

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนเรชั่น Y และเจนเนเรชั่น Z
ในการเลือกใช้บริการพิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี
Determinants Affecting the Decision-Making Process of Generation Y
and Generation Z Consumers in Selecting Pilates Studio Services
in Pathum Thani Province

ชีวาพร พวงเพชร¹, จิตราตน์ ทรัพย์สมบัติ² และณกมล จันทรสม³
Cheewaporn Phuangphet¹, Tidarat Subsombat² and Nakamol Chansom³

¹นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

²นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

³อาจารย์ประจำวิทยาลัยบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

Corresponding Author: tidarat-baipor@hotmail.com

Received: May 12, 2026. Revised: July 23, 2026. Accepted: August 18, 2026

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนเรชั่น Y และเจนเนเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการพิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี 2) ศึกษาปัจจัยอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนเรชั่น Y และเจนเนเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการพิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการพิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มผู้บริโภคที่เคยเล่นพิลาทิสในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเนื้อหาแล้ว ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันและเพศและด้านอาชีพส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนเรชั่น Y และเจนเนเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการพิลาทิสในปทุมธานีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ปัจจัยด้านการดูแลสุขภาพส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนเรชั่น Y และเจนเนเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการพิลาทิสในจังหวัดปทุมธานีปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ด้านการออกกำลังกาย ด้านโภชนาการ ด้านการตรวจสุขภาพ ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพล ด้านการพักผ่อน ซึ่งมากกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน และ 3) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนเรชั่น Y และเจนเนเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการพิลาทิสในจังหวัดปทุมธานีปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพล ปฏิเสธสมมติฐาน ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

คำสำคัญ: เจนเนเรชั่น Y และเจนเนเรชั่น Z, พิลาทิส, การตัดสินใจ, จังหวัดปทุมธานี

Abstract

This research aimed to 1) study the different demographic factors that influence the decision-making of Generation Y and Generation Z consumers in choosing Pilates services in Pathum Thani Province, 2) study the factors influencing the decision-making of Generation Y and Generation Z consumers in choosing Pilates services in Pathum Thani Province, and 3) study the relationship between the decision to choose Pilates services in Pathum Thani Province. Data was collected using an online questionnaire from a group of 400 consumers aged 20 years and older who had previously practiced Pilates in Pathum Thani Province. The data collection instrument was a questionnaire that had undergone content validity testing, with a value of 0.7. The statistical methods used for data analysis included validity coefficient, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression analysis at a significance level of .05.

The results of the data analysis showed that 1) demographic characteristics, including age, marital status, education level, and monthly income, 1) Differences in gender and occupation did not significantly affect the decision-making of Generation Y and Generation Z consumers in choosing Pilates services in Pathum Thani at the .05 statistical significance level. 2) Healthcare factors significantly affected the decision-making of Generation Y and Generation Z consumers in choosing Pilates services in Pathum Thani. The factors with significant influence were exercise, nutrition, and health check-ups. The factor with no influence was rest. Since the hypothesis was greater than .05, it was rejected., and 3) Service quality factors significantly affected the decision-making of Generation Y and Generation Z consumers in choosing Pilates services in Pathum Thani. The factors with significant influence were the tangibility of the service and customer care. The factors with no influence were reliability, responsiveness to customer needs, and providing customer assurance. The hypothesis was rejected.

Keywords: Generation Y and Generation Z, Pilates, Decision making, Pathum Thani Province

บทนำ

ในปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะกลุ่ม เจนเนอเรชัน Y และ เจนเนอเรชัน Z กลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพลักษณะและสุขภาพเชิงป้องกันอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในพื้นที่ยุทธศาสตร์อย่าง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นแหล่งรวมสถานศึกษาและที่อยู่อาศัยที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจเลือกใช้บริการของคนกลุ่มนี้ไม่ได้พิจารณาเพียงแค่ความพึงพอใจเบื้องต้น แต่ยังถูกหล่อหลอมด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ซึ่งส่งผลให้ความคาดหวังและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการในธุรกิจเพื่อสุขภาพอย่าง “พิลาทิส” มีความเฉพาะตัวและซับซ้อนมากขึ้น (กรรณก จันทรประภาส, เยาวภา ปฐมศิริกุล และบัณฑิต รัตนไตร, 2566)

ปัจจัยด้านการดูแลสุขภาพ ได้กลายเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เนื่องจากกลุ่ม เจนเนอเรชัน Y และ เจนเนอเรชัน Z มีทัศนคติเชิงบวกต่อการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ทั้งในด้านการออกกำลังกายที่มีความทันสมัย (เช่น พิลาทิส) การให้ความสำคัญกับโภชนาการ และการพักผ่อนที่เพียงพอ การแสวงหาทางเลือกที่ตอบโจทย์การดูแลสุขภาพแบบครบวงจรจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่ผลักดันให้ผู้บริโภคหันมาสนใจบริการที่ช่วยเสริมสร้างทั้งสมรรถภาพร่างกายและสุขภาพจิตที่ดี ดังนั้น การทำความเข้าใจความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างพฤติกรรมการดูแลสุขภาพกับการเลือกใช้บริการพิลาทิส จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไม่สามารถมองข้ามได้ (วิลาสินี หงสนันท์ และนิทรา กิจธีระวุฒิมงษ์, 2563)

