

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจของสถานออกกำลังกาย” เป็นงานวิจัยที่มุ่งค้นหาปัจจัยที่จะนำไปสู่การโน้มน้าวใจให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการสถานออกกำลังกายเพื่อเป็นที่ออกกำลังกาย โดยเป็นการเปรียบเทียบกลุ่มผู้ที่เป็นสมาชิกของสถานออกกำลังกาย และไม่ได้เป็นสมาชิกของสถานออกกำลังกายภายในกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 แห่ง โดยเป็นการสำรวจเกี่ยวกับลักษณะประชากร, พฤติกรรมเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมทางด้านการออกกำลังกาย เป็นข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ซึ่งจากการวิจัยสามารถแจกแจงข้อมูลตามประเด็นการวิจัยได้ดังต่อไปนี้ คือ



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

| สถานภาพ | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|---------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| โสด | 87 | 77 |
| | 66.9% | 61.1% |
| สมรส | 40 | 49 |
| | 30.7% | 38.9% |
| ไม่ระบุ | 3 | 0 |
| | 2.3% | 0.0% |
| รวม | 127 | 126 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตาราง แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ แยกตามสถานภาพ พบว่าในกลุ่มที่เป็นสมาชิก มีสถานภาพโสดจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 66.9 สถานภาพสมรสจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 และในกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก มีสถานภาพโสดจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 สถานภาพสมรสจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|------------------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| ประถมศึกษา | 3 | 7 |
| | 2.3% | 5.6% |
| มัธยมศึกษา | 11 | 24 |
| | 8.4% | 19.0% |
| ปวช./ปวส หรืออนุปริญญา | 9 | 21 |
| | 6.9% | 16.7% |
| ปริญญาตรี | 74 | 63 |
| | 56.9% | 50.0% |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 30 | 11 |
| | 23.1% | 8.7% |
| ไม่ระบุ | 3 | 0 |
| | 2.3% | 0.0% |
| รวม | 130 | 126 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตาราง แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ แยกตามระดับการศึกษา พบว่าในกลุ่มที่เป็นสมาชิก มีระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 และในกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก มีระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|-----------------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| นักเรียน/นักศึกษา | 26 | 30 |
| | 20.3% | 23.4% |
| ลูกจ้างธุรกิจเอกชน | 31 | 41 |
| | 24.2% | 32.0% |
| ธุรกิจส่วนตัว | 44 | 16 |
| | 34.4% | 12.5% |
| แม่บ้าน | 5 | 8 |
| | 3.9% | 6.3% |
| รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 17 | 28 |
| | 13.3% | 21.9% |
| อื่นๆ | 5 | 5 |
| | 3.9% | 3.9% |
| รวม | 128 | 128 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตาราง แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ แยกตามอาชีพ พบว่าในกลุ่มที่เป็นสมาชิก มีธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 และกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก มีลูกจ้างธุรกิจเอกชนมากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|--------------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 20 | 47 |
| | 15.9% | 36.2% |
| 10,000-20,000 บาท | 28 | 37 |
| | 22.2% | 28.5% |
| 20,001-30,000 บาท | 21 | 21 |
| | 16.7% | 16.2% |
| 30,001-40,000 บาท | 13 | 4 |
| | 10.3% | 3.1% |
| 40,001-50,000 บาท | 14 | 7 |
| | 11.1% | 5.4% |
| มากกว่า 50,000 บาท | 30 | 7 |
| | 23.8% | 5.4% |
| ไม่ระบุ | 0 | 7 |
| | 0.00% | 5.4% |
| รวม | 126 | 130 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตาราง แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ แยกตามระดับรายได้ พบว่าในกลุ่มที่เป็นสมาชิก มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทมากที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และในกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมากที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนช่องทางการรับสื่อข้อมูลทางสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง
(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| ช่องทางการรับสื่อ | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|-------------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| โทรทัศน์ | 91 | 116 |
| นิตยสาร | 84 | 80 |
| บุคคล | 69 | 57 |
| วิทยุ | 42 | 70 |
| ป้ายโฆษณา | 58 | 48 |
| แผ่นพับ | 56 | 49 |
| อินเทอร์เน็ต | 44 | 43 |
| ใบปลิว | 34 | 33 |

จากตารางที่ 5 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถาน
ออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามช่องทางการรับสื่อข้อมูลทางสุขภาพ พบว่า
กลุ่มที่เป็นสมาชิก รับสื่อทางโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 91 คน และในกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก รับสื่อทาง
โทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 116 คน

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละของความถี่ในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับสุขภาพ
ของกลุ่มตัวอย่าง

| ความถี่ | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|--------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| บ่อย | 78 | 69 |
| | 60.9% | 53.9% |
| ไม่ค่อยบ่อย | 35 | 41 |
| | 27.3% | 32.0% |
| นานๆครั้ง | 13 | 16 |
| | 10.2% | 12.5% |
| ไม่เคยได้รับ | 1 | 2 |
| | 0.8% | 1.6% |
| ไม่ระบุ | 1 | 0 |
| | 0.8% | 0.00% |
| รวม | 128 | 128 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 6 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถาน
ออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามความถี่การรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ พบว่ากลุ่มที่
เป็นสมาชิก ตอบว่าบ่อยมากที่สุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 และที่ไม่เป็นสมาชิก ตอบว่า
บ่อยมากที่สุด จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ความคิดเห็น เกี่ยวกับการนำประโยชน์ที่ได้รับจากการรับทราบข้อมูลทางด้านสุขภาพไปใช้ในการดูแลสุขภาพตนเอง ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

| การดูแลสุขภาพ | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|--|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| การส่งเสริมสุขภาพตนเอง ให้แข็งแรงอยู่เสมอ | 121 | 113 |
| การป้องกันและควบคุมโรค | 74 | 58 |
| การรักษาพยาบาลตนเองใน เบื้องต้น | 45 | 57 |
| การฟื้นฟูสภาพ | 26 | 26 |
| อื่นๆ | 3 | 2 |

จากตารางที่ 7 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามการตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการนำประโยชน์ที่ได้รับจากการรับทราบข้อมูลทางด้านสุขภาพไปใช้ในการดูแลสุขภาพตนเอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิก นำไปใช้ในการส่งเสริมสุขภาพตนเองมากที่สุด จำนวน 121 คน และกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก นำไปใช้ในการส่งเสริมสุขภาพตนเองมากที่สุด จำนวน 113 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ช่องทางการรับข่าวสารเกี่ยวกับสถานออกกำลังกายโดยทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

| ช่องทางการรับข่าวสาร | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|-------------------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| บุคคลที่รู้จัก | 82 | 73 |
| โทรทัศน์ | 46 | 90 |
| ป้ายโฆษณา | 69 | 57 |
| นิตยสาร | 61 | 64 |
| แผ่นพับ | 52 | 35 |
| ใบปลิว | 34 | 30 |
| วิทยุ | 20 | 39 |
| การสาธิตตามสถานที่ชุมชน | 20 | 32 |
| อินเทอร์เน็ต | 15 | 20 |
| อื่นๆ | 0 | 1 |

จากตารางที่ 8 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามช่องทางการรับข่าวสารเกี่ยวกับสถานออกกำลังกาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิก ได้รับข่าวสารจากบุคคลที่รู้จักมากที่สุด จำนวน 82 คน และกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก ได้รับข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 90 คน

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 แสดง ช่องทางการได้รับการชักชวนให้เป็นสมาชิกของสถานออกกำลังกายโดยทั่วไป (Fitness Center) ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

| | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|--|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| ชักชวนด้วยพนักงานขาย (Salesman) | 70 | 48 |
| การให้ทดลองใช้บริการ | 70 | 40 |
| ได้ฟังโฆษณาประชาสัมพันธ์ | 39 | 50 |
| การชักชวนจากคนรู้จักพร้อมเสนอส่วนลดค่าสมาชิก | 47 | 41 |
| ไม่เคย | 5 | 32 |

จากตารางที่ 9 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามช่องทางการได้รับการชักชวนให้เป็นสมาชิกของสถานออกกำลังกาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกได้รับการชักชวนด้วยบุคคลและการให้ทดลองใช้บริการเท่ากัน จำนวน 70 คน และกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก ได้ฟังโฆษณาประชาสัมพันธ์มากที่สุด จำนวน 50 คน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมด้านการออกกำลังกาย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละเกี่ยวกับระยะเวลาการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

| ระยะเวลา | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|---------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| น้อยกว่า 1 ปี | 49 | 25 |
| | 38.3% | 19.5% |
| 1-2 ปี | 37 | 23 |
| | 28.9% | 18.0% |
| 3-4 ปี | 7 | 22 |
| | 5.5% | 17.2% |
| มากกว่า 4 ปี | 35 | 56 |
| | 27.3% | 43.8% |
| ไม่ระบุ | 0 | 2 |
| | 0.00% | 1.6% |
| รวม | 128 | 128 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 10 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามระยะเวลาการออกกำลังกาย พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิก มีระยะเวลาการออกกำลังกายน้อยกว่า 1 ปีมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 และในกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก มีการออกกำลังกายมามากกว่า 4 ปี มากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้รู้สึกอยากออกกำลังกาย ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

| ปัจจัย | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|------------------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| อยากมีสุขภาพดี | 120 | 119 |
| ผ่อนคลายความเครียด | 71 | 78 |
| อยากมีรูปร่างดี | 75 | 60 |
| เพื่อนำบัตรรักษาสุขภาพ | 46 | 47 |
| เพื่อความสนุกสนาน | 31 | 37 |
| อยากมาเจอเพื่อน | 18 | 22 |
| กำลังเป็นที่นิยม | 3 | 2 |
| อื่นๆ | 0 | 2 |

