



ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
แพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก

Personal trainer personality factors and marketing components that influence the decision to
purchase a training package in Jett's Fitness, Asoke.

พงศ์พิพัฒน์ เพชรทอง¹ และ สรศักดิ์ ชัยสถาผล²

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

E-mail. Phongphiphat.phetthong@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย jett's สาขาอโศก มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย jett's สาขาอโศก สาขาอโศก 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย jett's สาขาอโศก สาขาอโศก 3) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย jett's สาขาอโศก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย jett's สาขาอโศก การศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจาก สมาชิกของสถานออกกำลังกาย jett's สาขาอโศกจำนวน 400 คน โดยอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพภายนอกของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล บุคลิกภาพภายในของ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย jett's สาขาอโศก และ การตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนส่วนบุคคล โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด สมาชิกของสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก ที่มีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มี อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย jett's สาขาอโศก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 บุคลิกภาพภายนอก บุคลิกภาพภายใน บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ และส่วนประสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย jett's สาขาอโศก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย jett's สาขาอโศก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: บุคลิกภาพ, ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล, การตัดสินใจ

ABSTRACT



Independent study on Personality factors of personal trainers that affect the decision to purchase a training package. Among users of Jett's fitness, Asoke branch, the objectives were 1) to study personal factors affecting the decision to purchase training packages among users of Jett's fitness, Asoke branch 2) to study personality factors affecting Deciding to purchase a training package for users of Jett's Fitness, Asoke branch. 3) To study the marketing mix of Jett's Fitness, Asoke branch, affecting the decision to purchase a training package for users of Jett's Fitness, Asoke branch. This study. Collected data from Members of Jett's Fitness, Asoke branch, 400 people, using questionnaires as a tool to collect data. The research results found that Opinions on the Personality of Personal Trainers The inner personality of a personal trainer. The 5 personality elements of a personal trainer. The marketing mix of Jett's fitness Asoke branch and the overall decision to purchase a personal trainer package is at the highest level. Members of Jett's Fitness, Asoke Branch, who have personal trainers with age and average monthly income different There is a difference in the decision to purchase a training package among users of Jett's Fitness, Asoke branch, at a statistical significance of 0.05. External Personality Inner personality, 5 personality elements, and the marketing mix of Jett's Fitness, Asoke branch, affect the decision to purchase training packages among users of Jett's Fitness, Asoke branch, with statistical significance at the 0.05 level, with a relationship at the level. a lot

Keywords: Personality, Personal Trainer, Jett's Fitness

1. บทนำ

ธุรกิจสถานออกกำลังกายหรือ "Fitness" โดยใน กรุงเทพมหานคร มีมากถึงร้อยละ 41.67 และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต และอินฟลูเอนเซอร์ต่างๆในประเทศหันมาเห็นความสำคัญของสุขภาพกันมากขึ้น และเริ่มออกกำลังกาย (ไทยรัฐออนไลน์, 2559) ทำให้ประชาชนมีแนวโน้มในการออกกำลังกายมากขึ้น จึงมีการ ออกกำลังกายในสถานออกกำลังกายหรือ Fitness โดยมีจุดมุ่งหมายอยู่ที่การลดน้ำหนัก การเพิ่มกล้ามเนื้อ ด้วยตนเองหรือกลุ่มเพื่อน แต่จากการออกกำลังกายด้วยตนเองที่ขาดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ส่งผลให้ ร่างกายจึงเกิดการบาดเจ็บ จึงได้มีการซื้อผลิตภัณฑ์บริการ Personal Trainer

Personal Trainer คือ ผู้ฝึกสอนออกกำลังกายส่วนบุคคลนั้นคือผู้ให้บริการในการดูแลการออกกำลังกายของผู้ที่เข้ามาใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์โดยมีการซื้อแพคเกจในราคาที่ฟิตเนสนั้นๆระบุไว้ โดยจุดประสงค์หลักของการออกกำลังกายในฟิตเนสเซ็นเตอร์ คือ อยากลดน้ำหนัก อยากมีสุขภาพที่ดี และอยากมีรูปร่างที่ดีขึ้น โดยส่วนมากมักเริ่มจากการออกกำลังกายด้วยตนเองก่อนแต่ผลลัพธ์ที่ได้นั้น ไม่เป็นไปตามที่ต้องการเนื่องจากขาดความรู้และความเชี่ยวชาญในการออกกำลังกายที่ถูกวิธีคนเหล่านั้นจึงมองหาผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ในการออกกำลังกายเพื่อให้ได้ผลลัพธ์อย่างที่ต้องการนั่นก็คือ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสเซ็นเตอร์ (Infofit, 2018)

ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (personal trainer) นั้นเป็นอาชีพที่จัดให้อยู่ในกลุ่มบริการ มีหน้าที่ในการออกแบบตารางการออกกำลังกายเฉพาะตัวบุคคลและให้คำแนะนำในการเลือกรับประทานอาหารที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภครหรือลูกค้า และตอบสนองต่อเป้าหมายที่ลูกค้าต้องการ ผ่านกระบวนการการออกกำลังกายตามแบบแผน โดยมีสถานที่การดำเนินงานเป็น สถานออกกำลังกายหรือ Fitness ในการดำเนินงาน โดยมีอัตราค่าบริการโดยเฉลี่ยต่อชั่วโมงอยู่ที่ 900-



1,200 บาท (truelookpanya 2019) และจากเป้าหมายในการออกกำลังที่ไม่สามารถทำได้ในระยะเวลาสั้นๆ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (personal trainer) ส่วนใหญ่จึงมีการจัดแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกายในรูปแบบแพคเกจตามจำนวนครั้ง ซึ่งอัตราค่าบริการเมื่อคำนวณต่อครั้งราคาจะถูกลงทำให้จ่ายต่อการตัดสินใจซื้อ โดยจะมีอัตราค่าบริการที่ลดลงมาอยู่ที่ 50-100 บาทต่อครั้ง (สถานออกกำลังกาย Jett's Thailand) ซึ่งการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนส่วนบุคคลได้นั้น ตัวผู้บริโภคมีความอยากรู้ว่า ตนเองจะอยู่ในความดูแลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (personal trainer) คนไหน ซึ่งการตัดสินใจเลือกตัวผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (personal trainer) ให้มาดูแลหรือบริการในการออกกำลังกายนั้น ตัวผู้บริโภคไม่สามารถคาดเดาได้ถึงความรู้ที่มีในตัวผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (personal trainer) ได้ว่ามีมากน้อยแค่ไหน ผู้บริโภคส่วนมากมักจะประเมินผ่านประทับใจครั้งแรก (first impression) หรือ การประทับใจครั้งแรก ผ่านการมอง โดยการให้สายตาประเมิน ทำให้สิ่งที่พบเจอจะเป็นสิ่งที่เรียกว่า บุคลิกภาพ

ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาค้นคว้า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก เนื่องจากเล็งเห็นว่าการเข้าใจถึงบุคลิกภาพภายในและภายนอกที่ดี 10 ลักษณะ อะไรมีผลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแพคเกจ personal trainer มากที่สุด ซึ่งหากตัวผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลหรือ Personal Trainer หรือสถานบริการออกกำลังกายได้ ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคจะสามารถนำผลลัพธ์ไปปรับปรุงเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองได้ และยังสามารถนำไปใช้เพื่อคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพเข้าไปทำงานต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านบุคลิกภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก

3. การดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ สมาชิกของสถานออกกำลังกายโดยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,323 คน และจะนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้วิธีการคำนวณของ Yamane ในการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากแบรนดท์พีดีเน็สเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ได้แก่ สถานออกกำลังกาย Jett's สาขา อโศก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้คำถามแบบเลือกตอบ (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูกในช่องว่างตามตัวเลือกที่กำหนดไว้ในแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพภายนอกของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพภายในของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ส่วนที่ 5 สอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก

ส่วนที่ 6 สอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อแพคเกจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

โดยที่ส่วนที่ 2-6 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert, 1961)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยกลุ่มคนที่ออกกำลังกายในสถานออกกำลังกายที่สถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก จำนวน 400 ชุด โดยผ่านแบบสอบถามออนไลน์

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามพบว่าแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมามีความสมบูรณ์ครบถ้วนทั้ง 400 ชุด จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการลงรหัสแบบสอบถามในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยและนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ทางสถิติ ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบาย และสรุปลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรต่างๆ จะมีการนำเสนอในรูปแบบของตาราง โดยมีสถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ในเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ได้ตั้งเอาไว้ในทางสถิติ ประกอบด้วย สถิติวิเคราะห์ค่าที (t-test) สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) และ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Liner Regression Analysis)

