ต่อ): ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแบบสอบถาม

ตัวแปร	Cronbach's Alpha
19.ฟิตเนสที่ท่านสนใจตัดสินใจใช้บริการจะต้องเป็นฟิตเนสที่มีครบถ้วนในเรื่องของอุปกรณ์การออกกำลังกาย และสามารถตอบสนองความต้องการในการออกกำลังกายของท่านได้ในทุก ๆ สัดส่วนที่ท่านต้องการ	0.96
20. ท่านเป็นผู้ทีออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ทั้งเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพและสัดส่วนที่สวยงาม	0.97
การตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง	
21. ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเนื่องจากความสะดวกสบายของสถานที่และเวลา	0.96
22. ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยคำนึงถึงสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงหลังการใช้บริการเป็นหลัก	0.96
23. ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากมีความคุ้มค่ามากกว่าการใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการในเวลาปกติ	0.96
24. ท่านสามารถใช้บริการฟิตเนสเพื่อออกกำลังกายในเวลาใดก็ได้ที่ท่านต้องการ	0.96
25.ท่านตัดสินใจใช้ บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากเป็นการเปิดโอกาสให้ท่านได้ลองใช้บริการฟิตเนสในรูปแบบใหม่	0.96
รวม	0.96

จากตารางที่ 3.3 ค่าความน่าเชื่อถือของตัวแปรในแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างต้นแบบจำนวน 30 ชุดมีความน่าเชื่อถือของตัวแปรรวมอยู่ที่ 0.96 จากจำนวนข้อของแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 25 ข้อและมีค่าสัมประสิทธิ์ของ Cronbach จากการวิเคราะห์ที่มากกว่า 0.8 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ในส่วนของวิธีการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกจ่ายแบบสอบถามด้วยตนเองแก่กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงานที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 150 ชุด และนำมาใช้ในการคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในการวิจัยด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์

3.6 วิธีการทางสถิติ

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics)และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยวิธี Enter ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น ค่าเฉลี่ยร้อยละ และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย

โดยการนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแบ่งระดับความคิดเห็น 5 ระดับ และจากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังต่อไปนี้

ค่าความถี่ของคำตอบที่ได้นำไปคูณด้วยค่าคะแนนที่กำหนด แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย ก่อนนำข้อมูลที่ได้จากการคำนวณไปจัดตามช่วงคะแนนเพื่อแปลความหมาย ดังนี้

ตารางที่ 3.4: แสดงการคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น

ความกว้างของอันตรภาคชั้น	พิสัย / จำนวนชั้น
	(คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด) / จำนวนชั้น
	(คะแนนสูงสุด 5 – คะแนนต่ำสุด 1) / จำนวน 5 ชั้น
	= (5 – 1) / 5
	= 0.80
***จากค่าดังกล่าวสามารถนำผลลัพธ์ 0.80 มาแบ่งเป็นช่วง ช่วงละเท่าๆ กันเพื่อกำหนดความกว้างของระดับคะแนนความคิดเห็นที่ใช้ในการสนับสนุนต่อปัจจัย ได้ดังนี้ คะแนน 4.21 ถึง 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด คะแนน 3.41 ถึง 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก คะแนน 2.61 ถึง 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง คะแนน 1.81 ถึง 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย คะแนน 1.00 ถึง 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด	

3.6.1 ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ผู้ทำวิจัยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางค่าสถิติ โดยประกอบไปด้วยค่าทางสถิติดังนี้

3.6.1.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบไปด้วย ค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.1.2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์การทดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4
การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการรับรู้ประโยชน์และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้โปรแกรมโปรแกรมวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์ในการคำนวณข้อมูลทางสถิติ ประกอบไปด้วยค่าทางสถิติ คือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) และใช้โปรแกรม G Star Power ในการหาปริมาณของการกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล โดยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น ๆ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน/ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนนี้จะแบ่งการสรุปออกเป็น 6 ตอนด้วยกันคือ

4.1.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้จัดทำแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

4.1.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้จัดทำแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

4.1.3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้จัดทำแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

4.1.4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้จัดทำแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

4.1.5 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้จัดทำแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

4.1.6 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้จัดทำแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	84	56.000
หญิง	66	44.000
รวม	150	100.000

จากตาราง 4.1 จะเห็นได้ว่าผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นจำนวน 84 คน จากผู้ทำแบบสอบถามทั้งสิ้น 150 คน คำนวณค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 56 ในขณะที่เพศหญิงเป็นสัดส่วนที่ลองลงมาคือ 66 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 44

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 – 20 ปี	5	3.330
21 - 25 ปี	29	19.330
26 - 30 ปี	34	22.670
31 -35 ปี	36	24.000
36 - 40 ปี	26	17.330
41 - 45 ปี	13	8.670
46 - 50 ปี	6	4.000
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	1	0.670
รวม	150	100.000

จากตารางที่ 4.2 จะเห็นจำนวนของผู้ทำแบบสอบถามตามช่วงอายุโดยเรียงลำดับจากจำนวนมากที่สุด ไปจนถึงน้อยที่สุด ดังนี้ ลำดับที่ 1 ช่วงอายุระหว่าง 31-34 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 24.00 ลำดับที่ 2 ช่วงอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 22.67 ลำดับที่ 3 ช่วงอายุระหว่าง 21.25 ปี จำนวน 29 คนคิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 19.33 ลำดับที่ 5 ช่วงอายุระหว่าง 36.40 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 17.33 ลำดับที่ 5 ช่วงอายุระหว่าง 41-45 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 8.67 ลำดับที่ 6 ช่วงอายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน

6 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.00 ลำดับที่ 7 ช่วงอายุ 18-20 ปี คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.33 และลำดับสุดท้าย ลำดับที่ 8 ช่วงอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 0.67

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	5	3.330
อนุปริญญา / ปวส.	1	0.670
ปริญญาตรี	135	90.000
ปริญญาโท	9	6.000
ปริญญาเอก	0	0.000
รวม	150	100.000

จากตาราง 4.3 จะเห็นได้ว่าจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี สูงสุดคือ 135 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 90.00 ลำดับที่ 2 คือ ระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 6.00 ลำดับที่ 3 คือมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 5 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.33 และลำดับที่ 4 คืออนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 1 คน คิดเป็น 0.67

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียนนักศึกษา	5	3.330
พนักงานบริษัทเอกชน	122	81.330
ข้าราชการ	6	4.000
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	3.330
เจ้าของธุรกิจ	7	4.670
อาชีพอื่น ๆ	5	3.330
รวม	150	100.000