จากตารางที่ 11 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถาน ออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้รู้สึกอยาก ออกกำลังกาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิก อยากมีสุขภาพดีมากที่สุด จำนวน 120 คน และกลุ่ม ที่ไม่เป็นสมาชิกอยากมีสุขภาพดีมากที่สุด จำนวน 119 คน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละเกี่ยวกับความเห็นเกี่ยวกับ “คนในสังคมมาออกกำลังกายกันมากขึ้น เป็นเรื่องของกระแสความนิยมทางสังคม” ของกลุ่มตัวอย่าง

| ความคิดเห็น | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|-------------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| ไม่เห็นด้วยเลย | 6 | 12 |
| | 4.7% | 9.4% |
| ไม่เห็นด้วย | 34 | 31 |
| | 26.6% | 24.2% |
| เห็นด้วย | 82 | 62 |
| | 64.1% | 48.4% |
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 6 | 21 |
| | 4.7% | 16.4% |
| ไม่ระบุ | 0 | 2 |
| | 0.0% | 1.6% |
| รวม | 128 | 128 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 12 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถาน ออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามความเห็นเกี่ยวกับ “คนในสังคมมาออกกำลังกายกันมากขึ้น เป็นเรื่องของกระแสความนิยมทางสังคม” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกตอบว่าเห็น ด้วยมากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 และกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก ตอบว่าเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละของสถานะการเป็นสมาชิกของสถานออกกำลังกายในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง

| สถานที่ | ปัจจุบันเป็นสมาชิกของสถาน ออกกำลังกายหรือไม่ | |
|---------------|---|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| ย่านปิ่นเกล้า | 0 | 32 |
| | 0.0% | 25.0% |
| ย่านพระราม3 | 0 | 32 |
| | 0.0% | 25.0% |
| Fitness First | 32 | 0 |
| | 25.0% | 0.0% |
| Leader | 32 | 0 |
| | 25.0% | 0.0% |
| Yes Fitness | 32 | 0 |
| | 25.0% | 0.0% |
| สวนรถไฟ | 0 | 32 |
| | 0.0% | 25.0% |
| สวนลุมฯ | 0 | 32 |
| | 0.0% | 25.0% |
| SPORT CITY | 32 | 0 |
| | 25.0% | 0.0% |
| รวม | 128 | 128 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 13 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามสถานที่ออกกำลังกาย

ตารางที่ 14 แสดงระดับความสำคัญของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่ทำให้คุณเลือกที่จะมาออกกำลังกายที่สถานออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

| ปัจจัย | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|--|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| ทำเลที่ตั้งดี สะดวกในการเดินทาง และในการทำการกิจอื่นๆต่อ | 202 | 183 |
| ตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน | 127 | 125 |
| สภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี | 93 | 58 |
| ราคา | 88 | 20 |
| มีคนรู้จักชักชวนมาใช้บริการ | 55 | 18 |
| พนักงาน หรือผู้ฝึกบริการดี | 59 | 10 |
| มีบริการให้เลือกใช้มาก | 56 | 10 |
| ชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ | 45 | 15 |
| พบเห็นโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ | 23 | 7 |

จากตารางที่ 14 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ ที่เป็นสมาชิกสถานออกกำลังกาย จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่ทำให้คุณเลือกที่จะมาออกกำลังกายที่สถานออกกำลังกาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งดี สะดวกในการเดินทาง และในการทำการกิจอื่นๆต่อ มากที่สุด จำนวน 202 คน และกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง มากที่สุด จำนวน 183 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เลือกไม่มาออกกำลังกายยังสถานที่ออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

| ปัจจัย | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง |
|--------------------------------|------------------------|
| | ไม่เป็นสมาชิก |
| สามารถออกกำลังกายที่อื่นได้ | 59 |
| การเดินทางไม่สะดวก | 39 |
| ไม่มีเวลา | 35 |
| กลัวไม่คุ้มค่ากับราคาที่เสียไป | 34 |
| คนเยอะ | 14 |
| ไม่สนุก | 12 |
| ซีเกียจ | 9 |
| ไม่มีเพื่อน | 6 |
| อื่นๆ | 4 |

จากตารางที่ 15 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ ที่ไม่เป็นสมาชิกสถานออกกำลังกาย จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เลือกไม่มาออกกำลังกายยังสถานที่ออกกำลังกาย พบว่า กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกมีความคิดเห็นที่สามารถออกกำลังกายที่อื่นได้ มากที่สุด จำนวน 59 คน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละของลักษณะการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

| ลักษณะ | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|----------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| คนเดียว | 56 | 50 |
| | 43.8% | 39.1% |
| ครอบครัว | 19 | 15 |
| | 14.8% | 11.7% |
| เพื่อน | 53 | 58 |
| | 41.4% | 45.3% |
| อื่นๆ | 0 | 3 |
| | 0.0% | 2.3% |
| ไม่ระบุ | 0 | 2 |
| | 0.0% | 1.6% |
| รวม | 128 | 128 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 16 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถาน ออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามลักษณะการออกกำลังกาย พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นสมาชิกออกกำลังกายคนเดียวมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และกลุ่มที่ ไม่เป็นสมาชิก ออกกกำลังกายกับเพื่อนมากที่สุดจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละของลักษณะการออกกำลังกายในลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างชอบ

| ลักษณะการออกกำลังกาย | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|--|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| การออกกำลังกายเดี่ยว (เช่น วิ่ง, เต้น) | 52 | 73 |
| | 40.6% | 57.0% |
| การออกกำลังกายประกอบดนตรีโดยเล่นเป็นกลุ่ม (เช่น แอโรบิก) | 24 | 21 |
| | 18.8 % | 16.4% |
| การใช้เครื่องมือช่วยในการออกกำลังกาย | 24 | 10 |
| | 18.8% | 7.8% |
| การออกกำลังกายที่มีผู้เชี่ยวชาญให้การแนะนำอย่างใกล้ชิด | 12 | 1 |
| | 9.4% | .8% |
| การเล่นในลักษณะของการเล่นกีฬา (เช่น ฟุตบอล เทนนิส) | 12 | 23 |
| | 9.4 % | 18.0% |
| อื่นๆ | 4 | 0 |
| | 3.1% | .0% |
| รวม | 128 | 128 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 17 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกลักษณะการออกกำลังกายในลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างชอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกชอบการออกกำลังกายเดี่ยว (เช่น วิ่ง เต้น) มากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกชอบออกกำลังกายเดี่ยวมากที่สุด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละของวันส่วนใหญ่ ที่ใช้ในการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

| วันที่ออกกำลังกาย | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|--------------------------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| วันจันทร์-วันศุกร์ | 63 | 39 |
| | 49.2% | 30.5% |
| วันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุด | 5 | 19 |
| | 3.9% | 14.8% |
| ทุกวัน | 18 | 21 |
| | 14.1% | 16.4% |
| ไม่แน่นอน | 40 | 49 |
| | 31.3% | 38.3% |
| ไม่ระบุ | 2 | 0 |
| | 1.6% | 0.00% |
| รวม | 128 | 128 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 18 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามวันส่วนใหญ่ ที่ใช้ในการออกกำลังกาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกออกกำลังกายในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 และกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกออกกำลังกายในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละของช่วงเวลาที่มีมักจะออกกำลังกาย ของกลุ่มตัวอย่าง

| เวลาที่ออกกำลังกาย | ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง | |
|------------------------------------|------------------------|---------------|
| | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก |
| 7.00-10.00 น. | 7 | 15 |
| | 5.5% | 11.8% |
| 16.00-20.00 น. | 85 | 91 |
| | 66.4% | 71.7% |
| มักออกกำลังกายทั้งวัน ไปเรื่อยๆ | 5 | 1 |
| | 3.9% | .8% |
| ไม่แน่นอน | 26 | 18 |
| | 20.3% | 14.2% |
| อื่นๆไปรกระบุน | 3 | 2 |
| | 2.3% | 1.6% |
| ไม่ระบุ | 3 | 0 |
| | 2.3% | 0.0% |
| รวม | 129 | 127 |
| | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 19 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการ และไม่ใช้บริการของสถาน ออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามช่วงเวลาที่มีมักจะออกกำลังกาย พบว่ากลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นสมาชิกออกกำลังกายในเวลา 16.00-20.00 มากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 และกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกออกกำลังกายในเวลา 16.00-20.00 มากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็น ร้อยละ 71.7