พิลาทิส (Pilates) เป็นรูปแบบการออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน โดยมีลักษณะเด่นคือการเน้นการเสริมสร้างความแข็งแรงของกล้ามเนื้อแกนกลางลำตัว (Core Muscle) ควบคู่กับการยืดหยุ่นของร่างกาย การควบคุมการเคลื่อนไหว และการหายใจอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยพัฒนาทั้งด้านสมรรถภาพทางกายและความสมดุลของร่างกายโดยรวม นอกจากนี้ งานวิจัยในด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาพบว่า การฝึกพิลาทิสอย่างสม่ำเสมอสามารถช่วยเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ความยืดหยุ่น และความทนทานของร่างกายได้อย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงของอาการบาดเจ็บและส่งเสริมบุคลิกภาพที่ดี (ทิวา เจริญนาค, 2549) ดังนั้น พิลาทิสจึงไม่ได้เป็นเพียงการออกกำลังกายเพื่อความสวยงามเท่านั้น แต่ยังเป็นทางเลือกสำคัญในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Health) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม เจนเนอเรชัน Y และ เจนเนอเรชัน Z ที่ให้ความสำคัญกับทั้งสุขภาพและภาพลักษณ์ควบคู่กัน

นอกจากนี้ คุณภาพการบริการยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการประเมินและการเลือกใช้บริการในธุรกิจด้านสุขภาพ ปัจจัยที่จะเป็นตัวตัดสินความได้เปรียบทางการแข่งขันคือ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ความเชื่อถือได้ การตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว ไปจนถึงความเอาใจใส่ในรายละเอียดที่มีต่อลูกค้า สำหรับผู้บริโภคในปทุมธานีที่มีทางเลือกหลากหลาย คุณภาพการบริการที่เป็นรูปธรรมและสัมผัสได้จะช่วยสร้างความมั่นใจและนำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้บริการในที่สุด จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดมีผลกระทบมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพิลาทิสของกลุ่ม เจนเนอเรชัน Y และ เจนเนอเรชัน Z เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในอนาคต (ศิวพร ศรีศิลป์, 2558)

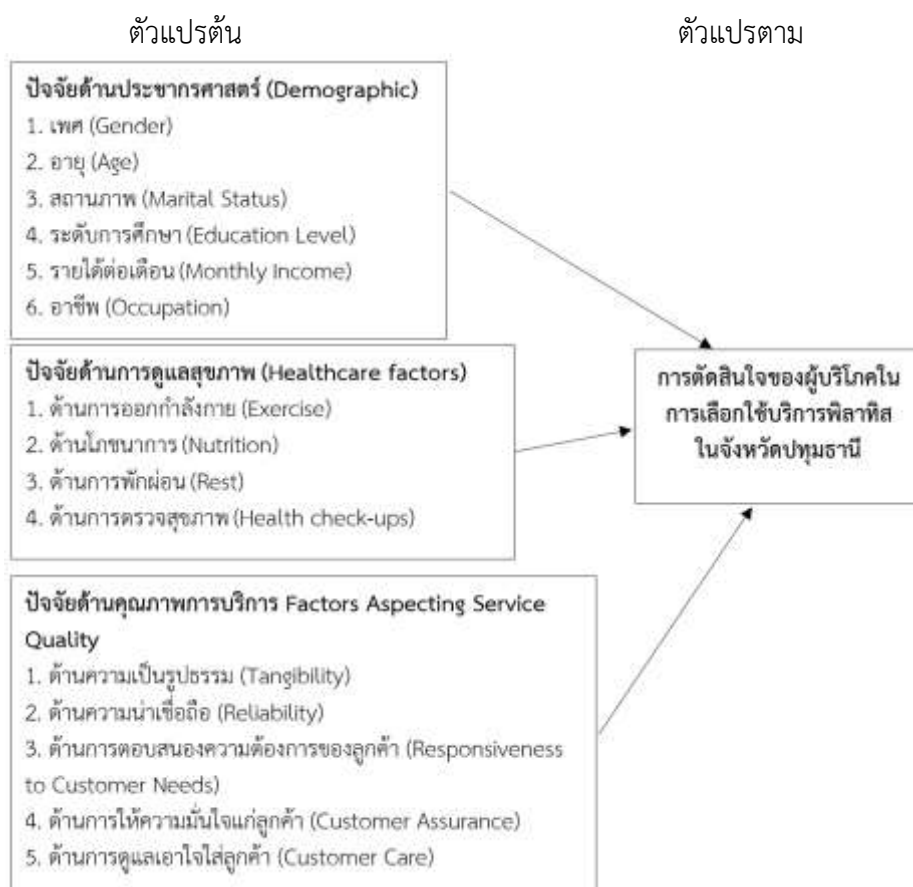
จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z ในการเลือกใช้บริการพิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดูแลสุขภาพในกลุ่ม เจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและให้ความสำคัญกับการดูแล