จากตางที่ 4.4 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 81.33 ลำดับที่ 2 คือเจ้าของธุรกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.67 ลำดับที่ 3 คือข้าราชการ จำนวน 6 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยนร้อยละ 4.00 และลำดับที่ 4 ได้แก่พนักงานรัฐวิสาหกิจ, นักเรียน นักศึกษา และ อาชีพอื่น ๆ จำนวนอาชีพละ 5 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยต่ออาชีพร้อยละ 3.33

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่า 15,000 บาท	2	1.330
15,001 – 20,000 บาท	5	3.330
20,001 – 25,000 บาท	100	66.670
25,001 – 30,000 บาท	7	4.670
30,001 – 35,000 บาท	10	6.670
35,001 – 40,000 บาท	5	3.330
40,001 – 45,000 บาท	7	4.670
45,001 – 50,000 บาท	5	3.330
50,001 บาทขึ้นไป	9	6.000
รวม	150	100.000

จากตารางที่ 4.5 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 100 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 66.67 ลำดับที่ 2 มีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 6.67 ลำดับที่ 3 มีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 6.00 ลำดับที่ 4 มีรายได้อยู่ที่ 25,001-30,000 บาท และรายได้อยู่ที่ 40,0001-45,000 จำนวน 7 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.67 ลำดับที่ 5 มีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท รายได้อยู่ที่ -35,001-40,000 และรายได้อยู่ที่ 45,001-50,000 จำนวน 5 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.33 และลำดับที่ 6 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.33

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย

ความถี่ในการเข้าใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	3	2.000
สัปดาห์ละ 6 วัน	15	10.000
สัปดาห์ละ 5 วัน	20	13.330
สัปดาห์ละ 4 วัน	30	20.000
สัปดาห์ละ 3 วัน	27	18.000
สัปดาห์ละ 2 วัน	19	12.670
สัปดาห์ละ 1 วัน	15	10.000
ไม่แน่นอน	21	14.000
รวม	150	100.000

จากตาราง 4.6 จะเห็นได้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลายในความถี่ของการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจร โดยความถี่ใจการเข้าใช้บริการลำดับที่ 1 คือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 4 วัน จำนวน 30 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 20 ลำดับที่ 2 คือใช้บริการสัปดาห์ละ 3 วัน จำนวน 27 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 18.00 ลำดับที่ 3 คือการเข้าใช้บริการแบบไม่มีความแน่นอน จำนวน 21 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 14.00 ลำดับที่ 4 คือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 5 วัน จำนวน 20 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 13.33 ลำดับที่ 5 คือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 2 วัน จำนวน 19 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 12.67 ลำดับที่ 6 คือใช้บริการสัปดาห์ละ 6 วันและ 2 วัน มีจำนวน 15 คนทั้ง 2 รายการ ลำดับที่ 7 คือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 7 วัน หรือใช้บริการทุกวัน จำนวน 3 คน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.00

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น ๆ

ในการสรุปข้อมูลผลวิเคราะห์ข้อมูลอื่น ๆ ในส่วนนี้จะแบ่งการสรุปออกเป็น 5 ตอนด้วยกัน คือ

4.2.1 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการรับรู้ประโยชน์

4.2.2 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ

4.2.3 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์

4.2.4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม

4.2.5 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการรับรู้ประโยชน์

n=150

การรับรู้ประโยชน์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความส่งผล
1.ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายของท่านได้ทันทีที่ต้องการ	4.190	0.850	มาก
2.ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยให้ทานสามารถเลือกเวลาที่จะเข้าใช้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น	4.740	0.600	มากที่สุด
3.ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงช่วยให้ท่านสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นในเรื่องของเวลาในการเลือกใช้บริการ	4.760	0.610	มากที่สุด
4.ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สามารถช่วยลดข้ออ้างของการไม่ออกกำลังกายของท่านลงได้	4.300	1.510	มากที่สุด
5.ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรง ร่วมถึงมีรูปร่างที่เป็นที่พึงพอใจสำหรับท่าน	4.120	1.100	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.420	0.550	มากที่สุด

จากตาราง 4.7 พบว่าประชากรส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงจากการรับรู้ประโยชน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.42) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการรับรู้ประโยชน์ อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ และมากที่สุด จำนวน 3 ข้อ โดยเรียงลำดับจากความสำคัญได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นในเรื่องของเวลาในการเลือกใช้บริการ ($\overline{X}$ = 4.76) ลำดับที่ 2 คือ สามารถเลือกเวลาที่จะเข้าใช้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น ($\overline{X}$ = 4.74) ลำดับที่ 3 คือ สามารถช่วยลดข้ออ้างของการไม่

ออกกำลังกายลงได้ ($\overline{X}$ = 4.30) ลำดับที่ 4 สามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายได้ทันทีที่ต้องการ ($\overline{X}$ = 4.19) และลำดับที่ 5 ช่วยให้มีร่างกายที่แข็งแรง ร่วมถึงมีรูปร่างที่เป็นที่พึงพอใจ ($\overline{X}$ = 4.12)

นอกจากข้อมูลที่กล่าวข้างต้น จากตารางจะเห็นได้ว่าการรับรู้ประโยชน์ของการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมีการกระจายตัวของข้อมูล โดยมีค่าที่กระจายตัวมากที่สุดที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.51) ในหัวข้อฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สามารถช่วยลดข้ออ้างของการไม่ออกกำลังกายลงได้ และมีค่ากระจายตัวที่น้อยที่สุดที่ส่วนเบี่ยงเบนตราฐานเท่ากับ (S.D. = 0.60) ในหัวข้อ ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยให้สามารถเลือกเวลาที่จะเข้าบริการได้ง่ายยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.8: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ

n=150

ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความส่งผล
1.ท่านเคยได้รับข่าวสารถึงการเปิดให้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงในต่างประเทศและเกิดความสนใจที่จะลองใช้บริการ	3.470	1.280	มาก
2.ท่านเข้าใจว่าการออกกำลังกายเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายของท่านและการเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายของท่านได้	4.590	0.800	มากที่สุด
3.ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากความทันสมัย	4.450	0.990	มากที่สุด
4.บุคคลที่ท่านรู้จักในหน่วยงานหรือสถาบันของท่านเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงอยู่แล้ว และแนะนำให้ท่านเข้าใช้บริการ	4.170	1.150	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ

n=150

ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความส่งผล
5.ท่านเคยมีประสบการณ์ใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการในช่วงเวลาปกติมาแล้ว แต่ด้วยข้อจำกัดของเวลาทำให้ท่านไม่สามารถใช้ลริการได้อย่างเต็มที่และไม่เกิดความพอใจเท่าที่ควร	4.270	1.090	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.190	0.700	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่าประชากรส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการจากค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.19) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ และมากที่สุด จำนวน 3 ข้อ โดยเรียงลำดับจากความสำคัญได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือความเข้าใจว่าการออกกำลังกายเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายและการเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายได้ ($\overline{X}$ = 4.59) ลำดับที่ 2 คือ เลือกใช้บริการจากความทันสมัย ($\overline{X}$ = 4.45) ลำดับที่ 3 คือ เคยมีประสบการณ์ใช้บริการกับฟิตเนสที่เปิดให้บริการในช่วงเวลาปกติมาแล้ว แต่ด้วยข้อจำกัดของเวลาทำให้ไม่สามารถใช้บริการได้อย่างเต็มที ($\overline{X}$ = 4.27) ลำดับที่ 4 คือ บุคคลที่รู้จัดในหน่วยงานหรือสถานบัน เลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24ชั่วโมงอยู่แล้ว และแนะนำให้ใช้ ($\overline{X}$ = 4.17) และลำดับที่ 5 คือ เคยได้รับข่าวสารถึงการเปิดให้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงในต่างประเทศและเกิดความสนใจที่จะลองใช้บริการ ($\overline{X}$ = 3.47)

นอกจากข้อมูลที่กล่าวข้างต้น จากตารางจะเห็นได้ว่าค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจของการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมีการกระจายตัวของข้อมูล โดยมีค่าที่กระจายตัวมากที่สุดที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.28) ในหัวข้อท่านเคยได้รับข่าวสารถังการเปิดให้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงในต่างประเทศและเกิดความสนใจที่จะลองใช้บริการ และมีค่ากระจายตัวที่น้อยที่สุดที่ส่วนเบี่ยงเบนตราฐานเท่ากับ (S.D. = 0.80) ในหัวข้อ ท่านเข้าใจว่าการออกกำลังกายเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายของท่านและ

การเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายของท่านได้

ตารางที่ 4.9: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์

n=150

ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์	**ค่าเฉลี่ย**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**ระดับความส่งผล**
1.ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงจากความชื่นชอบ	4.110	1.100	มาก
2.ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ แล้วเกิดความสนใจในความแปลกใหม่ของช่วงเวลาการเปิดให้บริการฟิตเนส	4.310	1.000	มากที่สุด
3.ท่านมีความรู้สึกพอใจในช่วงเวลาของฟิตเนสที่มีการเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมากกว่า ฟิตเนสที่เปิดให้บริการแบบจำกัดเวลาทำการ	4.670	0.760	มากที่สุด
4.ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการฟิตเนสที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาจะสามารถช่วยให้การออกกำลังกายและการดูแลรูปร่างของท่านเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น	4.330	1.000	มากที่สุด
5.ท่านรู้สึกว่าฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการในการออกกำลังกายของท่านได้ดีกว่า	4.440	0.890	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.370	0.670	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่าประชากรส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการจากค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทีสุด ($\overline{X}$ = 4.37) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับค่านิยมลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์ อยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ และมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ โดยเรียงลำดับจากความสำคัญได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 ความรู้สึกพอใจในช่วงเวลาของฟิตเนสที่มีเปิดให้บริการตลอดยี่สิบชั่วโมงมากกว่าฟิตเนสที่เปิดให้บริการแบบจำกัดเวลาทำการ ($\overline{X}$ = 4.67) ลำดับที่ 2 คือ ความรู้สึกว่า

ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการในการออกกำลังกายได้ดีกว่า ($\overline{X}$ = 4.44) ลำดับที่ 3 คือ รู้สึกว่าการใช้บริการฟิตเนสที่ไม่มีข้อกัดในเรื่องของเวลาจะสามารถช่วยให้การออกกำลังกาย และการดูแลรูปร่างเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น ($\overline{X}$ = 4.33) ลำดับที่ 4 คือ ได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ แล้วเกิดความสนใจในความแปลกใหม่ของช่วงเวลาการเปิดให้บริการ ($\overline{X}$ = 4.31) และลำดับที่ 5 คือ เลือกใช้บริการจากความชื่นชอบ ($\overline{X}$ = 3.47)

นอกจากข้อมูลที่กล่าวข้างต้น จากตารางจะเห็นได้ว่าค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์ ของการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมีการกระจายตัวของข้อมูล โดยมีค่าที่กระจายตัวมากที่สุดที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.10) ในหัวเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงจากความชื่นชอบ และมีค่ากระจายตัวที่น้อยที่สุดที่ส่วนเบี่ยงเบนตราฐานเท่ากับ (S.D. = 0.76) ในหัวข้อ มีความรู้สึกพอใจในช่วงเวลาของฟิตเนสที่มีการเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมากกว่าฟิตเนสที่เปิดให้บริการแบบจำกัดเวลาทำการ

ตารางที่ 4.10: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม

n=150

ค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความส่งผล
1.ข้อจำกัดในเรื่องของเวลาทำงาน หรือเวลาเรียนส่งผลให้ท่านเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.590	0.780	มากที่สุด
2.ท่านตัดสินใจที่จะใช้บริการฟิตเนสที่ตั้งอยู่ในสถานที่ที่สะดวกแก่การเดินทาง	4.390	0.820	มากที่สุด
3.ท่านตัดสินใจที่จะใช้บริการฟิตเนสที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้ทันทีที่ท่านต้องการ	4.550	0.640	มากที่สุด
4.ฟิตเนสที่ท่านสนใจเลือกใช้บริการจะต้องเป็นฟิตเนที่มีครบถ้วนในเรื่องของอุปกรณ์การออกกำลังกายและสามารถตอบสนองความต้องการในการออกกำลังกายของท่านได้ในทุก ๆ สัดส่วนที่ท่านต้องการ	4.740	0.500	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม

n=150

ค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความส่งผล
5.ท่านเป็นผู้ที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ทั้งเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพ และสัดส่วนที่สวยงาม	4.750	0.630	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.600	0.400	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่าประชากรส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการจากค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.60) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับค่านิยมลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 5 ข้อ โดยเรียงลำดับจากความสำคัญได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือ เป็นผู้ที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ทั้งเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพและสัดส่วนที่สวยงาม ($\overline{X}$ = 4.75) ลำดับที่ 2 คือ เลือกใช้บริการฟิตเนสที่มีครบถวนในเรื่องของอุปกรณ์การออกกำลงกายและสามารถตอบสนองความต้องการในออกกำลังกายได้ในทุกๆ สัดส่วนที่ต้องการ ($\overline{X}$ = 4.74) ลำดับที่ 3 คือ ข้อจำกัดในเรื่องของเวลาการทำงาน หรือเวลาเรียนส่งผลให้เลือกใช้บริการ ($\overline{X}$ = 4.59) ลำดับที่ 4 คือ เลือกใช้บริการฟิตเนสที่จะสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายได้ทันทีที่ต้องการ ($\overline{X}$ = 4.55) และลำดับที่ 5 คือ เลือกใช้บริการฟิสเนสที่ตั้งอยู่ในสาถนที่ที่สะดวกแก่การเดินทาง ($\overline{X}$ = 4.39)