จำแนกข้อมูล เฉพาะกลุ่มที่เป็นสมาชิกสถานออกกำลังกายโดยแบ่งตามกลุ่มอายุ

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนช่องทางการรับสื่อข้อมูลทางสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง

| สื่อ | อายุ | | | |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| โทรทัศน์ | 20 | 28 | 25 | 18 |
| นิตยสาร | 18 | 24 | 26 | 16 |
| บุคคล | 19 | 18 | 13 | 19 |
| ป้าย โฆษณา | 20 | 16 | 11 | 11 |
| แผ่นพับ | 14 | 17 | 16 | 9 |
| อินเทอร์เน็ต | 16 | 11 | 13 | 4 |
| วิทยุ | 11 | 8 | 14 | 9 |
| ใบปลิว | 13 | 9 | 10 | 2 |

จากตารางที่ 20 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุเกี่ยวกับช่องทางการรับข้อมูลทางสุขภาพ พบว่าในกลุ่มอายุ 10-22 ปี รับข้อมูลทางโทรทัศน์และป้ายโฆษณามากที่สุด จำนวน 20 คน คน กลุ่มอายุ 23-35 ปี รับข้อมูลทางโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 28 คน กลุ่มอายุ 36-48 ปี รับข้อมูลทางนิตยสารมากที่สุด จำนวน 26 คน และกลุ่มอายุ 49-61 ปีรับข้อมูลทาง บุคคลมากที่สุด จำนวน 19 คน

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละของความถี่ในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆด้านสุขภาพ
ของกลุ่มตัวอย่าง

| ความถี่ | อายุ | | | |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| บ่อย | 15 | 22 | 20 | 21 |
| | 46.9% | 71.0% | 62.5% | 65.6% |
| ไม่ค่อยบ่อย | 12 | 5 | 9 | 9 |
| | 37.5% | 16.1% | 28.1% | 28.1% |
| นานๆครั้ง | 4 | 5 | 3 | 2 |
| | 12.5% | 12.9% | 9.4% | 6.3% |
| ไม่เคยได้รับ | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | 3.1% | .0% | .0% | .0% |
| รวม | 32 | 32 | 32 | 32 |
| | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 21 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่ม
จากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุเกี่ยวกับการรับข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆด้านสุขภาพ
พบว่าในทุกกลุ่มอายุตอบว่าบ่อยมากที่สุด โดยในกลุ่มอายุ 10-22 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ
46.9 กลุ่มอายุ 23-35 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 กลุ่มอายุ 36-48 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.5
และกลุ่มอายุ 49-61 ปี จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 65.6

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ความคิดเห็น เกี่ยวกับการนำประโยชน์ที่ได้รับจากการรับทราบข้อมูล ทางด้านสุขภาพไปใช้ในการดูแลสุขภาพตนเองของกลุ่มตัวอย่าง

| การนำไปใช้ประโยชน์ | อายุ | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| การส่งเสริมสุขภาพตนเองให้แข็งแรงอยู่เสมอ | 30 | 30 | 31 | 30 |
| การป้องกันและควบคุมโรค | 18 | 16 | 20 | 20 |
| การรักษาพยาบาลตนเองในเบื้องต้น | 11 | 7 | 10 | 17 |
| การฟื้นฟูสภาพ | 4 | 8 | 8 | 6 |
| อื่นๆ | 2 | 0 | 1 | 0 |

จากตารางที่ 22 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่ม จากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุเกี่ยวกับการนำประโยชน์ที่ได้รับจากการรับทราบข้อมูล ทางด้านสุขภาพไปใช้ในการดูแลตนเอง พบว่าในทุกกลุ่มใช้ในการส่งเสริมสุขภาพตนเองให้แข็งแรง มากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ช่องทางการรับข่าวสารเกี่ยวกับสถานออกกำลังกาย (เรียงลำดับ) ของกลุ่มตัวอย่าง

| สื่อ | อายุ | | | |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| บุคคลที่รู้จัก | 23 | 23 | 18 | 18 |
| ป้ายโฆษณา | 22 | 13 | 18 | 16 |
| นิตยสาร | 12 | 16 | 15 | 18 |
| แผ่นพับ | 13 | 11 | 17 | 11 |
| โทรทัศน์ | 10 | 14 | 13 | 9 |
| ใบปลิว | 8 | 7 | 8 | 11 |
| วิทยุ | 6 | 4 | 5 | 5 |
| การสาธิตตามสถานที่ชุมชน | 7 | 2 | 3 | 8 |
| อินเทอร์เน็ต | 6 | 3 | 5 | 1 |

จากตารางที่ 23 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุเกี่ยวกับช่องทางการรับข่าวสารเกี่ยวกับการออกกำลังกาย พบว่า ในกลุ่มอายุ 10-22 ปี รับข่าวสารทางบุคคลที่รู้จักมากที่สุด จำนวน 23 คน ในกลุ่มอายุ 23-35 ปีรับข่าวสารทางบุคคลที่รู้จักมากที่สุด จำนวน 23 คน กลุ่มอายุ 36-48 ปีรับข่าวสารทางบุคคลที่รู้จัก และป้ายโฆษณามากที่สุดเท่ากัน จำนวน 18 คน และกลุ่มอายุ 49-61 ปีรับข่าวสารทางบุคคลที่รู้จักและนิตยสารมากที่สุดเท่ากัน จำนวน 18 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมด้านการออกกำลังกาย

ตารางที่ 24 แสดง ช่องทางการได้รับการชักชวนให้เป็นสมาชิกของสถานออกกำลังกาย (Fitness Center) ของกลุ่มตัวอย่าง

| ช่องทางการชักชวน | อายุ | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| ชักชวนด้วยบุคคล (Saleman) | 19 | 17 | 16 | 18 |
| การให้ทดลองใช้บริการ | 18 | 18 | 17 | 17 |
| ได้ฟังโฆษณาประชาสัมพันธ์ | 13 | 2 | 13 | 11 |
| การชักชวนจากคนรู้จักพร้อมเสนอส่วนลดค่าสมาชิก | 9 | 17 | 9 | 12 |
| ไม่เคย | 2 | 0 | 1 | 2 |

จากตารางที่ 24 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุเกี่ยวกับช่องทางการได้รับการชักชวนให้เป็นสมาชิกของสถานออกกำลังกาย พบว่า ในกลุ่มอายุ 10-22 ปี ได้รับการชักชวนด้วยบุคคลมากที่สุด จำนวน 19 ในกลุ่มอายุ 23-35 ปี ได้รับการให้ทดลองใช้บริการมากที่สุด จำนวน 18 คน กลุ่มอายุ 36-48 ปี ได้รับการให้ทดลองใช้บริการมากที่สุด จำนวน 17 คน และในกลุ่มอายุ 49-61 ปี ได้รับการชักชวนด้วยบุคคลมากที่สุด จำนวน 18 คน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละเกี่ยวกับระยะเวลาการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

| ระยะเวลา | อายุ | | | | รวม |
|---------------|----------|----------|----------|----------|--------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี | |
| น้อยกว่า 1 ปี | 14 | 18 | 12 | 5 | 49 |
| | 43.8% | 56.3% | 37.5% | 15.6% | 38.3% |
| 1-2 ปี | 10 | 9 | 10 | 8 | 37 |
| | 31.3% | 28.1% | 31.3% | 25.0% | 28.9% |
| 3-4 ปี | 0 | 1 | 3 | 3 | 7 |
| | .0% | 3.1% | 9.4% | 9.4% | 5.5% |
| มากกว่า 4 ปี | 8 | 4 | 7 | 16 | 35 |
| | 25.0% | 12.5% | 21.9% | 50.0% | 27.3% |
| รวม | 32 | 32 | 32 | 32 | 128 |
| | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 25 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุต่างๆ เกี่ยวกับระยะเวลาการออกกำลังกาย พบว่าในกลุ่มอายุ 10-22 ปี ออกกำลังกายมาน้อยกว่า 1 ปีมากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 กลุ่มอายุ 23-35 ปี น้อยกว่า 1 ปี มากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 กลุ่มอายุ 36-48 ปี น้อยกว่า 1 ปี มากที่สุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และในกลุ่ม 49-61 ปี ออกกำลังกายมามากกว่า 4 ปี มากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 50

