

การวิเคราะห์องค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ของโรงแรมห้าดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ธาราดิพนธ์ แสงอรุณศิลป์*
พราหม อินพรม**
เสาวลี แก้วช่วย**
ศิวะพร ภูพันธ์***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ตัวอย่างการวิจัย คือ ผู้ที่ออกกำลังกายโดยเป็นสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 308 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน การวิเคราะห์ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. องค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมทางการตลาด ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (Chi-square) มีค่าเท่ากับ 1.98, $p = 0.37$ ทิ้งเสาอิสระ เท่ากับ 2 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 และค่าดัชนีของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.00 น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปร ทั้ง 4 ตัวแปร มีค่าเป็นบวก ขนาดตั้งแต่ 0.41–0.84 และทุกตัวแปรมีความสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดที่สุด คือ ตัวแปรราคา รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมทางการตลาด และสถานที่ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.84, 0.60, 0.54 และ 0.41 ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการพบว่า ตัวแปรคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มีผลให้คะแนนเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คำสำคัญ : การวิเคราะห์องค์ประกอบ, การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์, ฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาว

* นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการกีฬา ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการกีฬา ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

*** อาจารย์ ดร. สาขาวิชาประชากรศึกษา ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ติดต่อผู้พิมพ์: ธาราดิพนธ์ แสงอรุณศิลป์ E-mail: s.tarapat@gmail.com มือถือ: 061-8787222

รับบทความ 9 กรกฎาคม 2563 แก้ไขบทความ 2 ธันวาคม 2566 ตอรับ 10 ธันวาคม 2566

An Analysis of the Components of Customers' Decision Making on Five-Star Hotels' Fitness Centers Choice in Bangkok

Tharapat Saengaroonsin *

Pram Inphrom **

Saowalee Kaewchuai **

Siwaporn Phupan ***

Abstract

The purposes of this study were (1) to analyze the factors of customers' decision making on five-star hotels' fitness centers choice in Bangkok and (2) to compare the level of customers' decision making on five-star hotels' fitness centers choice in Bangkok based on their backgrounds. The samples consisted of 308 customers of the five-star hotels' fitness centers in Bangkok. The research instrument used in this study was a questionnaire. The data were analyzed with descriptive statistics, confirmatory factor analysis (CFA), t-test, and one-way ANOVA. The results were as follows:

1. The factors of customers' decision making on five-star hotels' fitness centers choice in Bangkok comprised of product, price, place and promotions. The confirmatory factor analysis of measurement model of customers' decision making on five-star hotels' fitness centers choice in Bangkok was fitted with empirical data (chi-square = 1.98, $p = 0.37$, $df = 2$, $GFI = 1.00$, $AGFI = 0.98$, $RMR = 0.00$), factor loading of four variables were positive, size were from 0.41 – 0.84. The highest factor loading variable was price, followed by product, promotion, and place. The factor loadings were 0.84, 0.60, 0.54, and 0.41 respectively.

2. The comparison of the levels of customers' decision making on five-star hotels' fitness centers choice in Bangkok based on their backgrounds, were found that, there were statistically significant difference at the .01 level of statistical significance under different age, education level, occupation, and income.

Keywords: Factor Analysis, Decision Making on Five-Star Hotels' Fitness Centers Choice, Fitness Centers of the Five-Star Hotels

*Master's degree student Sports Management major Department of Education, Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University

**Assistant Professor Dr. Department of Sports Management Department of Education, Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University

***Lecturer Dr. Department of Population Studies Department of Education, Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University

Contract: Tharapat Saengaroonsin E-mail.: s.tarapat@gmail.com Mobile: 061-8787222