ภาพลักษณ์ควบคู่ไปโดยเฉพาะในพื้นที่ยุทธศาสตร์อย่าง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาและที่อยู่อาศัยที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และเพื่อศึกษาด้านการดูแลสุขภาพ ของคนในพื้นที่ ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ การตระหนักรู้ด้านสุขภาพ และคุณภาพการบริการ เพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดที่มีผลกระทบมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิลาทิสของกลุ่ม เจนเนอร์ชั่น Y และเจนเนอร์ชั่น Z ในจังหวัดปทุมธานี ข้อมูลที่ได้จะเป็นแนวทางสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในการปรับปรุงคุณภาพบริการและวางกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตอย่างยั่งยืน

วัดภูประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์เจเนอเรชั่น Y และเจเนอเรชั่น Z ในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการพลาทิสในจังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการดูแลสุขภาพกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการพลาทิสในจังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการพลาทิสในจังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดวิจัย

ที่มา : พัฒนาโดยผู้วิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพิลาทิสในจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการดูแลสุขภาพประกอบด้วย ด้านการออกกำลังกาย, ด้านโภชนาการ,ด้านการพักผ่อน,ด้านการตรวจสุขภาพ ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการพิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม,ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า,ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า,ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการพิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี

นิยามศัพท์

พิลาทิส (Pilates) หมายถึง การออกกำลังกายที่เน้นการสร้างความแข็งแรงจากแกนกลางลำตัว การยืดหยุ่น และการควบคุมสรีระ

เจนเนอเรชั่น Y และ เจนเนอเรชั่น Z (Generation Y and Generation Z) หมายถึง กลุ่มประชากรที่เป็นเป้าหมายหลักในงานวิจัยนี้ โดยแบ่งตามช่วงปีเกิด

1) เจนเนอเรชั่น Y ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2539 ซึ่งเป็นวัยทำงานที่มีกำลังซื้อและให้ความสำคัญกับสมดุลชีวิต

2) เจนเนอเรชั่น Z ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540 - 2555 ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เติบโตมากับเทคโนโลยีและใส่ใจเรื่องภาพลักษณ์และสุขภาพเชิงรุก

ด้านการออกกำลังกาย หมายถึง ความถี่ รูปแบบ และความสม่ำเสมอในการออกกำลังกายของผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนถึงระดับความใส่ใจในสุขภาพและมีผลโดยตรงต่อการเลือกใช้บริการพิลาทิส

ด้านโภชนาการ หมายถึง พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหาร เช่น การเลือกอาหารที่มีประโยชน์ การควบคุมน้ำหนัก หรือการหลีกเลี่ยงอาหารที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการดูแลสุขภาพรูปร่างและสุขภาพโดยรวม

ด้านการพักผ่อน หมายถึง พฤติกรรมการนอนหลับและการพักผ่อนของผู้บริโภค ทั้งในด้านระยะเวลา และคุณภาพของการพักผ่อน ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพร่างกายและความพร้อมในการออกกำลังกาย

ด้านการตรวจสุขภาพ หมายถึง การให้ความสำคัญกับการตรวจสุขภาพเป็นประจำ เช่น การตรวจร่างกายประจำปี หรือการติดตามสุขภาพ ซึ่งสะท้อนถึงระดับความตระหนัkd้านสุขภาพของผู้บริโภค

ด้านความเป็นรูปธรรม หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของสถานบริการ เช่น ความสะอาด ความทันสมัยของอุปกรณ์ บรรยากาศภายในสตูดิโอ และการแต่งกายของพนักงาน ซึ่งส่งผลต่อความประทับใจแรกของลูกค้า

ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง ตรงตามสัญญาไว้ และมีความสม่ำเสมอ เช่น การจัดคลาสตรงเวลา และคุณภาพการสอนที่ได้มาตรฐาน

ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า หมายถึง ความรวดเร็วและความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น การตอบคำถาม การแก้ไขปัญหา และการให้บริการอย่างทันท่วงที

ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า หมายถึง ความรู้ ความสามารถ และทักษะของผู้ให้บริการ รวมถึงความสุภาพและความน่าเชื่อถือที่ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ

ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด การให้ความสำคัญกับความ ต้องการเฉพาะบุคคล และการให้บริการที่มีความเป็นกันเอง

การตัดสินใจของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาและเลือกใช้บริการ พิลาทิส โดยเริ่มจากการรับรู้ถึงความต้องการ เช่น ต้องการดูแลสุขภาพหรือปรับปรุงร่างกาย จากนั้นทำการค้นหา ข้อมูล เปรียบเทียบทางเลือก เช่น ราคา คุณภาพ และสถานที่ ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ ทั้งนี้ การตัดสินใจ ดังกล่าวยังได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การแนะนำจากผู้อื่น และภาพลักษณ์ของสถานบริการ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ

การดูแลสุขภาพเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคล สุขภาพ หมายถึง สุขภาวะ ที่มีความสมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต และทางสังคมไม่ใช่เพียงการปราศจากโรค (ประเวศ, 2541) การ เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีทำให้บุคคลมีการดำเนินชีวิตที่เต็มไปด้วยความเร่งรีบ ตั้ง เครียด หรือแข่งขันเพื่อความอยู่รอด ไม่มีกิจกรรมในชุมชนเพื่อผ่อนคลายปัญหาชีวิต ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ สุขภาพร่างกาย จิตใจ ครอบครัวและชุมชน จากการสำรวจสภาวะสุขภาพคนไทยทั่วประเทศ โดยการตรวจ ร่างกายครั้งล่าสุดในปี พ.ศ. 2551-2552 ผลการตรวจโดยสรุป เมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2547 พบว่าความชุกของบางปัจจัยเสี่ยงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น งานวิจัยในวารสารวิชาการไทยพบว่า ทศคนชาติที่ดีต่อ พลังสุขภาพ เช่น การลดน้ำตาลหรือการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจปฏิบัติจริง โดยเฉพาะเมื่อได้รับการสนับสนุนจากบุคคลใกล้ชิดหรือกลุ่มสังคม (มงคล การุณงามพรรณ, 2555)

จากการวิจัยการดูแลสุขภาพสามารถแบ่งได้ 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการออกกำลังกาย (Exercise) การเคลื่อนไหวร่างกายคืออายุวัฒนะที่ดีที่สุด การออกกำลังกาย อย่างสม่ำเสมอช่วยให้ระบบไหลเวียนโลหิตทำงานได้ดี เสริมสร้างกล้ามเนื้อและกระดูก และช่วยลด ความเครียดควรออกกำลังกายแบบคาร์ดิโอ (เช่น เดินเร็ว วิ่ง ว่ายน้ำ) อย่างน้อย 150 นาทีต่อสัปดาห์ ควบคู่ไป กับการเล่นเวทเพื่อรักษาแรงมวลกล้ามเนื้อ

2. ด้านโภชนาการ (Nutrition) ยังคงเป็นประโยชน์ที่ใช้ได้เสมอ อาหารคือเชื้อเพลิงที่ขับเคลื่อนร่างกาย การเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์จึงเป็นเรื่องพื้นฐานที่มองข้ามไม่ได้ เน้นการกินอาหารที่หลากหลาย ครบ 5 หมู่ ลดหวาน มัน เค็ม และเพิ่มผักผลไม้ที่มีกากใยสูง ที่สำคัญคือการดื่มน้ำสะอาดให้เพียงพอต่อความ ต้องการของร่างกายในแต่ละวัน

3. ด้านการพักผ่อน (Rest & Sleep) หลายคนมักละเลยการพักผ่อน แต่ความจริงแล้วร่างกายจะ ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอและจัดระเบียบความจำในช่วงที่เราหลับ การพักผ่อนไม่เพียงพอส่งผลกระทบต่อ ระบบภูมิคุ้มกันและประสิทธิภาพของสมอง ควรนอนหลับให้สนิท 7-9 ชั่วโมงต่อคืน และควรสร้าง บรรยากาศในห้องนอนให้มืด เงียบ และมีอุณหภูมิที่เหมาะสม เพื่อให้การนอนมีคุณภาพสูงสุด

4. ด้านการตรวจสุขภาพ (Health Check-up) การป้องกันดีกว่าการรักษา การตรวจสุขภาพเป็น ประจักษ์ช่วยให้เรา "รู้ทัน" ร่างกายก่อนที่จะเกิดโรคร้ายแรง หรือพบปัญหาสุขภาพในระยะเริ่มต้นซึ่งมีโอกา สรักษาหายได้สูงกว่า ควรตรวจสุขภาพประจำปีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ตามเกณฑ์อายุและความเสี่ยงเฉพาะ บุคคล เพื่อประเมินค่าความดัน ระดับน้ำตาล และคอเลสเตอรอล

แนวคิดคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการเป็นแนวคิดสำคัญในธุรกิจบริการ โดยเน้นการประเมินคุณภาพจากมุมมองของผู้รับบริการ ผ่านการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง (Expectation) กับประสิทธิผลการรับรู้จริง (Perceived performance) หากผลลัพธ์ที่ได้รับสอดคล้องหรือสูงกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มใช้บริการซ้ำ ปัจจัยย่อยระดับคุณภาพการบริการการแข่งขันทางธุรกิจสูงขึ้น "บริการ" กลายเป็นอาวุธสำคัญที่สร้างความแตกต่าง การเข้าใจ (Afsha Parveen, 2023)