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้รู้สึกอยากออกกำลังกาย
ของกลุ่มตัวอย่าง

| ปัจจัย | อายุ | | | |
|-----------------------|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| อยากมีสุขภาพดี | 29 | 30 | 32 | 29 |
| อยากมีรูปร่างดี | 26 | 25 | 13 | 11 |
| ผ่อนคลายความเครียด | 17 | 19 | 20 | 15 |
| เพื่อบำบัดรักษาสุขภาพ | 9 | 6 | 13 | 18 |
| เพื่อความสนุกสนาน | 13 | 11 | 5 | 2 |
| อยากมาเจอเพื่อน | 8 | 5 | 1 | 4 |
| กำลังเป็นที่นิยม | 1 | 0 | 2 | 0 |

ตารางที่ 26 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจาก
ประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้รู้สึกอยากออก
กำลังกาย พบว่า ในทุกกลุ่มอยากมีสุขภาพดีมากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละเกี่ยวกับความเห็นเกี่ยวกับ "คนในสังคมมาออกกำลังกายกันมากขึ้น เป็นเรื่องของกระแสความนิยมทางสังคม" ของกลุ่มตัวอย่าง

| ความคิดเห็น | อายุ | | | |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| ไม่เห็นด้วยเลย | 1 | 1 | 1 | 3 |
| | 3.1% | 3.1% | 3.1% | 9.4% |
| ไม่เห็นด้วย | 8 | 5 | 8 | 13 |
| | 25.0% | 15.6% | 25.0% | 40.6% |
| เห็นด้วย | 22 | 24 | 22 | 14 |
| | 68.8% | 75.0% | 68.8% | 43.8% |
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 1 | 2 | 1 | 2 |
| | 3.1% | 6.3% | 3.1% | 6.3% |
| รวม | 32 | 32 | 32 | 32 |
| | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 27 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุต่างๆ เกี่ยวกับความเห็นเกี่ยวกับ "คนในสังคมมาออกกำลังกายกันมากขึ้น เป็นเรื่องของกระแสความนิยมทางสังคม" พบว่า ในทุกกลุ่มอายุ ตอบเห็นด้วยมากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงระดับความสำคัญของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่ทำให้คุณเลือกที่จะมา
ออกกำลังกายที่สถานออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

| ปัจจัย | อายุ | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| ทำเลที่ตั้งดี สะดวกในการเดินทาง และในการทำภารกิจอื่นๆ ต่อ | 42 | 52 | 49 | 59 |
| ตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน | 30 | 29 | 48 | 20 |
| สภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี | 15 | 15 | 29 | 34 |
| ราคา | 18 | 32 | 13 | 25 |
| มีคนรู้จักชักชวนมาใช้บริการ | 21 | 19 | 8 | 7 |
| พนักงาน หรือผู้ให้บริการดี | 15 | 18 | 14 | 12 |
| มีบริการให้เลือกใช้มาก | 12 | 12 | 15 | 17 |
| ชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ | 12 | 11 | 11 | 11 |
| พบเห็นโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ | 9 | 4 | 3 | 7 |

จากตารางที่ 28 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่ม
จากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุเกี่ยวกับในทุกกลุ่มให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งดี สะดวก
ในการเดินทาง และในการทำภารกิจอื่นๆต่อ มากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละของลักษณะการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

| ลักษณะ | อายุ | | | |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| คนเดียว | 8 | 12 | 21 | 15 |
| | 25.0% | 37.5% | 65.6% | 46.9% |
| ครอบครัว | 5 | 4 | 4 | 6 |
| | 15.6% | 12.5% | 12.5% | 18.8% |
| เพื่อน | 19 | 16 | 7 | 11 |
| | 59.4% | 50.0% | 21.9% | 34.4% |
| อื่นๆ | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | .0% | .0% | .0% | .0% |
| รวม | 32 | 32 | 32 | 32 |
| | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 29 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุต่างๆ เกี่ยวกับลักษณะการออกกำลังกาย พบว่า ในกลุ่มอายุ 10-22 ปี และกลุ่มอายุ 23-35 ปีออกกำลังกายกับเพื่อนมากที่สุด กลุ่มอายุ 36-48 ปี และในกลุ่มอายุ 49-61 ปีออกกำลังกายคนเดียวมากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละของลักษณะการออกกำลังกายในลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างชอบ

| ลักษณะการออกกำลังกาย | อายุ | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| การออกกำลังกายเดี่ยว (เช่น วิ่ง, เดิน) | 11 | 9 | 15 | 17 |
| | 34.4% | 29.0% | 48.4% | 53.1% |
| การออกกำลังกายประกอบดนตรี โดยเล่นเป็นกลุ่ม (เช่น แอโรบิก) | 7 | 8 | 3 | 6 |
| | 21.9% | 25.8% | 9.7% | 18.8% |
| การใช้เครื่องมือช่วยในการออกกำลังกาย | 5 | 7 | 5 | 7 |
| | 15.6% | 22.6% | 16.1% | 21.9% |
| การออกกำลังกายที่มีผู้เชี่ยวชาญให้การแนะนำอย่างใกล้ชิด | 3 | 4 | 3 | 2 |
| | 9.4% | 12.9% | 9.7% | 6.3% |
| การเล่นในลักษณะของการเล่นกีฬา (เช่น ฟุตบอล เทนนิส) | 6 | 2 | 4 | 0 |
| | 18.8% | 6.5% | 12.9% | .0% |
| อื่นๆ | 0 | 2 | 2 | 0 |
| | .0% | 3.2% | 3.2% | .0% |
| รวม | 32 | 32 | 32 | 32 |
| | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 30 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุเกี่ยวกับลักษณะการออกกำลังกาย พบว่าในทุกกลุ่มตัวอย่าง ชอบออกกำลังกายแบบเดี่ยว ๆ มากที่สุด

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละของวันส่วนใหญ่ ที่ใช้ในการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

| เวลา | อายุ | | | |
|--------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| วันจันทร์-วันศุกร์ | 16 | 14 | 16 | 17 |
| | 50.0% | 45.2% | 51.6% | 53.1% |
| วันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุด | 0 | 0 | 3 | 2 |
| | .0% | .0% | 9.7% | 6.3% |
| ทุกวัน | 5 | 6 | 1 | 6 |
| | 15.6% | 19.4% | 3.2% | 18.8% |
| ไม่แน่นอน | 11 | 12 | 12 | 7 |
| | 34.4% | 35.5% | 35.5% | 21.9% |
| รวม | 32 | 32 | 32 | 32 |
| | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 31 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่มจากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุเกี่ยวกับวันที่ใช้ในการออกกำลังกาย พบว่าในทุกกลุ่มออกกำลังกายในวันจันทร์ - ศุกร์มากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละของช่วงเวลาที่มีมักจะออกกำลังกาย ของกลุ่มตัวอย่าง

| เวลา | อายุ | | | |
|------------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| | 10-22 ปี | 23-35 ปี | 36-48 ปี | 49-61 ปี |
| 7.00-10.00 น. | 0 | 2 | 2 | 3 |
| | .0% | 6.5% | 6.5% | 9.4% |
| 16.00-20.00 น. | 18 | 21 | 21 | 25 |
| | 56.3% | 67.7% | 67.7% | 78.1% |
| มักออกกำลังกายทั้งวัน ไปเรื่อยๆ | 2 | 2 | 1 | 0 |
| | 6.3% | 6.5% | 3.2% | .0% |
| ไม่แน่นอน | 10 | 5 | 8 | 4 |
| | 31.3% | 16.1% | 22.6% | 12.5% |
| อื่นๆโปรดระบุ | 2 | 2 | 0 | 0 |
| | 6.3% | 3.2% | .0% | .0% |
| รวม | 32 | 32 | 32 | 32 |
| | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

จากตารางที่ 32 แสดงกลุ่มตัวอย่างประชากรของผู้ที่มาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย สุ่ม จากประชากรกลุ่มต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุต่างๆ เกี่ยวกับช่วงเวลา而出กำลังกาย พบว่าในทุก กลุ่ม ออกกำลังกายในช่วง 16.00-20.00 มากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทสัมภาษณ์

ต่อไปนี้เป็นผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และพนักงานในส่วนการทำงานต่าง ๆ จากทั้ง 4 สถานออกกำลังกายที่เลือกมาเป็นตัวอย่างในการศึกษาวิจัย โดยไม่ระบุชื่อสถานที่ออกกำลังกาย และบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ เพื่อนำเสนอเปรียบเทียบ รูปแบบของกลุ่มเป้าหมาย, vision statement, การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์, การสร้างบรรยากาศ, การฝึกอบรมพนักงาน, สื่อที่มีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจ, จำนวนสมาชิก และความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่คนมาออกกำลังกายกันมากขึ้น ว่าแต่ละสถานออกกำลังกายมีลักษณะเป็นไปในทิศทางใด มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อเป็นการให้เห็นภาพโดยรวมของสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่งได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

