

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การดำเนินชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันที่ต้องปรับให้เข้ากับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่แปรเปลี่ยนไป ทำให้วิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ต้องดำเนินไปอย่างเร่งรีบ แข่งขัน จนขาดการดูแลเอาใจใส่ต่อสุขภาพของตนเอง ซึ่งส่งผลทำให้เกิดปัญหาสุขภาพตามมา ทั้งสุขภาพ ด้านร่างกาย อาการเจ็บป่วยด้วยโรคต่างๆ และสุขภาพทางด้านจิตใจ อารมณ์ เช่น ความวิตกกังวล ความเครียด ซึ่งปัญหานี้ รัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความสำคัญ อันจะเห็นได้จากนโยบายสร้างเสริมสุขภาพจากหลายหน่วยงาน เช่น นโยบาย 3 อ. จากกรมอนามัย คือ อาหาร ออกกำลังกาย และอารมณ์ ซึ่งมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับประทานอาหารให้ ถูกต้องครบถ้วนตามหลักโภชนาการ ส่งเสริมการออกกำลังกาย เพื่อให้ประชาชนหันมาเอาใจใส่ ดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2552 : ออนไลน์) ซึ่งจากการรณรงค์อย่าง กว้างขวางของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อ สิ่งพิมพ์ มีผลทำให้ประชาชนส่วนหนึ่ง เริ่มหันมาสนใจ และให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ สุขภาพ ทั้งในรูปแบบของการพักผ่อน ทำอารมณ์ให้เบิกบานแจ่มใส การรับประทานอาหารที่มี ประโยชน์รวมทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่างๆ โดยเฉพาะการออกกำลังกาย ซึ่งผลจากการสำรวจ พฤติกรรมการออกกำลังกายของประชากรอายุ 11 ปี ขึ้นไป ในปี 2546 2547 และ 2550 พบว่า มี แนวโน้มของการออกกำลังกายเพิ่มขึ้นเล็กน้อย คือ จากร้อยละ 29.0 เป็น 29.1 และ 29.6 ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2552 : ออนไลน์) ซึ่งรูปแบบของการออกกำลังกายมีหลากหลายตาม ความชอบ และความถนัดของแต่ละบุคคล เช่น การออกกำลังกายโดยเล่นกีฬากลางแจ้ง วิ่ง เดินเร็ว เทนนิส ฟุตบอล และออกกำลังกายในสถานออกกำลังกายที่เปิดบริการ เช่น ฟิตเนส และสปอร์ต คลับต่างๆ ซึ่งภายในสถานออกกำลังกายเหล่านี้จะมีกิจกรรมการออกกำลังกายให้ลูกค้าเลือกใช้ บริการหลากหลาย พร้อมเครื่องมือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ครบครัน และในปัจจุบัน แทบทุกสถานบริการออกกำลังกายมักจะมีรูปแบบการออกกำลังกายที่เรียกว่า โยคะ

โยคะ (Yoga) เป็นทางเลือกหนึ่งให้กับลูกค้าในการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น ซึ่งถือเป็นการ ออกกำลังกายที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่ผู้ที่รักสุขภาพ เนื่องจาก โยคะเป็นการออกกำลังกาย ที่ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นสุขภาพกาย แต่ยังให้ความสำคัญกับสุขภาพใจ เป็นการสร้างสมดุลให้กับ ร่างกาย และจิตใจ มีผลทำให้ผู้ที่ฝึกอย่างสม่ำเสมอมีระบบโครงสร้าง ระบบกล้ามเนื้อแข็งแรง

ยืดหยุ่นสะดวก รูปร่างกระชับสมส่วน ระบบประสาท ระบบการไหลเวียนโลหิต และทุกระบบในร่างกายทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้ระบบต่อมไร้ท่อควบคุมการหลั่งฮอร์โมนออกมาอย่างสมดุล ส่งผลต่อจิตใจ ช่วยให้ผ่อนคลาย หลับสบาย ลดความเครียด จิตมีสมาธิ อันถือได้ว่าโยคะเป็นวิธีแห่งความสุขกายสุขใจอย่างยั่งยืน (น.พ.เอนก และสุนีย์ ยูวจิตติ : 2549) ซึ่งคุณประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกโยคะนั้นกำลังเป็นที่สนใจ และศึกษาจากกลุ่มผู้รักสุขภาพอย่างกว้างขวาง จนเกิดเป็นกระแสนิยมโยคะ เป็นผลทำให้ธุรกิจสถานออกกำลังกายต่างๆ ทั้งฟิตเนส สपोर्टคลับ และศูนย์โยคะ เปิดบริการฝึกสอนโยคะเพิ่มมากขึ้น ทั้งในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใหญ่ๆ ทั่วภูมิภาค

จังหวัดนนทบุรีจัดเป็นพื้นที่ในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ 622.303 ตารางกิโลเมตร (ศูนย์สารสนเทศเพื่อการบริหารและงานปกครอง กระทรวงมหาดไทย : ออนไลน์) แต่มีประชากรหนาแน่นเป็นอันดับ 2 รองจากกรุงเทพมหานคร มีจำนวนประชากร เมื่อสิ้น พ.ศ. 2551 จำนวน 1,052,592 คน ซึ่งประกอบด้วยหลายเชื้อชาติทั้งไทย มอญ และมลายู (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย : ออนไลน์) ปัจจุบันมีสถานออกกำลังกายที่เปิดบริการฝึกสอนโยคะหลายแห่ง ทั้งในรูปแบบของสถานออกกำลังกายฟิตเนส สपोर्टคลับ สโมสร-คลับเข้าสู่ของหมู่บ้าน รวมทั้งที่เปิดเป็นสถานฝึกโยคะ หรือศูนย์โยคะ โดยเฉพาะ ซึ่งแต่ละแห่งต่างก็ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อแข่งขันกันมากขึ้น เช่น การจัดตกแต่งสถานที่สวยงาม มีโปรแกรมชั้นทดลองเรียนฟรี และมีส่วนลดพิเศษต่างๆ ซึ่งลูกค้าที่นิยมมาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่ให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพ สุขภาพ และความงาม

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริการฝึกโยคะในจังหวัดนนทบุรี โดยข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ สถานบริการออกกำลังกาย เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้สอดคล้องหรือตรงกับความต้องการของลูกค้า อันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริการฝึกโยคะ ในจังหวัดนนทบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริการฝึกโยคะ ในจังหวัดนนทบุรี
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการสถานบริการฝึกโยคะ

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ความคาดหวัง หมายถึง ความคิด ความรู้สึกของลูกค้าที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าต่อสถานบริการฝึกโยคะ ว่าควรจะมี ควรจะเป็นเช่นไร

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่ออกกำลังกายโดยใช้การฝึกโยคะ และใช้บริการสถานบริการฝึกโยคะ ในจังหวัดนนทบุรี

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในที่นี้หมายถึงลูกค้าที่ใช้บริการสถานฝึกโยคะในจังหวัดนนทบุรี

สถานบริการฝึกโยคะ หมายถึง สถานบริการออกกำลังกายที่จัดให้มีสถานที่ และอุปกรณ์ รวมทั้งบุคลากร เพื่อฝึกสอน และอำนวยความสะดวกแก่สมาชิกผู้ใช้บริการในการฝึกโยคะ