ปัจจัยพื้นฐานที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพจึงเป็นเรื่องจำเป็น โดยสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้านหลักดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) สิ่งแรกที่ลูกค้าสัมผัสได้ก่อนจะเริ่มรับบริการจริง คือ ภาพลักษณ์ภายนอก ซึ่งรวมถึงสถานที่ความสะอาด การตกแต่ง และบรรยากาศที่เหมาะสม บุคลากร การแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย และดูเป็นมืออาชีพ อุปกรณ์เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หัวใจของงานบริการคือ "ความสม่ำเสมอ" ลูกค้าคาดหวังว่าธุรกิจจะทำตามสัญญาได้ถูกต้องแม่นยำทุกครั้ง เช่น การส่งมอบสินค้าตรงเวลา หรือการให้บริการที่มีมาตรฐานเดียวกันไม่ว่าจะมาใช้บริการกี่ครั้งก็ตาม
3. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) ความรวดเร็วและความเต็มใจคือ คีย์เวิร์ดของข้อนี้ ธุรกิจต้องพร้อมที่จะช่วยเหลือลูกค้าทันทีเมื่อเกิดปัญหา หรือมีความกระตือรือร้นในการให้บริการโดยไม่ปล่อยให้ลูกค้ารอนานเกินควร
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) พนักงานต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีทักษะการสื่อสารที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยและไว้วางใจ การสร้างความเชื่อมั่นนี้จะช่วยลดความกังวลของลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ในระยะยาว
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) คือการบริการด้วยใจ (Service Mind) โดยพยายามทำความเข้าใจความต้องการเฉพาะบุคคลของลูกค้าแต่ละราย การแสดงออกถึงความห่วงใยและการให้ความสำคัญกับลูกค้าเสมือนเป็นคนพิเศษ จะช่วยสร้างความประทับใจและความจงรักภักดี (Loyalty) ได้อย่างดีเยี่ยม

แนวคิดกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง การเลือกทางใดทางหนึ่ง จากหลายๆ ทางเลือก ซึ่งในงานวิจัยนี้อาจจะหมายถึง การพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการ สถานที่ออกกำลังกายให้ความสำคัญและนำมาเปรียบเทียบประกอบการตัดสินใจ ซึ่งปัจจัยเหล่านั้นสามารถตอบสนองตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด (จิตติญา เหลืองงามมิ่งกร, 2551) และการตัดสินใจ (Decision Making) (Maslow, 1987) หมายถึง กระบวนการเลือกทางใดทางหนึ่ง จากหลายๆ ทางที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้ว เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญ และเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหาร หรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม การตัดสินใจได้มีการศึกษามานานแนวคิดการตัดสินใจใช้บริการจากคอตเลอร์ประกอบด้วย ปัจจัยทาง วัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางจิตวิทยา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้รับบริการ ซึ่งลักษณะเฉพาะที่ผู้รับบริการได้รับสิ่งเร้าจนเกิดการใช้บริการขึ้น ซึ่งปัจจัย ต่างๆจะมี

ผลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการและจำเป็นต้องให้ความสนใจโดยส่วนมาก นักการตลาดไม่สามารถควบคุมปัจจัยเหล่านั้นได้ (Kotler, 2012)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่น Y ผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2539 และเจนเอเรชั่น Z ผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2540 - 2555

กลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามออนไลน์ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคำถามคัดกรอง เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติด้านเจนเอเรชั่น ที่พักอยู่ในพื้นที่อาศัย และประสบการณ์การใช้บริการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยการดูแลสุขภาพโดยแบ่งออก 4 ด้าน 16 ข้อ ได้แก่

ด้านด้านการออกกำลังกาย จำนวน 4 ข้อ

ด้านโภชนาการ จำนวน 4 ข้อ

ด้านการพักผ่อน จำนวน 4 ข้อ

ด้านการตรวจสุขภาพ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปัจจัยคุณภาพการบริการโดยแบ่งออก 5 ด้าน 20 ข้อ ได้แก่

ด้านความเป็นรูปธรรม จำนวน 4 ข้อ

ด้านความน่าเชื่อถือ จำนวน 4 ข้อ

ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า จำนวน 4 ข้อ

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า จำนวน 4 ข้อ

ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ครอบคลุมความตั้งใจใช้บริการในอนาคตและการบอกต่อ โดยส่วนที่ 3, 4 และส่วนที่ 5 มีเกณฑ์การพิจารณาให้เลือก 5 ระดับ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามตามแบบของ Likert Scale โดยทำการเลือกคำตอบให้ ตรงกับความจริงมากที่สุด ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง มาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง น้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การตีความค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การแปลผลโดยใช้ช่วยคะแนนเท่ากัน โดยคำนวณจากสูตร $(5-1)/5 = 0.80$ และแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ (Google Forms) โดยการเผยแพร่ลิงก์แบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ ในช่วงเดือนมีนาคม ถึง เมษายน 2569 จนครบตามจำนวนที่กำหนด