โดยวิธีการนำเสนอจะนำเสนอเป็นตาราง เพื่อให้ง่ายต่อการนำมาเปรียบเทียบความเหมือน และความแตกต่างกันของสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่ง ดังต่อไปนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานออกกำลังกาย

| | สถานออกกำลังกาย A | สถานออกกำลังกาย B | สถานออกกำลังกาย C | สถานออกกำลังกาย D |
|-------------------------|---|--|--|---|
| กลุ่มเป้าหมาย | อายุ 25-40 ปีมากที่สุด เป็นผู้หญิง 60 % มีบุคลิกเป็นแบบ active | คนที่รักสุขภาพ อายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไป | ตั้งแต่มีวัยมปลายถึงเจ้าของกิจการ กลุ่มที่รักสุขภาพ รักงาน รายได้ต่อเนื่องหมื่นกว่าขึ้นไป | อายุระหว่าง 18-70 ปี กลุ่มนักศึกษาถึงกลุ่มผู้บริหาร มีความสามารถจ่ายค่าสมาชิกได้ |
| Vision Statement | ให้บริการทางด้านสุขภาพที่ได้มาตรฐาน คุ่มค่ากับสมาชิก ด้วยราคาที่สมเหตุสมผล | เน้นทำกรออกกำลังกายที่ได้ผล ลูกค้าเห็นผลที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน | Quality life Quality time คือชีวิตที่มีคุณค่ากับการใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ | การทำให้คนมีความสุข มีช่วงเวลาที่ดี และได้ผลเกี่ยวกับ การออกกำลังกาย |
| การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ | การโฆษณาประชาสัมพันธ์ช่วยในเรื่องการสร้าง Brand แต่การโน้มน้าวใจจะเป็นแบบ word of mouth | ไม่เน้นที่เป็น media ใหญ่ ๆ ตอนนี้จะเป็นการแจกใบปลิว billboard และการบอกต่อปากต่อปาก | มีการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักในระยะแรก แต่ตอนนี้จะเน้นที่ Local marketing มากขึ้น | ในระยะแรกก็จะเน้นที่สื่อใหญ่ต่าง เพื่อให้เป็นที่รู้จัก ตอนนี้จะเน้นที่เรื่องการแนะนำต่อ ๆ กัน |

| | สถานออกกำลังกาย A | สถานออกกำลังกาย B | สถานออกกำลังกาย C | สถานออกกำลังกาย D |
|---------------------------------|--|--|--|---|
| การสร้าง บรรยากาศ | เป็นเหมือนบ้านอีกหลังหนึ่ง ที่เมื่อเข้ามาแล้วรู้สึกผ่อนคลาย สบาย สบายใจ | เน้นบรรยากาศแบบโปร่ง โล่ง สบาย มีความสะดวกในด้าน ต่าง ๆ เช่น ที่จอดรถที่ถูกรอบ ๆ | ผ่อนคลาย สบาย ๆ เหมือน การได้มาพักผ่อน และมีบริการ ให้บริการที่ดี เพื่อให้เกิด บรรยากาศที่ดีอีกทางหนึ่ง | บรรยากาศแบบเปิด มีสีสัน สดใส น่าตื่นเต้น ทุกคน สามารถมองเห็นกันทั้งหมด |
| การฝึกอบรม พนักงาน | ทุกสาขาต้องได้มาตรฐาน เหมือนกัน ต้องมีบุคลากรที่ ดี เข้ากับคนอื่นได้ง่าย | เน้นที่เรื่องของบริการเป็น สิ่งแรก ซึ่งต้องเป็นมาตรฐาน เดียวกับที่อเมริกา | ด้านการพูด บุคลิก ภาพลักษณ์ การพูดจากับ ลูกค้า | การอบรมเกี่ยวกับงานที่ทำ , การบริการลูกค้า และการดูแล ตนเอง การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี |
| สื่อที่ทำให้เกิด ประสิทธิภาพ | สื่อบุคคลดีกว่า เพราะ strong และมีความน่าเชื่อถือ | มีข้อดีแตกต่างกัน เพราะ สื่อมวลชนก็ทำให้ของเราเป็นที่รู้จัก แต่สื่อบุคคลเป็นสิ่งที่ทำให้ เกิดความประทับใจ | สื่อมวลชนแค่ทำให้สถานออก กำลังกายของเราเป็นที่รู้จัก แต่ สื่อบุคคลทำให้คนเลือกที่จะใช้ บริการของเรา | การใช้สื่อมวลชนมีค่าใช้จ่ายที่ สูง แต่ผลที่ออกมาก็ไม่แตกต่าง จากการบอกต่อแบบปากต่อ ปาก |
| จำนวนสมาชิก | รวม 8 สาขา ประมาณ 28000 คน เป็นชาย 40% หญิง 60% | ประมาณ 2000 คน เป็นชาย 40% หญิง 60% | ประมาณ 1500 คน เป็นชาย หญิงอย่างละครึ่ง | ประมาณ 1500 คน |

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| สาเหตุที่คนหันมา ออกกำลังกายกัน มากขึ้น | ส่วนหนึ่งเกิดจาก กระแส สังคม แต่เมื่อทุกคนได้ลอง แล้วก็รู้สึกดีกับตนเอง และทำ ต่อไปเรื่อยๆ | กระแสสังคมเป็นส่วนหนึ่ง แต่ เมื่อเข้ามาลองสัมผัสแล้วก็ จะต้องได้อะไรที่ดีกลับไป | คิดเป็นเรื่องของ Trend ที่จะ อยู่ไปตลอด ไม่ใช่เป็นเพียง Fashion ที่เข้าแล้วก็ออกไป | เป็นกระแส แต่เป็นกระแสระยะ ยาว ไม่ใช่สิ่งที่อยู่แล้วไปอย่าง รวดเร็ว |
|---|---|---|--|---|



คำสัมภาษณ์พนักงานสถานออกกำลังกาย

| | สถานออกกำลังกาย A | สถานออกกำลังกาย B | สถานออกกำลังกาย C | สถานออกกำลังกาย D |
|---|--|---|--|--|
| การมีขอบรมก่อนการปฏิบัติงานจริง | การอบรมเกี่ยวกับงานที่ต้องทำ และมีกรเพิ่มเติมในส่วนของคุณภาพ และการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า | มีการอบรมเกี่ยวกับงานที่ ทำ และการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และการสร้างบุคลิกภาพให้ กับตนเอง | การอบรมเกี่ยวกับงานที่ต้องทำ เรื่องบุคลิกภาพ และ concept ของสถานออกกำลังกาย | มีการอบรมเกี่ยวกับงานที่ต้องทำ ว่าต้องทำอะไรบ้าง และอย่างไร |
| คุณสมบัติในการคัดเลือกบุคคล | ควรมีความรู้ หรือประสบการณ์ ในงานที่ทำ ต้องมีบุคลิกที่ดี มี รูปร่างที่แข็งแรงสมส่วน รักงาน ด้านการบริการ | ไม่มีกำหนดคุณสมบัติอะไร มาก นัก จะดูบุคลิกภาพโดยรวม การ พูดจา ไหวพริบ | แตกต่างกันไปตามตำแหน่ง แต่ ที่มีส่วนร่วม คือ ต้องรักงาน ทางด้านบริการ และมี บุคลิกภาพที่ดี | ควรมีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ต้อง ทำ รักรงานด้านบริการที่ดี |
| การโน้มน้าวใจให้ลูกค้าเกิดความ ต้องการออกกำลังกาย | การทักทาย และสร้างความ เป็นกันเอง ทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นส่วน หนึ่ง | พยายามสร้างความ เป็นกันเอง และพยายามชี้ให้เห็นว่าจะได้ อะไรถ้าคุณออกกำลังกาย | ต้องรู้ความต้องการที่แท้จริง แล้ว ตอบสนองในสิ่งที่เขาต้องการ | พยายามชี้ให้เห็นประโยชน์ และ สิ่งที่จะได้รับเมื่อมาออกกำลังกาย อย่างสม่ำเสมอ คอยให้ ความช่วยเหลือ และคำแนะนำ |