นอกจากข้อมูลที่กล่าวข้างต้น จากตารางจะเห็นได้ว่าค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรมของการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมีการกระจายตัวของข้อมูล โดยมีค่าที่กระจายตัวมากที่สุดที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.82) ในหัวข้อเลือกใช้บริการฟิตเนสที่จะสามารถตอบสนองความต้องการได้ทันทีที่ต้องการ และมีค่ากระจายตัวที่น้อยที่สุดที่ส่วนเบี่ยงเบนตราฐานเท่ากับ (S.D. = 0.50) ในหัวข้อ สนใจเลือกใช้บริการฟิตเนสที่มีครบถ้วนในเรื่องของอุปกรณ์การออกกำลังกายและสามารถตอบสนองความการในการออกกำลังกายได้ในทุก ๆ สัดส่วนที่ต้องการ

ตารางที่ 4.11: แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

n=150

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความส่งผล
1.ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงเนื่องจากความสะดวกสบายของสถานที่และเวลา	4.230	1.100	มากที่สุด
2.ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยคำนึงถึงสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงหลังการใช้บริการเป็นหลัก	4.350	0.860	มากที่สุด
3.ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากมีความคุ้มค่ามากกว่าการใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการในเวลาปกติ	4.200	0.930	มาก
4.ท่านสามารถเลือกใช้บริการฟิตเนสเพื่อออกกำลังกายในเวลาใดก็ได้ที่ท่านต้องการ	4.740	0.560	มากที่สุด
5.ท่านตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด24 ชั่วโมง เนื่องจากเป็นการเปิดโอกาสให้ท่านได้ลองใช้บริการฟิตเนสในรูปแบบใหม่	4.290	0.920	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.360	0.530	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่าประชากรส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทีสุด ($\overline{X}$ = 4.36) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ และในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ โดยเรียงลำดับจากความสำคัญได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือ สามารถเลือกใช้บริการฟิตเนสเพื่อออกกำลังกายในเวลาใดก็ได้ที่ต้องการ ($\overline{X}$ = 4.74) ลำดับที่ 2 คือ คำนึงถึงสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงหลังการใช้งานเป็นหลัก ($\overline{X}$ = 4.35) ลำดับที่ 3 คือ ตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากเป็นการเปิดโอกาสให้ได้ลองใช้บริการฟิตเนสในรูปแบบใหม่ ($\overline{X}$ = 4.29) ลำดับที่ 4 เลือกใช้เนื่องจาก

ความสะดวกสบายของสถานที่และเวลา ($\overline{X}$ = 4.23) และลำดับที่ 5 คือ เลือกใช้จากความคุ้มค่ามากกว่าการใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการในเวลาปกติ($\overline{X}$ = 4.20)

นอกจากข้อมูลที่กล่าวข้างต้น จากตารางจะเห็นได้ว่า การตัดสินใจบริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมีการกระจายตัวของข้อมูล โดยมีค่าที่กระจายตัวมากที่สุดที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.10) ในหัวเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 สี่ชั่วโมงเนื่องจากความสะดวกสบายของสถานที่และเวลา และมีค่ากระจายตัวที่น้อยที่สุดที่ส่วนเบี่ยงเบนตราฐานเท่ากับ (S.D. = 0.56) ในหัวข้อ เลือกใช้บริการฟิตเนสเพื่อออกกำลังกายในเวลาใดก็ได้ที่ต้องการ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน/ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ใช้การทดสอบค่าแบบ การวิเคราะห์การทดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Anlysis) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression Anlysis) ในการทดสอบค่าของตัวแปร ดังนี้

ตารางที่ 4.12: แสดงการทดสอบตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	ค่าสัมปสิทธิ	ค่า	ค่า	ค่า
	B	Beta	t	Sig
1.การรับรู้ประโยชน์	0.570	0.590	8.900	0.000

R Square (R2) = 0.35 Adjust R Square (AR2) = 0.34 Std. Error of the Estimate (S.E.) = 0.43 F = 79.22 Sig. < 0.05

จากตาราง 4.12 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นเชิงเดี่ยว (Simple Linear Regression Analysis) พบว่า การรับรู้ประโยชน์ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjusted R2 = 0.34) แสดงให้เห็นว่า การับรู้ประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 34 ที่เหลืออีกร้อยละ 66 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น ดังนั้นการรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 4.13: แสดงการทดสอบค่าความนิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของผู้บริโภคใจเขตกรุงเทพมหานคร ในรายด้าน

ตัวแปร	ค่าสัมปสิทธิ	ค่า	ค่า	ค่า
	B	Beta	t	Sig
1.ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ	0.150	0.200	2.640	0.009
2.ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์	0.350	0.440	5.230	0.000
3.ค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม	0.240	0.180	2.580	0.011

R Square (R2) = 0.50 Adjust R Square (AR2) = 0.49 Std. Error of the Estimate (S.E.) = 0.38 F = 48.03 Sig. < 0.05

จากตาราง 4.13 ผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยพหุคูณ (Multipe Regression Analysis) พบว่า ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ ค่านิยมมีลักาณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์ และค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาความสำคัญของค่านิยมที่มีอิทธิพลทต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์ (Beta =0.440) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ (Beta = 0.200) และลำดับสุดท้ายคือ ค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม (Beta =0.180)

สัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjusted R2 = 0.49) แสดงให้เห็นว่า ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์ และค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม คิดเป็นร้อยละ 49 ที่เหลืออีกร้อยละ 51 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น ดังนั้นค่านิยมมี

ลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์ และค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 4.14: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2 ค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยในการรับรู้ประโยชน์ และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 สี่ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยในการเลือกใช้ โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ 2 ส่วนดังนี้

5.1 สรุปผลด้านข้อมูลเชิงประชากร

5.2 สรุปผลด้านข้อมูลเชิงสถิติ

5.1 สรุปผลด้านข้อมูลเชิงประชากร

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากร 150 ชุด สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 จากการวิเคราะห์แบบสอบถามทางด้านเพศ สามารถสรุปได้ดังนี้คือ กลุ่มตัวอย่าง 150 คน สามารถจำแนกเพศได้ดังนี้คือ เพศชายเป็นจำนวนประชากรที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 84 คน และเพศหญิงเป็นสัดส่วนที่ลองลงมาคือ 66 คน