ความเชื่อมั่น นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยกำหนดเกณฑ์ความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่าเครื่องมือมีคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับข้อมูลส่วนบุคคล และใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (สำหรับวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นในตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

2. สถิติเชิงอนุมาน

2.1 การทดสอบที (Independent Sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างทางประชากรศาสตร์

2.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Z และเจนเนอเรชั่น Y ในการใช้บริการฟิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ Generation Y และ Generation Z ที่พักอยู่ในพื้นที่อาศัย และประสบการณ์การใช้บริการ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างตาม Generation

Generation	จำนวน(n)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
Generation Y	266	66.5
Generation Z	134	33.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 66.5 อยู่ใน Generation Y (เกิดปี 2524-2539) และส่วนที่เหลือร้อยละ 33.5 อยู่ใน Generation Z (เกิดปี 2540-2555)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เพศหญิงจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.0 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนจำนวน 193 คน คิดเป็น ร้อยละ 48.3 และมีรายได้ 20,001 - 30,000 บาทจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ส่วนใหญ่เพศหญิงจำนวน 260 คน มีอายุ 20-29 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 198 คน มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนจำนวน 193 คนและมีรายได้ 20,001 - 30,000 บาทจำนวน 89 คน

ส่วนที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดของปัจจัยการดูแลสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการฟิลาทิสในจังหวัดปทุมธานีแบ่งออก 4 ด้าน ปัจจัยด้านออกกำลังกาย ด้านโภชนาการ ด้านการพักผ่อน ด้านการตรวจสุขภาพ สามารถสรุปได้ตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดของปัจจัยการดูแลสุขภาพ

การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการฟิลาทิส	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ปัจจัยด้านการดูแลสุขภาพ			
1.ด้านการออกกำลังกาย	4.50	0.43	มากที่สุด
2.ด้านโภชนาการ	4.49	0.43	มากที่สุด
3.ด้านการพักผ่อน	4.51	0.44	มากที่สุด
4.ด้านการตรวจสุขภาพ	4.51	0.44	มากที่สุด
ภาพรวมเฉลี่ยปัจจัยสูงใจ	4.50	0.44	มากที่สุด

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยด้านการดูแลสุขภาพด้านการพักผ่อนและด้านการตรวจสุขภาพมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมาคือด้านการออกกำลังกายความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 และด้านโภชนาการความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.49 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการฟิลาทิสในจังหวัดปทุมธานีแบ่งออก 5 ด้าน ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการฟิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี สามารถสรุปได้ตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดของปัจจัยการดูแลสุขภาพคุณภาพการบริการ

การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการฟิลาทิส	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ			
1.ด้านความเป็นรูปธรรม	4.51	0.40	มากที่สุด
2.ด้านความน่าเชื่อถือ	4.51	0.41	มากที่สุด
3.ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.50	0.41	มากที่สุด
4.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.55	0.38	มากที่สุด
5.ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	4.53	0.42	มากที่สุด
ภาพรวมเฉลี่ยปัจจัยมุ่งใจ	4.52	0.40	มากที่สุด

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมาคือด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 และด้านความเป็นรูปธรรมด้านความน่าเชื่อถือความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการฟิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี

ตาราง 4 ผลทดสอบปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการฟิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี

การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการฟิลาทิส	Std. b	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
1.ด้านการออกกำลังกาย	.127	.050	.143	2.558	.011	.456	2.194
2.ด้านโภชนาการ	.194	.050	.220	3.906	.000	.448	2.232
3.ด้านการพักผ่อน	.442	.037	.509	11.799	.000	1.000	1.000
4.ด้านการตรวจสุขภาพ	.069	.047	.079	1.463	.144	.483	2.072
5.ด้านความเป็นรูปธรรม	.114	.052	.120	2.206	.028	.481	2.079
6.ด้านความน่าเชื่อถือ	.111	.056	.118	1.971	.049	.395	2.533
7.ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	.042	.052	.045	.803	.423	.455	2.196
8.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	-.001	.047	-.001	-.025	.980	.642	1.557
9.ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	.089	.048	.098	1.854	.064	.507	1.973
R=0.666 R ² =0.444 Adjusted R ² = 0.432 SE = 0.28687 F= 38.981 Sig 0.000*							