| สถานการณ์ | สถานการณ์ A | สถานการณ์ B | สถานการณ์ C | สถานการณ์ D |
|---|---|--|---|---|
| ปัจจัยอะไรในตัวพนักงานที่ทำให้สามารถโน้มน้าวใจได้ | ความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ความเต็มใจให้บริการ | ความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส และรูปร่าง บุคลิกภาพที่ต้อง สามารถเป็นต้นแบบได้ | บุคลิกภาพที่ดี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี | สถานออกกำลังกาย D บุคลิก และรูปร่างของพนักงาน เป็นแรงบันดาลใจ และ ภาพลักษณ์ที่ดีของสถานออก กำลังกาย |
| สื่อที่ทำให้เกิดประสิทธิผล | สื่อบุคคล น่าจะมีประสิทธิภาพมากกว่า แต่สื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ทำให้คนรู้จักได้มากกว่า | สื่อบุคคล โดยเฉพาะสื่อบุคคลที่เป็นตัวพนักงานของสถานออกกำลังกายเอง | มีความสำคัญพอ ๆ กัน แต่ทำหน้าทีคนละอย่าง สื่อมวลชนทำให้คนเลือกที่จะเข้ามา เมื่อเข้ามาสื่อบุคคลทำให้เขาอยู่ต่อ | ต้องควบคุมกันไป เพราะสื่อมวลชนจะทำให้เป็นที่รู้จักดีมากกว่า แต่สื่อบุคคลก็ที่ดีด้วย |
| เหตุผลที่คนมาออกกำลังกายกันมากขึ้น | เป็นเพราะกระแสสังคมที่กำลังมาแรงในเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ ทำให้คนหันมาให้ความสนใจในการออกกำลังกายกันมากขึ้น | ไม่คิดว่าเป็นเรื่องของกระแสสังคม แต่เพราะสังคมในปัจจุบันที่เต็มไปด้วยโรคร้าย ทำให้คนหันมาใส่ใจกับเรื่องของสุขภาพ | คนให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น และสถานออกกำลังกายก็สามารถให้ความสะดวกในเรื่องนี้ได้ | คิดว่าเป็นเรื่องของกระแสนิยม แต่ก็ถือว่าเป็นกระแสนิยมที่ติดต่อกันในสังคม |
| ลักษณะของสถานออกกำลังกายที่ดี | สะอาด มีอุปกรณ์ให้บริการอย่างมากมาย หลากหลาย มีบริการที่ดี | มีบริการด้านต่าง ๆ ที่ดี โดยเฉพาะต้องมีผู้เชี่ยวชาญให้การแนะนำอย่างใกล้ชิด | มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ มีอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน พนักงานให้การบริการอย่างทั่วถึง | มีระบบการถ่ายเทอากาศที่ดี มีครูคอยให้การแนะนำอย่างใกล้ชิด มีความสะอาด |

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่ง และพนักงานในส่วนต่าง ๆ ของสถานออกกำลังกาย พบว่า

กลุ่มเป้าหมายของสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่ง มีกลุ่มเป้าหมายไม่แตกต่างกันมากนัก จะเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างกว้าง คือ ประมาณตั้งแต่ 13 ปีเป็นต้นไป

Vision statement ของสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่ง คือการต้องการเป็นสถานออกกำลังกายที่ให้ทุกคนที่เข้ามาใช้บริการ ได้รับการบริการที่ดี ทั้งด้านอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน การได้รับการต้อนรับ และเอาใจใส่จากพนักงาน และได้รับประโยชน์จากการได้มาออกกำลังกาย

การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารและพนักงานจากสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่ง ต่างมีความเห็นค่อนข้างตรงกัน คือ การใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อใหญ่ ๆ เพื่อเป็นการทำให้สถานออกกำลังกายเป็นที่รู้จักเท่านั้น แต่สิ่งที่ทำให้คนเลือกที่จะมาสมัครเป็นสมาชิกของทางสถานออกกำลังกาย จะเกิดจากการชักชวน หรือบอกต่อกันแบบปากต่อปากเป็นส่วนใหญ่

การสร้างบรรยากาศของสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่งจะมีความคล้ายคลึงกัน คือ ต้องการให้สมาชิกที่มาใช้บริการเกิดความรู้สึก ผ่อนคลาย สบาย ๆ ให้การมาออกกำลังกายยังสถานออกกำลังกายเป็นเหมือนการมาพักผ่อนอย่างหนึ่ง อาจจะมีแตกต่างไปบ้างสำหรับบางสถานออกกำลังกาย คือ ต้องการให้เกิดความรู้สึก Active สนุกสนาน เพื่อเป็นการกระตุ้นในการออกกำลังกาย

การฝึกอบรมพนักงานของสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่ง ไม่มีความแตกต่างกันมากนักในเรื่องของเนื้อหาที่ทำการฝึกอบรม คือ เกี่ยวกับงานที่ต้องทำ แต่ตำแหน่งต้องทำงานอะไรบ้าง นอกจากนั้น ยังต้องมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับเรื่องบุคลิกภาพทั้งหมด บุคลิกภาพโดยรวมของพนักงาน เช่น เรื่องของการแต่งกาย, การพูดจา, การทักทายสมาชิก เป็นต้น สิ่งที่แตกต่างกันออกไปบ้างคือ เรื่องของระยะเวลาที่ใช้ในการฝึกอบรม

สื่อที่มีประสิทธิผลมากที่สุดในการโน้มน้าวใจให้คนมาใช้บริการของสถานออกกำลังกาย ก็คือ สื่อที่เป็นสื่อบุคคล ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่เป็นพนักงานขายของทางสถานออกกำลังกาย หรือบุคคลที่เป็นสมาชิกอยู่ก่อน และชักชวนให้คนรู้จักมาใช้บริการ ความเห็นด้านนี้ผู้บริหาร และพนักงานของสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่งมีความเห็นค่อนข้างเหมือนกัน

จำนวนสมาชิกของสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่ง จะมีประมาณ 1500-2000 คน โดยประมาณ เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายที่อัตราส่วนประมาณ 40 : 60

และความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้คนในสังคมปัจจุบันหันมาออกกำลังกายกันมากขึ้น ทั้งผู้บริหาร และพนักงาน ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นเรื่องของกระแสความนิยมทางสังคมส่วนหนึ่ง แต่ส่วนหนึ่งก็เพราะคนในสังคมหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น ดังนั้นการออกกำลังกายจึงเป็นเรื่องที่ดี ที่เมื่อทุกคนหันมาให้ความสำคัญ หรือปฏิบัติแล้วก็จะได้สิ่งดี ๆ กับตัวเอง ดังนั้น แม้ว่าเรื่องของการออกกำลังกายในปัจจุบันจะเป็นเรื่องกระแสความนิยมทางสังคม แต่จะเป็นกระแสที่จะอยู่ไปตลอด ไม่เหมือนกับกระแสอื่น ๆ ที่จะมาแล้วไปอย่างรวดเร็ว

สำหรับในส่วนของการสัมภาษณ์พนักงานของสถานออกกำลังกาย ในบางประเด็นที่มีความแตกต่างไปจากผู้บริหาร มีดังต่อไปนี้

คุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาทำงานในสถานออกกำลังกายแต่ละแห่ง นอกจากความรู้ และประสบการณ์ในงานที่ทำแล้ว บุคลิกภาพเฉพาะของแต่ละบุคคลก็เป็นส่วนสำคัญด้วยเช่นกัน เช่น เรื่องของรูปร่าง โดยเฉพาะ Trainer ที่ควรจะมีรูปร่างที่สมส่วน แข็งแรง ไม่อ้วนจนเกินไป

วิธีการโน้มน้าวใจ และปัจจัยในตัวของพนักงานที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจให้ผู้มาใช้บริการ เกิดความต้องการใช้บริการของทางสถานออกกำลังกายนั้น พนักงานจากทั้งสถานออกกำลังกายทั้ง 4 แห่ง มีความเหมือนกัน คือ การสร้างความเป็นกันเองกับผู้มาใช้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การคอยให้ความช่วยเหลือ และพยายามชี้ให้เห็นสิ่งที่คุณมาใช้บริการจะได้รับจากการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ และบุคลิกภาพ รูปร่าง เป็นส่วนหนึ่งที่สามารถเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้ที่จะมาใช้บริการได้เช่นกัน

ลักษณะของสถานออกกำลังกายที่ดี พนักงานทั้ง 4 แห่ง มีความคิดเห็นคล้าย ๆ กัน คือ การเน้นในเรื่องของความสะอาด การให้บริการที่ดี อุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน บรรยากาศที่ถ่ายเทได้สะดวก และความเชี่ยวชาญของผู้ที่ให้บริการ

สถานออกกำลังกาย A

สถานที่ตั้งอยู่ที่เซ็นทรัลพลาซ่า 3 ชั้น 6 ทาง Fitness First มีการแบ่งพื้นที่ในการใช้งาน เป็น 3 ส่วน 3 ชั้น คือ

ส่วนที่ 1 ตั้งอยู่บริเวณชั้น 1 ด้านหน้าจะเป็นบริเวณเคาเตอร์ reception และ check in เพื่อเข้ารับบริการของสมาชิก จะมีโต๊ะเล็ก ๆ ตั้งไว้บริการประมาณ 4-5 ชุด ไว้สำหรับให้สมาชิกนั่งรอ หรือไว้สำหรับการพูดคุยระหว่างพนักงานขายและผู้มาใช้บริการ สีหลักที่ใช้บริเวณเคาเตอร์จะเป็นสีฟ้า-ขาว ซึ่งเป็นสีสัญลักษณ์ของสถานออกกำลังกาย จากบริเวณเคาเตอร์สามารถมองเห็น โชน ออกกำลังกายภายในที่อยู่ชั้นที่หนึ่งได้ ตรงส่วนกลางจะเป็นเสาชขนาดใหญ่ และมีลักษณะเป็นหลังคาสูง และเป็นกระจกโดยรอบ ซึ่งให้ความรู้สึกให้เกิดความรู้สึกโปร่ง โล่ง ไม่อึดอัด สว่าง อากาศถ่ายเทได้ดี บริเวณเคาเตอร์จะมีรูปภาพเกี่ยวกับคนที่ออกกำลังกายติดไว้