5.1.2 จากการวิเคราะห์แบบสอบถามทางด้านอายุสามารถสรุปได้ดังนี้คือ ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 31-34 ปี จำนวน 36 คน เป็นลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 ช่วงอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 34 คน ลำดับที่ 3 ช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 29 ลำดับที่ 4 ช่วงอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 26 คน ลำดับที่ 5 ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 13 คน ลำดับที่ 6 ช่วงอายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 6 ลำดับที่ 7 ช่วงอายุ 18-20 ปี และลำดับสุดท้าย ลำดับที่ 8 ช่วงอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน

5.1.3 จากการวิเคราะห์แบบสอบถามทางด้านวุฒิการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้คือ จำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี สูงสุดคือ 135 คน ลำดับที่ 2 คือ ระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน ลำดับที่ 3 คือมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 5 คน และลำดับที่ 4 คืออนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 1 คน

5.1.4 จากการวิเคราะห์แบบสอบถามทางด้านอาชีพสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ จำนวนผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 122 คน ลำดับที่ 2 คือเจ้าของธุรกิจ จำนวน 7 คน ลำดับที่ 3 คือข้าราชการ จำนวน 6 และลำดับที่ 4 ได้แก่พนักงานรัฐวิสาหกิจ, นักเรียน นักศึกษา และ อาชีพอื่น ๆ จำนวนอาชีพละ 5คน

5.1.5 จากการวิเคราะห์แบบสอบถามทางด้านรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน

100 คน ลำดับที่ 2 มีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 10 คน ลำดับที่ 3 มีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน ลำดับที่ 4 มีรายได้อยู่ที่ 25,001-30,000 บาท และรายได้อยู่ที่ 40,001-45,000 จำนวน 7 คน คิด ลำดับที่ 5 มีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท รายได้อยู่ที่ 35,001-40,000และรายได้อยู่ที่ 45,001-50,000 จำนวน 5,5 คน และลำดับที่ 6 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 2 คน

5.1.6 จากการวิเคราะห์แบบสอบถามทางด้านความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายแบบครบวงจร สามารถสรุปได้ดังนี้ คือผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลายในความถี่ของการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจร โดยความถี่ใจการเข้าใช้บริการลำดับที่ 1 คือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 4 วัน จำนวน 30 คน ลำดับที่ 2 คือใช้บริการสัปดาห์ละ 3 วัน จำนวน 27 คน ลำดับที่ 3 คือการเข้าใช้บริการแบบไม่มีความแน่นอน จำนวน 21 คน ลำดับที่ 4 คือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 5 วัน จำนวน 20 คน ลำดับที่ 5 คือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 2 วัน จำนวน 19 คน ลำดับที่ 6 คือใช้บริการสัปดาห์ละ 6 วันและ 2 วัน มีจำนวน 15 คนทั้ง 2 รายการ ลำดับที่ 7คือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 7 วัน หรือใช้บริการทุกวัน จำนวน 3 คน

5.2 สรุปผลด้านข้อมูลเชิงสถิติ

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากร 150 ชุด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยในการเลือกใช้สถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง โดยอ้างอิงปัจจัย 2 ตัว คือ การรับรู้ประโยชน์ ค่านิยมทางสังคม (ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ, ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ทางด้านอารมณ์ และค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ได้ดังนี้

5.2.1. ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 วโมงนั้นจากการวิเคราะห์ผล ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง คือปัจจัยด้านค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์ เป็นหลัก ลำดับที่ 2 รองลงมาคือเลือกใช้บริการจากการับรู้ประโยชน์ ลำดับที่ 3 คือค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม และลำดับสุดท้ายลำดับที่ 4 คือค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ

5.2.2 ปัจจัยด้านค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด ลำดับที่ 1 คือ ความรู้สึกพอใจในช่วงเวลาของฟิตเนสที่มีเปิดให้บริการตลอด24 ชั่วโมงมากกว่าฟิตเนสที่เปิดให้บริการแบบจำกัดเวลาทำการ ลำดับที่ 2 คือ ความรู้สึกว่าฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการในการออกกำลังกายได้ดีกว่า ลำดับที่ 3 คือ รู้สึกว่าการใช้บริการฟิตเนสที่ไม่มีข้อกัดในเรื่องของเวลาจะสามารถช่วยให้การออกกำลังกาย และการดูแลรูปร่างเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น ลำดับที่ 4 คือ

ได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ แล้วเกิดความสนใจในความแปลกใหม่ของช่วงเวลาการเปิดให้บริการ และลำดับที่ 4 คือ เลือกใช้บริการจากความชื่นชอบ

5.2.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด ลำดับที่ 1 คือความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นในเรื่องของเวลาในการเลือกใช้บริการ ลำดับที่ 2 คือ สามารถเลือกเวลาที่จะเข้าใช้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น ลำดับที่ 3 คือ สามารถช่วยลดข้ออ้างของการไม่ออกกำลังกายลงได้ ลำดับที่ 4 สามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายได้ทันทีที่ต้องการ และลำดับที่ 5 ช่วยให้มีร่างกายที่แข็งแรง ร่วมถึงมีรูปร่างที่เป็นที่พึงพอใจ

5.2.4 ปัจจัยด้านค่านิยมที่มีองค์ประกอบของพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด ลำดับที่ 1 คือ เป็นผู้ที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ทั้งเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพและสัดส่วนที่สวยงาม ลำดับที่ 2 คือ เลือกใช้บริการฟิตเนสที่มีครบถวนในเรื่องของอุปกรณ์การออกกำลงกายและสามารถตอบสนองความต้องการในออกกำลังกายได้ในทุกๆ สัดส่วนที่ต้องการ ลำดับที่ 3 คือ ข้อจำกัดในเรื่องของเวลาการทำงาน หรือเวลาเรียนส่งผลให้เลือกใช้บริการ ลำดับที่ 4 คือ เลือกใช้บริการฟิตเนสที่จะสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายได้ทันทีที่ต้องการ และลำดับที่ 5 คือ เลือกใช้บริการฟิสเนสที่ตั้งอยู่ในสาถนที่ที่สะดวกแก่การเดินทาง

5.2.5 ปัจจัยด้านค่านิยมทางมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดในการเลือกใช้ ลำดับที่ 1 คือความเข้าใจว่าการออกกำลังกายเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายและการเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายได้ ลำดับที่ 2 คือ เลือกใช้บริการจากความทันสมัย ลำดับที่ 3 คือ เคยมีประสบการณ์ใช้บริการกับฟิตเนสที่เปิดให้บริการในช่วงเวลาปกติมาแล้ว แต่ด้วยข้อจำกัดของเวลาทำให้ไม่สามารถใช้บริการได้อย่างเต็มที ลำดับที่ 4 คือ บุคคลที่รู้จัดในหน่วยงานหรือสถานบัน เลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงอยู่แล้ว และแนะนำให้ใช้ และลำดับที่ 5 คือ เคยได้รับข่าวสารถึงการเปิดให้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการยี่สิบสี่ชั่วโมงในต่างประเทศและเกิดความสนใจที่จะลองใช้บริการ