Received July, 9 2020 ; Revised December, 2 2023 ; Accepted December, 10 2023

บทนำ

เนื่องจากกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ชีวิตคนเมืองมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงทั้งหน้าที่การงาน การเรียน จนบางครั้งเลยละเลยการเอาใจใส่ดูแลสุขภาพ แต่ก็มีคนบางกลุ่มที่ยังเห็นความสำคัญในเรื่องสุขภาพและการออกกำลังกาย กระแสการออกกำลังกายจึงเริ่มเข้ามามีความสำคัญในชีวิตประจำวัน เพราะนอกจากจะทำให้มีสุขภาพที่แข็งแรง ช่วยลดความเครียด ยังนำมาซึ่งสุขภาพจิตที่ดีแต่ด้วยข้อจำกัดเรื่องเวลาและความสะดวกสบายทำให้คนกลุ่มนี้หันมาออกกำลังกายในร่มหรือสถานที่ที่จัดไว้สำหรับออกกำลังกายโดยเฉพาะ เนื่องจากสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ที่มีความพร้อม มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ปัจจุบันฟิตเนสเซ็นเตอร์จึงเป็นสถานที่ออกกำลังกายที่เข้ามาเป็นตัวเลือกที่ช่วยตอบสนองความต้องการของคนเมืองมากยิ่งขึ้น สามารถเดินทางได้สะดวกเนื่องจากตั้งอยู่ทั้งในโรงแรม ห้างสรรพสินค้า หรือตึกสำนักงานต่าง ๆ ทำให้สะดวกต่อการใช้บริการ

เนื่องจากปัจจุบันฟิตเนสไม่ใช่เพียงสถานที่ที่ออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว การนำเสนอความรู้สึกที่ฟิตเนสเป็นสถานที่ที่เหมือนบ้านสามารถทำกิจวัตรประจำวันที่หลากหลายได้จึงเป็นหนึ่งปัจจัยที่ทำให้คนเลือกใช้บริการ ทั้งนี้กระแสรักสุขภาพในปัจจุบันทำให้คนเกิดความสนใจที่จะเข้าใช้บริการฟิตเนสจำนวนมากขึ้น แต่ด้วยกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลต่อพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปในแต่ละวันผู้คนมีกิจกรรมที่หลากหลายและแปลกใหม่มากขึ้น ดังนั้น คอร์สออกกำลังกายรูปแบบใหม่ ๆ และทำเลที่ตั้งของฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ที่อยู่ย่านใจกลางเมือง หรือสามารถเดินทางอย่างรวดเร็วโดยรถไฟฟ้า เป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ในประเทศไทยมีการแข่งขันที่ซับซ้อนและรุนแรงมากขึ้น

สำหรับธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่สำคัญในเรื่องการบริการและเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ การตัดสินใจของแขกที่เข้าพักย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ เช่น อัตราค่าบริการที่พัก สถานที่ตั้ง คุณภาพของการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การบริการที่ประทับใจ และยังรวมถึงการบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

ด้วยความสำคัญของการบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงสนใจการวิเคราะห์องค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และการศึกษาระดับตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ซึ่งข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน/พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

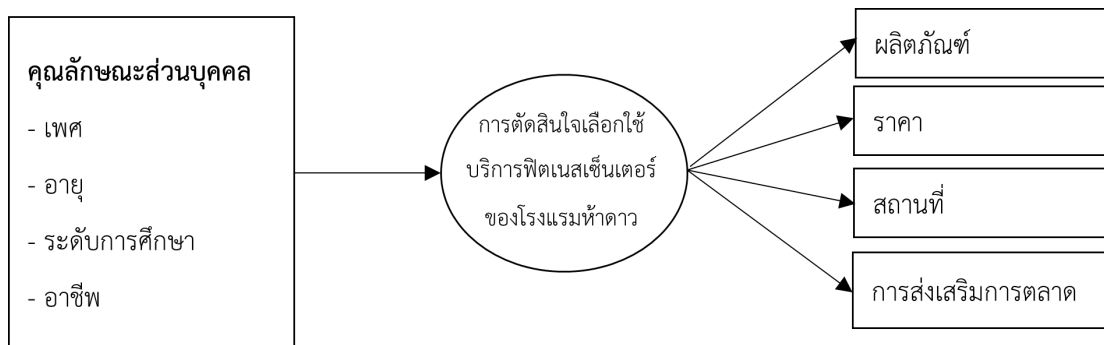
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ทำให้ได้สาระสำคัญเกี่ยวกับลักษณะของตัวแปรการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ไม่สามารถสังเกตและวัดได้โดยตรง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ของ Kotler (2000) ที่ได้อธิบายถึงส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ คือ (1) องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (2) องค์ประกอบด้านราคา (3) องค์ประกอบด้านสถานที่ และ (4) องค์ประกอบด้านส่งเสริมทางการตลาด ทั้งนี้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา พบว่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการกีฬา และการเข้าชมกีฬา มักจะเป็นตัวแปรคุณลักษณะส่วนบุคคล (ประภานันท์ โพธิ์นาถ, 2557; เดชาธร ตั้งศิริยาพงศ์กุล, 2560; อธิปวัฒน์ ฉัตรกมล, 2560) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวแปรคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มาอธิบายระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่างการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ออกกำลังกายโดยเป็นสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 25 แห่ง ตัวอย่างการวิจัย ผู้ที่ออกกำลังกายโดยเป็นสมาชิกของ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 308 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) โดยทำการสุ่มผู้ที่ออกกำลังกายโดยเป็นสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาว จำนวน 18 แห่งจากฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 25 แห่ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) จำนวน 33 ข้อ ซึ่งมีเนื้อหาของข้อคำถามครอบคลุม 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญพบว่า ค่าดัชนี IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 สำหรับผลการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.83

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบความการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยคำนวณหาค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (correlation matrix) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อนำค่าสถิติที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และ (2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) โดยใช้โปรแกรมลิสเรล

2. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล โดยตัวแปรเพศ วิเคราะห์ด้วยสถิติ (t-test) สำหรับตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance: one-way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีจำนวนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 48.70 และ 51.30 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุ อยู่ในช่วง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.62 และอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.30 เมื่อพิจารณาระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.44 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.98 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 42.21 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.08 รองลงมา คือ รายได้ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 24.68

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($M = 3.87$, $S.D. = 0.38$) เมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ฯ พบว่า องค์ประกอบด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.33$, $S.D. = 0.39$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ ($M = 4.10$, $S.D. = 0.43$) และองค์ประกอบด้านราคา ($M = 3.74$, $S.D. = 0.60$) ทั้งนี้ องค์ประกอบด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด และอยู่ในระดับปานกลาง คือ องค์ประกอบด้านส่งเสริมทางการตลาด ($M = 3.32$, $S.D. = 0.67$) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติพื้นฐานของการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร	Mean	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.10	0.43	มาก
องค์ประกอบด้านราคา (Price)	3.74	0.60	มาก
องค์ประกอบด้านสถานที่ (Place)	4.33	0.39	มากที่สุด
องค์ประกอบด้านส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	3.32	0.67	ปานกลาง
ภาพรวม	3.87	0.38	มาก

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลการวัดการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 4 ตัวแปร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.20 ถึง 0.54 โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และองค์ประกอบด้านราคา (Price) มีค่าเท่ากับ 0.54 รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านราคา (Price) และองค์ประกอบด้านส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) มีค่าเท่ากับ 0.46 และตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ องค์ประกอบด้านสถานที่ (Place) และองค์ประกอบด้านส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) มีค่าเท่ากับ 0.20 พิจารณาค่า Bartlett's Test of Sphericity เพื่อทดสอบสมมติฐานว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์นั้นเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (identity matrix) พบว่ามีค่าเท่ากับ 219.00 ($p = .00$) แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับค่าดัชนีไกเซอร์-เมเยอร์-ออลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO) มีค่าเท่ากับ 0.69 ซึ่งเข้าใกล้ 1 ผลการวิเคราะห์นี้ แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้ รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ค่า Bartlett's Test of Sphericity และค่าสถิติไกเซอร์-เมเยอร์-ออลกิน (KMO) ของการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรสังเกตได้	PRODU	PRICE	PLACE	PROMO
PRODU	1.00			
PRICE	0.54**	1.00		
PLACE	0.29**	0.33**	1.00	
PROMO	0.30**	0.46**	0.20**	1.00
Mean	4.10	3.74	4.33	3.32
S.D.	0.43	0.60	0.39	0.67

Bartlett's Test of Sphericity = 219.00 df = 6 $p = .00$

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) = 0.69

** $p < .01$

3.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดองค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (Chi-square) มีค่าเท่ากับ 1.98 ซึ่งมีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.37

ที่องศาอิสระเท่ากับ 2 ($df = 2$) นั่นคือค่าไค-สแควร์ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.00

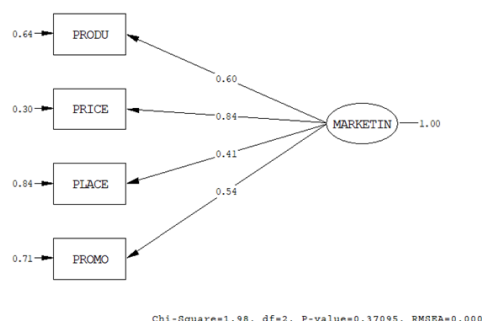
เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน (B) ของแต่ละตัวแปร พบว่า น้ำหนักขององค์ประกอบของตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.41 – 0.84 และทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือ ตัวแปรองค์ประกอบด้านราคา (Price) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.84 และมีความผันแปรร่วมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 70.40 รองลงมาคือ ตัวแปรองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.60 และมีความผันแปรร่วมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 35.80 สำหรับตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญน้อยที่สุดคือ ตัวแปรองค์ประกอบด้านสถานที่ (Place) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.41 และมีความผันแปรร่วมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 16.50 รายละเอียดดังตารางที่ 3 และภาพที่ 2

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ		t	R ²	ส.ป.ส.คะแนนองค์ประกอบ
	b(SE)	B			
องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0.26 (0.03)	0.60	9.56	0.36	0.48
องค์ประกอบด้านราคา (Price)	0.50 (0.04)	0.84	12.73	0.70	1.04
องค์ประกอบด้านสถานที่ (Place)	0.16 (0.03)	0.41	6.45	0.17	0.27
องค์ประกอบด้านส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	0.36 (0.04)	0.54	8.60	0.29	0.25

Chi-square = 1.98 $df = 2$ $\chi^2/df = 0.99$ $p = .37$
GFI = 1.00 AGFI = 0.98 RMR = 0.00 RMSEA = 0.00

** $p < .01$



ภาพที่ 2 องค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์เพศชายและเพศหญิง พบว่า ค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างผู้ออกกำลังกายเพศชายและผู้ออกกำลังกายเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน ($t = 0.25$, $p = .80$) สำหรับผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกผู้ใช้บริการตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ออกกำลังกายที่ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

คุณลักษณะส่วนบุคคล	n	M	S.D.	Test of Homogeneity			ANOVA		
				Levene's Test for Equality of Variances	p	F	t	p	เปรียบเทียบรายคู่
1. เพศ									
(1) ชาย	150	3.88	0.38	0.10	.76	-	.25	.80	-
(2) หญิง	158	3.87	0.38						
2. อายุ									
(1) 18-20 ปี	38	4.19	0.40	5.46	.00	12.41	-	.00**	(1) > (2)
(2) 21-30 ปี	59	3.94	0.45						(1) > (3)
(3) 31-40 ปี	82	3.88	0.35						(1) > (4)
(4) 41-50 ปี	81	3.74	0.27						(1) > (5)
(5) 51 ปี ขึ้นไป	48	3.76	0.33						(2) > (4)
3. ระดับการศึกษา									
(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	4.20	0.39	1.35	.26	25.13	-	.00**	(1) > (2)
(2) ปริญญาตรี	180	3.82	0.36						(1) > (3)
(3) สูงกว่าปริญญาตรี	80	3.80	0.32						
4. อาชีพ									
(1) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	37	4.16	0.39	3.27	.02	8.80	-	.00**	(1) > (2)
(2) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	53	3.80	0.33						(1) > (3)
(3) พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	130	3.83	0.32						(1) > (4)
(4) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	87	3.85	0.43						
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
(1) ต่ำกว่า 15,000 บาท	35	4.17	0.38	3.85	.01	14.37	-	.00**	(1) > (2)
(2) 15,001 - 30,000 บาท	52	3.99	0.43						(1) > (4)
(3) 30,001 - 50,000 บาท	76	3.85	0.38						(2) > (4)
(4) 50,001 บาท ขึ้นไป	145	3.77	0.31						

**p < .01

อภิปรายผลการวิจัย

1) องค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการตรวจสอบโมเดลการวัดเพื่อยืนยันองค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรที่ใช้วัดการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 4 ตัวแปร คือ ผลลัพธ์ ราคา สถานที่ และส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบใกล้เคียงกัน (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.60, 0.84, 0.41 และ 0.54 ตามลำดับ) โดยตัวแปรราคามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงกว่าตัวแปรอื่น ๆ กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ตัวแปรราคามีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด แสดงว่า ตัวแปรราคา มีความสำคัญมากที่สุด นั่นคือ การที่ผู้ออกกำลังกายจะตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ผู้ออกกำลังกายจะตัดสินใจจากองค์ประกอบด้านราคาเป็นหลักสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของ Satit และคณะ (2012) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกบริษัทนำเที่ยว โดยเลือกใช้กรอบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P's ซึ่งพบว่า ตัวแปรราคา เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกบริษัทนำเที่ยว

2) การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ พบว่า ค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์เพศชายและผู้ออกกำลังกายเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้ว การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์เพศชายและเพศหญิง ไปในทางเดียวกัน

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกผู้ออกกำลังกายตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาณันท์ โพธิ์นาค (2557) ที่ได้ศึกษาความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยโดยพบว่าผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตาม อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ โมเดลการวัดองค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ซึ่งทั้ง 4 องค์ประกอบ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า องค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 องค์ประกอบ เป็นองค์ประกอบที่มี

ความสำคัญ อย่างไรก็ตามองค์ประกอบด้านราคา มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ออกกำลังกายโดยเป็นสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาว จะตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ออกกำลังกายฯ ตัดสินใจโดยพิจารณาด้านราคาเป็นหลักก่อนข้อค้นพบเหล่านี้จึงเป็นสารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้จัดการฟิตเนสเซ็นเตอร์ หรือผู้ที่สนใจที่จะนำข้อมูลสารสนเทศนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อวางแผนการตลาดฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครต่อไป

2. จากผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลทำให้ค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ออกกำลังกายฯ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยข้อค้นพบที่สำคัญครั้งนี้พบว่า ผู้ออกกำลังกายฯ ที่มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวฯ สูงกว่าผู้ออกกำลังกายฯ กลุ่มอื่น ๆ คือ (1) ผู้ออกกำลังกายฯ อายุ 18 -20 ปี (2) ผู้ออกกำลังกายฯ ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (3) ผู้ออกกำลังกายฯ ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และ (4) ผู้ออกกำลังกายฯ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และ ผู้ออกกำลังกายฯ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท ข้อค้นพบเหล่านี้จึงเป็นสารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้จัดการฟิตเนสเซ็นเตอร์ หรือผู้ที่สนใจที่จะนำข้อมูลสารสนเทศนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อวางแผนการตลาดฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ พบว่า ตัวแปรราคา เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.84 และมีความผันแปรร่วมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 70.40 นั่นคือ การที่ผู้ออกกำลังกายจะตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ผู้ออกกำลังกายจะตัดสินใจด้านราคาเป็นหลักสำคัญ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวกับราคาของบริการ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่มีความชัดเจนและลุ่มลึก และเป็นประโยชน์ต่อการให้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ในการวิจัยครั้งต่อไป นักวิจัยสามารถคัดเลือกตัวแปรราคา ไปใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์/พัฒนากลยุทธ์การตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ของโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

จิราภา พึ่งบางกรวย. (2552). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ในกรุงเทพมหานคร. *สัปดาห์วารสารการวิจัยสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*, 15(1). 76-90.

- เดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภาพันธ์ โพธิ์นาค. (2554). ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อธิวัฒน์ นัตรมลธรรม. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมบาสเกตบอลไทยแลนด์ลีก 2016. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุษา ศรีไชยา. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: The Millennium edition* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Satit, R. P., Tat, H. H., Rasli, A., Chin, T. A., & Sukati, I. (2012). The Relationship Between Marketing Mix And Customer Decision-Making Over Travel Agents: An Empirical Study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(2). 521-530.
- Wright, B. K., Williams, A. S., & Byon, K. K.. (2017). Brand marketing via Facebook: An investigation of the marketing mix, consumer-based brand equity, and purchase intention in fitness industry. *Marketing Management Journal*, 27(2). 131-142.