ส่วนที่ 2 ตั้งอยู่บริเวณชั้นสอง จะเป็นส่วนของการออกกำลังกายด้วย เครื่อง และเป็นห้อง สำหรับการออกกำลังกายในร่วมกันใน class และห้องปั่นจักรยาน ส่วนของเครื่องเล่นจะจัดพื้นที่ให้ผู้ที่กำลังกายอยู่สามารถมองลงมาข้างล่างได้ เพื่อให้เห็นการออกกำลังกายของผู้ที่กำลังออกกำลังกายอยู่ข้างล่าง และยังมีส่วนที่เป็นโทรทัศน์วางเรียงอยู่อีกด้านหนึ่ง ในส่วนของห้องออกกำลังกายรวม หรือ class จะมีลักษณะเป็นห้องกระจก ที่ให้ความรู้สึก โลง โปร่ง และในส่วนของห้องปั่นจักรยาน จะจัดให้มีลักษณะสลัว เพื่อเปิดไฟระยิบระยับ จัดบรรยากาศคล้ายกับดิสโก้เทค เมื่อมีการใช้ห้องจะมีการเปิดเพลงประกอบระหว่างปั่นจักรยาน เป็นเพลงที่ให้ความรู้สึกคึกคัก และ จะเปิดเสียงค่อนข้างดัง เพราะการปั่นจักรยาน เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้พลังอย่างมาก ดังนั้นการจัดบรรยากาศจึงแตกต่างออกไปจากส่วนอื่น ๆ

นอกจากส่วนที่ใช้ในการออกกำลังกายแล้ว บริเวณส่วนที่สอง หรือชั้นสอง ยังเป็นส่วนของห้องแต่งกาย การจัดบรรยากาศของห้องแต่งให้ความรู้สึกที่หรูหรา ผ่อนคลายสบาย ๆ เหมือนเป็นห้องพักผ่อนอีกห้องหนึ่ง มีการแบ่งพื้นที่เป็นมุม สดส่วน เพื่อใช้ในการแต่งตัว มีโทรทัศน์ เก้าอี้นั่ง และเป็นส่วนห้องอาบน้ำ ห้องน้ำ เป็นส่วน ๆ

ส่วนที่ 3 อยู่บริเวณชั้น 3 เป็นส่วนของ coffee shop เป็นมุมไว้ให้สมาชิกได้มานั่งพักผ่อน มีหนังสือ นิตยสารไว้บริการ และมีเครื่องดื่มไว้ เช่น น้ำ กาแฟ ไว้ให้สมาชิกมาดื่มได้ฟรี นอกจากนั้นยังมีบริการให้สมาชิกสามารถยืมแผ่นภาพยนตร์ไปดูที่บ้านได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย สมาชิกมักจะมาใช้บริการส่วนนี้เมื่อต้องการพักผ่อนระหว่างที่มาออกกำลังกาย หรือนั่งพักหลังจากที่ออกกำลังกายเสร็จสิ้นแล้วเป็นต้น

บรรยากาศโดยรวมของสถานออกกำลังกายแห่งนี้ เมื่อก้าวเข้ามาให้ความรู้สึกสบาย ๆ เรียบง่าย ภายใต้บรรยากาศที่ค่อนข้างผ่อนคลาย เหมือนเป็นสถานที่ที่สมาชิกสามารถมาพักผ่อน มีความรู้สึกผ่อนคลาย และเป็นกันเอง เหมือนกับความต้องการของทางสถานออกกำลังกายที่ต้องการให้ที่นี่เป็นเหมือนบ้านหลังที่สอง หรือสาม รองจากบ้าน และที่ทำงานของสมาชิก

สถานออกกำลังกาย B

ตั้งอยู่แถวปิ่นเกล้า ใกล้กับสายใต้ใหม่ บนถนนบรมราชชนนี เป็นตึกแถวประมาณ 3-4 ชั้น แบ่งพื้นที่รอบอาคารไว้สำหรับเป็นที่จอดรถ

ทางเข้าสามารถเข้าได้สองทาง สำหรับผู้ที่จอดรถว่าใกล้ด้านไหน เมื่อเข้ามาบริเวณด้านหน้า ที่เป็นส่วนของ Reception และ check in สำหรับสมาชิก มีการแบ่งพื้นที่ไว้สำหรับการนั่งพักของสมาชิก รวมทั้งบริเวณของพนักงานขาย และห้องด้านข้าง จะเป็นบริเวณออกกำลังกายแบบ cardio มีลักษณะเป็นห้องกระจกโดยรอบ มีโทรทัศน์สำหรับให้ความบันเทิง ด้านในมีเคาเตอร์ ที่สมาชิกจะต้องมารับโปรแกรมการออกกำลังกายทุกครั้งที่มาใช้บริการ ซึ่งจะคอยให้คำแนะนำว่าวันนี้ต้องสมาชิกต้องออกกำลังกายอะไร อย่างไรบ้าง นอกจากนั้นรอบ ๆ จะมี Trainer คอยให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ อยู่โดยรอบ

ชั้นสองจะเป็นส่วนของห้องออกกำลังกายแบบ Weight training และ class สำหรับการออกกำลังกายประกอบเพลง โดยห้องทั้งสองเป็นห้องกระจกโดยรอบ และห้องอาบน้ำ แต่งตัว เมื่อไปยังบริเวณชั้น 3 จะเป็นส่วนของ Spa และชั้น 4 เป็นออฟฟิตสำหรับชายเครื่องออกกำลังกาย

บรรยากาศการตกแต่งโดยรวมจะเน้นความโปร่ง โล่ง สบาย เรียบ ๆ เน้นที่ความสะอาด บริเวณด้านหน้าที่เป็นส่วนของ Reception จะมีพระบรมฉายาลักษณ์ของพระเทพรัตนราชสุดาฯ ขนาดใหญ่ ทรงเยี่ยมชมสถานที่ เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับทางสถานออกกำลังกาย บรรยากาศโดยรวมจะมีการเปิดเพลงระหว่างที่สมาชิกกำลังทำกิจกรรม เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศให้เกิดความตื่นตัว คึกคัก

สถานออกกำลังกาย C

ตั้งอยู่บริเวณริมคลองประปา เยื้องกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต อยู่หน้าหมู่บ้านแห่งหนึ่ง การเดินทางที่สะดวกที่สุด คือ การโดยสารมาด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล

บริเวณที่ตั้งของสถานที่มีความกว้างขวาง พอสมควร เพราะโดยแบ่งเป็นสองส่วนหลัก ๆ คือ บริเวณส่วนที่เป็น Sport Center และส่วนที่เป็น Driving Golf บริเวณโดยรอบสถานที่มีการ ตกแต่งเพื่อให้เกิดความร่มรื่น ในบริเวณของตึกจะมีการ แบ่ง เป็นส่วนต่าง ๆ ให้ร้านค้าเปิดบริการ โดยร้านค้าที่อยู่ในบริเวณนี้ จะเป็นร้านค้าที่เกี่ยวกับเรื่องของกีฬา และ การให้บริการเกี่ยวกับด้าน สุขภาพ หรือ ความสวยความงามเป็นหลัก

เมื่อมาถึงบริเวณที่เป็น Fitness ด้านหน้าจะเป็นบริเวณเคาน์เตอร์ reception ที่สมาชิก หรือผู้ที่มาติดต่อทุกคนจะต้องเข้ามาติดต่อบริเวณนี้เป็นที่แรก บริเวณ reception จะมีการตกแต่ง ให้มีลักษณะคล้ายกับเคาน์เตอร์ reception ตามโรงแรม โดยจะตกแต่งด้วยไม้เป็นหลัก ซึ่งให้ความรู้สึกอบอุ่นแต่หรูหรา มีความประณีต แสงบริเวณเคาน์เตอร์ก็จะเป็นไฟสลัว ๆ ที่ให้ความรู้สึก ที่อบอุ่น และเป็นส่วนตัว

และในส่วนที่ติดกับบริเวณเคาน์เตอร์ จะเป็นส่วนของห้องรับรอง ที่เอาไว้รับรองผู้มาติดต่อ หรือสมาชิก และในบางครั้งห้องนี้ก็จะเป็นที่พูดคุยรายละเอียดของการเป็นสมาชิก Sport city ระหว่างพนักงานฝ่ายขายกับลูกค้าที่สนใจ บรรยากาศในห้องจะมีการสร้างบรรยากาศแบบผ่อนคลาย เหมือนห้องรับแขกตามที่อยู่อาศัยส่วนบุคคล บรรยากาศในห้องจะเปิดโล่ง ไม่อึดอัด แสงสว่างสามารถเข้ามาได้มาก เพราะมีสองด้านที่เป็นกระจกใสเพื่อให้แสงผ่านเข้ามาได้