4. ผลการวิจัย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพภายนอกของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล



ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพภายนอกของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

บุคลิกภาพภายนอกของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น		ระดับ
	\bar{X}	S.D	
1. การแต่งกายดูดี สะอาดเรียบร้อย	4.44	.684	มากที่สุด
2. ลักษณะท่าทางการเดิน การเคลื่อนไหวมีความสง่า	4.21	.625	มากที่สุด
3. พูดจาด้วยความสุภาพ อ่อนหวาน	4.06	.723	มาก
4. สายตาดูเป็นมิตร ไม่แข็งกร้าว	4.35	.817	มากที่สุด
5. รูปร่างดี สมส่วน มีร่างกายที่แข็งแรง	4.18	.778	มาก
รวม	4.25	.534	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพภายนอกของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อ “การแต่งกายดูดี สะอาดเรียบร้อย” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด

2. ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพภายในของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพภายในของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

บุคลิกภาพภายในของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น		ระดับ
	\bar{X}	S.D	
1. มีอิทธิพลที่ดี ร่าเริง แจ่มใส มีลักษณะเป็นมิตร	4.24	.762	มากที่สุด
2. มีการสังเกตและแนะนำในการทำกิจกรรมต่างๆ ให้เหมาะสมและถูกต้อง	4.17	.804	มาก
3. มีการวางแผนในการสอนล่วงหน้า และประยุกต์ให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล	4.27	.741	มากที่สุด
4. มีการตรวจสอบพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของลูกศิษย์เพื่อนำไปปรับปรุงการสอน	4.14	.712	มาก
5. มีการสอนและแนะนำการปฏิบัติด้วยความอบอุ่น	4.32	.669	มากที่สุด
รวม	4.23	.570	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพภายในของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อ “มีการสอนและแนะนำการปฏิบัติด้วยความอบอุ่น” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด



3. ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยภาพรวม

กลยุทธ์ทางการตลาด 4Es โดยภาพรวม	ระดับความคิดเห็น		ระดับ
	\bar{X}	S.D	
1. ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดเผย	4.27	.576	มากที่สุด
2. ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนไหว	4.22	.613	มากที่สุด
3. ด้านบุคลิกภาพแบบประนีประนอม	4.20	.597	มาก
4. ด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	4.24	.566	มากที่สุด
5. ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	4.31	.574	มากที่สุด
รวม	4.25	.509	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่าความบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ในด้านบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด

4. ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของสถานออกก้ำลิงกาย Jett's สาขาอโศก

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของสถานออกก้ำลิงกาย Jett's สาขาอโศก โดยภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาดของ สถานออกก้ำลิงกาย Jett's สาขาอโศก โดยภาพรวม	ระดับความคิดเห็น		ระดับ
	\bar{X}	S.D	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.31	.610	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.30	.588	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.29	.544	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.23	.536	มากที่สุด
5. ด้านบุคลากร	4.24	.544	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.25	.548	มากที่สุด
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.30	.557	มากที่สุด
รวม	4.27	.476	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ความส่วนประสมทางการตลาดของ สถานออกก้ำลิงกาย Jett's สาขาอโศก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด



5. ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อแพคเกจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ตารางที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อแพคเกจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

การตัดสินใจซื้อแพคเกจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น		ระดับ
	\bar{X}	S.D	
1. ท่านมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อแพคเกจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลตามการรีวิวของอินฟลูเอนเซอร์	4.37	.688	มากที่สุด
2. ท่านจะตัดสินใจซื้อแพคเกจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ผ่านช่องทาง Social Commerce ในครั้งถัดไป	4.25	.679	มากที่สุด
3. เมื่อท่านได้ซื้อแพคเกจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลผ่านช่องทาง Social Commerce ครั้งแรกและท่านสนใจกลับมาซื้อซ้ำในครั้งถัดไป	4.27	.677	มากที่สุด
รวม	4.29	.577	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่าความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อ “ท่านมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อแพคเกจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลตามการรีวิวของอินฟลูเอนเซอร์” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด

6. การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 6 การทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก

ปัจจัยส่วนบุคคล	F	sig.
เพศ	1.447	.237
อายุ	5.054	.001*
สถานภาพ	.632	.532
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	4.620	.001*
ระดับการศึกษา	.312	.817