5.2.6 ปัจจัยด้านการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด24 ชั่วโมง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดลำดับที่ 1 คือ สามารถเลือกใช้บริการฟิตเนสเพื่ออกกำลังกายในเวลาใดก็ได้ที่ต้องการ ลำดับที่ 2 คือ คำนึงถึงสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงหลังการใช้งานเป็นหลัก ลำดับที่ 3 คือ ตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากเป็นการเปิดโอกาสให้ได้ลองใช้บริการฟิตเนสในรูปแบบใหม่ ลำดับที่ 4 เลือกใช้เนื่องจากความสะดวกสบายของสถานที่และเวลา และลำดับที่ 5 คือ เลือกใช้จากความคุ้มค่ามากกว่าการใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการในเวลาปกติ

5.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานจากการนำข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 150 คน ได้ผลสรุปดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1: การรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐานที่ 1: พบว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยมี ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2: ค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐานที่ 2: พบว่า ค่านิยมทางสังคม ทั้ง 3 ตัวแปรย่อยคือ ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ, ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์ และค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยมี ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.009, 0.000 และ 0.11 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยในการรับรู้ประโยชน์ และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 สี่ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ได้นำผลสรุปมาเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันเพื่ออธิบายสมมติฐานและวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: การรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงจากความสะดวกในเรื่องของเวลาที่สามารถเลือกใช้บริการในเวลาใดก็ได้ ผู้บริโภคสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการออกกำลังกายของตนเองได้ทันทีทุกเวลาที่ต้องการ ซึ่งนำมาซึ่งสุขภาพที่แข็งแรงและรูปร่างที่ดีเป็นที่พึ่งพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลของการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Schermerhorn, Osborn, Uhl-Bien & Hunt (2012) ซึ่งได้ได้อธิบายถึงกระบวนการรับรู้ไว้ว่า กระบวนการรับรู้ประกอบไปด้วยหลายขั้นตอน ประกอบไปด้วยความสนใจและการเลือกรับข้อมูล การจัดการข้อมูล การตีความข้อมูล และการดึงข้อมูลมาใช้ โดยปัจจัยข้างตนนี้จะนำไปสู่การตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึก ความคิด หรือการกระทำ

สมมติฐานที่ 2: ค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ

สมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงจากการรับรู้ข่าวสาร หรือได้รับการแนะนำจากคนรู้จักถึงการเปิดให้บริการสถานออกกำลังกายที่มีความแปลกใหม่ในเรื่องของเวลาการให้บริการ ประกอบกับผู้บริโภคมีประสบการณ์ที่เคยใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการในเวลาปกติอยู่ก่อนหน้าแล้วแต่ไม่ได้รับความสะดวกในเรื่องของเวลาที่จะเลือกเข้าใช้บริการ ทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของการตอบสนองความต้องการ ทั้งในเรื่องของสุขภาพ และรูปร่าง การที่ในจังหวัดกรุงเทพเกิดธุรกิจฟิตเนสหรือสถานออกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงขึ้น โดยมีอุปกรณ์การออกกำลังกายที่ครบถ้วนและสถานที่ตั้งที่เหมาะสมเดินทางสะดวก จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะตัดสินใจใช้บริการทั้งเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพ รูปร่างสัดส่วนที่สวยงามและความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rokeach (1969) ที่กล่าวไว้ว่า ค่านิยมของบุคคลจะอยู่ในความเชื่อแบบกำหนดการ ความเชื่อแบบกำหนดการจะมีองค์ประกอบ 3 ส่วนคือ ค่านิยมที่มีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ คือ บุคคลนั้น ๆ รับรู้และเข้าใจเป้าหมาย และพยายามที่จะไขว่คว้าหรือใฝ่หาสิ่งนั้น ๆ เช่นเดียวกับผลการวิจัยที่จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคเข้าใจว่าสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการการออกกำลังที่ไม่เป็นเวลาของเขาได้ ผู้บริโภคจึงตัดสินใจใช้บริการ ส่วนที่ 2 คือ ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางอารมณ์ คือค่านิยมซึ่งบุคคลนั้น ๆ มีอารมณ์หรือความรู้สึกที่อ่านไหวไปกับค่านิยม เช่นในวิจัยเล่มนี้ที่มีผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเพราะต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง ส่วนที่ 3 ค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม คือ ค่านิยมที่นำถูกกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติ ซึ่งในที่นี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มคนที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน และเป็นพนักงานบริษัทเอกสารขน ซึ่งมีเวลาเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยให้พวกเขาตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

5.5 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงจากค่านิยมทางสังคมและการรับรู้ประโยชน์ นั้นแสดงให้เห็นว่าการมีต้นแบบที่ทำให้เห็น การสร้างการรับรู้ จนนำไปสู่การก่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิดว่าสิ่งที่กระทำอยู่หรือกำลังจะกระทำนั้นเป็นสิ่งที่ดีและควรยึดถือปฏิบัติตาม เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โภค ดังนั้นสถานประกอบการควรให้ความสนใจที่จะป้อนข้อมูลและสร้างกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำเสนอข้อมูลให้แก่ผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกในการรับรู้ของผู้บริโภค และเพื่อสร้างค่านิยมทางสังคมใหม่ ๆ ขึ้นมา ทั้งนี้เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้เข้าใช้บริการในสถานประกอบการนั้น ๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายและมูลค่าทางธุรกิจ

5.6 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการนำเสนอผลการวิจัยโดยเลือกนำเสนอเพียงตัวแปรใด ตัวแปรหนึ่งซึ่งผู้วิจัยคิดว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเท่านั้น เพื่อเป็นการนำเสนอแนวทางหรือทัศนะที่แตกต่างออกไป ในการจัดวิจัยในครั้งต่อๆ ไป ผู้วิจัยแนะนำให้ศึกษาตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งตัวแปรอื่น ๆ ที่กล่าวถึงนี้สามารถผันแปรไปได้ตลอดเวลาตามยุคและสมัย อีกทั้งการศึกษาวิจัยฉบับนี้ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส้งผลต่อการตัดสินใจเลือใช้สถานออกกำลังกายครบวงจรมี่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้นเนื่องจากเป็นเขตจังหวัดที่มีการเปิดและขยายสาขาของสถานออกกำลังกายมากที่สุด สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปอาจจะลองศึกษาเพิ่มเติมถึงความต้องการใช้บริการของกลุ่มประชากรในจังหวัดอื่น ๆ ใกล้เคียง

บรรณานุกรม

กมลรัตน์ หล้าสุวงศ์. (2527). *จิตวิทยาสังคม.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *การจดทะเบียนธุรกิจ ประจำเดือนพฤษภาคม 2562 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.* สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469415259.