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยการดูแลสุขภาพ 4 ด้าน และปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้านสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิลาทิสได้ ร้อยละ 44.4 ค่า $F = 34.621$ และ $Sig. = 0.000$ แสดงว่าด้านทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการฟิลาทิสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พิจารณาจากค่า $Sig. < 0.05$ จากตัวแปรทั้งหมด 9 ด้าน มีเพียง 4 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ โดยเรียงลำดับตามน้ำหนักอิทธิพล (β) จากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการพักผ่อน ($\beta = 0.380$, $Sig. = 0.000$) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการตัดสินใจ ด้านการออกกำลังกาย ($\beta = 0.144$, $Sig. = .014$) มีอิทธิพลเป็นลำดับที่ 2 ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ($\beta = 0.122$, $Sig. = 0.003$) มีอิทธิพลเป็นลำดับที่ 3 ด้านความเป็นรูปธรรม ($\beta = 0.086$, $Sig. = .028$) สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการดูแลสุขภาพ	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ	F-Test	0.540	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุ	F-Test	0.001**	ยอมรับสมมติฐาน
สถานภาพ	F-Test	0.001**	ยอมรับสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	F-Test	0.001**	ยอมรับสมมติฐาน
อาชีพ	F-Test	0.126	ปฏิเสธสมมติฐาน
รายได้ต่อเดือน	F-Test	0.001**	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการดูแลสุขภาพ	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
1.ด้านการออกกำลังกาย	MRA	0.011**	ยอมรับสมมติฐาน
2.ด้านโภชนาการ	MRA	0.000**	ยอมรับสมมติฐาน
3.ด้านการพักผ่อน	MRA	0.144	ปฏิเสธสมมติฐาน
4.ด้านการตรวจสุขภาพ	MRA	0.028**	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
5.ด้านความเป็นรูปธรรม	MRA	0.049**	ยอมรับสมมติฐาน
6.ด้านความน่าเชื่อถือ	MRA	0.423	ปฏิเสธสมมติฐาน
7.ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	MRA	0.980	ปฏิเสธสมมติฐาน
8.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	MRA	0.064	ปฏิเสธสมมติฐาน
9.ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	MRA	0.011**	ยอมรับสมมติฐาน

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 5 พบว่าปัจจัยที่ยอมรับสมมติฐานส่งผลต่อส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการฟิลาทิสในจังหวัดปทุมธานีมีผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สำหรับปัจจัยที่ปฏิเสธสมมติฐานส่งผลต่อส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z ในการเลือกใช้บริการฟิลาทิสในจังหวัดปทุมธานีไม่มีผลแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เพศ และอาชีพ

ปัจจัยด้านการดูแลสุขภาพส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z ในการเลือกใช้บริการฟิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ด้านการออกกำลังกาย ด้านโภชนาการ ด้านการตรวจสุขภาพ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพล ด้านการพักผ่อน

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z ในการเลือกใช้บริการฟิลาทิสในจังหวัดปทุมธานี ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า) สำหรับปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพล ปฏิเสธสมมติฐาน ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจ

ผลการวิจัยพบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิลาทิสแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่ากลุ่ม เจนเนอเรชัน Y และ Z แม้จะเป็นคนรุ่นใหม่เหมือนกัน แต่มีกำลังซื้อและเป้าหมายในชีวิตที่ต่างกันตามช่วงวัยและระดับรายได้ โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีที่เป็นศูนย์กลางการศึกษาและที่อยู่อาศัยที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้คนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพลักษณะและสุขภาพเชิงป้องกัน

2. ปัจจัยด้านการดูแลสุขภาพ

ผลการวิจัยพบว่า ด้านการออกกำลังกาย ด้านโภชนาการ และด้านการตรวจสุขภาพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่าผู้บริโภคกลุ่ม เจนเนอเรชัน Y และ Z ในปัจจุบันมีทัศนคติเชิงบวกต่อการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม โดยมองว่าฟิลาทิสไม่ได้เป็นเพียงการออกกำลังกายเพื่อความสวยงาม แต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของแกนกลางลำตัวและลดการบาดเจ็บ

3. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าด้านความเป็นรูปธรรมและด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ด้านความเป็นรูปธรรมกลุ่มเจนเนอเรชัน Y และ Z เติบโตมากับเทคโนโลยีและให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์สตูดิโอที่มีความสะอาดอุปกรณ์ทันสมัย และบรรยากาศที่ดี จึงเป็นสิ่งแรกที่สร้างความประทับใจและช่วยในการตัดสินใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้างานบริการที่มีความเป็นกันเองและการให้ความสำคัญกับความต้องการเฉพาะบุคคลช่วยสร้างความจงรักภักดีและส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ด้านการออกกำลังกาย ปัจจัยนี้ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจควรออกแบบโปรแกรมการฝึกที่เน้นการสร้างเสริมสร้างความแข็งแรงของกล้ามเนื้อแกนกลางและการปรับบุคลิกภาพ ซึ่งเป็นจุดเด่นของฟิลาทิสที่เจนเนอเรชัน Y และ Z ให้ความสนใจ

ด้านโภชนาการ วิจัยชี้ว่าโภชนาการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจ สตูดิโออาจจัดทำแคมเปญร่วมกับร้านอาหารสุขภาพ หรือให้คำแนะนำด้านการรับประทานอาหารควบคู่ไปกับการออกกำลังกาย เพื่อตอบโจทย์การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

ด้านการพักผ่อน แม้ปัจจัยนี้จะมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงถึง 4.51 แต่ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยังไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญในกลุ่มตัวอย่างนี้ควรขูจุดเด่นว่าการฝึกพิลาทิสช่วยลดความเครียด และส่งผลดีต่อคุณภาพการนอนหลับ เพื่อดึงดูดใจกลุ่ม เจนเนอเรชั่น Y ที่ให้ความสำคัญกับสมดุลชีวิต

ด้านการตรวจสุขภาพ ปัจจัยนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ สถิติโอคควรรนำเทคโนโลยีมาใช้ เครื่องวัดองค์ประกอบร่างกาย เพื่อให้ลูกค้าเห็นการเปลี่ยนแปลงของมวลกล้ามเนื้อและไขมันอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมเจนเนอเรชั่น Z ที่ชอบติดตามผลลัพธ์เชิงรุก กลุ่มปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจควรเน้นความสะอาด ความทันสมัยของอุปกรณ์ และการตกแต่งสตูดิโอให้มีบรรยากาศที่ดี ภาพลักษณ์ที่จับต้องได้ส่งผลต่อความประทับใจแรกของกลุ่มเป้าหมาย

ด้านความน่าเชื่อถือ แม้จะเป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากแต่ควรเน้นเรื่องมาตรฐานการสอน และความสม่ำเสมอในการจัดคลาสให้ตรงเวลา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาว

ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า นำระบบจองคลาสออนไลน์หรือช่องทางสื่อสารที่รวดเร็วมาใช้ เช่น LINE หรือ Application กลุ่มเจนเนอเรชั่น Y และ Z เติบโตมากับเทคโนโลยีและต้องการความสะดวกสบาย

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ปัจจัยนี้มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 4.55 ครูผู้สอนควรมีประกาศนียบัตรรับรอง และมีทักษะการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกปลอดภัยและไว้วางใจในความเชี่ยวชาญ

ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ผลวิจัยยืนยันว่าปัจจัยนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจ พนักงานและครูฝึกควรให้บริการด้วยความใส่ใจเฉพาะบุคคล จำรายละเอียดหรือเป้าหมายของลูกค้าแต่ละคนได้ เพื่อสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาวิจัยในพื้นที่อื่นๆ หรือเปรียบเทียบระหว่างเขตเมืองและเขตชานเมือง เพื่อดูความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภค
2. การศึกษาคุณภาพมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริโภคเพิ่มเติมให้เข้าใจถึงแรงจูงใจเชิงลึกในการเลือกใช้บริการพิลาทิสที่ปัจจัยเชิงปริมาณอาจไม่ครอบคลุม อิทธิพลของ Influencer หรือ Social Media

เอกสารอ้างอิง

- กรกนก จันทร์ประภาส, เยาวภา ปฐมศิริกุล และบัณฑิต รัตนไตร. (2566). การตัดสินใจทางการตลาดสำหรับ
การประกอบธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิตติญา เหลืองจามิกร. (2551). ปัจจัยการตลาดการประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจรถยนต์
เช่าเพื่อดำเนินการ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิวา เจริญนาค. (2549). ผลการฝึกพีระทิตที่มีต่อความแข็งแรงของกล้ามเนื้อบริเวณลำตัว (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประเวศ วะสี. (2541). บนเส้นทางใหม่การส่งเสริมสุขภาพ. อภิวัฒน์ชีวิตและสังคม
- มงคล การุณงามพรรณ. (2555). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของวัยทำงานอายุ 15-59
ปี. ศูนย์อนามัยที่ 6. กรมอนามัย.
- วิลาสินี หงสนันท์ และนิทรา กิจธีระวุฒิมัง. (2563). การพัฒนาแบบสอบถามการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน
ที่มีน้ำตาลของวัยรุ่นไทย. สารานุกรมสุขศาสตร์สุขภาพ (ส.ด.)
- ศิวาพร ศรีศิลป์. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการและการประเมินโครงการฟิตเนส
เซ็นเตอร์ ประเภทการออกกำลังกายเพื่อชีวิตประจำวัน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Cochran, W. G. (1977). Estimation of Population Ratio in Post-Stratified Sampling Using
Variable Transformation . Open Journal of Statistics, Vol.5
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.) Pearson Education. Open
Journal of Statistics, Vol.9
- Maslow, A. H. (1987). *Research on Motivation Theory and Enlightenment to Teaching*.
- Parveen, A. (2023). *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, and Loyalty in
Crowdsourced Delivery Logistics*. Journal of Educational Innovation and Research.