จากตารางที่ 6 การทดสอบสมมติฐานพบว่า สมาชิกของฟิตเนส Jett's Fitness สาขาอโศก ที่มีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มี อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน สมาชิกของฟิตเนส Jett's Fitness สาขาอโศก ที่มีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มี เพศ สถานภาพ และ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 7 การทดสอบสมมติฐานที่ว่า บุคลิกภาพภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก

การตัดสินใจแพคเกจ training ใน ผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std.error	Beta		
	(Constant)	2.726	.218		
บุคลิกภาพภายนอก	.369	.051	.342	7.261	.000*
R = 0.542		R ² = 0.417		Sig = 0.000*	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 การทดสอบสมมติฐานพบว่า บุคลิกภาพภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (R = 0.542) และสามารถพยากรณ์ได้ถึงความน่าเชื่อถือร้อยละ 41.70 (R² = 0.417) ส่วนอีกร้อยละ 58.30 คือปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา สามารถสรุปได้ว่า เมื่อบุคลิกภาพภายนอกเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีการตัดสินใจแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก เพิ่มขึ้น 0.369 หน่วย

ตารางที่ 8 การทดสอบสมมติฐานที่ว่าบุคลิกภาพภายในมีผลต่อการตัดสินใจแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก

การตัดสินใจแพคเกจ training ใน ผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std.error	Beta		
	(Constant)	1.781	.203		
บุคลิกภาพภายใน	.658	.048	.353	7.534	.000*
R = 0.553		R ² = 0.325		Sig = 0.000*	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 การทดสอบสมมติฐานพบว่าบุคลิกภาพภายในมีผลต่อการตัดสินใจแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (R = 0.553) และสามารถพยากรณ์ได้ถึงความน่าเชื่อถือร้อยละ 32.50 (R² = 0.325) ส่วนอีกร้อยละ 67.50 คือปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา สามารถสรุปได้ว่า เมื่อบุคลิกภาพภายใน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีการตัดสินใจแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก เพิ่มขึ้น 0.658 หน่วย



ตารางที่ 9 การทดสอบสมมติฐานที่ว่าบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาโอโซน

การตัดสินใจซื้อแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาโอโซน	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.error	Beta		
(Constant)	.643	.160		4.017	.000*
1. ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดเผย	.131	.053	.131	2.482	.013*
2. ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนไหว	.084	.053	.089	1.577	.116
3. ด้านบุคลิกภาพแบบประนีประนอม	.175	.057	.181	3.080	.002*
4. ด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	.073	.052	.072	1.403	.161
5. ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	.393	.053	.391	7.477	.000*
	R = 0.764	R ² = 0.584		Sig = 0.000*	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 การทดสอบสมมติฐานพบว่าบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาโอโซน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก (R = 0.764) และสามารถพยากรณ์ได้ที่มีความน่าเชื่อถือร้อยละ 58.40 (R² = 0.584) ส่วนอีกร้อยละ 41.60 คือ ปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา

ตารางที่ 10 การทดสอบสมมติฐานที่ว่าบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาโอโซน

การตัดสินใจซื้อแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาโอโซน	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.error	Beta		
(Constant)	.643	.160		4.017	.000*
1. ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดเผย	.131	.053	.131	2.482	.013*
2. ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนไหว	.084	.053	.089	1.577	.116
3. ด้านบุคลิกภาพแบบประนีประนอม	.175	.057	.181	3.080	.002*
4. ด้านบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	.073	.052	.072	1.403	.161
5. ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	.393	.053	.391	7.477	.000*
	R = 0.764	R ² = 0.584		Sig = 0.000*	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 10 การทดสอบสมมติฐานพบว่าส่วนประสมทางการตลาดของ jett's fitness สาขาอโศก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจ training ในผู้ใช้บริการ jett's fitness สาขาอโศก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ($R = 0.$) และสามารถพยากรณ์ได้ที่มีความน่าเชื่อถือร้อยละ 0 ($R^2 = 0.$) ส่วนอีกร้อยละคือ ปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา

5. การอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก ผลการวิเคราะห์พบว่า สมาชิกของฟิตเนส สถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก ที่มีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มี อายุที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการ สถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนยศ วุฒิปราโมทย์ (2563) ได้ทำการศึกษายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณ (2558) ได้ทำการศึกษายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (ศึกษาเฉพาะ Fitness First, Virgin Active, True Fitness, We Fitness) ที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง อายุ มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ที่แตกต่างกันจากผลการวิเคราะห์พบว่า สมาชิกของฟิตเนส สถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก ที่มีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการ สถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนยศ วุฒิปราโมทย์ (2563) ได้ทำการศึกษายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของ ลักษิกา ไพบุญย์ (2563) ได้ทำการศึกษายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้ฝึกสอนการออกกำลังกาย ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้ใช้บริการฟิตเนสในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเทรนเนอร์ ออนไลน์ของผู้ใช้บริการฟิตเนสในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านบุคลิกภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก ผลการวิเคราะห์พบว่า บุคลิกภาพภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการ สถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับจุฬามาศ ภิญญาศรี (2565) ได้อธิบายถึงบุคลิกภาพภายนอก คือ การแต่งกาย: เป็นสิ่งที่สามารถเห็นได้ชัดเจนที่สุด การแต่งกายที่ดีควรเลือกให้เหมาะสมกับสถานการณ์และกาลเทศะ ทำให้ผู้คนรู้สึกว่าคุณคนนั้นมีความรับผิดชอบและเคารพสภาพแวดล้อม การเคลื่อนไหวท่าทาง: การเคลื่อนไหวเป็นส่วนสำคัญที่แสดงถึงความมั่นใจและการตั้งใจของบุคคล. การเคลื่อนไหวที่เหมาะสมและมีความสมดุลในท่าทางจะส่งสัญญาณที่ดี การพูด: การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการแสดงออกถึงบุคลิกภาพ. การใช้ภาษาที่เหมาะสมและการมีโทนเสียงที่ถูกต้อง



สามารถสร้างบรรยากาศที่ดีและสร้างความเข้าใจในการสื่อสาร สายตา: การใช้สายตาให้มีความจริงใจและสื่อความ อารมณ์ได้อย่างชัดเจน. ดวงตาเป็นหน้าต่างของหัวใจที่สามารถสื่อถึงอารมณ์และความรู้สึกได้อย่างถูกต้อง และ การ จัดระเบียบร่างกาย: การดูแลและจัดการร่างกายให้มีความเรียบร้อย ทะมัดทะแมง มีลักษณะที่มืออาชีพ สามารถสร้างความประทับใจที่ดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิชญ์ สิริศักดิ์เกษมพร (2558) ได้ทำการศึกษา บุคลิกภาพภายนอกและทักษะความรู้ความสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ครูฝึกส่วนตัวในสถานออกกำลังกาย ผลการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพภายนอกและทักษะความรู้ความสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ครูฝึกส่วนตัวใน สถานออกกำลังกาย ทั้งนี้โดยให้ความเห็นว่าในการออกกำลังกายก็จำเป็นต้องออกกำลังกายในการดูแลของผู้ที่มีความ ความรู้เฉพาะด้านเพื่อให้เกิดความปลอดภัยและให้ได้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น อีกทั้งการที่ครูฝึกส่วนตัวมีบุคลิกภาพที่ดี ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกมีแรงจูงใจในการออกกำลังกายเพราะหวังว่าจะมีรูปร่างที่ได้อย่างครูฝึกส่วนตัว

จากวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก ผลการ วิเคราะห์พบว่า บุคลิกภาพภายใน บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ และส่วนประสมทางการตลาดของ สถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนการออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการ สถานออกกำลังกาย Jett's สาขา อโศก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ Costa และ McCrae (1992) กล่าวว่า ลักษณะบุคลิกภาพ (Personality Traits) เป็นบุคลิกภาพที่มีลักษณะค่อนข้างที่จะเป็นเอกลักษณ์ประจำตัว ที่แสดงถึงพฤติกรรมเฉพาะอย่าง ของบุคคล จากการวิจัยพฤติกรรมองค์การ โดยใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพที่มีมาตรฐาน (Standardized Personality Tests) เพื่อพิจารณาถึงลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลในเชิงบวกและเชิงลบ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สราวุธ เกศโสภาสฤทธ์ (2558) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อ ความตั้งใจที่จะจงรักภักดีใน การใช้ฟิตเนสเซนเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพ ปัจจัยสภาพแวดล้อม ทาง กายภาพ ปัจจัยความปลอดภัย ปัจจัยสุขภาพและสมรรถภาพ ทางร่างกาย ปัจจัยปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดีในการใช้ บริการฟิตเนสเซนเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร อย่างที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และมีเพียงส่วนปัจจัยปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ($\beta = 0.583$) มีอิทธิพล เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุวัฒน์ ศรีภพ นาด (2563) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดบริการ ปัจจัยจิตวิทยามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย ของผู้สูงอายุในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพสามารถทำนายโอกาสในการเลือกเทรนเนอร์ได้ร้อยละ 61.7 และ บุคลิกภาพ สามารถทำนายโอกาสในการเลือกวิธีชำระเงินได้ร้อยละ 92.2 ธีรชรรณวิทย์ (2564) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้หญิงในเขต อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัด สมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ในส่วนปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้หญิงในเขตอำเภอ เมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ, ปัจจัยด้าน บุคคล, ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด, ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย และ ปัจจัยด้านราคา



6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนออกกำลังกาย ในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะคือ ควรมีการพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอน ส่วนบุคคลควรมีการแต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย สายตาดูเป็นมิตร และ พูดจาด้วยความสุภาพ อ่อนหวาน

2) จากการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพภายในมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะคือ ควรมีการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มี ทัศนคติดี ร่าเริง แจ่มใส มีลักษณะเป็นมิตร มีการวางแผนในการสอนล่วงหน้า

3) จากการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก ในด้านบุคลิกภาพแบบเปิดเผยด้านบุคลิกภาพแบบ ประณีประนอม และด้านบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะคือ ควรมีการอบรมและพัฒนาให้ผู้ ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้คมีจิตใจดีสุภาพอ่อนโยน และมีแนวคิดแบบใหม่ๆ มาเสนอ

4) จากการศึกษาพบว่าส่วนประสมทางการตลาดของสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะคือ ควรมีการจัดเตรียม อุปกรณ์ออกกำลังกายให้มีความหลากหลาย ปลอดภัยและได้มาตรฐาน กำหนดค่าบริการเทรนเนอร์มีความเหมาะสม กับคุณภาพการให้บริการ มีการกำหนดขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ

6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนออกกำลังกายในผู้ใช้บริการ สถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอโศก เช่น พฤติกรรมผู้บริโภค หรือ การสื่อสารทางการตลาด เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึง ปัจจัยที่หลากหลายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขา อโศก

2) ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิง ลึกมากยิ่งขึ้น

3) ควรทำการศึกษาการตัดสินใจซื้อแพคเกจฝึกสอนออกกำลังกายในผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย Jett's สาขาอื่นๆ



เอกสารอ้างอิง

- จุฑามาศ ภิญ โยสุศรี. (2565). *How to* บุคลิกภาพที่ดีเพื่อความสำเร็จ *MFU Trick* มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. สาร MSU Online. สืบค้นจาก <https://news.msu.ac.th/msumagaz/smmain/readpost.php?mid=369>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2559, มีนาคม 25). เมื่อเทรนค้ออกกำลังกายมาแรง ใครเป๊ะปึงอลังเวอร์!!.. ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/611507>
- ชัยญานันท์ จิระธรรมวิทย์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้หญิงในเขต อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ. [การค้นคว้าอิสระไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ธนศ วุฒิปราโมทย์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณะ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่. [การค้นคว้าอิสระไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลักขิกา ไพบูลย์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้ฝึกสอนการออกกำลังกายผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้ใช้บริการฟิตเนสในเขตกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สราวุธ เกศโสภณฤกษ์. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะ จงรักภักดีในการใช้ฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิริวิชญ์ สิริศักดิ์เกษมพร. (2558). บุคลิกภาพภายนอกและทักษะความรู้ความสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในสถานออกกำลังกาย. [วิทยานิพนธ์ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อนุวัฒน์ ตรีภพนาถ. (2563). กลยุทธ์การตลาดบริการ ปัจจัยจิตวิทยามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ. 11(2).
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are basic. *Personality and Individual Differences*, 13, 653-665.
- Infocit. (2018). *10 Reasons to Hire a Personal Trainer*. Retrieved from <https://www.infocit.ca/10-reasons-to-hire-a-personal-trainer/>
- Likert, R. (1961). *New Pattern of Management*. New York: McGraw – Hill.
- TruePlookpanya. (2019, มีนาคม 18). *รู้จักอาชีพผู้ฝึกสอนออกกำลังกายส่วนบุคคล*. Retrieved from <https://www.trueplookpanya.com/explorer/occupation-step3/8>