ก่อ สวัสดิ์พานิช. (2535). *มองการศึกษา: เส้นทางที่เท่าเทียมของคนไทย.* กุรงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกรียงไกร เรือนน้อย. (2554). *ค่านิยมที่พึงประสงค์และลักษณะคนไทยที่ดี.* สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/336897.

กันยา สุวรรณแสง. (2544). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อักษรวิทยา.

ความหมายของค่านิยม. (2556). สืบค้นจาก http://soiphap.blogspot.com/2013/09/update-2535-2537-phenix-1992-ruch-1992.html.

ค่ารักษาพยาบาลสูง คนห่วงสุขภาพตัวเองมากยิ่งขึ้น โอกาสทางการตลาดสินค้าและฟิจเนส เติบโตทะลุแสนล้าน. (2561). สืบค้นจาก https://www.brandbuffet.in.th/2018/10/sport-and-fitness-market-trend/.

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. (2547). *หลักการจัดการและองค์การและการจัดการแนวคิด : การบริการธุรกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน.* กุรงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). *บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคม และอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.* สืบค้นจาก http://goo.gl/zheBsU.

ถวิล ธาราโภชน์. (2539). *จิตวิทยาสังคม.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

บงกช กิตติวาณิชยกุล. (2559). *การรับรู้ประโยชน์ ความภักดีต่อตราสินค้า แลความสนใจใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอพพลิเคชั่น Bugaboo*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พัศชนันท์ ใจงาม. (2559). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของผู้บริโภค : กรณีศึกษาฟิตเนสไทยแลนด์ จังหวัดเชียงใหม่.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณะ. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ของประชากรในเขตกุรงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ราช ศิริวัฒน์. (2560). *ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.* สืบค้นจาก https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.

รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.* สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รุ่งทิวา มสุทธิ์มณี. (2558). *ความคาดหวังของผู้บริโภคชาวไทยเกี่ยวกับการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์.* งานนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ฤกษ์ชัย คูณูปกร. (2539). *หลักการและทฤษฎีการปลูกฝังจริยธรรม.* พิษณุโลก: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม.

ลักขณา สริวัฒน์. (2549). *การคิด.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

สมคิด บางโม. (2548). *องค์การและการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2530). *ทฤษฎีและปฏิบัติการทางจิตวิทยาสังคม.* กรุงเทพฯ: พิทักษ์อักษร.

สุโท เจริญสุข. (2520). *บทศึกษาจิตวิทยาเพื่อการศึกษาการแนะแนวสุขภาพจิตในโรงเรียน.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

สุปราณี สนธิรัตน์. (2545). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.

สุภัทรา เฮงวาณิชย์. (2541). *การรับรู้ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในช่วง พ.ศ.2540-2541 และพฤติกรรมประหยัดของบิดา มารดาและบุตรวัยรุ่น.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินวิโรฒม์ ประสานมิตร.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทการตลาด การวางแผนการตลาด.* กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

อลงกรณ์ ศรีเลิศ และศราวุฒิ แสงคำ. (2559). *ทัศนคติ พฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการออกกำลังกายของบุคลากรวิทยาลัยนอร์ทเทิร์น และบุคลากรโรงเรียนไฮเทคเทคโนโลยี.* ตาก: คณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น.

อำพล ชะโยมชัย. (2561). *พฤติกรรมองค์การ และการบริหารจัดการสมัยใหม่.* สืบค้นจาก http://ob-modern.blogspot.com/.

Bloom, B.S. (1956). *Taxonomy of eductional objectives*. New York: David Mckay.

Ginzberg. (1966). *The development of human resources*. New York: McGraw-Hill Book Company.

Miller, M.A (1995). Culture, spirituality, and woman's health. *Journal of Obsetric Gynecologic and Neonatal Nursing, 24*(3), 257-264.

Rokeach, M. (1969). *Beliefs, attitudes, and values: a theory of organization and change.* San Francisce: Jossey Bass.

Schermerhorn, J.R., Osborn, R.N.Jr., Uhl-Bien, M., & Hunt, J.G. (2011). *Organizational behavior.* New Jersey: John Wiley & Sons.

Taylor, I. (1996). Illuminating Lunar Phase. The Science Teacher. Promotion mental model building in astronomy Education. *International Journal of Science Education, 25*(10).

Yee, R.W.Y., Yeung, A.C.L., Lee, P.K.C., & Cheng, T.C.E. (2013). The relationships among leadership, goal orientation, and service quality in high-contact service industries: An empirical study. *International Journal of Production Economics, 141*(2), 452–464.

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ภาคผนวก

BANGKOK UNIVERSITY
FOUNDED 1962

ชุดที่.....

แบบสอบถาม

เรื่องการรับรู้ประโยชน์ และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ประโยชน์ และค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจรที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา BA715: Independent Study (IS) ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้จัดทำแบบสอบถาม ในการให้ข้อมูลที่ตรงกับการใช้งานจริงมากที่สุด โดยข้อมูลทั้งหมดที่ท่านได้ให้ไว้จะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการทำจัดแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจ้ง: โปรดทำเครื่องหมายลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) 18 – 20 ปี ☐ 2) 21 – 25 ปี ☐ 3) 26 – 30 ปี
☐ 4) 31 – 35 ปี ☐ 5) 36 – 40 ปี ☐ 6) 41 – 45 ปี
☐ 7) 46– 50 ปี ☐ 8) ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ☐ 2) อนุปริญญา/ปวส. ☐ 3) ปริญญาตรี
☐ 4) ปริญญาโท ☐ 5) ปริญญาเอก

4. อาชีพ

☐ 1) นักเรียนนักศึกษา ☐ 2) พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 3) ข้าราชการ
☐ 4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 5) เจ้าของธุรกิจ ☐ 6) อาชีพอื่น ๆ

5. รายได้ต่อเดือน

☐ 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 2) 15,001 – 20,000 บาท ☐ 3) 20,001 - 25,000
☐ 4) 25,001 – 30,000 บาท ☐ 5) 30,001 – 35,000 บาท ☐ 6) 35,001 – 40,000
☐ 7) 40,001 – 45,000 บาท ☐ 8) 45,001 – 50,000 บาท ☐ 9) 50,001 ขึ้นไป

6. ความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจร (ฟิตเนส)

☐ 1) ทุกวัน ☐ 2) สัปดาห์ละ 6 วัน ☐ 3) สัปดาห์ละ 5 วัน
☐ 4) สัปดาห์ละ 4 วัน ☐ 5) สัปดาห์ละ 3 วัน ☐ 6) สัปดาห์ละ 2 วัน
☐ 7) สัปดาห์ละ 1 วัน ☐ 4) ไม่แน่นอน

ส่วนที่ 2 การรับรู้ประโยชน์ของการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย (ฟิตเนส) ทีเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย☐ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยระดับปานกลาง
2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
1 เหมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness)	**ระดับความคิดเห็น**				
	เห็นด้วย ⟷ มากที่สุด น้อยที่สุด				
1. ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายของท่านได้ทันทีที่ต้องการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2. ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยให้ท่านสามารถเลือกเวลาที่จะเข้าใช้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3. ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยให้ท่านสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นในเรื่องของเวลาในการเลือกเข้าใช้บริการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness)	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วย มากที่สุด น้อยที่สุด				
4. ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สามารถช่วยลดข้ออ้างของการไม่ออกกำลังกายของท่านลงได้	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5. ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรง ร่วมถึงมีรูปร่างที่เป็นที่พึงพอใจสำหรับท่าน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ส่วนที่3 ค่านิยมทางสังคมในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย (ฟิตเนส) ทีเปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย□ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยระดับปานกลาง
2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ค่านิยมทางสังคม (Social Value)	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วย มากที่สุด น้อยที่สุด				
ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้ความเข้าใจ(Cognitive)					
6.ท่านเคยได้รับข่าวสารถึงการเปิดให้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงในต่างประเทศและเกิดความสนใจที่จะลองใช้บริการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7. ท่านเข้าใจว่าการออกกำลังกายเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายของท่านและการเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการออกกำลังกายของท่านได้	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8. ท่านเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากความทันสมัย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ค่านิยมทางสังคม (Social Value)	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วย ⟷ มากที่สุด น้อยที่สุด				
9. บุคคลที่ท่านรู้จักในหน่วยงานหรือสถาบันของท่านเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงอยู่แล้วและแนะนำให้ท่านเข้าใช้บริการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
10. ท่านเคยมีประสบการณ์ใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการในช่วงวลาปกติมาแล้ว แต่ด้วยข้อจำกัดของเวลาทำให้ท่านไม่สามารถใช้บริการได้อย่างเต็มทีและไม่เกิดความพอใจเท่าที่ควร	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ค่านิยมมีลักษณะเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์ (Affective)					
11.ท่านเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงจากความชื่นชอบ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
12.ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ แล้วเกิดความสนใจในความแปลกใหม่ของช่วงเวลาการเปิดให้บริการฟิตเนส	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
13.ท่านมีความรู้สึกพอใจในช่วงเวลาของฟิตเนสที่มีการเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมากกว่าการ ฟิตเนสที่เปิดให้บริการแบบจำกัดเวลาทำการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
14.ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการฟิตเนสที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาจะสามารถช่วยให้การออกกำลังกาย และการดูแลรูปร่างของท่านเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
15.ท่านรู้สึกว่าฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงสามารถตอบสนองความต้องการในการออกกำลังกายของท่านได้ดีกว่า	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ค่านิยมมีองค์ประกอบของพฤติกรรม (Behavioral)					
16.ข้อจำกัดในเรื่องของเวลาทำงาน หรือเวลาเรียนส่งผลให้ท่านเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
17.ท่านเลือกที่จะใช้บริการฟิตเนสที่ตั้งอยู่ในสถานที่ที่สะดวกแก่การเดินทาง	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
18.ท่านเลือกที่จะใช้บริการฟิตเนสที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้ทันทีที่ ท่านต้องการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ค่านิยมทางสังคม (Social Value)	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วย มากที่สุด น้อยที่สุด				
19.ฟิตเนสที่ท่านสนใจเลือกใช้บริการจะต้องเป็นฟิตเนสที่มีครบถ้วนในเรื่องของอุปกรณ์การออกกำลังกาย และสามารถตอบสนองความต้องการในการออกกำลังกายของท่านได้ในทุก ๆ สัดส่วนที่ท่านต้องการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
20. ท่านเป็นผู้ทีออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ทั้งเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพ และสัดส่วนที่สวยงาม	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ส่วนที่ 4การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายครบวงจร (ฟิตเนส)ที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย□ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยระดับปานกลาง
2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วย มากที่สุด น้อยที่สุด				
21. ท่านเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากความสะดวกสบายของสถานที่และเวลา	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
22. ท่านเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด24 ชั่วโมง โดยคำนึงถึงสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงหลังการใช้บริการเป็นหลัก	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
23. ท่านเลือกใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด24 ชั่วโมง เนื่องจากมีความคุ้มค่ามากกว่าการใช้บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการในเวลาปกติ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปิดให้บริการตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง	**ระดับความคิดเห็น**				
	เห็นด้วย ⟷ มากที่สุด น้อยที่สุด				
24. ท่านสามารถเลือกใช้บริการฟิตเนสเพื่อออกกำลังกายในเวลาใดก็ได้ที่ท่านต้องการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
25.ท่านเลือกใช้ บริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากเป็นการเปิดโอกาสให้ท่านได้ลองใช้บริการฟิตเนสในรูปแบบใหม่	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

****ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลา ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้****

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวอรุณรัตน์ วิละรัตน์

อีเมล aroonrat.jib@gmail.com

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะบริหารธุรกิจ เอกบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพ

ประสบการณ์ทำงาน ปี พ.ศ. 2555 - ปัจจุบัน ตำแหน่งพนักงาน ผู้ประสานงานฝ่ายขาย บริษัท บัสกัม จำกัด
ปี พ.ศ. 2559 - ปัจจุบัน ตำแหน่งพนักงาน ฝ่ายจัดซื้อ และนำเข้าส่งออก บริษัท บัสกัม จำกัด และบริษัท เคมมิค วิซ จำกัด

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 27 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อัฐนวัชน์ วิสรวัชน์ อยู่บ้านเลขที่ 429
ซอย ลำไส 1 ถนน วิภาวดีรังสิต ตำบล/แขวง ลาดยาว
อำเภอ/เขต จตุจักร จังหวัด กทม. รหัสไปรษณีย์ 10260
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7610201829
ระดับปริญญา ☐ ตรี ☑ โท ☐ เอก
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา -
คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า **"ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ"** ฝ่ายหนึ่ง และ **มหาวิทยาลัยกรุงเทพ** ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "**ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ**" อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ
การจัดการโรงงานที่ผลิตน้ำยางข้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานขนส่งสินค้าตามกฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลงของกรมการขนส่งทางบก
ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า **"วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์"**)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวสุรนิรัตน์ วิลัยรัตน์)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์ อัฏฐิภา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962