

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส  
ของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส  
ของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2561



นางสาวณัฐมนธร งามกาละ  
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,

Ph.Ds.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกรียงสิน ประสงค์สุกาญจน์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้สามารถสำเร็จลุล่วงและประสบความสำเร็จได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากผศ.ดร.ชนพล วิราสา อาจารย์ที่ปรึกษาการทำสารนิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้ความรู้ คำปรึกษา และการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนชี้แนะแนวทางอันเป็นประโยชน์ จนทำให้สารนิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ผู้สอนรายวิชาต่างๆ ในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในบทเรียน ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในสารนิพนธ์เล่มนี้ได้

ขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและสละเวลาในการตอบแบบสอบถามสำหรับสารนิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบคุณ รุ่นที่ BM19A ที่คอยให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด คอยผลักดัน รับผิดชอบ ให้คำปรึกษาและเป็นกำลังใจให้เสมอมา

ขอขอบคุณ ครอบครัวงามกลางและญาติพี่น้องทุกคน ที่คอยถามไถ่ เป็นกำลังใจและเอาใจช่วยมาโดยตลอด

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ BM 19B ทุกคนที่คอยช่วยเหลือและสู้ไปพร้อมกันในทุกๆ เรื่องตลอดการศึกษาและตลอดการทำสารนิพนธ์จนสำเร็จลุล่วง

ขอขอบคุณ นางสาวนันทน์ บุญเกตุ ที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุนและเป็นกำลังใจให้ยามที่เหนื่อยและท้อจนสามารถผ่านอุปสรรคต่างๆ มาได้สำเร็จ

ณัฐมนธร งามกาละ

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน  
 STUDY OF MOTIVATIONAL FACTORS FOR DISCONTINUE FITNESS MEMBERSHIPS OF  
 WORKING-AGED FITNESS MEMBERS

ณัฐมนธร งามกาละ 5950066

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา, Ph.D., สุภรักษ์ สุริยพันธ์เกียรติแก้ว, Ph.Ds., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีขจรสิน ประสงค์สุกาญจน์, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงานเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการรักษาลูกค้าของฟิตเนส โดยข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้มาจากการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งเคยใช้บริการฟิตเนสและได้เลิกใช้บริการไปแล้ว จำนวน 400 คน ผ่านทางแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลเชิงพรรณนา (Descriptive) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 26 – 36 ปี มีรายได้ 15,001 - 30,000 บาทต่อเดือน และมีรูปแบบการใช้บริการฟิตเนสเป็นแบบรายเดือน มีพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนส ได้แก่ มีระยะเวลาการใช้บริการรวมมากกว่า 6 เดือน – 1 ปี, มีความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์, มีระยะเวลาในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 30 นาที – 1 ชั่วโมง, ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยมีเทรนเนอร์ส่วนตัว และมีเป้าหมายในการใช้บริการฟิตเนสเพื่อลดน้ำหนักและไขมันส่วนเกิน สำหรับแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก (3.67 คะแนน) แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส (3.50 คะแนน) และแรงจูงใจที่จะเรียนรู้ (2.75 คะแนน) ตามลำดับ และจากการวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Infernal Statistic) พบว่าแรงจูงใจที่จะเรียนรู้, แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส, แรงจูงใจจากความกดดัน และแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอกสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงานได้ 62.8% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผลการวิจัยยังพบว่า แรงจูงใจภายนอกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงานมากกว่าแรงจูงใจภายใน

คำสำคัญ: แรงจูงใจที่จะเรียนรู้/ แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส/ แรงจูงใจจากความกดดัน/ แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามของงานวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.4.1 ตัวแปรที่ศึกษา	4
1.4.2 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.5 ข้อยกเว้นการวิจัย	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
<b>บทที่ 2</b> ทบทวนวรรณกรรม	<b>7</b>
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับฟิตเนส	7
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	9
2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	15
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
2.3 ตารางสรุปผลงานวิจัย	20
2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย	22
<b>บทที่ 3</b> วิธีการดำเนินการวิจัย	<b>23</b>
3.1 รูปแบบการวิจัย	23
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	24
3.3 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	24

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	24
3.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย	24
3.3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	25
3.4 ตัวแปรในการวิจัย	25
3.5 สมมติฐานการวิจัย	26
3.6 เครื่องมือในการวิจัย	26
3.7 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	31
3.8 รวบรวมข้อมูล	32
3.9 วิเคราะห์ข้อมูล	32
3.9.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)	32
3.9.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Infernal Statistic)	33
3.10 ระยะเวลาในการวิจัย	35
<b>บทที่ 4</b> ผลการวิจัย	<b>36</b>
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
4.2 พฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนส	38
4.3 แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส	39
4.4 การตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน	42
4.5 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน	43
4.5.1 การวิเคราะห์ผลหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	43
<b>บทที่ 5</b> อภิปรายและข้อเสนอแนะ	<b>48</b>
5.1 อภิปรายผลการศึกษการวิจัย	49
5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	53
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป	54
5.3.1 ข้อจำกัดในการวิจัย	54
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป	55
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>56</b>

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	60
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	61
ประวัติผู้วิจัย	65



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
2.1	สรุปการทบทวนวรรณกรรม	20
3.1	สรุปแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคำถามวัดตัวแปรอิสระ	28
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
4.2	แสดงข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส	38
4.3	เกณฑ์ความกว้างอันตรภาคชั้นและการแปลค่า	40
4.4	ค่าเฉลี่ยและการแปลค่าแรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส	40
4.5	ค่าเฉลี่ยและการแปลค่าแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส	41
4.6	อิทธิพลของแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน	42
4.7	แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)	45
4.8	แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของตัวแปรแรงจูงใจทั้ง 6 ปัจจัยกับการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน	45
4.9	แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	46



## สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

22



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงเกือบ 10 ปีที่ผ่านมา หนึ่งในเทรนด์ที่ถูกยกให้เป็น Mega Trend หรือเทรนด์ที่มีอิทธิพลต่อคนทั่วโลกรวมถึงคนไทย คงจะหนีไม่พ้นเทรนด์การรักษาสุขภาพและออกกำลังกาย โดยในประเทศไทย เทรนด์การรักษาสุขภาพและการออกกำลังกายยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน คนไทยตื่นตัวกับกระแสรักสุขภาพและหันมาออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมากขึ้น โดยคนส่วนหนึ่งต้องการมีสุขภาพที่ดีและต้องการจัดไขมันส่วนเกิน ในขณะที่คนอีกส่วนหนึ่งต้องการเสริมสร้างกล้ามเนื้อ เพิ่มส่วนขาด เช่น six-pack ให้มีรูปร่างฟิตแอนด์เฟิร์ม จนทำให้เกิดเทรนด์การออกกำลังกายในรูปแบบใหม่ๆ ออกมาตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็น boxing หรือการต่อยมวย ซึ่งแต่เดิมเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่มีการแข่งขันกันทั่วไป โดยค่ายมวยจะเป็นผู้ฝึกนักมวยในค่ายและส่งลงแข่งขัน แต่ในปัจจุบัน การต่อยมวยไม่ได้เป็นเพียงแค่อีกกีฬาอีกต่อไป แต่เป็นการออกกำลังกายของคนทั่วไปที่อยากมีสุขภาพดี การต่อยมวยได้รับความนิยมจากทั้งผู้ชายและผู้หญิง ทำให้ค่ายมวยต่างๆ แห่เปิดค่ายให้คนนอกเข้ามาฝึกซ้อมมวยเพื่อการออกกำลังกายกันมากมาย หรือจะเป็นมาราธอนและไตรกีฬา โดยแต่ก่อนเราอาจเห็นว่าแต่ละสัปดาห์มีงานวิ่งในกรุงเทพฯ ราว 1-2 งาน แต่ปัจจุบันบางสัปดาห์แค่ในกรุงเทพฯ อย่างเดียว อาจมีถึง 5-6 งาน และในบางสัปดาห์อาจมีกว่า 20 งานทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดเลยทีเดียว และอีกหนึ่งเทรนด์คือออกกำลังกายที่เป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศไทยพร้อมกับกระแสรักสุขภาพ ก็คือเทรนด์การออกกำลังกายใน “ฟิตเนส” ท่ามกลางสภาพสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้น “ฟิตเนส” เป็นการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับเมืองไทยเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนและการจราจรที่ติดขัด บวกกับมีพื้นที่ในการออกกำลังกายค่อนข้างจำกัด โดยจากรายงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ หรือ สสส. พบว่า ประเทศไทยยังมีพื้นที่ที่จัดสรรสำหรับการออกกำลังกายค่อนข้างน้อย โดยพื้นที่ที่สวนสาธารณะต่อประชากรในเมืองใหญ่ๆ อย่างนิวยอร์ก และกรุงโซลอยู่ที่ 38 และ 23 ตารางเมตรต่อประชากร 1 คน ในขณะที่ตัวเลขของกรุงเทพฯ อยู่ที่ 3.3 ตารางเมตรต่อประชากร 1 คน ซึ่งต่ำกว่ามาตรฐานขององค์การอนามัยโลกที่ระบุไว้ว่า ประชากรหนึ่งคนควรมีพื้นที่สาธารณะเฉลี่ยคนละ 15 ตารางเมตร

ตลาดฟิตเนสไทยมีโอกาสขยายตัวได้อีกมากจากพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่นิยมออกกำลังกายและนิยมใช้บริการฟิตเนสมากขึ้น จากแบบสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า สัดส่วนของประชากรไทยในช่วงอายุ 15-59 ปี ออกกำลังกายเพิ่มขึ้นจาก 2% ในปี 2007 เป็น 16% ในปี 2011 และยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีก ซึ่งสอดคล้องกับแบบสอบถามของเอสซีบีอีไอซีพบว่ากลุ่ม Gen Y (อายุ 15-35 ปี) ระบุว่าใช้บริการฟิตเนสอยู่ที่ 17% และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้พบว่าตลาดฟิตเนสมีศักยภาพในการขยายตัวอีกมาก จากการสำรวจของ MARKETEEER พบว่า ปัจจุบันตลาดฟิตเนสในเมืองไทยมีมูลค่ากว่า 9,000 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าในปีนี้จะมียอดเติบโตอีก 10% ที่ผ่านมามีได้เห็นการเข้ามาสู่ธุรกิจฟิตเนสของผู้ประกอบการรายใหม่ มากมายในขณะที่ผู้ประกอบการรายเดิมก็ขยายตลาดอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับรายงานของ International Health Racquet & Sports club Association ที่เปิดเผยว่า สัดส่วนของประชากรไทยที่ใช้บริการฟิตเนส มีเพียง 0.6% ซึ่งถือว่าต่ำมากเมื่อเทียบกับตัวเลขค่าเฉลี่ยของชาติในทวีปเอเชียซึ่งอยู่ที่ 8% ส่งผลให้ตลาดฟิตเนสยังมีโอกาสสร้างการเติบโตได้อีกมาก และสอดคล้องกับรายงานของศูนย์วิจัย กสิกรไทยที่เปิดเผยว่า ธุรกิจฟิตเนสยังคงเป็น 1 ใน 5 ธุรกิจมาแรงของปี 2017 และสามารถเติบโตได้อีก ในอนาคต โดยตลาดที่น่าสนใจสำหรับอุตสาหกรรมนี้คือตลาดของประชากรวัยทำงาน โดยจากผลการสำรวจของกรมสถิติแห่งชาติพบว่า ประชากรวัยทำงานเป็นกลุ่มที่มีการออกกำลังกายมากที่สุด คิดเป็น 44% ของประชากรทุกช่วงวัย อีกทั้งยังเป็นประชากรที่มีกำลังซื้อสูงอีกด้วย

แต่ในขณะที่มีตัวเลขโอกาสการเจริญเติบโตของธุรกิจฟิตเนสออกมาอย่างมากมาย แต่การปิดตัวลงของฟิตเนสก็ยังมีให้เห็นอย่างต่อเนื่อง เช่น True Fitness ในประเทศไทย ซึ่งเป็นฟิตเนส ขนาดใหญ่และมีสาขาจำนวนมาก ปัญหาหนึ่งที่เป็นปัญหาสำคัญของธุรกิจฟิตเนสก็คือปัญหาการรักษาลูกค้า จากการเก็บข้อมูลของ Loudrumor.com - Fitness & Wellness Marketing Strategies Consultant พบว่า 90% ของฟิตเนสเสียสมาชิกเก่าไปถึง 30%-50% ต่อปี ในขณะที่อุตสาหกรรมอื่น ๆ มียอดการสูญเสียลูกค้าเก่าอยู่ที่ประมาณ 10%-30% นอกจากนี้ มีเพียง 5% ของฟิตเนสที่สามารถรักษา ลูกค้าเก่าไว้ได้มากกว่า 30% ของฐานลูกค้าที่มีทั้งหมด สอดคล้องกับข้อมูลจาก The International Health Racquet and Sport club Association ที่เปิดเผยว่า 44% ของสมาชิกฟิตเนสจะมาใช้บริการลดลงจากเดือนละ มากกว่า 12 ครั้ง เหลือเพียงเดือนละ 4 ครั้งหลังจากการใช้บริการมาได้ 6 เดือน และหลังจากใช้บริการ 12 เดือน 30% ของสมาชิกฟิตเนสจะหายไป ทำให้รายได้ของฟิตเนสลดลงตามไปด้วย อัตราการรักษาลูกค้า (Customer Retention Rate) จึงมีความสำคัญอย่างมากกับธุรกิจนี้ จากการสำรวจของ Loudrumor.com - Fitness & Wellness Marketing Strategies Consultant พบว่า การรักษาลูกค้าเก่าของฟิตเนสใช้เงินน้อยกว่า การหาลูกค้าใหม่ 6-7 เท่า และงานวิจัยของ Reichheld & Sasser (1990) ระบุว่า สมาชิกเก่าที่เป็นสมาชิก ฟิตเนส 5 ปีขึ้นไป 1 คน สามารถสร้างกำไรให้กับฟิตเนสได้มากถึง 377% ของสมาชิกใหม่ 1 คน และ

ข้อมูลจากหนังสือ Customers That Stick โดย Adam Toporek ให้ข้อมูลถึงข้อดีในการรักษาลูกค้าเก่าเอาไว้ว่า หากสามารถรักษาลูกค้าเก่าให้ภักดีกับแบรนด์เพิ่มขึ้น 5% จะช่วยเพิ่มกำไรของธุรกิจได้ 25%-95% และทุกๆ 2% ของลูกค้าเก่าที่เพิ่มขึ้นจะช่วยลดต้นทุนเฉลี่ยของธุรกิจลงได้ 10% นอกจากนี้บทวิเคราะห์ของวีรพล สวรรค์พิทักษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และอดีตผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้วิเคราะห์ความล้มเหลวของ True Fitness เปิดเผยว่า กลยุทธ์สำคัญต่อความยั่งยืนของฟิตเนสคือ การรักษาลูกค้าเก่า การสร้างความประทับใจด้วยอุปกรณ์ คลาสออกกำลังกาย ตลอดจนสังคมภายใน เพื่อให้เกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับการบริการมากที่สุด จนไม่คิดอยากเริ่มต้นใหม่ที่ไหน โดยตัวเลขทางวิชาการชี้ว่า การรักษาลูกค้าเก่า นั้น มีต้นทุนที่ต่ำกว่าการออกไปหาลูกค้าใหม่ถึง 5 เท่า เนื่องจากการหาลูกค้าใหม่ ต้องจ้างพนักงาน เปิดบูทตามห้างต่างๆ โฆษณาหลากหลายช่องทาง ขึ้นบิลบอร์ด ลงหนังสือ มีค่าใช้จ่ายสูง แต่การรักษาลูกค้าเก่าแค่บริการดี ใส่ใจ สร้างสังคมที่ดีให้เกิดขึ้นในสถานที่ ใช้ต้นทุนต่ำกว่ามาก และนอกจาก True Fitness แล้ว ฟิตเนสหลายๆ แห่งก็ล้มเหลวเนื่องจากไม่ดูแลจุดนี้ แต่มุ่งไปหาลูกค้าใหม่จนเกิดอัตราการยกเลิกสมาชิกสูง

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ข้าพเจ้าเล็งเห็นถึงความสำคัญในการรักษาลูกค้าเก่าโดยเฉพาะในธุรกิจฟิตเนสซึ่งอัตราการจากไปของลูกค้าค่อนข้างสูง การทำวิจัยในหัวข้อนี้จะทำให้กลุ่มธุรกิจฟิตเนสได้ทราบว่า แรงจูงใจใดบ้างที่จะทำให้ลูกค้าจากไป เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและสร้าง Exit Barriers ให้ฟิตเนสของตนเอง เพื่อทำให้อัตราการจากไปของลูกค้าลดลง และเปลี่ยนลูกค้าที่ใช้บริการน้อยลงให้กลับมาใช้บริการมากขึ้น เพื่อรักษากำไรของธุรกิจและลดต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่

## 1.2 คำถามของงานวิจัย

พฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงานเป็นอย่างไร และแรงจูงใจใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative) เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนที่อยู่ในวัยทำงานและเคยใช้บริการฟิตเนส โดยกลุ่มตัวอย่างได้จากการเลือกโดยใช้วิธีการเลือกแบบไม่เป็นไปตาม โอกาสทางสถิติ (Non-Probability Sampling) และเลือกใช้การสุ่มแบบ Snowball/Referral Sampling ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยการบอกต่อกันของผู้ที่ถูกเก็บข้อมูล

### 1.4.1 ตัวแปรที่ศึกษา

#### 1.4.1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

##### • แรงจูงใจภายใน ประกอบด้วย

1. แรงจูงใจที่จะเรียนรู้
2. แรงจูงใจต่อความสำเร็จ
3. แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส

##### • แรงจูงใจภายนอก ประกอบด้วย

1. แรงจูงใจจากความกดดัน
2. แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ
3. แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก

#### 1.4.1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิก

ฟิตเนสในวัยทำงาน

### 1.4.2 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.2.1 แรงจูงใจภายใน หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากแรงกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวเอง โดยไม่มีผลจากสาเหตุภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ความรู้สึกสนุกสนาน และความชื่นชอบที่จะทำกิจกรรมนั้นๆ โดยไม่ต้องมีรางวัลหรือแรงจูงใจอื่นๆ มากระตุ้น (สมบัติ กาญจนกิจ และสมหญิง จันทรุไทย, 2542 อ้างอิงจาก Taylor & Luthan. 1959)

1.4.2.2 แรงจูงใจภายนอก เป็นภาวะที่บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาเพราะมีสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาเร้าเช่น การกระทำเพื่อต้องการรางวัล ตำแหน่ง โบนัส แรงจูงใจภายนอกนี้เกิดจากแรงผลักดันจากภายนอก หรือสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว หรือแรงจูงใจชนิดนี้อาจเกิดจากแรงผลักดันของสังคมเป็นตัวกระตุ้น ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสนองความต้องการของสังคม

เช่น แรงจูงใจจากเพื่อน (สมบัติ กาญจนกิจ และสมหญิง จันทุไทย, 2542 อ้างอิงจาก Taylor & Luthan, 1959)

1.4.2.3 แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ คือ แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้ความต้องการที่จะสำรวจสิ่งใหม่ที่ไม่เคยรู้เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ การมีเป้าหมายมีแรงจูงใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เช่น นักกีฬามีแรงจูงใจภายในที่จะเรียนรู้จิ้งกระตือรือร้นที่จะทดลองออกกำลังกายด้วยเทคนิคการออกกำลังกายใหม่ๆ (Li, 1999)

1.4.2.4 แรงจูงใจต่อความสำเร็จ คือ แรงจูงใจภายในต่อความสำเร็จ เป็นแรงจูงใจที่บุคคลจะมีความยินดีและพึงพอใจ เกิดความตั้งใจที่จะทำกิจกรรมหนึ่งให้สำเร็จ เช่น นักกีฬามีแรงจูงใจที่จะออกกำลังกายให้สำเร็จเพื่อทำให้ตนเองมีความรู้สึกรู้สึกยินดีและพึงพอใจ (Li, 1999)

1.4.2.5 แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส คือ แรงจูงใจที่บุคคลเกิดความกระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งจากประสบการณ์ที่ผ่านมาที่มีต่อกิจกรรมนั้น โดยแรงจูงใจประเภทนี้จะเป็นแรงจูงใจจากความรู้สึกที่บุคคลสัมผัสได้จากกิจกรรม เช่น เคยเกิดความรู้สึกปีติยินดีในระหว่างทำกิจกรรม, เคยเกิดประสบการณ์ที่สวยงามขึ้นตอนทำกิจกรรม หรือเคยสนุกสนาน และตื่นเต้นตอนทำกิจกรรมนั้นๆ โดยไม่ต้องมีแรงจูงใจอื่นๆมากระตุ้น (Li, 1999)

1.4.2.6 แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ คือ แรงจูงใจที่ส่งผลทำให้บุคคลมีความกระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกว่ากิจกรรมนั้นๆ มีความสำคัญหรือมีคุณค่ากับตนเอง เช่น นักกีฬาเห็นว่า การออกกำลังกายมีความสำคัญอย่างยิ่งกับความแข็งแรงของร่างกายจึงออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ (Li, 1999)

1.4.2.7 แรงจูงใจจากความกดดัน คือ แรงจูงใจที่ส่งผลทำให้บุคคลมีความกระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งจากความกดดันหากไม่ทำกิจกรรมนั้นๆ หรือบุคคลเกิดความกลัวที่จะต้องละอายใจต่อตนเองหากไม่ทำกิจกรรมนั้นๆ เช่น นักกีฬาเกิดความละอายใจหากปล่อยให้ตนเองรูปร่างไม่ดีจึงยังคงออกกำลังกาย (Li, 1999)

1.4.2.8 แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก คือ แรงจูงใจที่ส่งผลทำให้บุคคลมีความกระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งจากสิ่งจูงใจภายนอกไม่ว่าจะเป็น รางวัลต่างๆ คำชื่นชมหรือเกียรติยศชื่อเสียง รวมไปถึงปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่สามารถจูงใจบุคคลได้ เช่น นักกีฬาถูกจูงใจด้วยถ้วยรางวัลจึงฝึกฝนอย่างหนักเพื่อให้ตนเองชนะการแข่งขัน (Li, 1999)

## 1.5 ข้อจำกัดการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการพัฒนาและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน จึงศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านแรงจูงใจ และทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงานเท่านั้น

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนา รวมถึงแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจพัฒนา, วางแผนในการรักษาลูกค้า, สร้าง Exit Barriers และเปลี่ยนลูกค้าที่กำลังจะเลิกใช้บริการให้กลับมาใช้บริการมากขึ้น เพื่อรักษาค่าไรของธุรกิจและลดต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่



## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน ผู้วิจัยได้รวบรวมทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
  - แนวคิดเกี่ยวกับฟิตเนส
  - แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
  - แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
2. ทบทวนวรรณกรรม
3. กรอบแนวคิดงานวิจัย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับฟิตเนส

สถานออกกำลังกาย หมายถึง สถานที่สำหรับออกกำลังกายเพื่อจุดประสงค์ของแต่ละบุคคล จำแนกตามลักษณะการให้บริการเป็น 4 ประเภท (จิราภา, 2550 อ้างอิงใน คิฎฐชัย, 2560) ได้แก่ สโมสร (Mega Club) ศูนย์กีฬา (Multi-Sports Center) ฟิตเนสเซ็นเตอร์ (Fitness Center) และศูนย์บริการเฉพาะ (Niche Club) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- สโมสร (Mega Club) เป็นสถานที่ออกกำลังกายที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ ให้บริการออกกำลังกายหลากหลายประเภท ทั้งกีฬาประเภทในร่มและกลางแจ้ง มีการให้บริการส่วนขยาย เช่น ห้องอาหาร ร้านเสริมสวย เก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าใช้บริการค่อนข้างสูง ผู้ใช้บริการส่วนมากจึงมีฐานะทางสังคมและรายได้สูง การบริหารจัดการเป็นแบบกึ่งราชการ เช่น ราชกรีฑาสโมสรสปอร์ตคลับ (Royal Bangkok Sports Club) สโมสรราชพฤกษ์ (Rajaprueg Sport Club) เป็นต้น (คิฎฐชัย, 2560)



- ศูนย์กีฬา (Multi-Sports Center) เป็นสถานที่ออกกำลังกายขนาดปานกลาง ส่วนมากจะพบในโรงแรม สำนักงานธุรกิจขนาดใหญ่ หรือ หมู่บ้านจัดสรรราคาแพง เก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าใช้บริการสูงเช่นเดียวกับสโมสร ผู้ใช้บริการส่วนมากมีรายได้ดี การบริหารจัดการเป็นแบบเอกชนเพื่อแสวงหาผลกำไร เช่น สปอร์ต ซิตี้ (Sports City) แฮปปี้ สปอร์ตคลับ (Happy Sports Club) เป็นต้น (ดิฐฐชัย, 2560)

- ฟิตเนสเซ็นเตอร์ (Fitness Center) เป็นสถานที่ออกกำลังกายที่มีขนาดปานกลางไปจนถึงเล็ก ให้บริการฝึกสอนออกกำลังกายเพื่อพัฒนาสมรรถภาพทางกายในรูปแบบการฝึกด้วยแรงต้านและการฝึกความทนทานของระบบหัวใจและไหลเวียนโลหิต ส่วนมากพบในห้างสรรพสินค้าหรืออาคารศูนย์รวมสำนักงานธุรกิจเพื่อนำให้ผู้ใช้บริการเดินทางสะดวก เก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าใช้บริการน้อยกว่าสโมสรและศูนย์กีฬา โดยเน้นการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลาย ผู้ใช้บริการส่วนมากมีรายได้ปานกลางและอยู่ในช่วงวัยทำงานตอนต้น การบริหารจัดการแบบธุรกิจเต็มรูปแบบเพื่อแสวงหาผลกำไรด้วยกลยุทธ์การตลาดที่หลากหลาย เช่น ฟิตเนส เฟิร์สท์ (Fitness First) เวอร์จิ้นแอ็คทีฟ (Virgin Active) วี ฟิตเนส (We Fitness) และเอ็ม ฟิตเนส (M Fitness) เป็นต้น (ดิฐฐชัย, 2560)

- ศูนย์บริการเฉพาะ (Niche Club) เป็นสถานที่ออกกำลังกายเฉพาะตามจุดประสงค์ของผู้ใช้บริการเฉพาะกลุ่ม มีความหลากหลายของขนาดสถานที่ เก็บค่าธรรมแรกเข้าและค่าใช้บริการหลายระดับ ผู้ใช้บริการส่วนมากมีรายได้สูงและมีความต้องการที่เฉพาะเจาะจง การบริหารจัดการเป็นแบบธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไร เช่น บอดีเชฟ (Body Shape) ให้บริการฝึกสอนออกกำลังกายเพื่อลดไขมันเฉพาะส่วน ฟิตแฟค มวยไทย (Fit Fac Muaythai) ให้บริการฝึกสอนมวยไทย แอปโซลูท โยคะ (Absolute Yoga) ให้บริการฝึกสอนโยคะ เป็นต้น (ดิฐฐชัย, 2560)

ฟิตเนสเซ็นเตอร์ สามารถแบ่งขนาด และแบ่งพื้นที่ให้บริการ ได้ดังนี้

- การแบ่งขนาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ตามมาตรฐานจำนวนสาขาฟิตเนสเซ็นเตอร์สามารถแบ่งขนาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์เป็น 4 ประเภท (ดิฐฐชัย, 2560) ได้แก่ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดเล็ก และฟิตเนสเซ็นเตอร์เฉพาะองค์กร โดยฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ หมายถึง ฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่มีจำนวนสาขามากกว่า 10 สาขา เช่น ฟิตเนส เฟิร์สท์ (Fitness First) มีจำนวน 28 สาขาทั่วประเทศ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง หมายถึง ฟิตเนส เซ็นเตอร์ที่มีจำนวนสาขา 5-9 สาขา เช่น วีฟิตเนส (We Fitness) มีจำนวน 6 สาขา ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดเล็ก หมายถึง ฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่มีจำนวนสาขาดั้งแต่ 1 สาขาขึ้นไป แต่ไม่เกิน 5 สาขา เช่น เวอร์จิ้น แอ็คทีฟ (Virgin Active) มี 4 สาขา เป็นต้น ฟิตเนสเซ็นเตอร์เฉพาะองค์กร หมายถึง ฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่แต่ละองค์กรจัดให้เป็นสวัสดิการแก่พนักงานส่วนมากจะพบในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

สูง ซึ่งผู้ให้บริการเกือบทั้งหมดเป็นบุคลากรภายในองค์กรนั้น เช่น ฟิตเนส เซ็นเตอร์ บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ยูนิลีเวอร์ฟิตเนส เป็นต้น

- การแบ่งพื้นที่ให้บริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ส่วนมากจะแบ่งเป็น 4 ส่วน (ดิฐฐชัย, 2560) ได้แก่ พื้นที่ฝึกด้วยแรงต้าน พื้นที่ฝึกความทนทานของระบบหัวใจและระบบไหลเวียนโลหิต พื้นที่ห้องน้ำ และพื้นที่ต้อนรับ พื้นที่ฝึกด้วยแรงต้าน เป็นพื้นที่สำหรับวางอุปกรณ์ออกกำลังกายแบบฝึกด้วยน้ำหนัก (Resistance Training) ไม่ว่าจะเป็นการฝึกที่กล้ามเนื้อมีการเปลี่ยนแปลงความยาวหรือแบบเกร็งอยู่กับที่ รวมทั้งการฝึกการเคลื่อนไหวแบบอิสระคล้ายการเล่นกีฬา เช่น การฝึกยกบาร์เบลหรือดรัมเบล การฝึกความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว รวมทั้งการฝึกการทำงานของกล้ามเนื้อหลายกลุ่มพร้อมกัน (Functional Training) พื้นที่นี้ส่วนมากจะมีสัดส่วนร้อยละ 30 ของพื้นที่ฟิตเนสเซ็นเตอร์ พื้นที่ฝึกความทนทานของระบบหัวใจและระบบไหลเวียนโลหิต เป็นพื้นที่สำหรับวางอุปกรณ์ออกกำลังกายแบบฝึกความทนทานของระบบหัวใจและไหลเวียนโลหิต (Cardiorespiratory Training) และการออกกำลังกายแบบกลุ่ม (Group Class Exercise) เช่น คิววี่ง จักรยาน โยคะ หรือการเต้นประกอบเพลง เป็นต้น พื้นที่นี้ส่วนมากจะมีสัดส่วนร้อยละ 50 ของพื้นที่ฟิตเนสเซ็นเตอร์ พื้นที่ห้องน้ำ เป็นพื้นที่สำหรับให้สมาชิกอาบน้ำ เปลี่ยนเสื้อผ้า และเก็บของใช้ส่วนตัว มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของพื้นที่ฟิตเนสเซ็นเตอร์ และพื้นที่ต้อนรับ เป็นพื้นที่สำหรับการลงทะเบียน นั่งพักผ่อนหรือดูข่าข่าสินค้าเครื่องสำอาง มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของพื้นที่ฟิตเนสเซ็นเตอร์

## 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

### 2.1.2.1 ความหมายของแรงจูงใจ

คำว่า “แรงจูงใจ” มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Movere” (Kidd, 1973: 101) ซึ่งมีความหมายตรงกับคำ ในภาษาอังกฤษว่า “to move” ความหมายคือ การผลักดันให้เคลื่อนไหว (Simmering, 2010) เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักนำบุคคลให้เกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ (To move a person to a course of action) หรืออาจกล่าวได้ว่า ถ้ามีแรงจูงใจเกิดขึ้นจะก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวหรือเกิดกิจกรรมไปยังเป้าหมาย (Goal) หรือไปสู่สิ่งล่อใจ (Incentives) นักจิตวิทยาให้ความหมาย แรงจูงใจ (Motive) และการจูงใจ (Motivation) ไว้ต่าง ๆ กันดังนี้

ดีเวค (Dewek, 1986) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ แนวทางที่จะไปสู่เป้าหมาย เป็นสิ่งที่ช่วยอธิบายว่า ทำไมเราจึงทำพฤติกรรมดังที่เป็นอยู่

ไครเดอร์และคณะ (Crider and Others, 1983) ให้ความหมายว่า แรงจูงใจ หมายถึง ความปรารถนา ความต้องการ และความสนใจที่มาเร้าหรือกระตุ้นอินทรีย์ และนำอินทรีย์ไปสู่จุดหมายปลายทาง

โลเวลล์ (Lovell, 1980: 109) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการให้บรรลุผลสำเร็จ

ไมเคิล คอมแจน (Domjan, 1996: 199) อธิบายว่า การจูงใจ เป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมกระทำกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

สุรางค์ โคว์ตระกูล (2533) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง องค์ประกอบที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่มีจุดมุ่งหมาย

อารี พันธุ์ณี (2534) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง ภาวะใด ๆ ก็ตามที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา

สรุปได้ว่าแรงจูงใจ (Motive) หมายถึง สภาวะที่เป็นแรงกระตุ้น เป็นพลังหรือเป็นกระบวนการที่สร้างแรงกระตุ้น ชี้นำ และผลักดันให้บุคคลเกิดพฤติกรรม หรือแสดงพฤติกรรมออกมา ทั้งที่เป็นพฤติกรรม โดยสัญชาตญาณและพฤติกรรมจากการเรียนรู้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่แรงจูงใจนั้นต้องการ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยหลายฉบับให้ความหมายของ แรงจูงใจ (Motive) ไว้ต่างๆ กัน ดังนี้

ศุวิมล ควรรเจริญ (2535) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง แรงหรือพลังที่ผลักดันกระตุ้นหรือเร้าความรู้สึกของบุคคลให้เกิดความสนใจ มีความเต็มใจในการปฏิบัติกิจกรรมเป็นสิ่งที่พฤติกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายตามที่บุคคลนั้นคาดหมายเอาไว้

ศิริพร จันทศรี (2550, หน้า 10) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง ปึงจัยหรือสิ่งต่างๆ ที่มากระตุ้นหรือชักนำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์หรือเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนเองต้องการ แรงจูงใจจะมีทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก บุคคลที่มีแรงจูงใจภายในจะมีความสุขในการทำสิ่งต่าง ๆ เพราะมีความพึงพอใจโดยตัวของเขาเอง ไม่ได้หวังรางวัลหรือคำชม ส่วนบุคคลที่มีแรงจูงใจภายนอกจะทำอะไรต้องได้รับความยอมรับจากผู้อื่นหวังรางวัลหรือผลตอบแทน

ชาญศิลป์ วาสนุญมา (2546, หน้า 26) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง พลังทั้งจากภายในและภายนอกซึ่งช่วยกระตุ้นพฤติกรรมให้บุคคลทำในสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมายด้วยความเต็มใจ และเป็นตามกระบวนการจูงใจของแต่ละบุคคล

โสภา ชูพิกุลชัย (2529: 19) กล่าวว่าแรงจูงใจหมายถึง สิ่งที่มาเร้าหรือกระตุ้นให้เกิดความต้องการของมนุษย์ให้ได้รับความพึงพอใจ และมีผลกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมของมนุษย์บรรลุจุดมุ่งหมาย

สุชาติ สุขบำรุงศิลป์ (2553, หน้า 17) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือสิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคลเป็นแรงขับ เป็นพลังของแต่ละคนที่ทำให้กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจนสำเร็จโดยมีกระบวนการเกิดจากการที่มนุษย์ทุกคนมีความคาดหวัง ความต้องการ (Needs) และเป้าหมายในชีวิต ทำให้เกิดแรงขับ (Drive) เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย (Goals) เพราะฉะนั้นแรงจูงใจจึงมีอิทธิพลในการกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และรักษาพฤติกรรมนั้นไว้เพื่อให้ตนเองนั้นได้สิ่งที่คาดหวัง หรือต้องการ

สร้อยตระกูล (ดิทยานนท์) อรรถมานะ (2550, หน้า 84) กล่าวว่า สิ่งใดก็ตามที่สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจขึ้นมาได้ อาจถือว่าเป็นสิ่งล่อใจและสิ่งจูงใจ (Incentive) ซึ่งจะกลายเป็นเป้าหมาย (Goal) ที่บุคคลแสวงหาในองค์กร สิ่งจูงใจหรือเป้าหมายนี้อาจเป็นสิ่งจูงใจ หรือเป้าหมายทางปฏิฐานหรือทางบวก (Positive) เช่น การยกย่องชมเชย การยอมรับ การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การเพิ่มเงินเดือน หรืออาจเป็นสิ่งจูงใจหรือเป้าหมายทางนิเสธหรือทางลบ (Negative) เช่น การคว่ำกล่าวตักเตือนสำหรับการทำงานที่ไม่ดี หรือการลงโทษอื่นๆ เป็นต้น สำหรับสิ่งจูงใจหรือเป้าหมายทางนิเสธนี้มักไม่เป็นสิ่งดึงดูดใจ ผู้ปฏิบัติงานจึงพยายามเลี่ยง โดยไม่สร้างพฤติกรรมใดๆ ที่จะนำไปสู่เป้าหมายทางนิเสธนี้

อร่าม ตั้งใจ (2539) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจในการเล่นกีฬาว่า แรงจูงใจคือ สิ่งที่ต้องการกระตุ้นให้เรามีส่วนร่วมในการเล่นกีฬา การที่คนเราอยากหรือไม่อยากเล่นกีฬานั้นไม่ได้ทำให้สมรรถภาพทางการกีฬาดีขึ้น แต่ถ้าอยากเล่น พอใจที่จะเล่น จะทำให้มีการพยายามมีการพัฒนาให้ดีขึ้น เมื่อพบอุปสรรคก็ไม่หยุดเล่นกีฬาไปง่าย ๆ

สีบสาย บุญวิบุต (2541) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือสิ่งที่กำหนดทิศทางและระดับความตั้งใจ ที่จะกระทำ หรือประพฤติ ในการเลือกและการลง ไข่ของพฤติกรรมมนุษย์ แรงจูงใจเป็นตัวกำกับพฤติกรรมของมนุษย์ที่จะให้ถอยหนีหรือเผชิญหน้าต่อสถานการณ์ต่างๆ และความตั้งใจที่จะประพฤติหรือพยายามที่จะบรรลุเป้าประสงค์ ดังนั้น แรงจูงใจจึงเป็นตัวกำหนดทิศทางและระดับความตั้งใจความพยายามที่จะกระทำมีความมุ่งมั่นที่จะกระทำหรือปฏิบัติ ประกอบด้วยแรงจูงใจภายนอกและแรงจูงใจภายใน

จากที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปความหมายของแรงจูงใจได้ว่าเป็นการกระตุ้นหรือรื้อเพื่อช่วยให้การกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งสำเร็จบรรลุเป้าหมาย มีแนวทางอันแน่นอน หรือทำให้คนมีพลังในการใช้ความรู้ความสามารถที่มีอยู่ และแสวงหาความรู้ใหม่ เพื่อจะบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ด้วยความเต็มใจ ซึ่งเกิดจากความต้องการภายในของผู้กระทำเองหรือผู้กระทำได้รับสิ่งรื้อจากภายนอก

### 2.1.2.2 ประเภทของแรงจูงใจ

ทฤษฎี Self-Determination ของ Deci และ Ryan (Deci & Ryan 1985) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจที่ถูกหยิบยกและนำไปอ้างอิงอย่างแพร่หลาย ทฤษฎีนี้คิดค้นขึ้นเพื่ออธิบายพฤติกรรมการณ์มุ่งสู่เป้าหมายของแต่ละบุคคล โดยทฤษฎีระบุว่าแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการณ์มุ่งสู่เป้าหมายของแต่ละบุคคล มีด้วยกัน 2 ประเภท คือ แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) และแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation)

ซึ่งมีผู้แปลความหมายของแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกไว้เป็นภาษาไทย ดังต่อไปนี้

กมลรัตน์หล้าสุวงษ์ (2530: 236) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจทั้ง 2 ประเภทไว้ว่า

- แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นภาวะที่บุคคลเห็นคุณค่าของกิจกรรมที่ทำด้วยความเต็มใจ โดยถือว่าการบรรลุในกิจกรรมนั้นๆ เป็นรางวัลอยู่แล้ว
- แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) เป็นภาวะที่บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาเพราะมีสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาเร้า ไม่ได้ทำเพื่อความสำเร็จในสิ่งนั้นเลย เช่น การกระทำเพื่อต้องการรางวัล ตำแหน่ง โบนัส

เทย์เลอร์ และลูธัน (สมบัติ กาญจนกิจ; และสมหญิง จันทร์ไทย, 2542 อ้างอิงจาก Taylor; & Luthan, 1959) ได้ให้ความหมายของ แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดจากแรงกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวเอง โดยไม่มีผลจากสาเหตุภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง ในการกีฬาเป็นแรงจูงใจในการเล่นเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง แรงจูงใจภายในมีความสำคัญและมีค่ามากสำหรับนักกีฬาแต่ละคนที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการฝึกซ้อมหรือเล่นกีฬา

เดซี (Deci, 1975) ให้คำจำกัดความของแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ว่าเป็นความต้องการของบุคคลที่จะมีความรู้สึกว่าตนมีความสามารถและตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการยืนยันว่าพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจภายใน (Intrinsically Motivated Behaviors) เป็นพฤติกรรมซึ่งถูกจูงใจโดยความต้องการของบุคคลเพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีความสามารถ (Competent) และตัดสินใจได้ด้วยตนเอง (Self-Determining) พฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายในถูกแบ่งออกเป็นสองประเภท ประเภทแรกเป็นพฤติกรรมที่พยายามค้นหาสถานการณ์ที่จะเปิดโอกาสให้บุคคลได้พบกับความท้าทาย ซึ่งเขามีความสามารถจัดการ ได้ถ้าระดับความท้าทายนั้นต่ำเกินไป (เช่นถ้าเขาเกิดความเบื่อหน่าย) หรือถ้าระดับความท้าทายสูงเกินไป เขาก็จะค้นหาสถานการณ์ที่มีความท้าทายในระดับที่เขาสามารถจัดการได้ พฤติกรรมประเภทที่สองซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจภายใน คือ พฤติกรรมที่ต้องการ

เอาชนะสถานการณ์ที่ท้าทายซึ่งเขากำลังเผชิญหรือทำให้เกิดขึ้นรวมถึงพฤติกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การลดความไม่สอดคล้องระหว่างความคาดหวังกับสถานะที่เป็นจริง (Dissonance) การลดความไม่มั่นใจ (Uncertainty) หรือลดความผิดเพี้ยนจากที่ควรเป็น (Incongruity) และเดซี (Deci, 1975) ยังกล่าวถึง กิจกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน (Intrinsically Motivated Activities) ว่าเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นโดย ไม่มีรางวัลจากภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง นอกจากตัวกิจกรรมเองเท่านั้น บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมใน กิจกรรมเนื่องจากเขามีความสนใจหรือเห็นคุณค่าในตัวกิจกรรม ซึ่งไม่ใช่เนื่องจากว่ากิจกรรมนั้นจะ นำไปสู่รางวัลภายนอก แต่กิจกรรมนั้นมีความสำคัญในตัวของมันเอง ไม่ใช่เป็นเพียงเครื่องมือที่ใช้ เพื่อทำให้บรรลุเป้าหมาย

เดซี และไรอัน (Deci & Ryan, 1985) กล่าวถึงทฤษฎีเชิงอินทรีย์ (Organismic Theory) ว่าเป็นทฤษฎีที่เกิดจากฐานความคิดโดยสรุป (Assumption) เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของ ร่างกาย หมายถึงมนุษย์มีการกระทำต่อสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกเพื่อให้เกิดการตอบสนอง ความต้องการของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ภายในกระบวนการดังกล่าว พฤติกรรมที่ เกิดขึ้นนั้น เป็นผลมาจากโครงสร้างภายในที่มีการขัดเกลาประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง การต่อสู้เพื่อ ดำรงชีวิต (Life Force) หรือการใช้พลังความสามารถ (Energy) เพื่อการกระทำกิจกรรมหรือเพื่อการ พัฒนาโครงสร้างภายในคือสิ่งที่ เดซี และไรอันกล่าวไว้ว่าเป็นแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) และแรงจูงใจภายในนี้เป็นต้นกำเนิดของพลังความสามารถ ซึ่งเป็นศูนย์กลางของความตื่นตัวโดย ธรรมชาติของมนุษย์

อารีพันธัมณี (2546) ให้คำจำกัดความว่าแรงจูงใจภายนอกเป็นภาวะที่บุคคล ได้รับการกระตุ้นจากภายนอก เช่น สิ่งของหรือเกียรติยศ เงินเดือน ปริญาบัตร ความก้าวหน้า รางวัล คำชมเชย การแข่งขัน การดิ้นรนทำให้บุคคลมองเห็นเป้าหมาย จึงเร้าให้บุคคลเกิดความ需求和 แสดงพฤติกรรมมุ่งสู่เป้าหมายนั้น

เทย์เลอร์ และลูธัน (สมบัติ กาญจนกิจ และสมหญิง จันทรุไทยม, 2542 อ้างอิงจาก Taylor; & Luthan, 1959) ได้ให้ความหมายของ แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากแรงผลักดันจากภายนอก หรือสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่อยู่รอบตัวนักกีฬา เช่น เงินทอง รางวัล ชื่อเสียง เป็นต้น แรงจูงใจชนิดนี้เกิดจากแรงผลักดันของสังคมเป็นตัวกระตุ้น ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสนองความต้องการของสังคม

สเทียส์ และพอร์เตอร์ (วรรณิ ลิ้มอักษร 2540 อ้างอิงจาก Steers & Porter, 1979) ได้ให้ความหมายของ แรงจูงใจภายนอก ว่าหมายถึง สภาพของบุคคลที่ได้รับแรงกระตุ้นมาจาก ภายนอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทาง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

สรุปได้ว่า ประเภทของแรงจูงใจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจภายใน คือ ความรู้สึกความเต็มใจหรือแรงกระตุ้นภายในให้เกิดพฤติกรรม โดยเกิดขึ้นภายในโดยไม่มียุทธพลภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง ส่วนแรงจูงใจภายนอก คือ สิ่งเร้า แรงกระตุ้น หรือสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่อยู่รอบๆ ตัว ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรม เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ของสังคม และคนรอบข้าง เช่น ของรางวัล คำชมเชยคำติเตือน ส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ

### 2.1.2.3 เครื่องมือในการวัดแรงจูงใจ

แรงจูงใจในการออกกำลังกายได้ถูกศึกษาร่วมกับทฤษฎี Self-determination (Deci & Ryan 1985) ในหลากหลายงานวิจัย โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างเครื่องมือที่สามารถใช้ในการวัดแรงจูงใจในการออกกำลังกาย เครื่องมือใหม่ที่ใช้ในการวัดแรงจูงใจในการออกกำลังกายได้ถูกพัฒนาขึ้น และได้นำมาพิสูจน์ความน่าเชื่อถือ ได้แก่ เครื่องมือ Exercise Motivation Scale (EMS) (EMS; Li, 1999) เป็นกระบวนการวัดแรงจูงใจในบริบทของการออกกำลังกายโดยเครื่องมือการวัดนี้ตั้งอยู่บนทฤษฎี self-determination theory (SDT; Deci & Ryan, 1985) โดยทฤษฎีนี้ถูกใช้อย่างแพร่หลายในการศึกษาแรงจูงใจในการออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬา SMS ประกอบด้วย 6 ประเภทย่อยๆ ได้แก่ 3 แรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation to learn, Intrinsic Motivation to Accomplish, and Intrinsic Motivation to Experience sensation) และ 3 แรงจูงใจภายนอก (Identified, Introjected and External) เครื่องมือชนิดนี้ใช้ในการวัดแรงจูงใจในระดับบุคคล โดยเครื่องมือถูกพัฒนาขึ้นเพื่อระบุแรงจูงใจในความต่อเนื่องแต่ละระดับของบุคคลซึ่งครอบคลุมแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมทางร่างกายต่างๆ

- แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ (Intrinsic Motivation to learn) คือ แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้ ความต้องการที่จะสำรวจสิ่งใหม่ที่ไม่เคยรู้เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ การมีเป้าหมายมีแรงจูงใจที่จะเรียนรู้ โดยแรงจูงใจนี้สามารถระบุได้ว่าเป็นพฤติกรรมการทำงานใดกิจกรรมหนึ่งและเกิดความยินดีและความพึงพอใจขึ้นในขณะที่เรียนรู้, สำรวจ หรือพยายามที่จะทำความเข้าใจกับกิจกรรมนั้นๆ เช่น นักกีฬามีแรงจูงใจภายในที่จะเรียนรู้โดยการทดลองออกกำลังกายด้วยเทคนิคการออกกำลังกายแบบใหม่ๆด้วยความยินดีและพึงพอใจในขณะที่ทำกิจกรรมนั้น

- แรงจูงใจต่อความสำเร็จ (Intrinsic Motivation toward Accomplishments) คือ แรงจูงใจภายในต่อความสำเร็จ เป็นแรงจูงใจที่บุคคลจะมีความยินดีและพึงพอใจที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเนื่องมาจากความต้องการที่จะทำให้สำเร็จ สามารถระบุเป็นพฤติกรรมได้ว่ามีความกระตือรือร้นในการทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งและเกิดความยินดีและพึงพอใจในขณะที่พยายามจะทำกิจกรรมนั้นๆ ให้สำเร็จ เช่น นักกีฬามีแรงจูงใจที่จะออกกำลังกายในเทคนิคที่มีความยากให้สำเร็จเพื่อทำให้ตนเองมีความรู้สึกยินดีและพึงพอใจ

- แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส (Intrinsic Motivation to Experience Sensation) คือ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลเกิดความกระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งจากประสบการณ์ที่ผ่านมามีต่อกิจกรรมนั้น เช่น เคยเกิดความรู้สึกปีติยินดีในระหว่างทำกิจกรรม, เคยเกิดประสบการณ์ที่สวองามขึ้นตอนทำกิจกรรม หรือเคยสนุกสนาน และตื่นเต้นตอนทำกิจกรรมนั้นๆ โดยแรงจูงใจประเภทนี้จะเป็นแรงจูงใจจากความรู้สึกที่บุคคลสัมผัสได้จากกิจกรรม เช่น นักกีฬาเข้าร่วมการออกกำลังกายเนื่องจากถูกกระตุ้น โดยความรู้สึกสนุกสนาน ตื่นเต้นจากประสบการณ์ที่ได้สัมผัสมาในการออกกำลังกาย

- แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ (Extrinsic Motivation – Identified Regulation) คือ แรงจูงใจที่ส่งผลทำให้บุคคลมีความกระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกว่ากิจกรรมนั้นๆ มีความสำคัญหรือมีคุณค่ากับตนเอง โดยพฤติกรรมถูกระบุว่า เมื่อบุคคลเห็นความสำคัญของกิจกรรมนั้นๆ การเห็นความสำคัญจะจูงใจให้บุคคลต้องการจะทำกิจกรรมนั้นๆ อีก เช่น นักกีฬาเห็นว่า การออกกำลังกายมีความสำคัญกับความแข็งแรงของร่างกายจึงออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ

- แรงจูงใจจากความกดดัน (Extrinsic Motivation – Introjected Regulation) คือ แรงจูงใจที่ส่งผลทำให้บุคคลมีความกระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งจากความรู้สึกกดดันและรู้สึกกลัวที่จะเกิดความล้าชองใจต่อตนเอง โดยพฤติกรรมถูกระบุว่า เมื่อบุคคลเกิดความกดดันต่อตนเองหากไม่ทำกิจกรรมนั้นๆ หรือบุคคลเกิดความกลัวที่จะต้องล้าชองใจต่อตนเองหากไม่ทำกิจกรรมนั้นๆ เช่น นักกีฬาเกิดความล้าชองใจหากปล่อยให้ตนเองรูปร่างไม่ดีจึงยังคงออกกำลังกาย

- แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก (Extrinsic Motivation – External Regulation) คือ แรงจูงใจที่ส่งผลทำให้บุคคลมีความกระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งจากสิ่งจูงใจภายนอกไม่ว่าจะเป็น รางวัลต่างๆ คำชื่นชมหรือเกียรติยศชื่อเสียง รวมไปถึงปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่สามารถจูงใจบุคคลได้ โดยพฤติกรรมถูกระบุว่า เมื่อบุคคลถูกจูงใจด้วยสิ่งภายนอกที่มีอิทธิพลต่อบุคคลนั้น ก็จะเกิดแรงจูงใจที่จะทำกิจกรรม เช่น นักกีฬาถูกจูงใจด้วยถ้วยรางวัลจึงฝึกฝนอย่างหนักเพื่อให้ตนเองชนะการแข่งขัน

### 2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ได้มีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความของการตัดสินใจเอาไว้มากมาย เช่น

บาร์นาร์ด (Barnard, 1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า คือ “เทคนิคในการที่จะพิจารณาทางเลือกต่างๆ ให้เหลือทางเลือกเดียว” อ้างจาก ไพลิน ผ่องใส (2536: 155)



กริฟฟิน (Griffin, 1999: 264) การตัดสินใจ หมายถึง การปฏิบัติที่เป็นสิ่งเฉพาะหรือกระบวนการโดยทั่วไป การตัดสินใจเป็นการเลือกหนึ่งทางเลือกจากหลายๆทางเลือกที่กำหนดไว้

กิบสัน (Gibson, 1997: 447) การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการพื้นฐานขององค์การ โดยผู้ที่ทำการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากส่วนต่างๆ ขององค์การ จากพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มภายในองค์การ

สิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540: 187) กล่าวว่า การตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการ หมายถึง การเลือกปฏิบัติหรืองดเว้นการปฏิบัติ หรือการเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดในทางใดทางหนึ่ง จากทางเลือกหลายๆ ทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการหรือการวินิจฉัยสั่งการ คือ การตั้งใจไตร่ตรองและตัดสินใจเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดในทางใดทางหนึ่งจากหลายๆ ทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

ชนงกรณ์ คุณชาลบุตร (2547: 44-45) กล่าวว่า การตัดสินใจทางการจัดการ หมายถึง การที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่งทำการเลือกทางเลือกใดจากหลายๆทางเลือกเพื่อให้แผนการบรรลุวัตถุประสงค์

บรรยงค์ โตจินดา (2548: 178) กล่าวว่า การวินิจฉัยสั่งการหรือการตัดสินใจ หมายถึง การที่ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาพิจารณาตัดสินใจและสั่งการในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การวินิจฉัยสั่งการหรือการตัดสินใจเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก เพราะการวินิจฉัยสั่งการจะเป็นการเลือกทางเลือกดำเนินการที่ดีที่สุดในการบรรดาทางเลือกหลายๆ ทาง

สมคิด บางโม (2548: 175) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือก ทางปฏิบัติ ซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจ ที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งหลายอย่าง เพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

กล่าวโดยสรุปคือ การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายๆ ทางเลือกที่มี ที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้ว และอยู่ภายใต้สถานการณ์ ข้อมูล ข่าวสาร โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ โอกาสและอุปสรรค เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย บนพื้นฐานของเหตุผล

Katz and Kahn (1966 อ้างอิงจาก ชนินทร, 2553) ได้ระบุขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจไว้ 4 ขั้นตอน คือ

- การรู้สึก การตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ตัดสินใจในขณะนั้น
- การวิเคราะห์ประเภทของปัญหาและความร้ายแรงของปัญหา
- การหาทางเลือกและการพิจารณาผลของแต่ละทางเลือกที่จะเกิดขึ้นหลังการตัดสินใจ
- การตัดสินใจเลือกในขั้นสุดท้าย

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Teresa Hurley (2006) ได้เก็บรวบรวมข้อมูลไว้ในงานวิจัยเรื่อง Customer Exit: An Analysis of Why Members Discontinue Membership of Health Clubs เก็บข้อมูลด้วยการส่ง e-mail survey ให้กับสมาชิกฟิตเนสที่ไม่มาใช้บริการต่อ จำนวน 100 คน โดยการสุ่มจากฐานข้อมูลลูกค้าของฟิตเนสขนาดกลางใน Ireland ซึ่งคำถามที่ใช้ในการสำรวจประกอบไปด้วย 1. เหตุผลที่สมัครเป็นสมาชิกฟิตเนสในตอนแรก 2. ปริมาณการใช้บริการ 3. เหตุผลที่ไม่มาใช้บริการต่อ และ 4. แรงจูงใจที่จะทำให้กลับมาใช้บริการอีกครั้งในอนาคต จากการสำรวจพบว่า เหตุผลที่สมาชิกไม่มาใช้บริการต่อมาจาก situational factors 23%, club -related reasons 21% และ personal circumstances 15% จากการสำรวจพบว่า ความพึงพอใจไม่ใช่สาเหตุของการเลิกใช้บริการ เนื่องจาก 88% ของสมาชิกที่ไม่มาใช้บริการต่อได้ให้คำตอบว่าพวกเขามีความพึงพอใจหรือมีความพึงพอใจมากกับฟิตเนส และ 85% ไม่ได้ไปใช้บริการฟิตเนสอื่น ๆ หลังจากเลิกใช้บริการฟิตเนสเดิมแต่อย่างใด นอกจากนี้ งานวิจัยพบว่า 54% ของผู้ที่ถูกสำรวจกล่าวว่า จะพิจารณาการกลับมาใช้บริการฟิตเนสอีกครั้งหากมีการเสนอลสิ่งจูงใจเช่น การลดราคา (38%)

Felicia M. Johnson (2010) ทำการวิจัยเรื่อง A Naturalistic Study Of Exercise Adherence Among A Community Based Sample At A Fitness Facility เก็บข้อมูลจากสมาชิกฟิตเนสจำนวน 1622 คน ของ Madonna ProActive Medical Fitness Facility ซึ่งเป็นฟิตเนสภายในโรงพยาบาล Madonna ใน Lincoln จากการสำรวจพบว่า เหตุผลที่สมาชิกไม่มาใช้บริการต่อมาจากการขาดแรงกดดันซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้บริการฟิตเนส โดยแรงกดดันมาจากทั้งตนเองและแรงกดดันจากสังคม นอกจากนี้การสำรวจยังพบว่า Positive Appraisal, Person's enjoyment, exercise on a regular basis through planning และ feelings of achievement มีผลต่อความต่อเนื่องในการออกกำลังกายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

Kelli Allen และ Miriam Morey (2010) ได้เก็บรวบรวมข้อมูลไว้ในงานวิจัยเรื่อง Physical Activity and Adherence โดยกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย เป็นผู้สูงอายุ จำนวน 500 คน พบว่า ความตั้งใจต่อความสำเร็จ เป็นตัวแปรหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีแรงกระตุ้นที่จะออกกำลังกาย แต่เมื่อบุคคลหมดความตั้งใจที่จะทำใหสำเร็จก็จะทำให้ล้มเลิกการออกกำลังกายในที่สุด นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า การขาดแรงกดดันจากสังคม มีผลทำให้คนเลิกออกกำลังกาย

Marlene Nunes Silva (2010) ได้เก็บรวบรวมข้อมูลไว้ในงานวิจัยเรื่อง Predictors of Exercise Adherence and Weight Control: An Application of Self-Determination Theory โดยเก็บข้อมูลจากอาสาสมัครผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 25-50 ปี ซึ่งมีน้ำหนักเกินเกณฑ์มาตรฐาน จำนวน 239 คน จากการสำรวจพบว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นในการออกกำลังกาย

ของกลุ่มตัวอย่าง และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเห็นความสำคัญของการออกกำลังกาย เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นในการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจากการสำรวจพบว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเห็นความสำคัญของการออกกำลังกายสามารถนำมาใช้ในการคาดการณ์การเลิกออกกำลังกายของผู้ถูกสำรวจได้

Alain Ferrand (2010) ทำการวิจัยเรื่อง The Intention-to-Repurchase Paradox: A Case of the Health and Fitness Industry โดยมีจุดประสงค์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง service attributes, brand associations, customer satisfaction, commitment, price of membership กับความตั้งใจซื้อสมาชิกฟิตเนสซ้ำ จากการเก็บข้อมูลจากสมาชิกฟิตเนส 264 คน ของ Club Med Gym ใน Grenoble ประเทศฝรั่งเศส ผลการวิจัยพบว่า customer relations ภายในฟิตเนส, customer commitment และปริมาณการมาใช้บริการ มีผลในทางบวกที่ทำให้เกิดความตั้งใจซื้อซ้ำ แต่ในทางกลับกัน ราคา เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบในทางตรงกันข้ามกับความตั้งใจซื้อซ้ำ นอกจากนี้ ผลวิจัยพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมมีผลกระทบในทางบวกต่อความถี่ในการมาใช้บริการและส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ผลการวิจัยนี้จึงชี้ว่า health and fitness organizations จะต้องสร้างสมดุลทั้งในส่วนของความถี่ของสมาชิกที่มาใช้บริการซึ่งมีผลในทางบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำและต้องสร้าง service attributes ที่ดี ซึ่งมีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำเช่นกัน

Helen Watts (2012) งานวิจัยเรื่อง A Psychological Approach to Predicting Membership Retention in the Fitness Industry ทำการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่าง 23 คน ซึ่งเป็นสมาชิกปัจจุบันและอดีตสมาชิกฟิตเนส พบข้อมูลว่า perceived service quality, perceived value for money, rapport, state anxiety และ self-determination คือปัจจัยในการไม่มาใช้บริการต่อของสมาชิกฟิตเนส โดยพบว่า state anxiety ที่เกิดจาก staff เป็นปัจจัยหลักของการไม่มาใช้บริการต่อของสมาชิกฟิตเนส นอกจากนี้ยังพบว่า physique anxiety และ self-determination เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลิกใช้บริการเช่นกัน ในส่วนของสมาชิกใหม่ การตัดสินใจไม่มาใช้บริการต่อยังไม่สามารถทำการคาดการณ์ได้แน่นอนแต่จากการสำรวจพบว่า overall perceived service quality, brand attractiveness, brand prestige และ brand distinctiveness เป็นปัจจัยที่สามารถทำให้เกิดการเลิกมาใช้บริการต่อของผู้ถูกสำรวจกลุ่มนี้

Duncan Murray และ Gary Howat (2012) ทำการวิจัยเรื่อง The Relationships among Service Quality, Value, Satisfaction, and Future Intentions of Customers at an Australian Sports and Leisure Centre เพื่อวิเคราะห์หลักของคุณค่าและความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่า กับ service quality, satisfaction และพฤติกรรมความตั้งใจ การวิจัยทำโดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของสถานออกกำลังกายจำนวน 218 คน โดยงานวิจัยมุ่งความสนใจไปยังบทบาทของคุณค่าในฐานะตัวกลางของ service quality ที่ทำให้เกิด satisfaction และ behavioral intentions ในลำดับต่อมา โดยผลการวิจัยชี้ว่า

คุณค่ามีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งมีผลต่อความตั้งใจซื้อในอนาคต การสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจจึงทำให้ผู้มาใช้บริการรับรู้ถึงคุณค่าและเกิดความตั้งใจซื้อหรือความตั้งใจมาใช้บริการในอนาคต

Veronika Huta (2014) ทำงานวิจัยเรื่อง The Roles of Self-Efficacy and Motivation in the Prediction of Short- and Long-Term Adherence to Exercise Among Patients With Coronary Heart Disease เก็บข้อมูลกับผู้ป่วยโรคหัวใจเพศชายและหญิงจำนวน 801 คน ผลการสำรวจพบว่า autonomous motivation มีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นในการออกกำลังกายโดยสามารถคาดการณ์ความยึดมั่นในการออกกำลังกายได้ทั้ง การออกกำลังกายในระยะสั้น (6-month) และการออกกำลังกายระยะยาว (12-month) โดย autonomous motivation ได้แก่ แรงจูงใจภายใน แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ แรงจูงใจจากความกดดันและแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก

Teresa Hurley (2016) เก็บข้อมูลเพิ่มเติมในงานวิจัยเรื่อง Exit Analysis: A Supply and Demand Perspective In The Health And Fitness Industry ซึ่งต่อยอดจากงานวิจัยเดิม ที่มีการสำรวจข้อมูลจากสมาชิกฟิตเนส 100 คน ที่ไม่มาใช้บริการต่อ งานวิจัยชิ้นใหม่นี้จึงมุ่งเป้าหมายไปยังกลุ่มที่ยังไม่เคยถูกสำรวจ นั่นคือ สมาชิกที่ยังคงมาใช้บริการฟิตเนส โดยทำการเก็บข้อมูลด้วย E-mail survey เพื่อที่จะหาความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ผลการสำรวจที่ได้ค่อนข้างแตกต่างจากธุรกิจในตลาดอื่นๆ เนื่องมาจากความเป็นเอกลักษณ์ของอุตสาหกรรม health and fitness ผลการสำรวจพบว่า ความเบื่อหน่าย, ความเหนื่อยล้า และ situational factors เป็นปัจจัยหลักของการมาใช้บริการลดลงและนำไปสู่การเลิกใช้บริการในที่สุด นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ของผู้ทำการวิจัยพบว่าการจูงใจให้สมาชิกที่ยังใช้บริการอยู่ใช้บริการต่อมีโอกาที่จะสำเร็จมากกว่าการจูงใจให้สมาชิกที่เลิกใช้บริการไปแล้วกลับมาใช้บริการใหม่

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการรักษาลูกค้า จะเห็นได้ว่าการรักษาลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้ในระยะยาวโดยเฉพาะในธุรกิจประเภทสถานออกกำลังกาย และนอกจากนี้การรักษาลูกค้าก็ยังช่วยลดต้นทุนที่สูงมากในการหาลูกค้าใหม่ลงได้ด้วย โดยแนวทางหนึ่งที่จะสามารถทำให้สถานออกกำลังกายหรือฟิตเนสสามารถรักษาลูกค้าเอาไว้ได้ก็คือการรู้แรงจูงใจที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลิกมาใช้บริการต่อ เพราะเมื่อรู้แรงจูงใจเหล่านั้น ฟิตเนสก็จะสามารถหาทางแก้ไขได้อย่างถูกต้องตรงจุด ข้าพเจ้าจึงสังเกตเห็นว่าประเด็นดังกล่าวควรถูกนำมาทำการวิจัยเพื่อหาคำตอบและเมื่อทำการค้นคว้าวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแล้วข้าพเจ้าพบว่ายังไม่มีมีการทำการศึกษาในหัวข้อดังกล่าวในประเทศไทย ข้าพเจ้าจึงเห็นช่องว่างและเห็นสมควรที่จะนำเรื่องนี้มาทำการศึกษาต่อไป และเพื่อเป็นการกำหนดขอบเขตของการวิจัย ข้าพเจ้าจึงตัดสินใจทำการวิจัยกับกลุ่มประชากรในวัยทำงาน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการออกกำลังกายและการใช้บริการฟิตเนสมากที่สุด

## 2.3 ตารางสรุปผลงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปหัวข้องานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังตารางที่ 2.1 นี้

ตารางที่ 2.1 สรุปการทบทวนวรรณกรรม

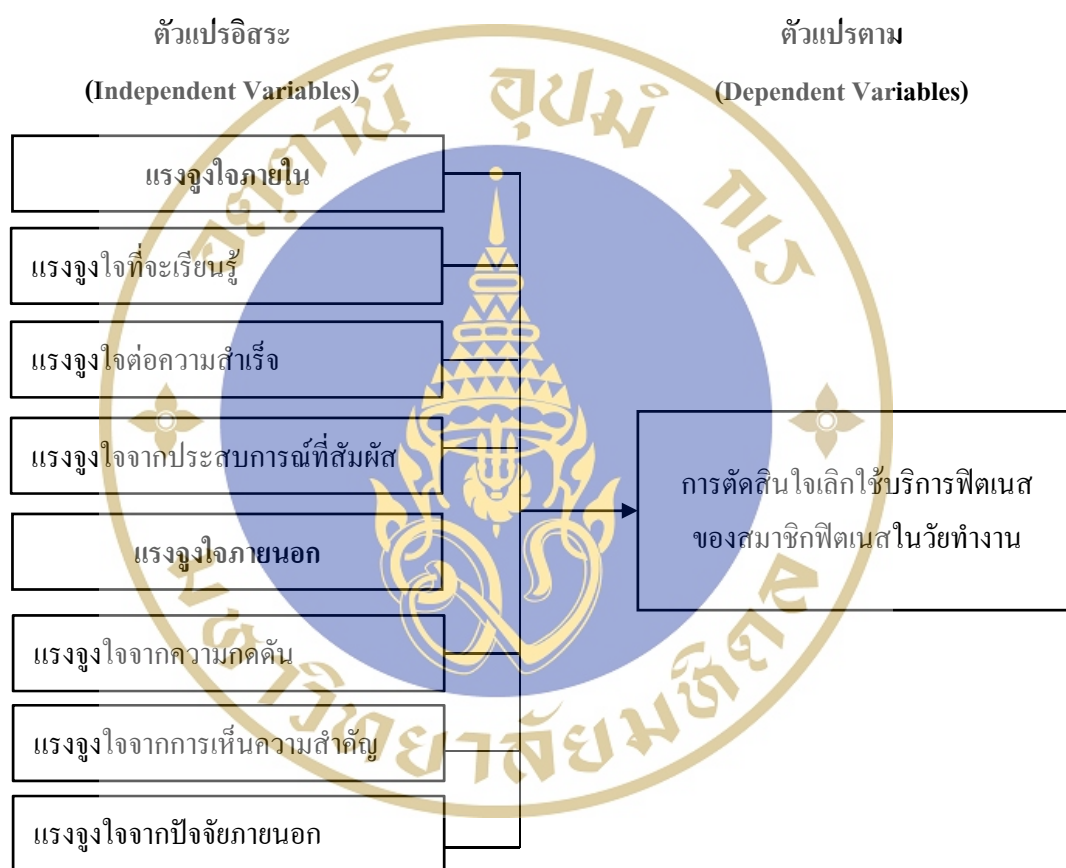
ชื่อผู้ศึกษา	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
Teresa Hurley, 2006	An analysis of why members discontinue membership of health clubs	สมาชิกฟิตเนสที่ไม่มาใช้บริการต่อ จำนวน 100 คน จากฐานข้อมูลลูกค้าของฟิตเนสใน Ireland	situational factors, club -related reasons และ personal circumstances เป็นสาเหตุที่สมาชิก health club ไม่มาใช้บริการต่อ
Felicia M. Johnson, 2010	A naturalistic study of exercise adherence among a community based sample at a fitness facility	สมาชิกฟิตเนส จำนวน 1622 คน ของ Madonna ProActive Medical Fitness Facility โรงพยาบาล Madonna	สาเหตุของการหยุดออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างมาจากการขาดแรงกดดันซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้บริการฟิตเนส นอกจากนี้ Positive Appraisal, Person's enjoyment, exercise on a regular basis through planning และ feelings of achievement มีผลต่อความต่อเนื่องในการออกกำลังกาย ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
Kelli Allen และ Miriam Morey, 2010	Physical Activity and Adherence	ผู้สูงอายุ เพศชายและหญิง จำนวน 500 คน ที่อาศัยอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา	ความตั้งใจต่อความสำเร็จ เป็นตัวแปรที่ทำให้บุคคลมีแรงกระตุ้นที่จะออกกำลังกาย และการขาดแรงกดดันจากสังคม มีผลทำให้คนเลิกออกกำลังกาย
Marlene Nunes Silva, 2010	Predictors of Exercise Adherence and Weight Control: An Application of Self-Determination Theory	อาสาสมัครเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 25-50 ปี ซึ่งมีน้ำหนักเกินเกณฑ์มาตรฐาน จำนวน 239 คน	ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเห็นความสำคัญของการออกกำลังกายเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นในการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2.1 สรุปการทบทวนวรรณกรรม (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
Alain Ferrand, 2010	The Intention-to-Repurchase Paradox: A Case of the Health and Fitness Industry	สมาชิกฟิตเนส 264 คน ของ Club Med Gym ใน Grenoble ประเทศฝรั่งเศส	customer relations ภายใน ฟิตเนส, customer commitment, ราคา และความพึงพอใจโดยรวม ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อสมาชิกฟิตเนสซ้ำ
Helen Watts, 2012	A Psychological Approach to Predicting Membership Retention in the Fitness Industry	สมาชิกปัจจุบันและอดีตสมาชิกฟิตเนส จำนวน 23 คน ที่อาศัยอยู่ในสหราชอาณาจักร	perceived service quality, perceived value for money, rapport, state anxiety และ self-determination คือปัจจัยในการไม่มาใช้บริการต่อของสมาชิก ฟิตเนส
Duncan Murray และ Gary Howat, 2012	The Relationships among Service Quality, Value, Satisfaction, and Future Intentions of Customers at Australian Sports Centre	ลูกค้าของสถานออกกำลังกายในประเทศออสเตรเลีย จำนวน 218 คน	คุณภาพของบริการในฟิตเนสที่ลูกค้าสัมผัสมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการฟิตเนสในอนาคต
Veronika Huta, 2014	The roles of self-efficacy and motivation in the prediction of short and long term adherence to exercise among patients with coronary heart disease	ผู้ป่วยโรคหัวใจเพศชายและหญิงจำนวน 801 คน	autonomous motivation ได้แก่ แรงจูงใจภายใน แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ แรงจูงใจจากความกดดันและแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก สามารถคาดการณ์ความยึดมั่นในการออกกำลังกายได้
Teresa Hurley, 2016	Exit Analysis: A supply and demand perspective in the health and fitness industry	สมาชิกฟิตเนสจากฐานข้อมูลลูกค้าของฟิตเนสใน Ireland จำนวน 100 คน ที่ยังคงมาใช้บริการ ฟิตเนส	ความเบื่อหน่าย, ความเหนื่อยล้า และ situational factors เป็นปัจจัยหลักของการมาใช้บริการลดลง และจะนำไปสู่การเลิกใช้บริการฟิตเนส ของสมาชิก ฟิตเนส

## 2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษา คือ ตัวแปรอิสระจากทฤษฎีวัดแรงจูงใจในการออกกำลังกาย Exercise Motivation Scale (EMS; Li, 1999) ซึ่งตั้งอยู่บนทฤษฎี self-determination theory (SDT; Deci & Ryan, 1985) ที่ประกอบด้วย แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก และตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน มีรายละเอียดดังแผนภาพนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน มีขั้นตอนการดำเนินการงานวิจัย และนำเสนอในแต่ละหัวข้อ ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
3. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. ตัวแปรในการวิจัย
5. สมมติฐานการวิจัย
6. เครื่องมือในการวิจัย
7. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
8. รวบรวมข้อมูล
9. วิเคราะห์ข้อมูล
10. ระยะเวลาในงานวิจัย

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน โดยการรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research) จากการทำแบบสอบถามทางออนไลน์ (Online Questionnaire) ของกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และเชิงอนุมาน (Infernal Statistic)



### 3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ ได้มีการรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยถึงพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน จากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลทางตรงจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการทำแบบสอบถามทางออนไลน์ จำนวน 400 ชุด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่มีอยู่แล้วจากแหล่งต่างๆ เช่น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ข้อมูลทางหนังสือวิชาการ สารนิพนธ์ หรือรายงายวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในงานวิจัย

### 3.3 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน มีดังนี้

#### 3.3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

คือ คนไทยที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งมีอายุตั้งแต่ 15 จนถึง 60 ปีที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เป็นผู้ที่เคยใช้บริการฟิตเนสและเลิกใช้บริการไปแล้วในปัจจุบัน

#### 3.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

คือ สมาชิกที่ถูกเลือกจากประชากรที่ใช้ในการวิจัย แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้อนุกรมสถิติของบุญชม ศรีสะอาด (2535: 38) ในการคำนวณหาจำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง ดังสมการต่อไปนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

กำหนดให้

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม โดยกำหนดที่ 50% หรือ 0.5
Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่น พิจารณาระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือ 1.96
d	แทน	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ พิจารณาที่ 5% หรือ 0.05

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 385 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน และเพื่อป้องกันแบบสอบถามเกิดความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จึงเก็บตัวอย่างเพิ่มอีก 15 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน

### 3.3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ศึกษาต้องการเก็บข้อมูลเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะที่ไม่ได้มีในประชากรทั่วไป โดยต้องเป็นผู้ที่เคยใช้บริการฟิตเนสและเลิกใช้บริการไปแล้วในปัจจุบัน ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Snowball/Referral Sampling ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างในลักษณะแบบต่อเนื่อง โดยที่กลุ่มตัวอย่างชุดแรกจะเป็นผู้ให้คำแนะนำในการเลือกกลุ่มตัวอย่างถัดไป และมีการแนะนำต่อไปจนกระทั่งได้ขนาดตัวอย่างตามที่ต้องการ ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์และส่งข้อมูลให้กับผู้ศึกษา

## 3.4 ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวอิสระ (Independent Variables) คือ ตัวแปรที่เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยตัวแปรอิสระในงานวิจัยนี้ได้แก่ แรงจูงใจภายใน ประกอบด้วย แรงจูงใจที่จะเรียนรู้,

แรงจูงใจต่อความสำเร็จ และแรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส และแรงจูงใจภายนอก ประกอบด้วยแรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ, แรงจูงใจจากความกดดัน และแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ตัวแปรที่เป็นผลจากตัวแปรอิสระ โดยตัวแปรตามในงานวิจัยนี้ ได้แก่ การตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

### 3.5 สมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยนี้ ต้องการศึกษาระบบแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม (Y) คือ การตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงานที่เป็นผลมาจากตัวแปรต้น (X) คือ แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก ที่สามารถแบ่งย่อยออกมาได้เป็น 6 แรงจูงใจ และสามารถกำหนดเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

1. แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน
2. แรงจูงใจต่อความสำเร็จ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน
3. แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน
4. แรงจูงใจจากความกดดัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน
5. แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน
6. แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

### 3.6 เครื่องมือในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง: เป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire) ที่มีคำตอบแบบ 2 ตัวเลือก (Dichotomous Scale) จำนวน 2 ข้อ เพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่างให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยต้องเป็นผู้เคยใช้บริการฟิตเนสและเลิกใช้บริการไปแล้ว

ส่วนที่ 2 การสอบถามข้อมูลทั่วไป: เป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire) ที่มีคำตอบแบบ 2 ตัวเลือก (Dichotomous Scale) ได้แก่ เพศ และหลายตัวเลือก (Choice questionnaire) ได้แก่ อายุ รายได้ และรูปแบบการให้บริการ

ส่วนที่ 3 การสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน โดยเป็นคำถามลักษณะปลายปิด (Closed-ended questionnaire) ที่มีคำตอบแบบตัวเลือก (Choice questionnaire) ได้แก่ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง, ครุฝึกสอนส่วนตัวและเป้าหมายในการใช้บริการฟิตเนส คำถามปลายเปิด (Opened-ended questionnaire) ใช้การเขียนบรรยายแบบสั้น ได้แก่ ระยะเวลารวมทั้งเคยใช้บริการ และความถี่ในการใช้บริการฟิตเนสต่อสัปดาห์

ส่วนที่ 4 การสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน โดยเป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire) ที่มีคำตอบแบบตัวเลือก (Choice questionnaire) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว มีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังต่อไปนี้

- 5 คะแนน ระดับความมีอิทธิพลมากที่สุด
- 4 คะแนน ระดับความมีอิทธิพลมาก
- 3 คะแนน ระดับความมีอิทธิพลปานกลาง
- 2 คะแนน ระดับความมีอิทธิพลน้อย
- 1 คะแนน ระดับความมีอิทธิพลน้อยที่สุด

แบบสอบถามในส่วนที่ 4 นี้จะใช้คะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถามในการแปลค่าคะแนนและอภิปรายผล โดยอาศัยการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ซึ่งจะแบ่งช่วงการแปรผลเป็น 5 ระดับ ด้วยวิธีการหาจุดกึ่งกลางพิสัย จากสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (ชนินาถ สงวนวงศ์วิจิตร, 2552) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}}$$

กำหนดให้ คะแนนที่สูงสุด คือ 5 คะแนน

คะแนนต่ำสุด คือ 1 คะแนน

จะได้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น ช่วงระยะความกว้างของอันตรภาคชั้น เท่ากับ 0.8 หมายความว่า คะแนนเฉลี่ยของระดับความมีอิทธิพลของแรงจูงใจต่างๆ มีความหมายในแต่ละช่วงคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย

5.00 – 4.21	หมายถึง	มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด
4.20 – 3.41	หมายถึง	มีอิทธิพลในระดับมาก
3.40 – 2.61	หมายถึง	มีอิทธิพลในระดับปานกลาง
2.60 – 1.81	หมายถึง	มีอิทธิพลในระดับน้อย
1.80 – 1.00	หมายถึง	มีอิทธิพลในระดับน้อยที่สุด

เครื่องมือวิจัยหรือแบบสอบถามในส่วนที่ 4 ใช้เก็บข้อมูลแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส โดยแต่ละข้อคำถามจะใช้เก็บข้อมูลตามตัวแปรอิสระที่ต่างกันไป ซึ่งคำถามในแต่ละข้อจะสอดคล้องกับแนวคิดหรือทฤษฎีในบทที่ 2 ของงานวิจัย ดังตารางที่ 3.1 นี้

ตารางที่ 3.1 สรุปแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคำถามวัดตัวแปรอิสระ

คำถาม	แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
รู้สึกเบื่อหน่ายจากการออกกำลังกายซ้ำๆ	แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ (แรงจูงใจภายใน)
รู้สึกไม่พึงพอใจต่อบริการของฟิตเนส	แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส (แรงจูงใจภายใน)
เป้าหมายที่ตั้งไว้สำเร็จยากจนเกิดความท้อถอย	แรงจูงใจต่อความสำเร็จ (แรงจูงใจภายใน)
รู้สึกเหนื่อยล้ากับการออกกำลังกาย	แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส (แรงจูงใจภายใน)
ฟิตเนสไม่มีอุปกรณ์หรือกิจกรรมใหม่ๆ	แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ (แรงจูงใจภายใน)

ตารางที่ 3.1 สรุปแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคำถามวัดตัวแปรอิสระ (ต่อ)

คำถาม	แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
รู้สึกไม่พึงพอใจต่ออุปกรณ์ของฟิตเนส	แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส (แรงจูงใจภายใน)
ไม่เห็นผลจากการออกกำลังกาย	แรงจูงใจต่อความสำเร็จ (แรงจูงใจภายใน)
ไม่มีเพื่อนในฟิตเนส	แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก (แรงจูงใจภายนอก)
รู้สึกไม่สนุกสนานในการออกกำลังกาย	แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส (แรงจูงใจภายใน)
ไม่มีเวลาไปใช้บริการฟิตเนส	แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก (แรงจูงใจภายนอก)
รู้สึกว่า การออกกำลังกายไม่จำเป็นต่อท่านแล้ว	แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ (แรงจูงใจภายนอก)
ไม่สะดวกในการเดินทาง	แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก (แรงจูงใจภายนอก)
บรรจุเป้าหมายที่ตั้งไว้แล้ว เช่น น้ำหนักลดแล้ว	แรงจูงใจจากความกดดัน (แรงจูงใจภายนอก)
เพื่อนที่ต้องมาใช้บริการด้วยกันเลิกใช้บริการไป	แรงจูงใจจากความกดดัน (แรงจูงใจภายนอก)
พบกิจกรรมอื่นที่ท่านอยากทำมากกว่า	แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ (แรงจูงใจภายนอก)
เทรนเนอร์ ขายคอร์ส แบบ Hard Sell	แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก (แรงจูงใจภายนอก)
ราคาไม่คุ้มค่ากับคุณค่าที่ได้รับ	แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก (แรงจูงใจภายนอก)
ฟิตเนสคู่แข่งมีโปรโมชันที่ดีกว่า	แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก (แรงจูงใจภายนอก)

ส่วนที่ 5 การสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาใน  
 วิทยทำงาน ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน ได้แก่ คำถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire) ที่มีคำตอบ  
 ให้เลือกเพียง 2 คำตอบ โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว ประกอบด้วย แบบสอบถามการตัดสินใจ  
 เลิกใช้บริการ และส่วนที่ 2 ได้แก่ คำถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire) ที่มีคำตอบแบบตัวเลือก  
 (Choice questionnaire) โดยให้เลือกเพียงคำตอบเดียว มีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังต่อไปนี้

5 คะแนน ระดับความมีอิทธิพลมากที่สุด

4 คะแนน ระดับความมีอิทธิพลมาก

3 คะแนน ระดับความมีอิทธิพลปานกลาง

2 คะแนน ระดับความมีอิทธิพลน้อย

1 คะแนน ระดับความมีอิทธิพลน้อยที่สุด

แบบสอบถามในส่วนที่ 5 ข้อที่ 2 นี้จะใช้คะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถามในการ  
 แปลค่าคะแนนและอภิปรายผล โดยอาศัยการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ซึ่งจะแบ่งช่วงการ  
 แปรผลเป็น 5 ระดับ ด้วยวิธีการหาจุดกึ่งกลางพิสัย จากสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น  
 (ชนินาถ สงวนวงศ์วิจิตร, 2552) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}}$$

กำหนดให้ คะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน

คะแนนต่ำสุด คือ 1 คะแนน

จะได้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น ช่วงระยะความกว้างของอันตรภาคชั้น เท่ากับ 0.8 หมายความว่า คะแนนเฉลี่ยของ  
 ระดับความมีอิทธิพลของแรงจูงใจต่างๆ มีความหมายในแต่ละช่วงคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย

5.00 – 4.21 หมายถึง มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด

4.20 – 3.41 หมายถึง มีอิทธิพลในระดับมาก

3.40 – 2.61 หมายถึง มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

2.60 – 1.81 หมายถึง มีอิทธิพลในระดับน้อย

1.80 – 1.00 หมายถึง มีอิทธิพลในระดับน้อยที่สุด

### 3.7 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย มีดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) ทั้งจากหนังสือ เอกสาร วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและรวบรวมผลการศึกษาที่ได้จากแต่ละวรรณกรรม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการสร้างกรอบงานวิจัยและนำมาสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

2. นำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาถึงความถูกต้องและรับฟังคำแนะนำเพิ่มเติม หากมีข้อเสนอแนะที่ควรเพิ่มเติมหรือมีจุดที่ต้องแก้ไข ผู้ทำการศึกษาก็จะนำแบบสอบถามมาแก้ไขใหม่

3. นำแบบสอบถามที่ปรับแก้แล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง เพื่อให้อาจารย์ตรวจสอบและอนุมัติ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทำการสำรวจเชิงทดสอบ (Pilot test) กับผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการฟิตเนส 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยผู้ศึกษาพยายามให้กลุ่มผู้ทดสอบอ่านแบบสอบถามอย่างละเอียด เพื่อนำมาเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุง content validity จากนั้นนำผลที่ได้จากการทดสอบมาวิเคราะห์หาค่าความน่าเชื่อถือด้วยวิธีทดสอบแบบ Cronbach's alpha Coefficient โดยค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) ของ alpha จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 และยิ่งค่าที่ได้ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือมาก โดยแบบทดสอบที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ควรมีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.7

4. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้งให้มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ เนื้อหามีความชัดเจน ถูกต้อง ง่ายต่อการทำความเข้าใจ จากนั้นสร้างแบบสอบถามด้วยโปรแกรม Google form

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด



### 3.8 รวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล จะใช้วิธีการกระจายแบบสอบถามทางออนไลน์ (Online Questionnaires) ไปยังผู้ตอบแบบสอบถาม ผ่านทางช่องทาง Social media เช่น Line, Facebook เป็นต้น และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Google form ในการเก็บรวบรวมคำตอบจากผู้ตอบแบบสอบถาม และดาวน์โหลดข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูปมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำตอบจากแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ผลต่อไป

### 3.9 วิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบ 400 ชุดแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ และทำการคัดแยกแบบทดสอบที่มีความผิดพลาด เช่น มีการตอบไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ หรือมีการตอบซ้ำหลายข้อในคำถามเดียว
2. ลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบทุกฉบับมาทำการลงรหัส
3. บันทึกรหัสลงในแบบฟอร์มการลงรหัส เพื่อนำไปใช้ในการคำนวณหาความสัมพันธ์ทางสถิติ
4. นำข้อมูลที่บันทึกมาทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows (Statistical Package for the Social Science: SPSS) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐาน

#### 3.9.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

- วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และรูปแบบการเป็นสมาชิก
- วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการพัฒนาสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการพัฒนาสุขภาพต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการใช้บริการพัฒนาสุขภาพต่อครั้ง การมีครูฝึกสอนส่วนตัว และเป้าหมายในการใช้บริการพัฒนาสุขภาพ
- วิเคราะห์ข้อมูลระดับความมีอิทธิพลของแรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอกต่อผู้ตอบแบบสอบถาม
- วิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

### 3.9.1.1 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) โดยอาศัยสูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

กำหนดให้  $\bar{X}$  แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

### 3.9.1.2 การหาร้อยละ (Percentage) โดยอาศัยสูตร

$$P = \frac{(f \times 100)}{n}$$

กำหนดให้  $P$  แทน ค่าร้อยละ หรือ %

$f$  แทน ค่าความถี่ที่สำรวจได้

$n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## 3.9.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Infernal Statistic)

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการฟิตเนส กับ การตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

### 3.9.2.1 การทดสอบสมมติฐาน

• ข้อที่ 1 แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ "ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน" ดังนี้

$H_0$  = แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ "ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน"

$H_1$  = แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ "มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน"

• ข้อที่ 2 แรงจูงใจต่อความสำเร็จ "มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน" ดังนี้

$H_0$  = แรงจูงใจต่อความสำเร็จ "ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน"

H1 = แรงจูงใจต่อความสำเร็จ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนา  
ของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

- ข้อที่ 3 แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ  
เลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน ดังนี้

H0 = แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิก  
ใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

H1 = แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้  
บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

- ข้อที่ 4 แรงจูงใจจากความกดดัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการ  
พัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน ดังนี้

H0 = แรงจูงใจจากความกดดัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการ  
พัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

H1 = แรงจูงใจจากความกดดัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการ  
พัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

- ข้อที่ 5 แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้  
บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน ดังนี้

H0 = แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้  
บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

H1 = แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้  
บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

- ข้อที่ 6 แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้  
บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน ดังนี้

H0 = แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้  
บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

H1 = แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้  
บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

### 3.9.2.3 แบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

โดยอาศัยสูตร 
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

เมื่อ	Y	แทน	คะแนนพยากรณ์ของตัวแปรตาม (ตัวเกณฑ์)
	A	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
	$b_1, b_2 \dots b_k$	แทน	ค่าน้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ
	$X_1, X_2 \dots X_k$	แทน	ค่าน้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ
	k	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

	N	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน
	B	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบของคะแนนดิบ
	Beta	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบของคะแนนมาตรฐาน
	Sig.	หมายถึง	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significance) เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบว่ามีตัวแปรอิสระใดบ้างที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ได้
	R Square	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด เป็นค่าที่ประเมินว่าสมการถดถอยที่ได้นั้น สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามได้ดีเพียงใด โดยค่าที่ได้จะมีค่าระหว่าง 0-1 โดยหากค่าที่ได้ต่ำกว่า 0.1 หมายความว่าสมการถดถอยที่ได้สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ได้ในระดับต่ำและหากค่าที่ได้สูงกว่า 0.5 หมายความว่าสมการถดถอยที่ได้สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามได้ในระดับสูง

### 3.10 ระยะเวลาในการวิจัย

เดือนมกราคม-เมษายน พ.ศ. 2561

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

ในการเก็บข้อมูลการศึกษางานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน พบว่า แบบสอบถามที่รวบรวมได้ทั้งหมด 400 ชุด สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งหมด ซึ่งในบทนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยจะวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายเชิงพรรณนาในแต่ละส่วน ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนส
3. ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส
4. ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส
5. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และรูปแบบการใช้บริการ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	135	33.8
หญิง	265	66.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
15 – 25 ปี	56	14.0
26 – 36 ปี	175	43.8
37 – 47 ปี	145	36.2
48 – 60 ปี	24	6.0
รวม	400	100
3. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	52	13.0
15,001 – 30,000 บาท	195	48.8
30,001 – 45,000 บาท	84	21.0
มากกว่า 45,000 บาท	69	17.2
รวม	400	100
4. รูปแบบการใช้บริการ		
สมาชิกแบบรายวัน	112	28.0
สมาชิกแบบรายเดือน	147	36.8
สมาชิกแบบรายปี	132	33.0
สมาชิกแบบตลอดชีพ	9	2.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็นเพศชาย 33.8% เพศหญิง 66.2% มีอายุเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 26 – 36 ปี คิดเป็น 43.8% รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 37 – 47 ปี คิดเป็น 36.2% โดย 48.8% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นสมาชิกแบบรายเดือน คิดเป็น 36.8% ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

## 4.2 พฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนส

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน ได้แก่ ระยะเวลา รวมทั้งเคยใช้บริการ, ความถี่ในการใช้บริการฟิตเนสต่อสัปดาห์, ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง, ครูฝึกสอนส่วนตัวและเป้าหมายในการใช้บริการฟิตเนส

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส

พฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนส	จำนวน	ร้อยละ
1. ระยะเวลารวมทั้งเคยใช้บริการ		
1 – 6 เดือน	162	40.5
มากกว่า 6 เดือน – 1 ปี	154	38.5
มากกว่า 1 ปี – 2 ปี	68	17.0
มากกว่า 2 ปี	16	4.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
2. ความถี่ในการใช้บริการฟิตเนสต่อสัปดาห์		
1 วันต่อสัปดาห์	30	7.5
2 วันต่อสัปดาห์	61	15.2
3 วันต่อสัปดาห์	182	45.5
4 วันต่อสัปดาห์	69	17.3
5 วันต่อสัปดาห์	29	7.3
6 วันต่อสัปดาห์	19	4.8
7 วันต่อสัปดาห์	10	2.4
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
3. ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง		
น้อยกว่า 30 นาที	14	3.5
30 นาที – 1 ชั่วโมง	185	46.3
มากกว่า 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	175	43.7
2 ชั่วโมงขึ้นไป	26	6.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนส	จำนวน	ร้อยละ
4. ครูฝึกสอนส่วนตัว		
เคยมี	173	43.3
ไม่เคยมี	227	56.7
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
5. เป้าหมายในการใช้บริการฟิตเนส		
ลดน้ำหนักและไขมันส่วนเกิน	189	47.3
สุขภาพร่างกายแข็งแรงยิ่งขึ้น	95	23.8
เสริมสร้างกล้ามเนื้อ	64	16.0
กระชับสัดส่วนเพื่อรูปร่างที่ดีขึ้น	47	11.7
อื่นๆ	5	1.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากผลการวิจัยในตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 40.5% มีระยะเวลา  
รวมที่เคยใช้บริการฟิตเนสอยู่ที่ 1-6 เดือน รองลงมา คือมากกว่า 6 เดือน – 1 ปี 38.5% โดยส่วนใหญ่  
มีความถี่ในการใช้บริการฟิตเนสต่อสัปดาห์อยู่ที่ 3 วันต่อสัปดาห์ 45.5% และมีระยะเวลาในการใช้  
บริการต่อครั้งเฉลี่ย 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็น 46.3% รองลงมาคือ มากกว่า 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง  
คิดเป็น 43.7% โดย 56.7% ไม่เคยมีครูฝึกสอนส่วนตัว และเป้าหมายในการใช้บริการฟิตเนสอันดับที่หนึ่ง  
ได้แก่ ลดน้ำหนักและไขมันส่วนเกิน คิดเป็น 47.3% และรองลงมาคือ เพื่อให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง  
ยิ่งขึ้น คิดเป็น 23.8%

#### 4.3 แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส

ในการศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส  
ในวัยทำงานนี้ จะได้ข้อมูลที่เป็นคะแนนความคิดเห็น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะนำมาหาค่าเฉลี่ย พร้อมแปล  
ค่าความคิดเห็นโดยอาศัยเกณฑ์ความกว้างอันตรภาคชั้น โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 4.3 ดังนี้



ตารางที่ 4.3 เกณฑ์ความกว้างอันตรภาคชั้นและการแปลค่า

คะแนนเฉลี่ย	การแปลค่า
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและการแปลค่าแรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส

แรงจูงใจภายใน			
ลำดับที่	แรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส	ค่าเฉลี่ย	การแปลค่า
แรงจูงใจที่จะเรียนรู้			
1	รู้สึกเบื่อหน่ายจากการออกกำลังกายซ้ำๆ	2.79	ปานกลาง
2	ฟิตเนสไม่มีอุปกรณ์หรือกิจกรรมใหม่ๆ	2.71	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม		2.75	ปานกลาง
แรงจูงใจต่อความสำเร็จ			
1	เป้าหมายที่ตั้งไว้สำเร็จยากจนเกิดความท้อถอย	2.33	น้อย
2	ไม่เห็นผลจากการออกกำลังกาย	2.39	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม		2.36	น้อย
แรงจูงใจจากประสบการณ์ที่สัมผัส			
1	รู้สึกไม่พึงพอใจต่อบริการของฟิตเนส	3.65	มาก
2	รู้สึกไม่พึงพอใจต่ออุปกรณ์ของฟิตเนส	3.46	มาก
3	รู้สึกเหนื่อยล้ากับการออกกำลังกาย	3.45	มาก
4	รู้สึกไม่สนุกสนานในการออกกำลังกาย	3.45	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.50	มาก

เมื่อพิจารณาแต่ละแรงจูงใจสามารถสรุปผลการศึกษานี้ได้ดังนี้

1. แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.75 คะแนน โดยรู้สึกเบื่อหน่ายจากการออกกำลังกายซ้ำๆ มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 2.79 คะแนน และฟิตเนสไม่มีอุปกรณ์หรือกิจกรรมใหม่ๆ มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 2.71 คะแนน

2. แรงจูงใจต่อความสำเร็จ มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.36 คะแนน โดยเกิดความท้อถอยจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 2.33 คะแนน และไม่เห็นผลจากการออกกำลังกาย มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 2.39 คะแนน

3. แรงจูงใจจากประสบการณ์ที่สัมผัส มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 คะแนน โดยรู้สึกไม่พึงพอใจต่อบริการของฟิตเนส มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 3.65 คะแนน รู้สึกไม่พึงพอใจต่ออุปกรณ์ของฟิตเนส มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 3.46 คะแนน รู้สึกเหนื่อยล้ากับการออกกำลังกาย มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 3.45 คะแนน และรู้สึกไม่สนุกสนานในการออกกำลังกาย มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 3.45 คะแนน

**ตารางที่ 4.5** ค่าเฉลี่ยและการแปลค่าแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส

แรงจูงใจภายนอก			
ลำดับที่	แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส	ค่าเฉลี่ย	การแปลค่า
แรงจูงใจจากความกดดัน			
1	บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้แล้ว เช่น น้ำหนักลดแล้ว	2.62	ปานกลาง
2	เพื่อนที่ต้องมาใช้บริการด้วยกันเลิกใช้บริการไป	2.68	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม		2.65	ปานกลาง
แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ			
1	รู้สึกว่า การออกกำลังกาย ไม่จำเป็นต่อท่านแล้ว	2.49	น้อย
2	พบกิจกรรมอื่นที่ท่านอยากทำมากกว่า	2.61	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม		2.55	น้อย
แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก			
1	ไม่มีเวลาไปใช้บริการฟิตเนส	4.25	มากที่สุด
2	ไม่สะดวกในการเดินทาง	3.85	มาก
3	ไม่มีเพื่อนในฟิตเนส	3.45	มาก
4	เทรนเนอร์ ขายคอร์ส แบบ Hard Sell	3.43	มาก
	ราคาไม่คุ้มเท่ากับคุณค่าที่ได้รับ	3.54	มาก
6	ฟิตเนสคู่แข่งมีโปรโมชันที่ดีกว่า	3.50	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.67	มาก

เมื่อพิจารณาแต่ละแรงจูงใจสามารถสรุปผลการศึกษาระดับปัจจัยได้ดังนี้

1. แรงจูงใจจากความกดดัน มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.65 คะแนน โดยบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้แล้ว มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 2.62 คะแนน และเพื่อนที่ต้องมาใช้บริการด้วยกันเลิกใช้บริการไป มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 2.68

2. แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.55 คะแนน โดยรู้สึกว่าการออกกำลังกายไม่จำเป็นต่อท่านแล้ว มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 2.49 คะแนน และพบกิจกรรมอื่นที่ท่านอยากทำมากกว่า มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 2.61

3. แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.67 คะแนน โดยไม่มีเวลาไปใช้บริการฟิตเนส มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 4.25 คะแนน ไม่สะดวกในการเดินทาง มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 3.85 คะแนน ไม่มีเพื่อนในฟิตเนส มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 3.45 คะแนน เทรนด์เนอร์ ขายคอร์ส แบบ Hard Sell มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 3.43 คะแนน ราคาไม่คุ้มเท่ากับคุณค่าที่ได้รับ มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 3.54 คะแนน และฟิตเนสคู่แข่งมีโปร โมชันที่ดีกว่า มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น 3.50 คะแนน

#### 4.4 การตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

ในการศึกษาการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงานนี้ จะได้ข้อมูลที่เป็นคะแนนความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะนำมาหาค่าเฉลี่ย พร้อมแปลค่าความคิดเห็น โดยอาศัยเกณฑ์ความกว้างอันตภาคชั้น โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 4.4 ดังนี้

ตารางที่ 4.6 อิทธิพลของแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

อิทธิพลของแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	137	34.2
มาก	154	38.5
ปานกลาง	109	27.3
น้อย	0	0
น้อยที่สุด	0	0
รวม	400	100.00

**ตารางที่ 4.6** อิทธิพลของแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน  
(ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	การแปลค่า
อิทธิพลของแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส	4.07	มาก

อิทธิพลของแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.07 คะแนน

#### 4.5 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน
B	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบของคะแนนดิบ
Beta	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบของคะแนนมาตรฐาน
Sig.	หมายถึง	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significance) เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบว่ามีตัวแปรอิสระใดบ้างที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ได้
R Square	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด เป็นค่าที่ประเมินว่าสมการถดถอยที่ได้นั้น สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามได้ดีเพียงใด โดยค่าที่ได้จะมีค่าระหว่าง 0-1 โดยหากค่าที่ได้สูงกว่า 0.5 หมายความว่าสมการถดถอยที่ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามได้ในระดับดีมาก

##### 4.5.1 การวิเคราะห์ผลหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

การทดสอบเพื่อสร้างแบบจำลอง การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อทำการวิเคราะห์ ตัวแปรต้นทั้ง 6 ตัว ว่ามีผลต่อตัวแปรตามอย่างไร โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานดังนี้



• ข้อที่ 6 แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน ดังนี้

H0 = แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

H1 = แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 <sup>a</sup>	.628	.623	.480

จากตารางที่ 4.7 พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R Square) เป็น 0.628 หมายความว่า ตัวแปรทั้ง 6 สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสได้ร้อยละ 62.8 ซึ่งอยู่ในระดับสูง โดยที่เหลืออีกร้อยละ 37.2 เป็นผลจากปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของตัวแปรแรงจูงใจทั้ง 6 ปัจจัยกับการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	3.049		
	แรงจูงใจที่จะเรียนรู้	-.160	.034	-.169	-4.680	.000
	แรงจูงใจต่อความสำเร็จ	-.079	.042	-.084	-1.879	.061
	แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส	.182	.044	.229	4.132	.000
	แรงจูงใจจากความกดดัน	-.073	.025	-.118	-2.898	.004
	แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ	-.006	.031	-.006	-.184	.854
	แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก	.326	.043	.369	7.647	.000

จากตารางที่ 4.8 พบว่า มีตัวแปรแรงงใจ 4 ตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05) และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) จะสามารถเรียงลำดับความมอิทธิพลของตัวแปรได้ดังนี้ แรงงใจจากปัจจัยภายนอก (.369) แรงงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส (.229) แรงงใจที่จะเรียนรู้ (-.169) และ แรงงใจจากความกดดัน (-.118) นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์พบว่า แรงงใจภายนอกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาสูงกว่าแรงงใจภายใน

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

สมมติฐาน	ค่า Sig.	ค่า Beta	ผลลัพธ์	สรุปผล
สมมติฐานที่ 1: แรงงใจที่จะเรียนรู้	0.000	-.169	ยอมรับ สมมติฐาน: ในทิศทางตรงข้าม	แรงงใจที่จะเรียนรู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในทิศทางตรงข้าม
สมมติฐานที่ 2: แรงงใจต่อความสำเร็จ	0.061	-.084	ปฏิเสธ สมมติฐาน	แรงงใจต่อความสำเร็จไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน
สมมติฐานที่ 3: แรงงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส	0.000	.229	ยอมรับ สมมติฐาน: ในทิศทางเดียวกัน	แรงงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัสมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในทิศทางเดียวกัน
สมมติฐานที่ 4: แรงงใจจากความกดดัน	0.004	-.118	ยอมรับ สมมติฐาน: ในทิศทางตรงข้าม	แรงงใจจากความกดดันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในทิศทางตรงข้าม
สมมติฐานที่ 5: แรงงใจจากการเห็นความสำคัญ	0.854	-.006	ปฏิเสธ สมมติฐาน	แรงงใจจากการเห็นความสำคัญไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน
สมมติฐานที่ 6: แรงงใจจากปัจจัยภายนอก	0.000	.369	ยอมรับ สมมติฐาน: ในทิศทางเดียวกัน	แรงงใจจากปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในทิศทางเดียวกัน

จากตารางที่ 4.9 สามารถสรุปสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปฏิเสธ H0 และยอมรับ H1 ว่าแรงจูงใจที่จะเรียนรู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ สมาชิกพัฒนาที่มีแรงจูงใจที่จะเรียนรู้ในระดับสูง จะมีการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาในระดับต่ำ และสมาชิกพัฒนา ที่มีแรงจูงใจที่จะเรียนรู้ในระดับต่ำ จะมีการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาในระดับสูง

สมมติฐานที่ 2 ยอมรับ H0 ว่าแรงจูงใจต่อความสำเร็จ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

สมมติฐานที่ 3 ปฏิเสธ H0 และยอมรับ H1 ว่าแรงจูงใจจากประสบการณ์ที่สัมผัสมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ สมาชิกพัฒนาที่มีแรงจูงใจจากประสบการณ์ที่สัมผัสในระดับต่ำ จะมีการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาในระดับต่ำ และสมาชิกพัฒนาที่มีแรงจูงใจจากประสบการณ์ที่สัมผัสในระดับสูง จะมีการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาในระดับสูง

สมมติฐานที่ 4 ปฏิเสธ H0 และยอมรับ H1 ว่าแรงจูงใจจากความกดดัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ สมาชิกพัฒนาที่มีแรงจูงใจจากความกดดันในระดับสูง จะมีการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาในระดับต่ำ และสมาชิกพัฒนาที่มีแรงจูงใจจากความกดดันในระดับต่ำ จะมีการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาในระดับสูง

สมมติฐานที่ 5 ยอมรับ H0 ว่าแรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

สมมติฐานที่ 6 ปฏิเสธ H0 และยอมรับ H1 ว่าแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ สมาชิกพัฒนาที่มีแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอกในระดับต่ำ จะมีการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาในระดับต่ำ และสมาชิกพัฒนาที่มีแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอกในระดับสูง จะมีการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาในระดับสูง



## บทที่ 5

### อภิปรายและข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันเทรนด์การรักษาสุขภาพและการออกกำลังกายเป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทยส่งผลให้อุตสาหกรรมกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและทำให้ธุรกิจฟิตเนสติดอันดับธุรกิจที่น่าลงทุน แต่จากการสำรวจกลับพบข้อมูลว่า อุตสาหกรรมฟิตเนสมีตัวเลขของการสูญเสียลูกค้าเก่าที่สูงกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยมีผลทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสใช้กลยุทธ์ในการรักษาค่าไรขงธุรกิจด้วยการหาลูกค้าใหม่อยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ยากและมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าการรักษาลูกค้าเก่าเอาไว้ ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงานเพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจฟิตเนส, วางแผนในการรักษาลูกค้า, สร้าง Exit Barriers และเปลี่ยนลูกค้าที่กำลังจะเลิกใช้บริการให้กลับมาใช้บริการมากขึ้น เพื่อรักษาค่าไรขงธุรกิจ โดยกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษาเป็นกลุ่มประชากรที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งเคยใช้บริการฟิตเนสและได้เลิกใช้บริการไปแล้วในปัจจุบัน จำนวน 400 คน มาทำการศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส อันได้แก่ แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ แรงจูงใจต่อความสำเร็จ แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัส แรงจูงใจจากความกดดัน แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ และแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก จากทฤษฎี Exercise Motivation Scale (EMS; Li, 1999) ซึ่งตั้งอยู่บนทฤษฎี self-determination theory (SDT; Deci & Ryan, 1985) มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา และจากนั้น ได้ออกแบบวิธีวิจัย ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย และวิเคราะห์ผลวิจัย ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการตอบแบบสอบถามผ่านทางแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) และได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ทั้ง 400 ชุด ไปวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS จึงสามารถสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในงานวิจัย ได้ดังหัวข้อดังต่อไปนี้

1. อภิปรายผลการศึกษการวิจัย
2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร
3. ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

## 5.1 อภิปรายผลการศึกษาวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ใน ช่วงอายุ 26 – 36 ปี มีรายได้ 15,001 - 30,000 บาท ต่อเดือน และมีรูปแบบการให้บริการฟิตเนสเป็นแบบ รายเดือน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนส ได้แก่ มีระยะเวลาการ ใช้บริการรวมมากกว่า 6 เดือน – 1 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Felicia M. Johnson (2010) ที่ทำการศึกษ าเกี่ยวกับความต่อเนื่องในการใช้บริการฟิตเนสซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลิกใช้บริการหลังจาก ใช้มาบริการเป็นเวลา 1 ปี ในส่วนของความถี่ในการใช้บริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี ความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์และมีระยะเวลาในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 30 นาที – 1 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภพ มูฮัมหมัด (2559) ที่ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยมีความถี่ในการใช้บริการฟิตเนส เฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์และมีระยะเวลาในการใช้บริการ 1 ชั่วโมง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคย มีเทรนเนอร์ส่วนตัว และมีเป้าหมายในการใช้บริการฟิตเนสเพื่อลดน้ำหนักและไขมันส่วนเกิน สอดคล้อง กับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ ใจประเทศ (2558) ที่ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจเลิกใช้บริการสถาน ออกกำลังกาย ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาลงส่วนใหญ่ไม่มีเทรนเนอร์ช่วยฝึกสอนและมีเป้าหมาย ในการออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนักและสร้างสุขภาพที่แข็งแรง

ผลการศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส สามารถสรุป ได้ดังนี้

1. แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับ มาก (3.67 คะแนน) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชารารัตน์ (2555) ซึ่งทำการวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อ การออกกำลังกายของสมาชิกฟิตเนส โดยพบว่า แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก อันได้แก่ เวลา สถานการณ์ และสถานที่ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก
2. แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่เคยมัผัส มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับ มาก (3.50 คะแนน) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชารารัตน์ (2555) เรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการ ออกกำลังกายของสมาชิกฟิตเนส โดยพบว่า ความสนุกสนาน ความพึงพอใจ และประสบการณ์ที่สัมผัส จากฟิตเนส มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก
3. แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ (2.75 คะแนน) มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับ ปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Teresa Hurley (2016) ที่ศึกษาเรื่อง EXIT ANALYSIS ใน อุตสาหกรรมฟิตเนส ซึ่งพบว่า แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ซึ่งเป็นผลมาจาก ความแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยของ Teresa Hurley (2016) เป็นสมาชิกฟิตเนสที่ยังคงใช้บริการอยู่ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยเล่มนี้ที่กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เลิกใช้

บริการฟิตเนสแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิพจน์ (2555) ที่ระบุว่า บุคคลที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสถานออกกำลังกายแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน

4. แรงจูงใจจากความกดดัน (2.65 คะแนน) มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชารารัตน์ (2555) ซึ่งทำการวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการออกกำลังกายของสมาชิกฟิตเนส โดยพบว่า ความกดดันจากตนเอง และความกดดันจากสังคม มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง

5. แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญ (2.55 คะแนน) มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับ น้อย ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Veronika Huta (2014) ที่ศึกษาแรงจูงใจที่สามารถคาดการณ์การออกกำลังกายระยะยาวของผู้ป่วย พบว่าแรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก ซึ่งเป็นผลมาจากความแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยของ Veronika Huta (2014) เป็นผู้ป่วยซึ่งมีเป้าหมายในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ แต่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเล่มนี้มีเป้าหมายในการออกกำลังกายที่หลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rahmin Buckman (2011) ที่พบว่า บุคคลที่มีเป้าหมายในการออกกำลังกายแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน

6. แรงจูงใจต่อความสำเร็จ (2.36 คะแนน) มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับ น้อย ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Marlene (2010) ที่ทำการวิจัยเกี่ยวกับตัวแปรที่มีผลต่อการคาดการณ์ความยึดมั่นในการออกกำลังกาย โดยพบว่า แรงจูงใจต่อความสำเร็จ อันได้แก่ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก ซึ่งเป็นผลมาจากความแตกต่างกันของเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยงานวิจัยของ Marlene (2010) มีกลุ่มตัวอย่างเฉพาะเพศหญิงเท่านั้น แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่าง ในงานวิจัยนี้ที่มีทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชารารัตน์ (2555) ที่ระบุว่า บุคคลที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย สามารถนำมาวิเคราะห์ผลตามแต่ละสมมุติฐานได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Richard M Ryan (1997) ที่ศึกษาเรื่อง Intrinsic Motivation and Exercise Adherence พบว่า แรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นในการออกกำลังกาย และงานวิจัยของ Andrea J. Ednie (2016) ที่ศึกษาเรื่อง Extrinsic Motivations: Relevance and Significance for Exercise Adherence ซึ่งพบว่า แรงจูงใจภายนอกเป็นตัวแปรสำคัญของความยึดมั่นในการออกกำลังกาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pedro J Teixeira (2012) ที่ทำการวิจัยเรื่อง Exercise, physical activity, and self-determination theory พบว่า ทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกมีผลต่อการออกกำลังกาย และงานวิจัยของ Ingi Petitemberte Klain (2015) ศึกษาเรื่อง Self-

Determination and Physical Exercise Adherence in the Contexts of Fitness Academies and Personal Training พบว่า แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นในการออกกำลังกายในฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส

2. ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจที่จะเรียนรู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Teresa Hurley (2016) ที่ศึกษาเรื่อง EXIT ANALYSIS ในอุตสาหกรรมฟิตเนส ที่กล่าวว่า การหมดแรงจูงใจที่จะเรียนรู้อาจเกิดความเบื่อหน่าย เป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้สมาชิกฟิตเนสเลิกมาใช้บริการ เนื่องจาก แรงจูงใจที่จะเรียนรู้ทำให้ผู้ใช้บริการมีความกระตือรือร้น อยากเรียนรู้ และอยากทดลองทำกิจกรรมใหม่ๆ แต่หากแรงจูงใจที่จะเรียนรู้หมดไป ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเบื่อหน่ายในการออกกำลังกายและเลิกใช้บริการฟิตเนสไปในที่สุด

3. ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจต่อความสำเร็จไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kelli Allen และ Miriam Morey (2010) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความต่อเนื่องยาวนานของการออกกำลังกายของบุคคล พบว่า ความตั้งใจที่จะทำให้สำเร็จทำให้บุคคลมีแรงจูงใจที่จะออกกำลังกาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Marlene Nunes Silva (2010) ที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรที่มีผลต่อการคาดการณ์ความยึดมั่นในการออกกำลังกาย โดยกล่าวว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จสามารถคาดการณ์การเลิกออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างได้ โดยความไม่สอดคล้องนี้เกิดจากความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง โดยจากงานวิจัยของ Kelli Allen และ Miriam Morey (2010) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุ โดยผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจต่อความสำเร็จมีผลต่อผู้สูงอายุมากและการขาดแรงจูงใจที่จะออกกำลังกายให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้มีผลต่อการเลิกออกกำลังกายหลังจากเริ่มออกได้เพียงไม่กี่เดือน ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ศึกษาที่มีอายุเฉลี่ยสูงสุด 26-36 ปี จึงมีทัศนคติและการให้ความสำคัญกับความสำเร็จในการออกกำลังกายแตกต่างกับผู้สูงอายุ และแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างจากงานวิจัยของ Marlene Nunes Silva (2010) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นเพศหญิง อายุ 25- 50 ปี เท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ศึกษาที่มีทั้งเพศชายและเพศหญิง และมีอายุตั้งแต่ 15-60ปี จึงมีผลทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านทัศนคติการให้ความสำคัญกับความสำเร็จของการออกกำลังกาย

4. ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจต่อประสบการณ์ที่สัมผัสมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alain Ferrand (2010) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าที่มาใช้บริการ Health Club และ Fitness ที่กล่าวว่า ประสบการณ์ที่ผู้ใช้บริการสัมผัสได้จากฟิตเนส ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจต่อตัวฟิตเนสหรือบริการของฟิตเนส มีผลต่อการเลิกมาใช้บริการฟิตเนส และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Helen Watts (2012) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Membership Retention in the Fitness Industry พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อฟิตเนสและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการในฟิตเนสมีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการซ้ำและมีผลต่อการตัดสินใจ

สมัครสมาชิกฟิตเนสซ้ำ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Duncan Murray และ Gary Howat (2012) ที่ทำการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการกับความตั้งใจใช้บริการฟิตเนสอีกในอนาคต พบว่าคุณภาพของบริการในฟิตเนสมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการฟิตเนสในอนาคต

5. แรงจูงใจจากความกดดันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kelli Allen และ Miriam C. Morey (2010) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความต่อเนื่องยาวนานของการออกกำลังกายของบุคคล โดยการศึกษาค้นคว้าพบว่า การขาดแรงกดดันจากสังคม มีผลทำให้คนเลิกออกกำลังกาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Felicia M. Johnson (2010) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความต่อเนื่องในการใช้บริการฟิตเนส โดยพบว่า แรงกดดันเป็นสาเหตุของการเลิกใช้บริการฟิตเนส โดยการขาดแรงกดดันที่มาจากตนเองหรือสังคมทำให้ผู้ใช้บริการเลิกมาใช้บริการฟิตเนส

6. แรงจูงใจจากการเห็นความสำคัญไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Veronika Huta (2014) ที่ศึกษาแรงจูงใจที่สามารถคาดการณ์การออกกำลังกายระยะยาวของผู้ป่วย พบว่าการให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายสามารถคาดการณ์การออกกำลังกายระยะยาวได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Marlene Nunes Silva (2010) ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับตัวแปรที่มีผลต่อการคาดการณ์ความยึดมั่นในการออกกำลังกาย โดยกล่าวว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเห็นความสำคัญของการออกกำลังกายสามารถคาดการณ์การเลิกออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างได้ โดยความไม่สอดคล้องนี้เกิดจากความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง โดยงานวิจัยของ Veronika Huta (2014) กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ป่วย ซึ่งจะเห็นความสำคัญของการออกกำลังกายมากกว่าบุคคลทั่วไป และกลุ่มตัวอย่างจากงานวิจัยของ Marlene Nunes Silva (2010) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ที่มีน้ำหนักเกินเท่านั้น จึงมีผลทำให้การออกกำลังกายมีความสำคัญมากกว่าในกลุ่มตัวอย่างของผู้ศึกษาที่มีวัตถุประสงค์ในการออกกำลังกายที่หลากหลายไม่ใช่เพียงลดน้ำหนัก

7. ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Teresa Hurley (2006) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าของฟิตเนสไม่มาใช้บริการต่อ พบว่า ปัจจัยภายนอก เช่น ปัจจัยด้านสถานการณ์ หรือปัจจัยด้านเวลา มีผลทำให้สมาชิกฟิตเนสไม่ต่ออายุสมาชิกและเลิกมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alain Ferrand (2010) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าที่มาใช้บริการ Health Club และ Fitness กล่าวว่า ปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ราคาค่าบริการ มีผลต่อการเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส เช่นเดียวกับ Helen Watts (2012) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Membership Retention in the Fitness Industry พบว่า ปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ความคุ้มค่า และสายสัมพันธ์ภายในฟิตเนส มีผลต่อการเลิกใช้บริการฟิตเนสของผู้ใช้บริการ

## 5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนส รวมไปถึงแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน ซึ่งผู้ประกอบการฟิตเนสและสถานออกกำลังกายต่างๆ สามารถนำผลการศึกษาวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ, วางแผนในการรักษาลูกค้า, สร้าง Exit Barriers และเปลี่ยนลูกค้าที่กำลังจะเลิกใช้บริการให้กลับมาใช้บริการมากขึ้น รักษากำไรของธุรกิจและลดต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ ได้ดังนี้

1. ลดแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อสมาชิกฟิตเนส ได้แก่ ไม่มีเวลา, ไม่สะดวกเดินทาง เพื่อลดการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส

- จัดทำคลิปวิดีโอออกกำลังกายโดยเทรนเนอร์ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญ เพื่อให้สมาชิกฟิตเนสที่ไม่มีเวลาและไม่สะดวกเดินทางมาใช้บริการฟิตเนส ยังคงสามารถเป็นสมาชิกฟิตเนสและออกกำลังกายได้ทุกสถานที่ โดยจัดทำคลิปวิดีโอให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิก เช่น มีความยาว 30 นาที – 1 ชั่วโมง และมีการอัพเดทอย่างต่ำ 3 คลิปต่อสัปดาห์ และเนื้อหาในคลิปวิดีโอควรเป็นการออกกำลังกายที่สอดคล้องกับเป้าหมายในการออกกำลังกายของสมาชิกฟิตเนส ได้แก่ เพื่อลดน้ำหนัก เพื่อสร้างกล้ามเนื้อ หรือเพื่อสุขภาพที่แข็งแรง

- เปลี่ยนรูปแบบการให้บริการฟิตเนสเป็นแบบ 24 ชั่วโมง 7 วัน เพื่อให้สมาชิกของฟิตเนสที่มีเวลาว่างในการออกกำลังกายไม่ตรงกับเวลาเปิดปิดบริการของฟิตเนสยังคงสามารถมาใช้บริการได้ และเพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ เช่น หมอ พยาบาล และฟรีแลนซ์ ซึ่งมีตารางเวลาทำงานไม่ตรงกับเวลาเปิดปิดบริการของฟิตเนสปกติ ให้สามารถมาใช้บริการฟิตเนสได้

2. ลดแรงจูงใจจากประสบการณ์ที่สัมผัสที่มีอิทธิพลต่อสมาชิกฟิตเนส ได้แก่ ความไม่พึงพอใจต่ออุปกรณ์, ความไม่พึงพอใจต่อบริการของฟิตเนส เพื่อลดการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส

- จัดให้มีการตรวจตราความสมบูรณ์ของอุปกรณ์ทุกชนิดภายในฟิตเนสให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์อยู่เสมอ และเปลี่ยนอุปกรณ์ที่ชำรุดหรือเก่าจนเกินไปให้เป็นอุปกรณ์ที่ใหม่และปลอดภัยสำหรับผู้ใช้บริการ จัดอบรมพนักงานของฟิตเนสเพื่อให้มีการบริการที่มีมาตรฐาน และสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการฟิตเนสทั้งต่อตัวอุปกรณ์และบริการของฟิตเนส เพื่อนำความคิดเห็นเหล่านั้นมาปรับปรุงให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด

3. เพิ่มแรงจูงใจที่จะเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อสมาชิกฟิตเนส เพื่อลดการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส

- จัดหากิจกรรมการออกกำลังกายใหม่ๆ เข้ามาหมุนเวียนสับเปลี่ยนให้บริการในฟิตเนส เพื่อกระตุ้นความต้องการเรียนรู้ของสมาชิกฟิตเนส ซึ่งจะช่วยลดความเบื่อหน่ายจากการออกกำลังกาย

ซ้ำๆได้ โดยกิจกรรมการออกกำลังกายที่นำเข้ามาควรเป็นการออกกำลังกายที่มีความสนุกสนาน และแตกต่างจากการออกกำลังกายในรูปแบบเดิมๆ ที่มีในฟิตเนส เช่น Piloxing ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่าง Boxing และ Pilates, Zumba Dance ซึ่งเป็นการออกกำลังกายโดยการเต้นประกอบเพลงที่มีจังหวะสนุกสนาน หรือ Rhythm Psycle ที่เป็นการออกกำลังกายแบบ dance on a bike หรือการปั่นจักรยานประกอบเพลงที่มีความสนุกสนานและแปลกใหม่ โดยการหากิจกรรมเข้ามาเพิ่มในฟิตเนสจะทำให้สมาชิกฟิตเนสรู้สึกตื่นตัวและกระตือรือร้นที่จะทดลองทำกิจกรรมใหม่ๆ ซึ่งจะช่วยลดปัญหาความเบื่อหน่ายในการออกกำลังกายของสมาชิกฟิตเนสลงได้

4. เพิ่มแรงจูงใจจากความกดดันที่มีอิทธิพลต่อสมาชิกฟิตเนส เพื่อลดการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิก

- กระตุ้นให้ผู้ที่มาใช้บริการสร้างแรงกดดันให้กับตนเอง โดยเฉพาะผู้ที่ใช้บริการมาเป็นเวลา 1 - 6 เดือน ซึ่งมีอัตราการเลิกใช้บริการสูง โดยกระตุ้นให้ทำการตั้งเป้าหมายในการออกกำลังกายที่ชัดเจนและมีการติดตามความคืบหน้าของสมาชิกอยู่เสมอ เพื่อคอยกระตุ้นให้สมาชิกที่มาออกกำลังกายมีการตั้งเป้าหมายเพิ่มเติมเพื่อไม่ให้สมาชิกหยุดมาใช้บริการ เช่น หากสมาชิกสามารถลดน้ำหนักได้ในระดับหนึ่งแล้วก็ให้มีการตั้งเป้าหมายเพิ่มเติมเช่น เพิ่มการสร้างกล้ามเนื้อ หรือเพิ่มการกระชับสัดส่วน เป็นต้น โดยการตั้งเป้าหมายของสมาชิกจะเป็นแรงจูงใจจากความกดดันที่กระตุ้นให้สมาชิกออกกำลังกาย
- จัดทำกลุ่มใน Social Media ต่างๆ โดยรวมสมาชิกที่มีเป้าหมายในการออกกำลังกายที่เหมือนกันเอาไว้ด้วยกัน เพื่อให้สมาชิกมีการปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนวิธีการออกกำลังกาย แลกเปลี่ยนผลการออกกำลังกาย และชักชวนกันมาออกกำลังกาย ซึ่งจะช่วยสร้างแรงจูงใจจากความกดดันให้กับสมาชิกที่ต้องการออกกำลังกายให้สำเร็จเหมือนเพื่อนคนอื่นๆ และแรงจูงใจจากความกดดันจากการถูกชักชวนมาออกกำลังกายพร้อมกันกับเพื่อนๆ ซึ่งแรงกดดันเหล่านี้จะสร้างแรงจูงใจให้กับสมาชิกฟิตเนสให้เกิดความต้องการมาใช้บริการฟิตเนสอยู่เสมอ

## 5.3 ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

### 5.3.1 ข้อจำกัดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะตัวแปรด้านแรงจูงใจตามทฤษฎี Self – Determination เท่านั้น ไม่ได้มีการศึกษาตัวแปรอื่นๆเพิ่มเติม ที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของกลุ่มตัวอย่าง อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิจัยเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงานเท่านั้น ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่กระจายตัวมากนัก เนื่องจากการกระจายแบบสอบถามทางออนไลน์ผ่านช่องทาง

Facebook, Line จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่รู้จักและคุ้นเคยกับผู้วิจัย ไม่ได้มีการลงพื้นที่จริงเพื่อเก็บข้อมูลจากจากกลุ่มตัวอย่างให้มีความครอบคลุมทุกพื้นที่ จึงทำให้ผลการวิจัยอาจไม่ครอบคลุมกลุ่มประชากรเท่าที่ควร และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาจากกลุ่มตัวอย่างที่เล็ก ใช้บริการฟิตเนสมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องตอบแบบสอบถามจากความทรงจำ ซึ่งอาจทำให้ผลที่ได้คลาดเคลื่อนไปจากความคิดเห็นที่เกิดขึ้นจริงในขณะนั้นของผู้ตอบแบบสอบถามได้ นอกจากนี้การเก็บข้อมูลของงานวิจัยเป็นการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถซักถามข้อสงสัยที่เกิดขึ้นระหว่างตอบแบบสอบถามได้ซึ่งอาจนำไปสู่ความผิดพลาดในการตอบแบบสอบถาม

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจสามารถทำการวิจัยเพิ่มเติมนอกเหนือจากแรงจูงใจภายในและภายนอก โดยทำการศึกษาลักษณะอื่นๆ ที่อาจมีผลต่อการเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนส
2. ผู้ที่สนใจสามารถทำการวิจัยเพิ่มเติมนอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างในวัยทำงาน และทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความกระจายตัว เพื่อให้สามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้
3. ผู้ที่สนใจสามารถทำการวิจัยเพิ่มเติมโดยการจำกัดระยะเวลาการเลิกใช้บริการฟิตเนสของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ความคิดเห็นที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมีความคลาดเคลื่อนน้อยลง
4. ผู้ที่สนใจสามารถทำการวิจัยเพิ่มเติมโดยการเก็บข้อมูลแบบตัวต่อตัวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถซักถามหากเกิดข้อสงสัยในขณะที่ทำแบบสอบถามได้



## บรรณานุกรม

- กวีพล พันธุ์เพ็ง. (2558). *กระแสนิยมการออกกำลังกายกับโอกาสของธุรกิจฟิตเนสไทยที่ไม่ควรมองข้าม*. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1347>.
- การตัดสินใจ. (2553). สืบค้นจาก <http://doojid.blogspot.com/2010/09/blog-post.html>.
- ชนินทร์ เลิศประภาภรณ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโททางการบัญชี*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบัญชีมหาบัณฑิต สาขาบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชุตินา รอดประทับ. (2550). *แรงจูงใจในการเลือกกิจกรรมการออกกำลังกายของประชาชนจังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐรัฐพัฒน์ ปัตตายะ. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลาออกของสมาชิกสหภาพแรงงาน*. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ดิฐฐชัย จันทร์คุณา. (2560). *การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันของฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่มีประสิทธิผลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. สืบค้นจาก [https://www.researchgate.net/profile/Dittachai\\_Chankuna/publication/319122812\\_Confirmatory\\_Factor\\_Analysis\\_of\\_Effective\\_Fitness\\_Centers\\_in\\_Bangkok\\_Metropolitan\\_Region/links/59a500160f7e9b4f7df4eacc/Confirmatory-Factor-Analysis-of-Effective-Fitness-Centers-in-Bangkok-Metropolitan-Region.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Dittachai_Chankuna/publication/319122812_Confirmatory_Factor_Analysis_of_Effective_Fitness_Centers_in_Bangkok_Metropolitan_Region/links/59a500160f7e9b4f7df4eacc/Confirmatory-Factor-Analysis-of-Effective-Fitness-Centers-in-Bangkok-Metropolitan-Region.pdf).
- ทฤษฎีการตัดสินใจ. (2554). สืบค้นจาก <https://www.bloggang.com/mainblog.php?id=peakroong&month=04-01-2011&group=3&gblog=10>.
- ประวีณ สุทธิสง่า. (2555). *แรงจูงใจในการเลือกเล่นกีฬาซอฟท์บอลของนักกีฬารุ่นอายุไม่เกิน 18 ปี ในเขตการศึกษา 12 พ.ศ. 2552*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาพลศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภาลิน ศรีสังข์งาม. (2556). *แรงจูงใจที่มีผลต่อผลลัพธ์ในการดำเนินงานขององค์กร: กรณีศึกษากองบังคับการตำรวจนคร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก.
- วรรณโชค ไชยสะอาด. (2560). *“มุ่งขายสมาชิก-ใช้เทรนเนอร์หารายได้” ถอดบทเรียนธุรกิจเมื่อ “ฟิตเนส” ไปไม่รอด*. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/politic/report/498508>.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิชา เพ็ญศรีสิริกุล. (2555). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของบุคคลวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร จันทศรี. (2550). *การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองแตกต่างกัน*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *5 เทรนด์ธุรกิจ แรงแข็งโค้งปี 2017*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/5BusinessTrendsOf2017.pdf>.
- สรายุทธ รัถกู่. (2554). *แรงจูงใจในการเล่นกรีฑาของนักกรีฑาที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). *สรุปสำหรับผู้บริหาร การสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของประชากร พ.ศ. 2554*. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/exerExc54.pdf>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2550). *การสำรวจพฤติกรรมการออกกำลังกายของประชากร พ.ศ. 2550*. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/survey/excerRep50.pdf>.
- สุธิดา คิวานนท์. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในงานกับความตั้งใจเปลี่ยนงานของบุคลากรสายงานสารสนเทศ*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัปสรสิริ เอี่ยมประชา. (2557). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- Alain Ferrand. (2010). *The Intention-to-Repurchase Paradox: A Case of the Health and Fitness Industry*. University of Poitiers. Faculty of Human Kinetics.
- Allen, K., & Morey, M. C. (2010). *Physical Activity and Adherence*. อ้างอิงใน H. Bosworth (Ed.), *Improving Patient Treatment Adherence* (หน้า 9–39). New York: Springer Science Bussiness Media.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Andrea J. Ednie. (2016). *Extrinsic Motivations: Relevance and Significance for Exercise Adherence*. University of Wisconsin-Whitewater. Human Performance and Recreation Program.
- Felicia M. Johnson. (2010). *A Naturalistic Study of Exercise Adherence Among A Community Based Sample At A Fitness Facility*. University of Nebraska. College of Education and Human Sciences.
- Fuzhong Li. (1999). *The exercise motivation scale*. Oregon State University. College of Health and Human Performance.
- Gershon Tenenbaum & Robert C. Eklund. (2012). *Measurement in Sport and Exercise Psychology*. Florida State University.
- Helen Watts. (2012). *A Psychological Approach to Predicting Membership Retention in the Fitness Industry*. University of Worcester.
- Ingi Petitemberte Klain. (2015). *Self-Determination and Physical Exercise Adherence in the Contexts of Fitness Academies and Personal Training*. University of Trás-os-Montes and Alto Douro. Research Centre in Sport, Health and Human Development.
- Loudrumor. (2017). *5% Of Fitness Studios Retain 30+% Of Their Members: 5 Ways To Boost That*. Retrieved <https://www.loudrumor.com/boost-retention-rates/>.
- Marketeer. (2559). ตลาดฟิตเนส : ยังคงมีโอกาสนองใหม่. สืบค้นจาก <http://marketeer.co.th/archives/91648>
- Marlene Nunes Silva. (2010). *Predictors of Exercise Adherence and Weight Control: An Application of Self-Determination Theory*. Technical University of Lisbon. Faculty of Human Kinetics.
- Murray, D., & Howat, G. (2002). *The Relationships among Service Quality, Value, Satisfaction and Future Intentions of Customers at an Australian Sports and Leisure Centre*. Sport Management Review.
- Pedro J Teixeira. (2012). *Exercise, physical activity and self-determination theory*. Technical University of Lisbon. Faculty of Human Kinetics.
- Positioning. (2558). ตลาดฟิตเนส มูลค่าหมื่นล้านบูมจัด แบรินค่นอก-แบรินค่นไทย เร่งเปิดสาขา. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1101261>.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Reichheld & Sasser. (1990). *How to Retain Members in Your Gym*. Retrieved <https://www.dialmycalls.com/blog/b/852/how-to-retain-members-in-your-gym.html>.
- Richard M. Ryan and Edward L. Deci. (2000). *Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions*. University of Rochester.
- Steven Wininger. (2007). *Self-Determination Theory and Exercise Behavior: An Examination of the Psychometric Properties of the Exercise Motivation Scale*. Western Kentucky University.
- Teresa Hurley. (2010). *Customer Exit: An Analysis of Why Members Discontinue Membership of Health Clubs*. University College Dublin.
- Teresa Hurley. (2016). *Exit Analysis: A Supply and Demand Perspective in the Health and Fitness Industry*. Waterford Institute of Technology.
- Veronika Huta. (2014). *The Roles of Self-Efficacy and Motivation in the Prediction of Short- and Long-Term Adherence to Exercise among Patients with Coronary Heart Disease*. University of Ottawa. School of Psychology.



## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม

#### แบบสำรวจการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

คำชี้แจง:

1. แบบสอบถามฉบับนี้ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อจัดทำสารนิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลและความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาใช้ในการวิจัยต่อไป

2. ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับ โดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด และข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้ศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกในวัยทำงาน

ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมา ณ ที่นี้

### ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริงหรือตามความคิดเห็นของท่าน

1. ท่านเคยใช้บริการฟิตเนสหรือไม่

- เคย  ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)

2. ปัจจุบันท่านยังใช้บริการฟิตเนสอยู่หรือไม่

- ไม่ได้ใช้บริการแล้ว  ยังใช้บริการอยู่ (จบแบบสอบถาม)

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ:

- ชาย  หญิง

2. อายุ

- 15-25 ปี  26-36 ปี  
 37-47 ปี  48-60 ปี

3. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท  15,001 – 30,000 บาท  
 30,001 – 45,000 บาท  45,000 ขึ้นไป

4. รูปแบบการให้บริการฟิตเนส

- สมาชิกแบบรายวัน  สมาชิกแบบรายเดือน  
 สมาชิกแบบรายปี  สมาชิกแบบตลอดชีพ

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริงหรือตามความคิดเห็นของท่าน

1. ท่านเคยใช้บริการฟิตเนสมาเป็นเวลานานเท่าใด

.....ปี .....เดือน

2. ความถี่ในการใช้บริการฟิตเนสต่อสัปดาห์

..... วัน/สัปดาห์

3. ระยะเวลาในการใช้บริการฟิตเนสต่อครั้ง

- น้อยกว่า 30 นาที  30 นาที - 1 ชั่วโมง  
 มากกว่า 1 - 2 ชั่วโมง  มากกว่า 2 ชั่วโมง

4. ท่านเคยมีครูฝึกสอนส่วนตัว (Personal Trainer) หรือไม่
- เคยมี  ไม่เคยมี
5. ท่านมีเป้าหมายใดในการใช้บริการฟิตเนส
- ลดน้ำหนักและไขมันส่วนเกิน  สุขภาพร่างกายแข็งแรงยิ่งขึ้น
- เสริมสร้างกล้ามเนื้อ  กระชับสัดส่วนเพื่อรูปร่างที่ดีขึ้น
- รักษาโรค/บำบัดร่างกาย  ฝึกทักษะทางกีฬา
- พบปะสังสรรค์กับเพื่อน  อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของสมาชิกฟิตเนสในวัยทำงาน  
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริงหรือตามความคิดเห็นของท่าน

ลำดับที่	แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนส	ระดับความมีอิทธิพล				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
แรงจูงใจต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการฟิตเนสของท่านมากน้อยเพียงใด						
1	รู้สึกเบื่อหน่ายจากการออกกำลังกายซ้ำๆ					
2	รู้สึกไม่พึงพอใจต่อบริการของฟิตเนส					
3	เป้าหมายที่ตั้งไว้สำเร็จยากจนเกิดความท้อถอย					
4	รู้สึกเหนื่อยล้ากับการออกกำลังกาย					
5	ฟิตเนสไม่มีอุปกรณ์หรือกิจกรรมใหม่ๆ					
6	รู้สึกไม่พึงพอใจต่ออุปกรณ์ของฟิตเนส					
7	ไม่เห็นผลจากการออกกำลังกาย					
8	ไม่มีเพื่อนในฟิตเนส					
9	รู้สึกไม่สนุกสนานในการออกกำลังกาย					
10	ไม่มีเวลาไปใช้บริการฟิตเนส					
11	รู้สึกว่า การออกกำลังกายไม่จำเป็นต่อท่านแล้ว					
12	ไม่สะดวกในการเดินทาง					
13	บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้แล้ว เช่น น้ำหนักลดแล้ว					
14	เพื่อนที่ต้องมาใช้บริการด้วยกันเลิกใช้บริการไป					
15	พบกิจกรรมอื่นที่ท่านอยากทำมากกว่า					



ลำดับที่	แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลิกใช้บริการพัฒนา	ระดับความอิทธิพล				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
16	เทรนด์เนอร์ ขายคอร์ส แบบ Hard Sell					
17	ราคาไม่คุ้มเท่ากับคุณค่าที่ได้รับ					
18	พัฒนาสตูดิโอแข่งมีโปรโมชันที่ดีกว่า					

### ส่วนที่ 5 การตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของสมาชิกพัฒนาในวัยทำงาน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริงหรือตามความคิดเห็นของท่าน

1. แรงจูงใจข้างต้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกใช้บริการพัฒนาของท่านหรือไม่

- ใช่  
 ไม่ใช่

2. แรงจูงใจข้างต้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านมากน้อยเพียงใด

- มากที่สุด (5)  
 มาก (4)  
 ปานกลาง (3)  
 น้อย (2)  
 น้อยที่สุด (1)