ประตูทางเข้าไปในส่วนของ Sport center จะเป็นประตูกระจกทั้งบาน โดยผู้ที่สามารถ จะผ่านเข้า-ออกได้นั้น จะต้องใช้ key card เท่านั้น ซึ่งคือบัตรประจำตัวของสมาชิก

เมื่อผ่านเข้ามาถึงด้านในส่วนที่เป็น Fitness จะมีพื้นที่แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ส่วน ที่เป็นเครื่องเล่นใน Fitness จะมีการแบ่งอุปกรณ์การเล่นแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ เช่น ห้องสำหรับผู้ ที่ต้องการออกกำลังกายแบบบริหารกล้ามเนื้อหัวใจ (เช่น ลู่วิ่ง, เครื่องปั่นจักรยาน) โดยในแต่ละ เครื่องนั้นจะมีโทรทัศน์ที่สมาชิกสามารถเลือกดูรายการได้ตามต้องการของแต่ละบุคคล หรือ ห้อง สำหรับผู้ที่ต้องการเล่นเกี่ยวกับกล้ามเนื้อตามร่างกาย (เช่น เครื่องไถยกน้ำหนัก) และมี Class Room สองห้องไว้ออกกำลังกายประเภท โยคะ, ยิมบอล เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการเล่นอะไรใน ช่วงเวลาไหนจะมีตารางไว้บอก การตกแต่งสถานที่บริเวณที่เป็นเครื่องเล่น Fitness ให้ความเป็น ส่วนตัวสูงมาก สิ่งที่สังเกตได้ เช่น โทรทัศน์ต่อคนต่อเครื่อง, บรรยากาศที่ค่อนข้างเงียบสงบ ไม่มีการเปิดเพลงให้ดังอีกทีก็ แสงที่ใช้ภายในห้องจะไม่สว่างมากนัก มีการตกแต่งสถานที่ในลักษณะ

ที่เรียบง่าย แต่มีการใส่ละเอียดเล็กน้อย ๆ เข้าไป เช่น การตกแต่งด้วยภาพงานศิลปะ ที่ออกไปใน โทนสีที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น ซึ่งทำให้ห้องดูดี และหรูหราขึ้น ส่วนที่ 2 จะเป็นส่วนของสนาม แบดมินตัน และสนามบาสเกตบอลในร่ม โดยบริเวณเหนือสนามแบดมินตัน และสนาม บาสเกตบอลจะให้เป็นที่วิ่งในร่ม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของที่นี่ และ ส่วนที่ 3 เป็นส่วนของ สระว่ายน้ำกลางแจ้ง และจากสระที่กลางแจ้ง ที่ตกแต่งสไตล์บาฮาลี โดยเมื่อมองออกไปจะเห็น ทะเลสาบของหมู่บ้านได้เหมือนเป็นส่วนหนึ่งของสระว่ายน้ำ เพราะสระว่ายน้ำจะเป็นสระว่ายน้ำ แบบน้ำล้นทำให้เมื่อมองแล้วเกิดความรู้สึกว่าเหมือนเป็นส่วนเดียวกันกับทะเลสาบ มีการตกแต่ง อย่างหรูหราตั้งแต่บริเวณทางเข้าสระว่ายน้ำ ทำให้ผู้ที่มาใช้เกิดความรู้สึกว่าเหมือนการมาพักผ่อน ตามโรงแรมใหญ่ ๆ รู้สึกผ่อนคลาย บรรยากาศสงบ และเป็นส่วนตัว

ในส่วนที่ให้สมาชิกใช้บริการส่วนใหญ่จะตกแต่งด้วยบรรยากาศที่เป็นส่วนตัว มีการใช้แสง แบบสลัว เพื่อการผ่อนคลาย แต่ในส่วนของทางเดินที่เชื่อมระหว่างสระว่ายน้ำกับ Fitness ซึ่งมี เคาร์เตอร์ของพนักงานสำหรับคอยให้บริการต่าง ๆ กับสมาชิก เช่น การเอาผ้าเช็ดตัว จะตกแต่งให้ เป็นบริเวณที่มีความสว่าง ปลอดภัย โลง

และสิ่งหนึ่งที่สังเกตได้ง่ายของสถานที่ คือ เรื่องของความสะอาด สถานที่ที่มีความสะอาด เป็นอย่างมาก มีการจัดตกแต่งที่ดูเป็นระเบียบเรียบร้อย และสะอาดตา

ในส่วนของคุณคูล คือ พนักงานที่ทำงานที่นี่จะมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน เช่น คนนี้เป็นพนักงานต้อนรับ ก็จะไปอยู่บริเวณเคาร์เตอร์ด้านหน้าก่อนถึงทางเข้า ที่จะคอย Check in และ คอยตอบข้อสงสัยต่าง ๆ เกี่ยวกับ Fitness, พนักงานฝ่ายชายก็จะอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน หรือ บริเวณห้องรับรอง เพื่อคอยทักทาย, พุดคุย, ดูแล และสอบถามความต้องการกับสมาชิกแต่ละคน เนื่องจากฝ่ายชายจะเป็นฝ่ายที่ใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นจะมีการสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความเป็นกันเองมากขึ้น เป็นไปในแบบคนรู้จักกัน (แต่ยังให้เกียรติในฐานะลูกค้า) สังเกตการ ทักทายกันอย่างเป็นกันเองมีการเรียกชื่อลูกค้า และพุดคุยกับลูกค้าแต่ละคน นอกจากนั้นพนักงาน ชายเหล่านี้จะต้องติดตามการต่ออายุสมาชิกคลับของสมาชิกแต่ละคนไปด้วย ว่าใกล้หมดหรือยัง และคอยแจ้ง คอยติดตามว่าต้องการต่ออายุไปอีกหรือไม่ เป็นต้น

โดยภาพรวมของสถานที่แห่งนี้ บรรยากาศที่ลูกค้ามาที่นี่และสามารถสัมผัสได้อย่าง ชัดเจนคือในเรื่องความเป็นส่วนตัว, การเป็นสถานที่ที่ใช้ในการผ่อนคลาย ผักผ่อน แบบสบาย ๆ ยังสถานที่ที่มีความหรูหรา

สถานออกกำลังกาย D

ตั้งอยู่ห่าง Big C สาขาราชดำริ ชั้นเดียวกับโรงภาพยนตร์ มี 2 ชั้น บริเวณด้านหน้า เป็น ส่วนของ Reception และ Check in และมีบริเวณนั่งพักสำหรับสมาชิก และบาร์น้ำผลไม้ พื้นที่ใช้งานในชั้นนี้จะมีการแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ อย่างเป็นสัดส่วน คือส่วนห้องแต่งตัว ห้องออกกำลังกาย และห้องออกกำลังกายสำหรับเด็ก

บริเวณห้องออกกำลังกายนั้น จะแบ่งเป็นส่วนสำหรับ cardio และ weight training มีลักษณะเป็นพื้นที่กว้างที่สามารถมองเห็นการออกกำลังกายกันอย่างทั่วถึง มีโทรทัศน์สำหรับให้ความบันเทิง เครื่องออกกำลังกายจะมีสีส้มต่าง ๆ มากมาย

บริเวณชั้น 2 จะเป็นห้องออกกำลังกายประกอบเสียงเพลง และห้องสำหรับปั่นจักรยาน สำหรับห้องปั่นจักรยาน จะมีการตกแต่งบรรยากาศเหมือนอยู่ในดิสโก้เทค มีไฟสลัว ๆ และไฟระยิบระยับ ระหว่างมีกิจกรรมจะมีการเปิดเพลงเสียงค่อนข้างดัง เพื่อสร้างพลัง และความตื่นตัวในการทำกิจกรรมนี้ ห้องออกกำลังกายประกอบเสียงเพลงมีอุปกรณ์ที่เป็นสีส้มต่าง ๆ อยู่มากมาย เช่นลูกบอล เป็นต้น

การตกแต่งบรรยากาศโดยรวม สิ่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด คือการตกแต่งสถานที่ด้วยสีส้มสดใสมากมาย เมื่อเดินเข้าไปยังสถานที่ออกกำลังกายแห่งนี้ จะพบเห็นสิ่งต่าง ๆ เป็นสีส้มหลากหลายมากมาย เช่น บริเวณนั่งพักเคอร์เตอร์ บาร์น้ำผลไม้ เครื่องมือในการออกกำลังกาย อุปกรณ์สำหรับการออกกำลังกาย จะให้ความรู้สึกสดใส ไปด้วยสีส้ม เพื่อสร้างความรู้สึกสดชื่น สดใส และตื่นตัว ระหว่างการออกกำลังกาย ก็จะมีการเปิดเพลงเพื่อให้บรรยากาศคึกคัก เพื่อกระตุ้นให้อยากทำกิจกรรมต่าง ๆ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย