

การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม สหสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ

นวัตกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Web Application Development for Personal Trainer Search Management



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science in Technopreneurship and Innovation
Management

Inter-Department of Technopreneurship and Innovation Management

GRADUATE SCHOOL

Chulalongkorn University

Academic Year 2019

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
โดย	น.ส.อริชรา นวพงศ์
สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรสินี ภัทรโกศล
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี ใต้ฟ้าพูล

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธรรมนุญ หนูจักร)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ประธานกรรมการ
.....	
(ดร.ชูพรรณ โกวานิชย์)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรสินี ภัทรโกศล)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี ใต้ฟ้าพูล)	
.....	กรรมการ
(ดร.เพชรพีไล ลิ้นนันท)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.โอม ศรีนิล)	



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

6187252020 : MAJOR TECHNOPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT

KEYWORD: Personal Trainer, Exercise, Health Application

Arisara Nawaphong : Web Application Development for Personal Trainer Search Management. Advisor: Assoc. Prof. PATTARASINEE BHATTARAKOSOL, Ph.D. Co-advisor: Assoc. Prof. TATRI TAIPHAPOON, Ph.D.

There are a group of people that believes that self-training is difficult because they do not have the knowledge or do not have the motivation which is where a personal trainer comes in. Hiring a personal trainer can be a problem because most of the time the clients do not know what type of exercise they want to work on, do not know the personal trainer's expertise and experience, and do not have the channel to contact or "source" a personal trainer. Not knowing a personal trainer's expertise and experience also cause a lack of confidence for the client. Therefore, this paper proposed a new solution that solve to find personal trainer's information and resume can solve the above-mentioned problems by immediating profile evaluation of trainers. This paper will discuss the personal trainers and client's behavior, attitude, and demand for the web application platform. 220 subjects including clients and personal trainers were surveyed. 62.5% of clients and 77% of personal trainers were interested in the platform.



Field of Study: Technopreneurship and Innovation Management

Academic Year: 2019

Student's Signature

Advisor's Signature

Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินโครงการวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรสินี ภัทรโกศล และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.ธาทรี ได้ฟ้า พูล ที่ได้ให้ความเมตตาตลอดเวลาให้คำปรึกษา และคำแนะนำ พร้อมทั้งชี้แนะข้อคิดต่าง ๆ ที่เป็น ประโยชน์ต่องานวิทยานิพนธ์นี้ตั้งแต่เริ่มต้น ตลอดจนเป็นรูปเล่มวิทยานิพนธ์อย่างสมบูรณ์และลุล่วงไป ได้ด้วยดี ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณประธานและคณะกรรมการสอบทุกท่าน ที่กรุณาใช้เวลาอันมีค่า ในการชี้แนะ ทำให้ข้าพเจ้าสามารถพัฒนางานวิจัยนี้ให้ดียิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ หลักสูตร ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรมทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ตลอดระยะเวลาที่ข้าพเจ้าได้ศึกษา แห่งนี้ จนได้องค์ความรู้และนำมาประยุกต์ปรับใช้ในวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุก ท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการให้สัมภาษณ์ที่เป็นประโยชน์เพื่อการพัฒนาผลงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วง

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณครอบครัว เพื่อนเด็กอินเดีย เพื่อนที่ฟิตเนส รุ่นพี่ รุ่นน้อง รุ่น 12 คณะ CUTIP กลุ่มแผน ก. และกลุ่มคนดี รวมไปถึงผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือและไม่ได้เอ่ยนามมา ณ ที่นี้ ที่ให้ คำแนะนำ ผลักดันและให้กำลังใจกันมาโดยตลอด ขอขอบคุณจากใจค่ะ

อริษรา นวพงศ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มา และความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย.....	2
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย.....	3
1.6 นิยามศัพท์.....	3
บทที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์.....	6
2.1 การออกกำลังกาย.....	6
2.1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย.....	6
2.1.2 ข้อดี และประโยชน์ของการออกกำลังกาย.....	6
2.1.3 สมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness).....	7
2.1.4 พฤติกรรมการออกกำลังกายของคนไทย.....	8
2.1.5 ผลเสียจากการไม่ออกกำลังกาย.....	9
2.1.6 ค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพ.....	9

2.2 นโยบายด้านส่งเสริมสุขภาพ.....	10
2.3 สถานที่ออกกำลังกาย.....	11
2.3.1 ประเภทของสถานที่ออกกำลังกาย.....	11
2.3.2 การเติบโตของธุรกิจสถานที่ออกกำลังกายในประเทศไทย และในกรุงเทพมหานคร ...	11
2.3.3 จำนวนผู้ที่ออกกำลังกายในกรุงเทพมหานคร	11
2.3.4 ปัญหาที่ให้บริการในสถานที่ออกกำลังกาย	12
2.4 ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	12
2.4.1 ความหมายผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	12
2.4.2 คุณสมบัติ และมาตรฐานการรับรองของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	13
2.4.2.1 คุณสมบัติของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล.....	13
2.4.2.2 มาตรฐานการรับรองของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	14
2.4.3 หน้าที่ ความสำคัญ และจรรยาบรรณของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	14
2.4.4 ปัจจัยในการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพตามความคาดหวัง.....	16
2.4.5 ปัญหาที่พบจากการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล.....	17
2.4.5.1 ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนส.....	17
2.4.5.2 ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอิสระ (Freelance trainer)	19
2.4.6 แนวโน้มธุรกิจของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในประเทศไทย.....	20
2.5 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	21
2.5.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	21
2.5.2 แนวคิด และทฤษฎีความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค	22
2.5.3 ปัจจัย และอิทธิพลต่อผู้ใช้ซื้อสินค้า และใช้บริการ	22
2.5.3.1 ทฤษฎีแนวคิดของความน่าเชื่อถือ.....	22
2.5.3.2 ทฤษฎีแนวคิดของการบริการ	23
2.5.3.3 ทฤษฎีแนวคิดของบุคลิกภาพ	24

2.5.3.4 ทฤษฎีแนวคิดด้านความปลอดภัย.....	24
2.5.3.5 ทฤษฎีแนวคิดด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	24
2.5.3.6 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณ	25
2.6 เทคโนโลยี.....	26
2.6.1 แอปพลิเคชัน	26
2.6.2 แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน และพฤติกรรมคนใช้ในปัจจุบันที่มีต่อการตลาด.....	27
2.6.3 Progressive Web Apps.....	27
2.6.4 การวัด และการประเมินความคืบหน้าในการออกกำลังกาย (Personal Measurable)	29
2.6.5 ระบบการ Review Ranking Score.....	29
2.6.6 การเก็บข้อมูล.....	30
2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	33
2.7.1 ความหมายของนวัตกรรม.....	33
2.7.2 นวัตกรรมบริการ (Services Innovation).....	36
2.7.3 แนวคิด และทฤษฎีของนวัตกรรม.....	37
2.7.4 นวัตกรรมสร้างเสริมสุขภาพ.....	38
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	39
3.1 ระยะเวลาที่ 1 ศึกษาความต้องการของผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและความต้องการของผู้ ฝึกสอนส่วนบุคคล	39
3.1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	40
3.2 ระยะเวลาที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกับผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	41
3.2.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์	41
3.2.2 ปัจจัยด้านการเกิดปัญหาการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและการหาลูกค้า	41
3.2.3 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	41

3.2.4	ประเด็นด้านความต้องการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล.....	42
3.2.5	การเลือกกลุ่มประชากร	42
3.2.5.1	กลุ่มประชากรผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล.....	42
3.2.5.2	กลุ่มประชากรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในองค์กร และผู้ฝึกสอนอิสระ.....	43
3.2.6	การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล	44
3.2.7	การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
3.2.8	การวิเคราะห์ข้อมูล	45
3.3	ระยะที่ 3 พัฒนาระบบเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	46
3.3.1	การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แอปพลิเคชันการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	46
3.3.2	กำหนดความต้องการของผู้ใช้	46
3.3.2.1	ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	46
3.3.2.2	เนื้อหาเพิ่มเติมภายในผลิตภัณฑ์	46
3.3.3	การพัฒนาระบบ	47
3.4	ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันเพื่อพัฒนาเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์	47
3.4.1	เครื่องมือในการหาคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถาม.....	47
3.4.1.1	Index of item Objective Congruence หรือ IOC.....	47
3.4.2.1	แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient).....	48
3.4.2	ศึกษาความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ในเชิงการตลาด	50
3.4.3	ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	50
บทที่ 4	ผลการทำวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4.1	ผลสรุปจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	51
4.1.1	กลุ่มที่ 1 ผลที่ได้จากกลุ่มผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	51
4.1.2	กลุ่มที่ 2 ผลที่ได้จากกลุ่มผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	54

4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมโปรแกรมประยุกต์เพื่อการบริหารการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	57
4.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล	63
4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผลของผู้จ้าง	63
บทที่ 5 ศึกษาความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์เชิงธุรกิจ	74
5.1 การวิเคราะห์ตลาด (Market Size, Market trends).....	74
5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST Analysis)	75
5.2.1 การเมืองและกฎหมาย (Political and Legal issue).....	75
5.2.2 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment)	76
5.2.3 สภาพแวดล้อมทางสังคม (Sociological Environment).....	76
5.2.4 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technological Environment)	77
5.3 การวิเคราะห์ Five Force Model Analysis.....	78
5.3.1 การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน	78
5.3.1.1 คู่แข่งขันทางตรง	78
5.3.1.2 คู่แข่งทางอ้อม	80
5.3.2 อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต	81
5.3.3 อำนาจการต่อรองของลูกค้า	81
5.3.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน	82
5.3.5 ภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่.....	82
5.4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT)	82
5.4.1 จุดแข็ง (Strength - S).....	82
5.4.2 จุดอ่อน (Weakness - W).....	83
5.4.3 โอกาส (Opportunities - O).....	83
5.4.4 อุปสรรค (Threats - T).....	83

5.5 การวิเคราะห์ลูกค้า (STP Analysis).....	84
5.5.1 การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด (Segment).....	84
5.5.2 ตลาดกลุ่มเป้าหมาย (Target Market)	84
5.5.3 กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning).....	85
5.6 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix / 4Ps).....	85
5.6.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) / บริการ (Service).....	85
5.6.2 ราคา (Price)	86
5.6.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	86
5.6.4 การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	86
บทที่ 6 ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	88
6.1 สมมติฐานของงานวิจัย.....	88
6.2 งบกำไรขาดทุน	89
6.3 งบดุล	90
6.4 งบกระแสเงินสด.....	91
6.5 บทสรุปทางการเงิน	92
6.6 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis).....	93
6.7 การบริหารความเสี่ยง.....	93
บทที่ 7 ผลสรุปงานวิจัย.....	95
บรรณานุกรม.....	97
ประวัติผู้เขียน.....	129

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 รายละเอียดระยะเวลาการดำเนินการวิจัย.....	5
ตารางที่ 2 ราคาเฉลี่ยการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนส.....	80
ตารางที่ 3 เปรียบเทียบแอปพลิเคชันเรากับคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน.....	81
ตารางที่ 4 ประเมินการงบกำไรขาดทุนของบริษัท.....	89
ตารางที่ 5 ประเมินการงบดุล แสดงผังสินทรัพย์รวม.....	90
ตารางที่ 6 ประเมินการงบดุล แสดงผังหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น.....	90
ตารางที่ 7 ประเมินการงบกระแสเงินสด.....	91
ตารางที่ 8 บทสรุปทางการเงิน.....	92
ตารางที่ 9 บทสรุปทางการเงิน.....	92
ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity analysis).....	93
ตารางที่ 11 การบริหารความเสี่ยง.....	94

สารบัญภาพ

	หน้า
รูปที่ 1 ลักษณะท่าทางของมนุษย์ถึงความผิดปกติที่เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวัน.....	8
รูปที่ 2 Hard to differentiate which one is native and which one is a PWA.....	28
รูปที่ 3 Personal Fitness Trainer online system	31
รูปที่ 4 ฟังก์ชันที่มีให้เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการไปออกกำลังกาย	32
รูปที่ 5 Technology Adoption Lifecycle	34
รูปที่ 6 ผลลัพธ์ค่า Cronbach's Alpha Coefficient.....	49
รูปที่ 7 ผลลัพธ์ค่า Cronbach's Alpha Coefficient.....	49
รูปที่ 8 แสดงปัจจัยในการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	52
รูปที่ 9 แสดงประสบการณ์ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	53
รูปที่ 10 แสดงลำดับความสำคัญของฟังก์ชันที่ลูกค้าต้องการใช้งานในแอปพลิเคชัน	54
รูปที่ 11 แสดงสัดส่วนปัญหาในการรับงานจากลูกค้า	56
รูปที่ 12 ลำดับความสำคัญของฟังก์ชันที่ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต้องการใช้งานในแอปพลิเคชัน.....	57
รูปที่ 13 Use case ของ Web Application	58
รูปที่ 14 สัญลักษณ์แอปพลิเคชัน GETFIT	59
รูปที่ 15 การใช้งาน GETFIT สำหรับผู้จ้าง.....	60
รูปที่ 16 การใช้งาน GETFIT สำหรับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	62
รูปที่ 17 The Wellness Tech Market Map.....	75
รูปที่ 18 หน้าเว็บไซต์ MYSIX.....	78
รูปที่ 19 หน้าเว็บไซต์ BestKru	78
รูปที่ 20 หน้าเว็บไซต์ Buddy Trainer.....	79
รูปที่ 21 แบรินด์ฟิตเนสชั้นนำของประเทศไทย.....	80



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มา และความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการรักษาสุขภาพและการออกกำลังกายกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ด้วยสภาพสังคมวัยทำงานทำให้คนเหล่านี้มีปัญหาด้านสุขภาพ สาเหตุหลักมาจากไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการนั่งทำงานระยะเวลานาน เคลื่อนไหวร่างกายน้อย ทานอาหารที่ไม่ดี และด้วยค่ากล่าวที่ว่า “สุขภาพดีไม่มีขาย ถ้าอยากได้ต้องสร้างเอง” ทำให้การออกกำลังกายนั้นเป็นความต้องการสูงสุดของคนในยุคปัจจุบัน แต่ก็มีข้อจำกัดหลายอย่างคือ การเดินทาง ราคาค่าบริการที่สูง อุปกรณ์ออกกำลังกายสมัยใหม่ที่เข้าใจวิธีเล่นได้ยาก ในขณะที่เดียวกันคนบางกลุ่มมีความรู้สึกร่วมกับความเชื่อว่าการออกกำลังกายด้วยตนเองเป็นเรื่องที่ยาก เพราะไม่ทราบถึงวิธีการออกกำลังกายที่ถูกต้อง ขาดแรงจูงใจในการริเริ่ม ดังนั้นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) จึงเป็นทางเลือกด้วยทักษะการออกกำลังกายเฉพาะทาง เช่น การเล่นโยคะ มวยไทย ทำให้เกิดความเพลิดเพลินมากขึ้น

ความนิยมจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเกิดขึ้นตามจำนวนของสถานออกกำลังกายที่มีอยู่ทุกหนแห่ง ทั้งห้างสรรพสินค้า คอนโด รวมไปถึงพื้นที่ส่วนกลางของหมู่บ้าน แต่โดยทั่วไปแล้วลูกค้าส่วนใหญ่มักไม่มีโอกาสในการเลือกผู้ฝึกสอนได้ด้วยตนเอง ในบางรายอาจได้ผู้ฝึกสอนที่ไม่ถูกใจ เช่น ไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใดที่คัดกรองคุณสมบัติหรือประสบการณ์ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือและไม่มั่นใจต่อการจ้างงาน อาจมีความเสี่ยงในการเซ็นสัญญาว่าง้าง ถูกเอาเปรียบจากผู้ฝึกสอน เป็นต้น

จากประเด็นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า โปรไฟล์ ความน่าเชื่อถือ และทักษะเฉพาะของผู้ฝึกสอนเป็นส่วนสำคัญในการประกอบการตัดสินใจก่อนว่าจ้าง เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยต้องการศึกษาความเป็นไปได้ของระบบแอปพลิเคชันที่จะเป็นศูนย์กลาง และเป็นช่องทางในการติดต่อการจ้างงาน โดยแอปพลิเคชันจะรวบรวมผู้ฝึกสอนที่มีชื่อเสียงและผ่านการคัดกรองจากสถาบันที่มีคุณภาพ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าไปค้นหาผู้ฝึกสอนได้อย่างมั่นใจและเหมาะสมกับตนเอง กรณีถ้าผู้จ้างไม่ได้สมัครพิตเนส เนื่องจากที่คอนโดหรือที่บ้านมีอุปกรณ์เพียงพร้อมอยู่แล้วและต้องการเรียนรู้การออกกำลังกาย โดยอยู่ในความดูแลของผู้ฝึกสอนที่ไว้ใจได้ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์การออกกำลังกายที่เร็วยิ่งขึ้น ดังนั้นแอปพลิเคชันนี้ จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่สามารถช่วยให้ผู้จ้างเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตัวเองในเวลาอันสั้นสำหรับวันสำคัญต่าง ๆ ได้โดยไม่ต้องเดินทาง

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. ศึกษาความต้องการของผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและความต้องการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
2. พัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
3. ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันเพื่อพัฒนาเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน ในรูปแบบ Progressive Web Application (PWA) ให้เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลทั้งลูกค้า และผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาผู้ฝึกสอนที่สนใจได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น อันเป็นการส่งเสริมการดูแลสุขภาพแบบครบวงจร
2. กลุ่มตัวอย่างวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่ต้องการออกกำลังกายโดยมีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีคุณภาพ และน่าเชื่อถือ รวมถึงจะต้องมีประกาศนียบัตรรับรองระดับมืออาชีพ (Certified Personal Trainer Course) ซึ่งได้รับการรับรองจาก American Council on Exercise (ACE) หรือจบสาขาวิทยาศาสตร์การกีฬาหรือพลศึกษาอยู่ในสังกัดองค์กรที่น่าเชื่อถือ และอาจได้รับการรับรองจากสถาบัน Les Mills ที่มีทักษะเฉพาะ เช่น โยคะ แอโรบิก บอดี้คอมแบท บอดี้แจม เวทเทรนนิ่ง

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. สร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่ต้องการออกกำลังกาย และค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้ได้ตรงตามที่ต้องการ โดยสามารถพิจารณาจากโปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ ผ่านการคัดกรองจากเกณฑ์คุณสมบัติที่กำหนดไว้โดยมีรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียง รวมถึงความพิเศษในด้านทักษะการออกกำลังกายต่าง ๆ และคุณสมบัติเฉพาะทางของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อให้เหมาะสมของผู้ใช้งาน
2. เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ทั้งในการค้นหา ดูข้อมูลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล การแชทพูดคุยเบื้องต้นได้ทันทีก่อนตัดสินใจ รวมไปถึงจนถึงการชำระค่าบริการแบบครบวงจร
3. สามารถลดความสูญเสียในด้านค่าใช้จ่าย และเวลาในการซื้อแพคเกจกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ไม่ตรงกับความต้องการ
4. เนื่องจากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้รับประเมินจากผู้ว่าจ้างทำให้ผู้ฝึกสอนได้มีการพัฒนาตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5. สร้างโอกาสให้กับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้มีโอกาสในการจ้างงานมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนอาชีพในสายงานนี้
6. รัฐบาลลดอัตราในการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านการรักษาพยาบาล เมื่อประชาชนมีสุขภาพที่แข็งแรงขึ้น

1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. การศึกษาในงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพที่ตรงกับความต้องการในการออกกำลังกาย เพื่อนำไปพัฒนาโปรแกรมเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
2. ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้มีโอกาสในการเพิ่มช่องทางโฆษณาในการหาลูกค้าเพิ่มขึ้นผ่านทางระบบเว็บแอปพลิเคชัน
3. ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในการจัดบันทึก และเก็บข้อมูลความเปลี่ยนแปลงด้านพัฒนาการของร่างกายลูกค้าเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ออกแบบโปรแกรมออกกำลังกายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และลูกค้ายังสามารถเห็นความเปลี่ยนแปลงของตนเองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

1.6 นิยามศัพท์

1. เทคโนโลยี (Technology) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาโปรแกรม โดยผู้วิจัยได้ทำมาพัฒนาเป็นลักษณะเว็บแอปพลิเคชันที่เขียนขึ้นในลักษณะ Progressive Web Application (PWA) ใช้ศูนย์กลางในการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้อย่างเหมาะสม ใช้ในการประเมิน และค้นหาได้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่ง (Kongpetchkhao, 2019) ได้กล่าวถึง PWAs คือการผสมผสานจุดเด่นของระบบเว็บไซต์ และโมบายล์แอปพลิเคชัน ทำให้สามารถผลิตและเข้าใช้งานโมบายล์แอปพลิเคชันได้รวดเร็วผ่านทางเว็บเบราว์เซอร์ เช่น Chrome, FireFox จึงสามารถแสดงผลได้มีประสิทธิภาพบนทุกอุปกรณ์ โดยไม่จำเป็นต้องติดตั้งดาวน์โหลดแอปพลิเคชันจาก App Store หรือ Play Store โดยจุดเด่นของแอปพลิเคชันนี้คือ ฟังก์ชันที่เขียนในการบันทึกสุขภาพของลูกค้าในแต่ละคน (Health Exercise Record) เป็นการบันทึกทั้งสมรรถภาพร่างกายเบื้องต้น โปรแกรมการออกกำลังกาย เพื่อใช้ในการประเมินผลความก้าวหน้าในด้านร่างกาย

2. นวัตกรรม (Innovation) เป็นนวัตกรรมด้านสุขภาพที่ใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อให้ผู้ที่ออกกำลังกายสามารถมีผู้ดูแลได้โดยไม่ต้องสมัครสมาชิกฟิตเนสหรือเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ สามารถบันทึกข้อมูลการออกกำลังกาย ช่วยให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถนำข้อมูลที่สอนไปใช้ในการออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถบันทึกข้อมูลไปยังแอปพลิเคชันที่สามารถตรวจสอบผลย้อนหลัง และติดตามผลได้อย่างต่อเนื่อง

3. การจัดการ (Management) เป็นการจัดการด้านข้อมูลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อจำแนกทักษะหรือคุณสมบัติเฉพาะของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีอยู่ในกรุงเทพมหานคร นำฐานข้อมูลของลูกค้าในด้านพฤติกรรม ความชอบในการออกกำลังกาย นำมาใช้ในการวิเคราะห์สร้างธุรกิจใหม่ด้านสุขภาพ เพื่อเจาะกลุ่มตลาดที่นิยม และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

4. ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) โดย (P, 1969) ได้อธิบายถึงผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลคือ ผู้ที่สามารถใช้หลักการ และเทคนิคทางวิทยาศาสตร์ในการประยุกต์ใช้ในการเสริมทักษะการออกกำลังกายได้อย่างเหมาะสม สามารถให้การแนะนำการออกกำลังกาย และวิธีการที่ถูกต้องให้กับผู้มาใช้บริการ รวมถึงดูแลเรื่องความปลอดภัยในการใช้เครื่องเล่นต่าง ๆ ให้กับลูกค้า

5. ออกกำลังกาย (Exercise) เป็นสิ่งสำคัญในการดูแลสุขภาพเพื่อให้ร่างกายมีสุขภาพที่ดี และแข็งแรง ส่งผลทำให้สุขภาพกาย และสุขภาพใจของมนุษย์นั้นดีขึ้น (Fitzsimons & Morwitz, 1996) ได้กล่าวว่า ร่างกายจะเพิ่มสารเคมีในสมองขณะที่ออกกำลังกาย ซึ่งจะช่วยให้เรื่องของการนอนหลับดีขึ้น ดังนั้น การที่ได้ขยับร่างกาย ยืดกล้ามเนื้อของร่างกายในขณะที่ว่างจากการทำงาน จะช่วยให้ร่างกายมีประสิทธิภาพ และพร้อมที่จะทำงานต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมปริทัศน์

2.1 การออกกำลังกาย

2.1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย

การออกกำลังกายเป็นสิ่งสำคัญในการดูแลสุขภาพเพื่อให้ร่างกายมีสุขภาพที่ดี และแข็งแรง (Fitzsimons & Morwitz, 1996) ได้กล่าวว่า การเล่นกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการออกกำลังกาย แต่ในบางครั้งก็มิได้ทำให้จิตใจผ่อนคลายเพราะมีความกดดัน-การแพ้ชนะ ดังนั้น การออกกำลังกายที่ดีควรได้รับการผ่อนคลายทั้งกาย และจิตใจด้วย (Willis, 1992) ได้กล่าวว่า ไม่ว่าจะกิจกรรมประเภทใดก็ตามที่มีการเคลื่อนไหวร่างกายทำให้มีการใช้กล้ามเนื้อ และอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายที่ทำงานหรือมีการเคลื่อนไหวมากกว่าปกติ ก็จะช่วยทำให้ร่างกายแข็งแรง กระฉับกระเฉงมากขึ้น ระบบการทำงานต่าง ๆ ของร่างกายมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น (Rohrer, Vickers-Douglas, Stroebel, & practice, 2009) ได้กล่าวว่า การออกกำลังกายนั้นจะส่งผลทำให้สุขภาพกาย และสุขภาพใจของมนุษย์นั้นดีขึ้น เพราะร่างกายจะเพิ่มสารเคมีในสมองขณะที่ออกกำลังกาย ซึ่งจะช่วยให้เรื่องของอารมณ์ได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น การที่ได้ขยับร่างกาย ยืดกล้ามเนื้อของร่างกายในขณะที่ว่างจากการทำงาน จะช่วยให้ร่างกายมีประสิทธิภาพ และพร้อมที่จะทำงานต่อไป

2.1.2 ข้อดี และประโยชน์ของการออกกำลังกาย

(โรจน์รุ่ง สุวรรณสุทธิ, 2548) ได้กล่าวว่า ในทางการแพทย์ ได้กล่าวถึงข้อดีของการออกกำลังกายว่า เปรียบเสมือนยาสารพัดประโยชน์ เพราะใช้เป็นยาบำรุง ป้องกัน บำบัด รักษา เพื่อฟื้นฟูสภาพร่างกาย ดังนั้น การออกกำลังกายเป็นวิธีการที่ได้ผล และประหยัดที่สุด โดยมีคุณประโยชน์ ดังนี้

- 1.) ช่วยชะลอความเสื่อมของสมอง โดยสมองเปรียบเสมือนกับอวัยวะส่วนอื่น ๆ ที่มีการเสื่อมลงตามวัย แต่การออกกำลังกายนั้นจะช่วยชะลอความเสื่อมของสมองได้ ทำให้สามารถคิด และจดจำได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังส่งผลทำให้ร่างกายกระฉับกระเฉง มีสมาธิในการเรียนรู้
- 2.) ทำให้กระดูกแข็งแรงขึ้น เพราะการกินแคลเซียมเพียงอย่างเดียว อาจไม่สามารถช่วยให้กระดูกแข็งแรงขึ้น ดังนั้น จึงควรออกกำลังกายควบคู่ไปกับการทานอาหารที่มีแคลเซียมสูง
- 3.) ทำให้ผิวพรรณดูดี การออกกำลังกายจะช่วยทำให้ออกซิเจนเข้าสู่เซลล์ต่าง ๆ ของร่างกายได้มากขึ้น เมื่อร่างกายได้รับออกซิเจนมากขึ้นเพียงใด ก็จะยิ่งช่วยต่อต้านการเกิดอนุมูลอิสระมากยิ่งขึ้น

4.) ลดความเครียด การออกกำลังกายจะช่วยลดความวิตกกังวล และช่วยให้ผ่อนคลายความเครียดได้ โดยร่างกายจะทำการหลั่งสารเอนดอร์ฟินส์ ทำให้รู้สึกสดชื่นขึ้น

5.) ช่วยผ่อนคลายภาวะการปวดประจำเดือน การออกกำลังกายเป็นวิถีธรรมชาติที่ช่วยรักษาอาการปวดท้องประจำเดือนได้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการวิ่ง ว่ายน้ำหรือแอโรบิค เพราะจะช่วยให้เลือดไหลเวียนได้ดีขึ้น ทำให้กล้ามเนื้อบริเวณมดลูกมีความยืดหยุ่นทำงานได้ดีมากกว่าเดิม

6.) ลดอาการท้องผูกการออกกำลังกาย การเดินเร็ว การวิ่งเหยาะ หรือการว่ายน้ำ จะช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต ทำให้ระบบขับถ่ายได้ระบายของเสียออกจากร่างกาย

7.) ทำให้หลับง่ายขึ้น โดยเฉพาะการออกกำลังกายในช่วงเวลาตอนเย็น เนื่องจากมีผลโดยตรงกับระบบประสาทส่วนกลาง

8.) ทำให้กล้ามเนื้อแข็งแรง ส่งผลทำให้รูปร่างกระชับสมส่วน

2.1.3 สมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness)

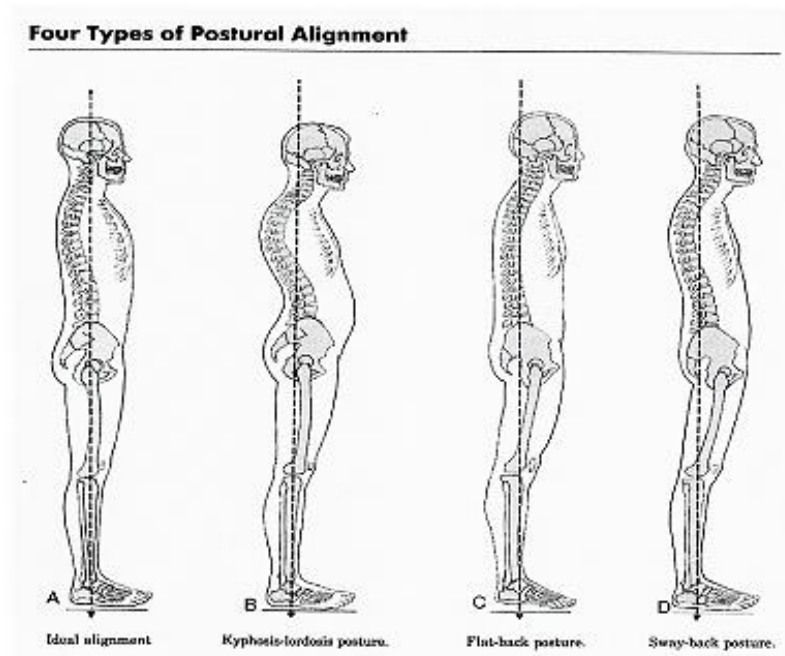
(สุพิตร สมานิติ, 2541) ได้กล่าวว่า ลักษณะของสมรรถภาพทางกาย คือ สภาวะของร่างกายที่อยู่ในสภาพที่ดีเพื่อช่วยให้บุคคลนั้น สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสมรรถภาพทางกายแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ

1.) สมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพ คือ สมรรถภาพทางกายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสุขภาพที่เพิ่มความสามารถในการทำงานของร่างกาย ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการลดปัจจัยเสี่ยงในการเกิดโรคต่าง ๆ ได้ เช่น โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคปวดหลังโดยรูปแบบของสมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพ

2.) สมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับทักษะ คือ สมรรถภาพทางกาย ที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนให้เกิดระดับความสามารถ และทักษะในการแสดงออกของการเคลื่อนไหว และการเล่นกีฬา มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น ความคล่องแคล่วว่องไว การทรงตัว เป็นต้น

(Johanson, 2012) ได้วิเคราะห์ลักษณะท่าทางของมนุษย์ถึงความผิดปกติที่เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้ร่างกายเกิดความตึงเครียด และส่งผลให้เกิดอาการปวดเมื่อย ปวดหลัง หรืออาการออฟฟิศซินโดรมต่าง ๆ มักเกิดจากการที่ร่างกายอยู่ในท่าทางที่ผิดเป็นเวลานาน ๆ โดยไม่รู้ตัว เช่น การยืนหลังบนค่อม หลังล่างแอ่น การเดินขาแบะ เข่าหุบ การนั่งคอยื่น หลังงอ โดยใช้ท่าทางลักษณะนี้ซ้ำ ๆ ทำให้กล้ามเนื้อล้าตึง ส่งผลให้สรีระผิดตามการใช้งานไปด้วย เมื่อวิ่งหรือออกกำลังกายด้วยการใช้งานกล้ามเนื้อผิด ก็เป็นสาเหตุหนึ่งของการบาดเจ็บได้ ดังรูปที่ 1

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญควรมีการประเมินถึงลักษณะทางกายศาสตร์ของลูกค้ำก่อนวิเคราะห์ และออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกาย



รูปที่ 1 ลักษณะท่าทางของมนุษย์ถึงความผิดปกติที่เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวัน

ที่มา: Johanson, J. J. U. S. H. K. (2012). Postural Assessment: Hands-On Guides for Therapists.

2.1.4 พฤติกรรมการออกกำลังกายของคนไทย

ข้อมูลจาก (SME THAILAND CLUB, 2561) ได้กล่าวถึงผลสำรวจ Global Wellness Institute ระบุประชากรกว่า 3,000 ล้านคนทั่วโลกเป็นกลุ่มใหญ่ที่เป็นวัยทำงาน และ 76% ของคนทำงานเหล่านั้นมีปัญหาด้านสุขภาพ ขณะที่ 52% เป็นผู้มีน้ำหนักเกินหรืออยู่ในภาวะโรคอ้วน ซึ่งสาเหตุก็มาจากไลฟ์สไตล์ยุคใหม่ เช่น นั่งทำงานหน้าจอานาน เคลื่อนไหวร่างกายน้อย ทานอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพ ดื่มจัด และสังสรรค์บ่อย

(กวีพล พันธุ์เพ็ง, 2558) ได้เปรียบเทียบจากสัดส่วนของประชากรไทยมีเพียงร้อยละ 0.6 ของค่าเฉลี่ยในทวีปเอเชียที่ออกกำลังกาย ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ ทำให้องค์การอนามัยโลก (World Health Organization) ได้ระบุว่า กลุ่มโรค NCDs (Non-Communicable Diseases) หรือเรียกว่ากลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง สาเหตุส่วนใหญ่ที่เสียชีวิตนั้นเกิดมาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถป้องกัน และบรรเทาได้ด้วยดูแลสุขภาพ และออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ

รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครได้กล่าวว่า จากสถิติพบว่าคนกรุงเทพมหานครออกกำลังกายน้อยกว่าภาคอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ (ทวิศักดิ์ เลิศประพันธ์ และ นพ. ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์, 2560) ผู้อำนวยการสำนักสนับสนุนการพัฒนาระบบสุขภาพได้กล่าวถึงพฤติกรรมสุขภาพของคนกรุงเทพมหานครว่า มีภาวะอ้วนสูงสุด ซึ่งเกิดจากพฤติกรรมในการใช้ชีวิตประจำวันที่มีการเคลื่อนไหวของร่างกายน้อย หรือการอยู่ในท่าทางเดิมเป็นเวลานาน

2.1.5 ผลเสียจากการไม่ออกกำลังกาย

- 1.) การเจริญเติบโตไม่เต็มที่ ผู้ที่ขาดการออกกำลังกายกระดูกจะเล็ก เพราะบางและขยายด้านความยาวได้ไม่เท่าที่ควร จึงอาจส่งผลทำให้เติบโตช้า แคระแกร็น
- 2.) เสี่ยงต่อการเป็นโรคอ้วน มีรูปร่างไม่สมส่วน
- 3.) อ่อนแอ มีความต้านทานโรคต่ำ เจ็บป่วยได้ง่าย และมีโอกาสที่จะเกิดโรคแทรกซ้อนได้ง่าย ซึ่งปัญหาเหล่านี้จะมีผลกระทบได้ในทุก ๆ วัย
- 4.) มีข้อเสียในการเล่นกีฬา เพราะจะมีการประสานงานระหว่างกล้ามเนื้อ และระบบประสาทต่ำ จึงมักได้รับอุบัติเหตุได้ง่าย
- 5.) ด้านสังคม จิตใจ และความเครียด

2.1.6 ค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพ

(ดร.ณัฐนันท์ วิจิตรอักษร, 2018) เผยว่าปัจจุบันรัฐบาลในประเทศไทยนั้นสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านของสุขภาพราวอยู่ที่ประมาณ 4 แสนล้านบาทต่อปี หรือร้อยละ 13 ของรายจ่ายทั้งประเทศ และมีแนวโน้มว่าจะมีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคตหากว่าประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงอายุในอีก 15 ปีข้างหน้า ประเทศไทยจะมีค่ารักษาพยาบาลเกือบ 2 ล้านล้านบาท ดังนั้น หากยังไม่มีแนวทางการควบคุมค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพที่ชัดเจน หรือการรณรงค์ในการดูแลสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ที่มีการเจ็บป่วยจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง จะทำให้รัฐบาลต้องจ่ายเงินจำนวนมากขึ้น เพื่อสนับสนุนค่ารักษาพยาบาลให้ประชาชน

(อัมมาร สยามวาลา, 2018) นักวิชาการทีดีอาร์ไอ ได้วิเคราะห์อัตราค่าใช้จ่ายรวมของผู้ป่วยนอกที่ไม่ได้ใช้สิทธิประกันสุขภาพในปี 2558 พบว่า ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชน และคลินิก ร้อยละ 100 คิดเป็นมูลค่า 1,595 ล้านบาท ใช้บริการในโรงพยาบาลสังกัดรัฐ และมหาวิทยาลัย ร้อยละ 95.2 คิดเป็นมูลค่า 354 ล้านบาท และชื้อยาตามร้านค้า ร้อยละ 89.8 คิดเป็นมูลค่า 345 ล้านบาท โดยค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพคนไทย 3 ใน 4 ล้วนเป็นการใช้ไปกับบริการด้านการ

รักษาพยาบาล และค่ายา ส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับการป้องกันโรค และส่งเสริมสุขภาพมีเพียงร้อยละ 5 เท่านั้น

2.2 นโยบายด้านส่งเสริมสุขภาพ

กองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) การขับเคลื่อนนโยบายเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพกาย และสุขภาพจิตของประชากรในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นให้ประชากรในประเทศนั้นมีพลานามัยดี ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ มีสุขภาพจิตดี มีอายุยืนยาวอย่างมีคุณภาพ คือเป้าหมายสำคัญในการรณรงค์ และส่งเสริมให้ออกกำลังกายมากขึ้น เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งประการหนึ่งที่เอื้ออำนวยให้ประชาชนสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การเมือง อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุนี้เอง รัฐบาลจึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีพลานามัยของประชาชนมากขึ้น ได้มีการกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติอย่างชัดเจน โดยมีเป้าหมายของยุทธศาสตร์ คือ ให้ประชาชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ได้ออกกำลังกายเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และให้ประเทศไทยมีการส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โดยในปี พ.ศ. 2547 รัฐบาลจึงได้กำหนด “นโยบายการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ” ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนทุกกลุ่มออกกำลังกายเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต เริ่มต้นจากการหากิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนหันมาสนใจต่อการออกกำลังกาย โดยคาดหวังให้ประชาชนมีความนิยม และรักการออกกำลังกาย ซึ่งจะทำให้รัฐบาลสามารถลดค่าใช้จ่ายการรักษาพยาบาลของประชาชน

กองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) ยังได้รับการผลักดัน โดยคณะรัฐมนตรีอนุมัติในหลักการ กรอบแนวคิด และแนวทางการดำเนินงานยุทธศาสตร์แห่งชาติ "รวมพลังสร้างสุขภาพ เพื่อคนไทยแข็งแรง เมืองไทยแข็งแรง" และกำหนดให้ยุทธศาสตร์แห่งชาติดังกล่าว เป็นวาระแห่งชาติ เพื่อให้กิจกรรมรณรงค์ที่ดำเนินการมีความสอดคล้องกับสภาพสังคมไทยในปัจจุบัน ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์แห่งชาติดังกล่าว จึงเสนอให้

- 1.) ประกาศให้นโยบาย "เมืองไทยแข็งแรง" เป็นวาระแห่งชาติ
- 2.) จัดตั้งคณะกรรมการบริหารยุทธศาสตร์ เมืองไทยแข็งแรง ให้กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สนับสนุนงบประมาณ และดำเนินงานของศูนย์อำนวยการบริหารยุทธศาสตร์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายภายใต้นโยบายดังกล่าว

2.3 สถานที่ออกกำลังกาย

2.3.1 ประเภทของสถานที่ออกกำลังกาย

ผลของการได้รับอิทธิพลของอารยธรรมตะวันตก ทำให้ค่านิยมการรักษาสุขภาพในประเทศไทยมากขึ้น ผู้คนเริ่มมองหาสถานที่ในการออกกำลังกายเพื่อความสะอาดสบาย เช่น สวนสาธารณะ สนามกีฬา ฟิตเนสเซ็นเตอร์ (Fitness Center) ทั้งขององค์กรหรือภายในหมู่บ้าน และคอนโดมิเนียม เมื่อพิจารณาจากสถานออกกำลังกาย จะพบว่ารูปแบบการออกกำลังกายที่ฟิตเนสเซ็นเตอร์ เป็นสถานบริการออกกำลังกายที่มีความนิยม และเติบโตเร็วที่สุดเหมาะกับไลฟ์สไตล์คนเมือง ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจของ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ในเรื่องของค่าเฉลี่ยในการใช้จ่ายในครัวเรือนของคนในกรุงเทพมหานครนั้นอยู่ที่ 30,882 บาทต่อครัวเรือน

จึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มผู้บริโภคในประเทศไทยนั้น มีแนวโน้มที่จะสามารถใช้จ่ายเพื่อดูแลสุขภาพร่างกายของตนเอง และคนในครอบครัวมากยิ่งขึ้น

(เกียรติรัตน์ วารินศิริรักษ์ และ สุวัลลี แก้วโลก, 2556) ได้กล่าวว่า ปัจจัยหลายอย่างส่งผลให้คนไทยมีข้อจำกัดในการออกกำลังกาย เพราะประเทศไทยมีสภาพอากาศร้อนชื้น และฝนตกทุกฤดูกาล ส่วนสาธารณะในกรุงเทพมหานครนั้นมีพื้นที่อย่างจำกัด อีกทั้งปัญหาในเรื่องของการจราจรที่ติดขัด และแน่นหนา จึงก่อให้เกิดมลพิษ ทำให้ฟิตเนสจึงเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจ

2.3.2 การเติบโตของธุรกิจสถานที่ออกกำลังกายในประเทศไทย และในกรุงเทพมหานคร

แม้ว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจฟิตเนสรายใหญ่บางแห่งได้ปิดตัวลง แต่เนื่องจากการออกกำลังกายยังคงได้รับความนิยมมากขึ้นตามแนวโน้ม และกระแสการดูแลสุขภาพ ทำให้ยังมีการตั้งธุรกิจฟิตเนส และสถานออกกำลังกายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการให้บริการฟิตเนสในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงแล้ว ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะด้าน ด้วยทักษะการออกกำลังกายเฉพาะทาง เช่น การเล่นโยคะ มวยไทย ซึ่งการออกกำลังกายลักษณะนี้ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน ไม่เบื่อหน่าย อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจทำให้ผู้บริโภคได้มีทางเลือกในการออกกำลังกายได้มากขึ้น

2.3.3 จำนวนผู้ที่ออกกำลังกายในกรุงเทพมหานคร

(สถาบันวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (เอยูโพล), 2560) เปิดเผยผลวิจัยเชิงสำรวจเรื่องการดูแลสุขภาพของคนกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาตัวอย่างคนทำงานที่มีอายุ 20-55 ปี จำนวนทั้งสิ้น 1,225 ตัวอย่าง ผลจากการสำรวจผลว่าร้อยละ 32.79 มีความกังวลต่อสุขภาพของตน

มากที่สุด เมื่อสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการออกกำลังกายในแต่ละสัปดาห์ ร้อยละ 70.09 ออกกำลังกายเป็นประจำ แต่มีกิจกรรมที่แตกต่างกันตามความนิยมใน 5 อันดับแรก ได้แก่ เดิน-วิ่ง ฟิตเนส เต้นแอโรบิก และโยคะเป็นต้น สำหรับสถานที่ที่นิยมไปออกกำลังกายใน 5 อันดับแรก ได้แก่ สวนสาธารณะ ฟิตเนส บ้านหรือห้องพัก ภายในหมู่บ้าน และสนามกีฬา เป็นต้น เมื่อสอบถามถึงแรงจูงใจในการออกกำลังกายใน 5 อันดับแรก จะได้รับคำตอบว่า อยากมีสุขภาพแข็งแรง อยากสวย อยากดูดี ลดน้ำหนัก และรักษาโรค เป็นต้น

2.3.4 ปัญหาที่ใช้บริการในสถานที่ออกกำลังกาย

(กวีพล พันธุ์เพ็ง, 2558) ได้กล่าวไว้ว่า ฟิตเนสเซ็นเตอร์เป็นสถานที่การออกกำลังกายที่เหมาะสมกับเมืองไทยเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อน และมีพื้นที่ในการออกกำลังกายค่อนข้างจำกัดบวกกับการจราจรที่ติดขัด ธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ในประเทศไทยมีมานานแล้วแต่ในอดีตยังเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ค่อนข้างจำกัดเนื่องจากมีราคาที่สูง และเป็นการออกกำลังกายที่ไม่ดึงดูดทั้งในแง่ของวิธีการออกกำลังกายที่ยังไม่หลากหลาย และในแง่ของเวลา แต่เดิมนักออกกำลังกายจะเป็นวัยทำงานที่มีกำลังซื้อสูง เป็นกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมรักษาสุขภาพ หรือต้องการสร้างกล้ามเนื้อเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว โดยวิธีการออกกำลังกายจะเป็นการยกน้ำหนักร่วมกับการวิ่งบนสายพาน ซึ่งจะใช้เวลาอยู่ในฟิตเนสประมาณ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง จึงไม่น่าแปลกใจที่คนส่วนใหญ่ในอดีตจะไม่นิยมเข้าฟิตเนสเท่าใดนัก เนื่องจากใช้เวลาค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจของ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) ที่พบว่าเหตุผลที่คนไทยส่วนใหญ่ไม่ออกกำลังกายคือ ไม่มีเวลา และไม่ต้องการเดินทาง

2.4 ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

2.4.1 ความหมายผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

จากการศึกษาความหมายของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล มีผู้ศึกษาให้ความหมายของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลแตกต่างกันออกไป ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ยกตัวอย่างความหมายไว้ดังนี้

(พีระพงศ์ บุญศิริ, 2536) ได้กล่าวว่า ผู้ฝึกสอน (Coach) หมายถึง ผู้ฝึกให้กับนักกีฬา ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญที่ช่วยให้ผู้ออกกำลังกาย และนักกีฬามีวินัยในการออกกำลังกาย อีกทั้งยังช่วยเป็นแรงผลักดันในการสร้างกำลังใจเพื่อให้ผู้ออกกำลังกายหรือ นักกีฬาประสบความสำเร็จได้ด้านร่างกายและการแข่งขัน ในขณะที่ (P, 1969) ได้ให้ความหมายของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ดีต้องสามารถใช้หลักการ และเทคนิคทางวิทยาศาสตร์ในการประยุกต์ใช้ในการเสริมทักษะการออกกำลังกายได้อย่างเหมาะสม สามารถให้การแนะนำการออกกำลังกาย และวิธีการที่ถูกต้องให้กับผู้มาใช้บริการ รวมถึงดูแลเรื่องความปลอดภัยในการใช้เครื่องเล่นต่าง ๆ ให้กับลูกค้า

หากกล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (ประณัฐธร นินปาละ, 2561) ได้กล่าวว่า ผู้สอนที่ให้คำแนะนำอย่างมืออาชีพ เป็นผู้ที่สามารถสร้างโปรแกรมการออกกำลังกายให้กับผู้ใช้บริการแต่ละราย จึงถือได้ว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนี้มีความสำคัญอย่างมากต่อผู้ออกกำลังกายให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของตนได้ เช่น ลูกคามีความประสงค์ต้องการลดน้ำหนัก และต้องการเพิ่มกล้ามเนื้อในส่วนต้นแขน ในขณะที่เดียวกันก็มีการบาดเจ็บที่เข้าด้วยเช่นกัน คนทั่วไปอาจไม่ทราบต้องทำอะไร หรือในมุมของแพทย์อาจบอกให้หยุดออกกำลังกายจนกว่าจะหายจากอาการบาดเจ็บ ในขณะที่ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถรู้วิธีการจัดโปรแกรมการออกกำลังกายเพื่อเลี่ยงอาการบาดเจ็บ และสนองลักษณะความต้องการของลูกค้าคนนั้นได้ ดังนั้น ผู้ที่จะมาทำหน้าที่ดังกล่าวจะต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในวิชาชีพนี้โดยเฉพาะสถานที่ออกกำลังกาย โดย (เดชา เดชานพพงศ์, 2559) ได้ถึงสถานที่ควรกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาทำหน้าที่เป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ให้เป็นบุคคลที่ต้องจบหลักสูตรที่มีการเรียนการสอนสำหรับเป็นผู้ฝึกสอนออกกำลังกาย เพื่อทำหน้าที่ในการแนะนำช่วยเหลือผู้ใช้บริการในสถานที่ออกกำลังกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้บริการ เพราะการออกกำลังกายมีระดับเริ่มต้นจนถึงในระดับที่ยากดั่งนั้น (Ratames, Faigenbaum, Hoffman, Kang, & Research, 2008) ได้จึงแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลว่า การได้รับคำแนะนำจากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นตัวช่วยหรือแรงผลักดันทำให้ผู้ที่ต้องการออกกำลังกายคุ้นเคยกับการทุ่มเทในการออกกำลังกายจนสามารถประสบความสำเร็จในด้านสุขภาพได้เร็วยิ่งขึ้น

2.4.2 คุณสมบัติ และมาตรฐานการรับรองของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

2.4.2.1 คุณสมบัติของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

(ประณัฐธร นินปาละ, 2561) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติของผู้ฝึกสอนที่ควรมี ได้แก่

- 1.) มีความรู้ขั้นพื้นฐาน ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ด้านกายวิภาคศาสตร์ (กระดูก และกล้ามเนื้อ) สามารถออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกาย โดยพิจารณาจากเป้าหมาย และข้อจำกัดของลูกค้า
- 2.) มีวินัยต่อตรงต่อเวลา และให้ความรู้ที่ถูกต้องที่สุดกับลูกค้า
- 3.) สร้างภาพลักษณ์แก่ตนเองให้ดูมีความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า
- 4.) ไม่ใช่โทรศัพท์ในระหว่างการฝึก และไม่สนทนากับลูกค้าจนเกินหน้าที่
- 5.) กรรมาธิการแห่งชาติเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของอเมริกา (NCCA) ได้แนะนำคุณสมบัติของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตร 4 ปี ในสาขา

วิทยาศาสตร์การกีฬาหรือกลุ่มวิชาที่เกี่ยวข้อง มีเกียรติบัตรเจ้าหน้าที่ประจำฟิตเนสที่น่าเชื่อถือหรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีประสบการณ์อย่างน้อย 6 เดือน

2.4.2.2 มาตรฐานการรับรองของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

มีสถาบันที่มีชื่อเสียง และมีมาตรฐานในระดับนานาชาติ ที่มีการอบรมประกาศนียบัตรหลักสูตรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยสถาบันที่มีการอ้างอิงในงานวิจัยในมีดังต่อไปนี้

- 1.) วิทยาลัยเวชศาสตร์การกีฬาแห่งอเมริกา (American College of Sport Medicine) หรือ ACSM เป็นองค์กรด้านเวชศาสตร์การกีฬาที่ใหญ่ที่สุดในโลก เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ทางด้านเวชศาสตร์การกีฬา และการปฏิบัติงานทางด้านวิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย
- 2.) คณะสภาการออกกำลังกายแห่งสหรัฐอเมริกา (American Council on Exercise) หรือ ACE คือองค์กรที่เพิ่มมาตรฐานของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกกำลังกายในแต่ละเฉพาะทาง
- 3.) สถาบันนวัตกรรมการออกกำลังกายแห่งประเทศไทย (Fitness Innovations Thailand) หรือ FIT เป็นองค์กรที่มุ่งเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบวิชาชีพในฟิตเนสเซ็นเตอร์หรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้มีความรู้ความสามารถทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติให้มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล
- 4.) สถาบัน Les mills คือ สถาบันจากประเทศนิวซีแลนด์ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ในการออกกำลังกายเฉพาะด้านต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงที่สุดในปัจจุบัน เช่น Body Balance, Body Combat, Body Pump, Body Step และ RPM ได้คิดค้นโปรแกรมการออกกำลังกายให้กับฟิตเนสทั่วโลก อาทิ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม บรูไน มัลดีฟส์ กัมพูชา และประเทศไทย

2.4.3 หน้าที่ ความสำคัญ และจรรยาบรรณของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

(กนกเพชร ศิริมณีบุญ, 2551) ได้กล่าวว่า หน้าที่ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นผู้ที่มีบทบาทและใกล้ชิดกับลูกค้า ทำหน้าที่ให้บริการสอนการออกกำลังกาย และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า สิ่งหนึ่งที่สำคัญที่ควรมีคือ จรรยาบรรณของวิชาชีพ หากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม อาจส่งผลให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ไม่ดี และความรู้สึกในแง่ลบต่อการใช้บริการ ดังนั้น หลักจรรยาบรรณของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง จึงเป็นเหตุผลในการกำหนดแนวทาง

ของมาตรฐานในการปฏิบัติของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตการปฏิบัติหน้าที่ที่กำหนดไว้ คือ

1.) มีความรับผิดชอบต่อสาธารณชน - ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะต้องทุ่มเทให้กับหน้าที่ที่รับผิดชอบ ภายใต้ขอบเขตของการปฏิบัติหน้าที่ จะต้องมีความซื่อสัตย์ ขยัน และเห็นอกเห็นใจ ลูกค้ำ สามารถให้ความรู้ทักษะในการออกกำลังกายโดยใช้หลักการวิทยาศาสตร์ และการแพทย์เพื่อความปลอดภัยของลูกค้ำ ต้องเคารพสิทธิส่วนบุคคล และเก็บข้อมูลของลูกค้ำไว้เป็นความลับ ภายใต้ขอบเขตของกฎหมายที่กำหนด โดยข้อมูลเกี่ยวกับการฝึกของลูกค้ำ ไม่สามารถนำไปเปิดเผยให้กับบุคคลภายนอกหรือ บุคคลที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยไม่ได้รับอนุญาตจากลูกค้ำเป็นลายลักษณ์อักษร หรือ ตามกระบวนการทางกฎหมาย

2.) มีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ - ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรปฏิบัติหน้าที่ใต้ขอบเขตที่กำหนดไว้ และไม่ควรถูกให้บริการที่ละเมิดข้อจำกัดตามกฎหมายในการให้คำแนะนำแก่ผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์อื่น ๆ ในการฝึกการออกกำลังกาย ควรมาจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับเป็นมาตรฐาน และได้รับอนุมัติจากการศึกษาในหลักสูตรเสริม เพื่อเป้าหมายในการรักษา และพัฒนาความรู้ความสามารถ และทัศนคติในวิชาชีพของตน

3.) การให้คำแนะนำในการออกกำลังกายอย่างปลอดภัย และมีประสิทธิภาพสูงสุด ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะต้องให้คำแนะนำที่ไม่เกิดผลเสียต่อทางร่างกาย ทางจิตใจ และทรัพย์สิน ต้องสอดคล้องกับความต้องการให้ได้ผลตามที่ลูกค้ำตั้งใจไว้

4.) การตรวจสอบสุขภาพเบื้องต้นก่อนการออกกำลังกาย - ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะต้องทราบถึงข้อมูลสุขภาพของลูกค้ำก่อน เพื่อความปลอดภัยในการออกกำลังกาย หากพบว่าลูกค้ำมีปัจจัยเสี่ยงหรือข้อบ่งชี้ถึงการมีโรค และอาการต่าง ๆ ที่มีความเสี่ยง ควรส่งลูกค้ำให้แพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญตรวจดูอาการให้แน่นอนเสียก่อน และอาจจะขอคำแนะนำในการทดสอบหรือออกกำลังกายที่ปลอดภัยให้กับลูกค้ำต่อไป

5.) การทดสอบสมรรถภาพร่างกาย - ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะต้องประเมินสุขภาพของลูกค้ำก่อน เพื่อกำหนดระดับความเหมาะสม และระดับความแข็งแรงของลูกค้ำ ก่อนออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกาย

6.) การออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกายให้เหมาะสมในแต่ละบุคคล - การออกแบบโปรแกรมนั้นควรที่จะต้องเป็นทั้งเป้าหมายระยะสั้น และระยะยาว เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติ โดยโปรแกรมนั้นสามารถที่จะทำได้จริง และเหมาะสมกับระดับความแข็งแรงของลูกค้ำ

2.4.4 ปัจจัยในการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพตามความคาดหวัง

(อรรถวรรณ เกลียวปฏิภินนท์, 2560) ได้กล่าวว่า การจ้างหรือเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล นั้นถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญอย่างมาก เพราะผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นเป็นผู้ที่จะช่วยให้ผู้ออกกำลังกายได้รู้วิธีการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี ดังนั้น การได้ออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่สามารถสร้างแรงจูงใจได้อย่างดี ส่งผลให้ลูกค้าได้มีกำลังใจ และกำลังใจในการดูแลตนเอง

ทั้งนี้วิทยาลัยเวชศาสตร์การกีฬาจากอเมริกา (American College of Sport Medicine) ได้ให้ข้อพิจารณาในการเลือกคุณสมบัติผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยระบุดังนี้

1.) ความรู้ความสามารถ

องค์ความรู้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงานในการฝึกสอนการออกกำลังกายให้กับลูกค้า ได้อย่างปลอดภัยเพื่อที่จะให้บุคคลเหล่านั้นมีสุขภาพที่ดีขึ้น โดยความรู้จะมาจากการศึกษา อบรมสัมมนา ในด้านความสามารถเฉพาะทาง หรืออาจจะได้จากการหมั่นฝึกฝนทักษะการออกกำลังกาย เทคนิคต่าง ๆ ด้วยตนเอง จนเกิดความชำนาญในด้านนั้น ๆ

2.) บุคลิกภาพ

(Hutson & medicine, 2013) ได้แบ่งลักษณะของบุคลิกภาพออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ คือบุคลิกภาพภายนอก เช่น รูปร่างหน้าตา ลักษณะการพูด กริยาท่าทาง การแต่งกาย และบุคลิกภาพภายใน เช่น เสน่ห์ ความสง่างาม ลักษณะรูปร่างหน้าตาที่โดดเด่น สะอาดตาของบุคคล การแสดงออก เป็นต้น

(Hjelle & Ziegler, 1992) ได้กล่าวว่า บุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างโอกาสทางสังคม ความมีชื่อเสียง โดยเฉพาะผู้ที่มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงหรือมีรูปร่างที่เหมาะสม ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

(พิชัย ไชยสงคราม, 2542) ได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกภาพที่ดีจะช่วยสร้างความประทับใจครั้งแรกให้กับลูกค้า ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกของลูกค้าในการตัดสินใจจ้างหรือไม่จ้างได้ ดังนั้น บุคลิกภาพที่ดีจะช่วยให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถนำเสนอตนเอง สร้างความไว้วางใจ และความรู้สึกที่ดีต่อลูกค้า

3.) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

(Pace, 1994) ได้ให้ความหมายของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลว่า เป็นการติดต่อกันระหว่างบุคคลในลักษณะที่เป็นมิตร มีความรู้สึกที่ดีต่อกัน ให้เกียรติซึ่งกันและกัน นำมาสู่ความสนิทสนม โอกาสที่ดีในชีวิต และหน้าที่การงาน

(Brotherton, Evans, & training, 2010) ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับลูกค้าส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

(D. I. Melton, Katula, Mustian, Strength, & Association, 2008) ที่ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ทำให้เกิดความจงรักภักดีในการรักษาลูกค้า และเป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต่อไป

4.) สถานที่

สถานที่ใช้ในการสอนการฝึกสอนการออกกำลังกาย หากลูกค้าเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนส ควรเลือกฟิตเนสที่สามารถเดินทางได้สะดวก พื้นที่ และปริมาณสมาชิกไม่แออัดจนเกินไป มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมไปถึงความปลอดภัยในการให้บริการ หรือหากลูกค้าเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอิสระเพื่อฝึกฝนในสถานที่ส่วนตัว เช่น ที่บ้านหรือที่ทำงาน ควรตรวจสอบสถานที่ให้แน่ใจว่าในด้านความปลอดภัย เป็นสถานที่ที่เหมาะสมในการการออกกำลังกาย

5.) ค่าบริการ

ค่าบริการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยค่าบริการนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และความชำนาญของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

6.) ความปลอดภัย และประเมินสุขภาพก่อนออกกำลังกาย

การประเมินสุขภาพก่อนการเริ่มต้นโปรแกรมการออกกำลังกาย ถือได้ว่าเป็นความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากข้อมูลเหล่านี้ทำให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้ประเมินผลลัพธ์หรือปัจจัยเสี่ยงในออกกำลังกายที่อาจเกิดขึ้นกับลูกค้าได้ ทำให้สามารถคาดการณ์สถานการณ์ล่วงหน้าที่จะอาจเกิดขึ้นกับความปลอดภัยของลูกค้า ก่อนที่จะเริ่มโปรแกรมการออกกำลังกาย

7.) ข้อตกลงต่าง ๆ ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ลูกค้าควรตรวจสอบระเบียบกฎระเบียบ และนโยบายต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจจ้าง โดยเฉพาะการเรียกเก็บเงินเพื่อหลีกเลี่ยงความสับสน และปกป้องสิทธิของลูกค้า ทั้งนี้ควรมีการจัดทำระเบียบข้อปฏิบัตินโยบายทั้งหมดเป็นลายลักษณ์อักษรที่เกี่ยวข้องกับสัญญา ราคา ตารางเวลาในการออกกำลังกาย และการยกเลิกการสอนอย่างชัดเจนเพื่อประโยชน์ของทั้งสองฝ่าย

2.4.5 ปัญหาที่พบจากการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

2.4.5.1 ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนส

1.) ปัญหาการไม่ไว้วางใจต่อศักยภาพของผู้ฝึกสอน

(D. I. Melton et al., 2008) ได้ศึกษาเรื่องสภาพปัจจุบันของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ตามมุมมองของผู้จัดการในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยมีเกณฑ์กำหนดพิจารณาจากวุฒิการศึกษา ประกาศนียบัตร และประสบการณ์ ผลจากการสำรวจได้พบว่า มีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ขาดการฝึกอบรมอย่างถูกต้อง ขาดจรรยาบรรณและไม่มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน ขาดการเอาใจใส่ลูกค้า

ขาดการทุ่มเทให้กับการทำงาน ทั้งนี้หากไม่มีการปรับปรุง และแก้ไขอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงในแง่ลบต่อธุรกิจได้

(วรรณโชค ไชยสะอาด, 2560) ได้ให้ความคิดเห็นว่า ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสบางแห่งไม่เน้นการให้ความรู้หรือ แสดงศักยภาพในการฝึกสอนลูกค้าแต่กลับเน้นที่การสร้างรายได้สูงสุดเพื่อได้เติบโตในหน้าที่การงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สมฤดี สุธิภูฏ, 2556) ได้วิจัยเกี่ยวกับปัญหาที่มักขึ้นจากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนส และพบว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในบางรายมีการแจ้งข้อมูลที่เกินจริง เป็นเท็จ ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้ซื้อหรือ ใช้กลยุทธ์ในการขายที่ก่อให้เกิดความกดดันโดยใช้วิธีการรุกเร้าผู้บริโภคเพื่อให้ยินยอมซื้อชั่วโมงในการฝึกสอน

(นิโรธ เจริญประกอบ, 2554) เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้กล่าวว่า แม้ว่าฟิตเนสในองค์กรต่าง ๆ จะมีเกณฑ์การพิจารณาในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล แต่ก็พบว่ามีปัญหาการร้องเรียนผ่านสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ผู้ประกอบการบางแห่งขาดมาตรฐานในการนำผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ไม่มีความรู้ความสามารถมาให้บริการลูกค้า ทำให้ได้รับการบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย ทั้งนี้เพราะเกิดจากความละเลยของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ไม่มีกฎหรือ ข้อกำหนดจากฟิตเนสให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีการประเมินความก้าวหน้าในด้านสุขภาพร่างกายของลูกค้าอย่างเป็นประจำ

(D. Melton, Dail, Katula, & Mustian, 2011) ได้ศึกษา และวิจัยเรื่องมุมมองของผู้หญิงที่มีต่อผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสเช่นเตอร์ โดยจากการสำรวจพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการที่จะตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อประเมินถึงคุณลักษณะ สามารถพิจารณาได้ในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้แก่ เพศ การเอาใจใส่ ลักษณะร่างกาย และผลลัพธ์จากลูกค้าคนอื่น ๆ ยกตัวอย่าง เช่น เพศอาจมีบทบาทสำคัญเมื่อลูกค้าต้องการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเฉพาะเจาะจงและแสดงความพึงพอใจกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายเพราะพวกเขาเชื่อว่าผู้ฝึกที่เป็นเพศหญิงจะมีความเห็นอกเห็นใจกับพวกเขามากกว่าที่ผู้ฝึกที่เป็นเพศชายจะทำได้ ลูกค้าเหล่านี้มีเชื่อว่าจะหากได้ฝึกซ้อมกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาด้านร่างกายหรือ สุขภาพของลูกค้า ไม่ว่าจะทางอารมณ์หรือร่างกาย ไม่เพียงแต่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายมากขึ้นระหว่างการฝึกซ้อม แต่จะทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าพวกเขาสามารถบรรลุเป้าหมายของตนเองได้

ลูกค้าส่วนใหญ่ยังให้ความเห็นอีกว่า ข้อมูลประจำตัวของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า และผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล คุณสมบัติเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องทราบก่อนที่ลูกค้าจะเริ่มทำงานกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล แต่ก็ยังเป็นเหตุผลสำคัญที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจเพื่อเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้กับตัวเอง โดยคุณสมบัติที่ลูกค้าต้องการพิจารณาถึงลักษณะดังต่อไปนี้คือ ทักษะทางสังคม บุคลิกที่มาจาก การพูด การสื่อสาร การศึกษา ความชอบ และผลลัพธ์ โดยเฉพาะทักษะทางสังคมที่หมายถึงทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล ความจริงใจที่สามารถนำไปสู่ความสัมพันธ์

ที่ลึกซึ้งและน่าพึงพอใจในการฝึกอบรมแบบตัวต่อตัว ลูกค้ายิ่งข้อสังเกตว่านอกจากพวกเขาจะชอบผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่สามารถให้การออกกำลังกายที่ดี ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการทำให้สนุกไปด้วย รู้สึกผ่อนคลาย และสนิทสนมกันกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลของพวกเขา ทำให้มีแรงจูงใจที่จะมาออกกำลังกายด้วยกันทุกครั้ง

2.) ผู้ฝึกสอนไม่ได้จดบันทึกข้อมูลการออกกำลังกายให้แก่ลูกค้า

(Chiu, Lee, & Lin, 2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องบริการที่เป็นนวัตกรรมในฟิตเนส และการวิเคราะห์ผลความต้องการความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยงานวิจัยพบว่า ลูกค้าต้องการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่สามารถเข้าใจ รับฟังถึงปัญหา และความกังวลด้านสุขภาพอย่างใกล้ชิด ควรมีการจดบันทึกสิ่งที่เกิดขึ้นในระหว่างทำการฝึกซ้อม และผลลัพธ์ของลูกค้าอย่างเป็นทางการในแต่ละครั้ง เพื่อติดตามผลการออกกำลังกายของลูกค้าในแต่ละคน สามารถแบ่งแยกความแตกต่างระหว่างลูกค้าทั้งหมดและป้องกันการสับสนของข้อมูลได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงเชิงโปรแกรมหรือความก้าวหน้าในด้านสุขภาพ พัฒนาการที่เกิดขึ้นในรูปร่าง และร่างกายของลูกค้า โดยข้อมูลดังกล่าวควรแสดงภาพประกอบของปัจเจกบุคคลอย่างชัดเจน ลูกค้าสามารถเข้าใจง่าย

3.) ลูกค้าไม่สามารถหาข้อมูลและโปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้

(D. I. Melton et al., 2008) ที่ได้ศึกษาเรื่องสถานภาพในปัจจุบันของ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในมุมมองอุตสาหกรรมของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในชุมชนตะวันออกเฉียงใต้ขนาดเล็ก โดยวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ประสบความสำเร็จ จากผลการวิจัยพบว่า เหตุผลของลูกค้าในการเลือกจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล นอกจากจะพิจารณาจากโปรไฟล์ และรูปร่างของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลแล้วสิ่งสำคัญคือ ความใส่ใจของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีต่อลูกค้า นั้น เช่น การวัดผลระดับการเปลี่ยนแปลงของสมรรถภาพ และร่างกายของลูกค้าที่สามารถตรวจพบได้ถึงความก้าวหน้าในการออกกำลังกายได้

2.4.5.2 ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอิสระ (Freelance trainer)

(พรณสิริ, 2018) ได้กล่าวว่า ความนิยมออกกำลังกายเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี นอกเหนือจากการเติบโตในธุรกิจฟิตเนสแล้ว อาชีพผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจึงเป็นที่ต้องการเพิ่มขึ้นเช่นกัน เมื่อตลาดความต้องการของกลุ่มลูกค้ามีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้คนรุ่นใหม่ที่หลงใหลในการดูแลสุขภาพ เห็นช่องทางสร้างรายได้ จึงเริ่มผันตัวเองมาสู่อาชีพนี้

จากการสำรวจงานวิจัยของ (D. Melton et al., 2011) เรื่องมุมมองของผู้หญิงที่มีต่อผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสเซ็นเตอร์ ลูกค้าจำนวนหนึ่งได้ให้ความคิดเห็นว่า ลูกค้ารู้สึกไม่ไว้วางใจ และผิดหวังเมื่อทราบว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอิสระในบางกลุ่มที่ไม่ได้จบทางวิทยาศาสตร์การกีฬาหรือ เฉพาะทางด้านสรีรวิทยาโดยตรง แต่เรียนหลักสูตรการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากสถาบัน

ฝึกอบรมทั่วไป รวมถึงได้ใบประกาศนียบัตรวิชาชีพมาอย่างง่ายดาย ทำให้ลูกค้ำมองว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลประเภทนี้ มีความตั้งใจที่จะมาหารายได้เสริมมากกว่าความเป็นมืออาชีพในการดูแลลูกค้ำ อย่างไรก็ตามเนื่องจากลูกค้ำส่วนใหญ่ไม่ทราบคุณสมบัติของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลของตน ก่อนที่จะว่าจ้างจึงมีความเป็นไปได้ที่ลูกค้ำจะเจอผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ไม่เป็นมืออาชีพ และส่งผลเสียมากมายต่อลูกค้ำโดยตรง ลูกค้ำอาจรู้สึกหงุดหงิดต่อการฝึกฝนจากการสร้างโปรแกรมการออกกำลังกายที่ไม่เหมาะสม และไม่เหมาะสมกับบุคคลนั้น ๆ ใช้วิธีหรือ ทำทางการออกกำลังกายแบบเดิม ๆ รวมไปถึงการแนะนำวิธีออกกำลังกายที่ไม่ถูกต้อง เช่น การที่ทำให้ร่างกายขาดน้ำอย่างรุนแรงเพื่อให้กล้ามเนื้อเห็นชัดมากขึ้น ซึ่งวิธีนี้มักใช้กับนักเพาะกายในการงดน้ำก่อนการแข่งขันดังนั้น หากนำมาใช้กับลูกค้ำวิธีการฝึกอบรมนี้อาจไม่ปลอดภัย และเมื่อสร้างผลกระทบต่อลูกค้ำหรือบาดเจ็บ ทำให้ลูกค้ำได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดี ลักษณะเหตุการณ์ดังกล่าวอาจมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำที่จะอยู่ฝึกฝนกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และลูกค้ำบางรายอาจเลือกที่จะหยุดออกกำลังกายไปโดยสิ้นเชิง

(สวรรรยา วัฒน และ ศิริ เสรีกุล, 2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการเทรนเนอร์ออนไลน์กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบอิเล็กทรอนิกส์ และประยุกต์ใช้ทฤษฎีการกระทำเชิงเหตุผล แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 149 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า หากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้ประสบการณ์การที่ดีให้แก่ลูกค้ำ และลูกค้ำรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงในชีวิตที่ดีขึ้น ส่งผลให้การบริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลออนไลน์มีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดี และลูกค้ำตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ แต่ทว่าการใช้บริการประเภทนี้มีข้อจำกัดซึ่งเหมาะสมสำหรับกับลูกค้ำที่มีพื้นฐานด้านการออกกำลังกายอยู่แล้วเท่านั้น

(พุฒิสรณ์ ย่อมเจริญ, 2559) ได้วิจัยเรื่องการแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยแสดงให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ตเข้ามาส่วนช่วยให้สะดวกสบายมากขึ้น เช่น การแนะนำการออกกำลังกาย และโภชนาการทั้งนี้ ข้อมูลที่อยู่บนสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีทั้งข้อมูลที่เป็นความจริง และข้อมูลที่กล่าวเกินจริง หากนำไปปฏิบัติตามไม่ถูกต้องอาจส่งผลต่อความปลอดภัยของร่างกาย และชีวิต

2.4.6 แนวโน้มธุรกิจของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในประเทศไทย

(กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBS), 2562) ได้ให้ข้อมูลว่า ธุรกิจด้านสุขภาพ และออกกำลังกายจะเป็นอีกธุรกิจที่เติบโตอย่างน่าสนใจ เนื่องจากสังคมในปัจจุบันหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น แม้ว่าธุรกิจนี้จะเริ่มมีสภาวะในการแข่งขันสูงแต่สัดส่วนของผู้ที่ออกกำลังกายยังคงอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศดังนั้น หากผู้ประกอบการมีกลยุทธ์ทางการตลาดหรือ รัฐบาล

ให้การสนับสนุน และส่งเสริมให้ประชาชนหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น แนวโน้มธุรกิจนี้จึงมีช่องว่างสำหรับผู้ que เริ่มต้นออกกำลังกายให้สามารถเติบโตได้อีกมาก ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบการออกกำลังกายมีรูปแบบที่หลากหลายขึ้น เช่น การเดิน การปั่นเขา โยคะฟลาย เป็นต้น และในรูปแบบเฉพาะทาง อาทิ เช่น มวยไทย การกระโดดบนแทรมโพลีน ด้วยความแปลกใหม่เหล่านี้ช่วยให้ธุรกิจเจาะตลาดที่เฉพาะกลุ่มได้มากขึ้น ดึงดูดกลุ่มลูกค้าทุกเพศทุกวัยให้สามารถค้นหาการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับความชื่นชอบของตนเอง

2.5 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

2.5.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

(Kotler, 2012) ได้อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีพฤติกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการได้มาเพื่อสนองความต้องการ หรือเรียกว่า การบริโภค ได้แก่ ผู้ใช้ ผู้จ่าย และผู้ซื้อ ซึ่งเป็นการจับจ่ายใช้สอยทั้งในรูปแบบสินค้า และบริการ โดยมีกระบวนการตัดสินใจต่าง ๆ เริ่มจากการที่มีสิ่งเร้า (Stimulus) มากระตุ้นความรู้สึก ส่งผลทำให้เกิดความต้องการ (Need) ของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องศึกษาหาข้อมูล (Information Search) เกี่ยวกับพฤติกรรมความชอบของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการ ให้เกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด (Purchase Decision) การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น จะมีกระบวนการคิด การไตร่ตรอง และการตัดสินใจก่อนที่จะทำการซื้อสินค้า และบริการ โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buying Decision Process) โดยมี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1.) การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem Recognition) เป็นกระบวนการแรกในการตัดสินใจซื้อโดยผู้บริโภคจะรับรู้ปัญหาหรือ ถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ อย่างไรก็ตามนักการตลาดจำต้องหาวิธีการที่จะใช้เพื่อกระตุ้นทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

2.) การแสวงหาข้อมูล และทางเลือก (Information Search) เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้วจะเริ่มมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

3.) การประเมิน วิเคราะห์ข้อมูล และทางเลือก (Evaluation of Alternative) ผู้บริโภคจะมีการนำข้อมูลที่ได้รับมาเปรียบเทียบของแต่ละผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด

4.) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อผ่านขั้นตอนของการประเมิน ทางเลือกต่าง ๆ แล้วผู้บริโภคจะได้สินค้า หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด จึงเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchase Intention)

5.) การประเมินผล และพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ผู้บริโภคจะเป็นผู้กำหนดเองว่าการตัดสินใจซื้อได้ถูกต้องหรือไม่ และถ้าหากผู้บริโภคพึงพอใจก็จะแชร์ประสบการณ์ดี ๆ ให้กับคนรอบข้าง ที่สำคัญอาจจะกลายเป็นผู้บริโภคที่ภักดีต่อแบรนด์

2.5.2 แนวคิด และทฤษฎีความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

(Das & Services, 2014) ได้ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ ในการศึกษาว่าผู้บริโภคนั้นมีวิธีการคิด และวางแผนในการที่จะซื้อสินค้าหรือ บริการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ซึ่งการความตั้งใจซื้ออาจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ยี่ห้อตราสินค้า ช่องทางในการจัดจำหน่าย ความสะดวกในการซื้อ เป็นต้น

(Howard, 1994) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคมักเกิดขึ้นภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณสมบัติของสินค้า และบริการนั้นแล้ว ซึ่งความตั้งใจในการซื้อถือเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึคนึกคิดที่สะท้อนถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยความตั้งใจในการเลือกซื้อหรือบริการนั้นจะเกิดขึ้นได้จากทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือ บริการของผู้บริโภค

(Fitzsimons & Morwitz, 1996) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจในการซื้อสินค้า และบริการของผู้บริโภคนั้นมักขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้านั้น ๆ เช่น ผู้บริโภคต้องการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่สถานที่ฟิตเนสแห่งหนึ่ง และได้รับการบริการที่ดี จึงเกิดความพึงพอใจ และมีทัศนคติในทางบวกต่อการใช้บริการดังนั้น ผู้บริโภคจึงมีความต้องการซื้อจากผู้ให้บริการจากที่เก่าซ้ำแต่หากผู้บริโภคได้รับประสบการณ์จากการบริการที่ไม่ดีในครั้งแรกก็จะส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการไม่กลับมาใช้บริการซ้ำอีก

2.5.3 ปัจจัย และอิทธิพลต่อผู้ใช้ซื้อสินค้า และใช้บริการ

2.5.3.1 ทฤษฎีแนวคิดของความน่าเชื่อถือ

(Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990) ได้อธิบายถึงความน่าเชื่อถือเปรียบเสมือนสถานภาพที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นมาจากพฤติกรรมของตัวมนุษย์เอง โดยส่วนใหญ่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมที่ดีเพื่อสร้างความมั่นใจ และทำให้ผู้คนไว้วางใจ ประกอบด้วย 5 มิติหลักจาก

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแล และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ โดยจะนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และความสม่ำเสมอจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับลูกค้า โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความสุภาพ และมารยาทที่ดี เพื่อใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ให้ความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จัก และเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าตามความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าในแต่ละคน

2.5.3.2 ทฤษฎีแนวคิดของการบริการ

(Berry, 2002) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์บริการหลัก (Core Service Strategy) คือ สินค้าหรือบริการที่นำเสนอไปให้ลูกค้า โดยใช้กลยุทธ์การตลาดในการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า จัดสรรสินค้า และบริการให้ตรงต่อความต้องการ การบริการหลักที่ดีเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้สนใจได้ เพื่อจูงใจให้ลูกค้าเหล่านั้นพึงพอใจด้วยบริการที่มีคุณภาพ เป็นการปูพื้นฐานในการส่งเสริมทางการขายอื่น ๆ ขององค์กรในระยะยาว โดยหลักการพื้นฐานที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้า และบริการเพื่อความสะดวกสบายมากขึ้น เช่น ด้านรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การสั่งซื้อ แฉงยอดการสั่งซื้อ การชำระเงินค่าสินค้า การให้คำปรึกษา การต้อนรับอย่างเป็นมิตร การเก็บความลับลูกค้า เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันในอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีความเหมือนกันในลักษณะของสินค้ามากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องพิจารณาเพิ่มเติมศักยภาพการแข่งขันทางด้านบริการแทน โดยการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า และตอบสนองความต้องการให้ได้มากที่สุด

(Lovelock & Wirtz, 2015) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อมในการออกกำลังกายนั้นเป็นส่วนสำคัญของการให้บริการที่ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เช่น ความสะอาดของสถานที่ พื้นที่ในการออกกำลังกาย การเดินทาง เป็นต้น เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

(Bester, 2012) ได้กล่าวว่า การบริการที่ไม่ดีแสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ทางบริษัทในแง่ลบ ส่งผลให้ลูกค้าในบางรายอาจรู้สึกไม่เต็มใจในการมาใช้บริการหรือใช้บริการน้อยลง

(Voon, Lee, Murray, & Journal, 2014) ได้กล่าวว่า ลูกค้ายักคาดหวังกับคุณภาพและบริการที่ดีจากพนักงาน โดยเฉพาะผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีความเป็นกันเอง เข้าใจปัญหาของลูกค้า และให้กำลังใจเพื่อให้ลูกค้าประสบความสำเร็จในการมีสุขภาพที่ดี

2.5.3.3 ทฤษฎีแนวคิดของบุคลิกภาพ

(Nooradi, Sadeghi, & Economics, 2015) ได้กล่าวว่า บุคลิกภาพ คือ ลักษณะที่สะท้อนให้เห็นถึงถึงพฤติกรรม โดยส่วนใหญ่บุคลิกภาพของลูกค้ามักมีความมั่นคงถาวรไม่เปลี่ยนแปลงง่าย จึงส่งผลให้ธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากลักษณะดังกล่าวได้ตั้งนั้น องค์กรจึงควรมีข้อมูลของลูกค้า และความรวดเร็วในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าได้

2.5.3.4 ทฤษฎีแนวคิดด้านความปลอดภัย

(Zeithaml et al., 1990) ได้กล่าวว่า ลูกค้าต้องการออกกำลังกายภายใต้ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของตนเอง

(Miller, 1991) ได้กล่าวว่า สุขภาพพื้นฐาน และสมรรถภาพร่างกายของแต่ละคนนั้นไม่เท่ากัน ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจึงเป็นบุคคลสำคัญที่จะช่วยดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด และต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการทดสอบ และประเมินผลก่อนการออกกำลังกายเพื่อให้ผลลัพธ์การออกกำลังกายไปในทางที่ดี

2.5.3.5 ทฤษฎีแนวคิดด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

(Luszczynska, Gibbons, Piko, Tekozel, & Health, 2004) ได้กล่าวว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอาจเป็นในรูปแบบเดี่ยวหรือกลุ่มก็ได้ โดยส่วนใหญ่การตอบสนองของแต่ละบุคคลก็มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล อิทธิพลทางสังคมในปัจจุบันเกิดการกระตุ้นในด้านพฤติกรรมสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะความนิยมในการออกกำลังกายมากขึ้น การทานอาหารที่มีประโยชน์ เพื่อสุขภาพ และรูปร่างที่ดี โดยเริ่มรับรู้พฤติกรรมจากเพื่อน คนใกล้ชิดหรือ สิ่งแวดล้อมรอบข้าง

(Vlachopoulos, Theodorakis, & Kyle, 2008) ได้กล่าวไว้ว่า ลูกค้าโดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะออกกำลังกายมากขึ้นเพราะเกิดจากกลุ่มสังคมรอบตัวที่เป็นแรงจูงใจทำให้อยากมีสุขภาพที่ดี

(Dionigi & Psychology, 2007) ได้สำรวจพบว่า ผู้สูงอายุในปัจจุบันเริ่มเห็นคุณค่าในตนเองมากขึ้นเพราะเชื่อว่าการออกกำลังกายเป็นการเพิ่มความเป็นอยู่ที่ดีของผู้สูงอายุ และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

2.5.3.6 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับจงรักภักดี

(Ko & Pastore, 2004) ได้กล่าวว่า ความจงรักภักดีของลูกค้าถือเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในธุรกิจ เป็นความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้ให้บริการ และลูกค้า หากความพึงพอใจของลูกค้าหากเป็นไปได้ในเชิงบวกจะส่งผลให้ลูกค้ามีความภักดีต่อไป และมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ อย่างไรก็ตามความจงรักภักดีด้านพฤติกรรมเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะอธิบายถึงพฤติกรรมการซื้อได้ แต่อาจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความภักดีของตราสินค้าของธุรกิจนั้น ๆ ที่สร้างชื่อเสียงมายาวนานและนิยมใช้กันมาต่อรุ่นสู่รุ่น

(Avourdiadou & Theodorakis, 2014) ได้กล่าวว่า ความภักดีของลูกค้าต่อสถานที่ออกกำลังกาย ฟิตเนส หรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล สามารถแสดงให้เห็นถึงทัศนคติความคิด และความรู้สึกที่ลูกค้าที่แสดงต่อผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการจึงต้องให้ความสนใจ และใส่ใจต่อลูกค้าไม่ว่าจะเป็นสมาชิกเก่าหรือสมาชิกใหม่ก็ตาม เพราะการออกกำลังกายนั้นต้องใช้ความสม่ำเสมอ แรงใจตั้งใจ และแรงผลักดัน ดังนั้น หากลูกค้าได้รับความใส่ใจ และการบริการที่ดีจากสถานที่ออกกำลังกาย โดยพนักงาน และผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ก็จะส่งผลทำให้ลูกค้ามีกำลังใจในการออกกำลังกาย และใช้บริการสถานที่หรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยอื่น ๆ ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสถานที่ออกกำลังกาย

(Yee, 2013) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแรงผลักดันที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าในฟิตเนสเซนเตอร์ โดยวัตถุประสงค์ของการศึกษาในงานวิจัยนี้คือ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในศูนย์ออกกำลังกาย งานวิจัยดังกล่าวใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน สำรวจในรูปแบบเชิงปริมาณโดยมีการเก็บตัวอย่างผู้ที่เป็นสมาชิกฟิตเนสจำนวน 3 แห่ง และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 122 คน โดยจะสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของฟิตเนส พนักงาน และผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ซึ่งผลจากการศึกษาได้ให้ข้อมูลว่า ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงถึงลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ คือ ทางจิตวิทยา สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมในการให้บริการจากพนักงานหรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

(Bandyopadhyay, 2016) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และจงรักภักดีในโรงแรม เมืองแก้ว ประเทศอินเดีย การศึกษานี้ต้องการสำรวจคุณภาพบริการ ความภักดี และความพึงพอใจ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า และผู้ให้บริการ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากลูกค้าที่ใช้บริการฟิตเนสประเทศอินเดียจำนวนทั้งหมด 445 คน ผลการศึกษาพบว่า มี 4 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ การให้ความสำคัญกับลูกค้า ความสะดวกสบาย และสภาพแวดล้อม

(Suwono & Sihombing, 2018) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของศูนย์ออกกำลังกายของลูกค้าโดยใช้ตัวแปรหลัก คือ การเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่าย คุณค่าของบริการที่ลูกค้าต้องการสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และความพึงพอใจของลูกค้านำมาใช้เพื่อศึกษา และพยากรณ์ถึงความจงรักภักดีของลูกค้า โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยเอกชนในเมือง Tangerang จำนวน 150 คน ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงด้านราคากับประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดี แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพในด้านความพึงพอใจของลูกค้า

(Gonçalves, Meireles, & Carvalho, 2016) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในฟิตเนสเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการในแต่ละสัปดาห์ โดยประเมินด้านความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการรักษาลูกค้า การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเข้าใช้บริการฟิตเนสในแต่ละสัปดาห์ โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกในฟิตเนสจำนวน 146 คน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการสถานที่ออกกำลังกายจะต้องรักษาสมาชิกที่มีโอกาสน้อยที่จะยังคงเป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งไม่ใช่เป็นสมาชิกที่ไปฟิตเนสจำนวนน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง แต่เป็นสมาชิกที่มีความพึงพอใจในเชิงลบ

จากงานวิจัยทั้งหมดดังกล่าวสรุปได้ว่า ลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะมีความต้องการในการเลือกสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองโดยมีปัจจัยหลักในด้านต่าง ๆ คือด้านจิตวิทยา สภาพแวดล้อมจากการได้รับบริการจากพนักงาน และผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้ามีผลต่อองค์กรเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ได้ขึ้นอยู่กับความถี่ในการไปออกกำลังกาย แต่ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมที่แสดงถึงความจงรักภักดีที่มีต่อฟิตเนสนั้น ๆ ดังนั้น การบริการที่ดีจึงถือเป็นหัวใจหลักสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจด้านการออกกำลังกายประสบความสำเร็จแบบยั่งยืน

2.6 เทคโนโลยี

2.6.1 แอปพลิเคชัน

(สุชาติ พลาชัยภรณ์ศิลป์, 2554) ได้กล่าวว่า แอปพลิเคชัน คือ โปรแกรมที่ใช้ควบคุมการทำงานของคอมพิวเตอร์เคลื่อนที่ และอุปกรณ์ต่อพ่วงต่าง ๆ เพื่อให้ทำงานตามคำสั่ง ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ โดยแอปพลิเคชันจะต้องมีสิ่งที่เรียกว่า ส่วนติดต่อกับผู้ใช้ คือ UI (User Interface) และ UX (User experience) เพื่อให้การใช้งานของแอปพลิเคชันสมบูรณ์แบบที่สุด

2.6.2 แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน และพฤติกรรมคนใช้ในปัจจุบันที่มีต่อการตลาด

จากการผลสำรวจขององค์กร (Metrix, 2017) แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันค่าเฉลี่ยของการติดตั้งแอปพลิเคชันใหม่ลงบนโทรศัพท์มือถือพบว่า 2 ใน 3 ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ แทบไม่โหลดแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือเพิ่มแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจจากบริษัท SensorTower ที่พบว่ายอดการโหลดแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี 2016 ที่ผ่านมาลดลงมากถึง 20% เมื่อเทียบกับปี 2015

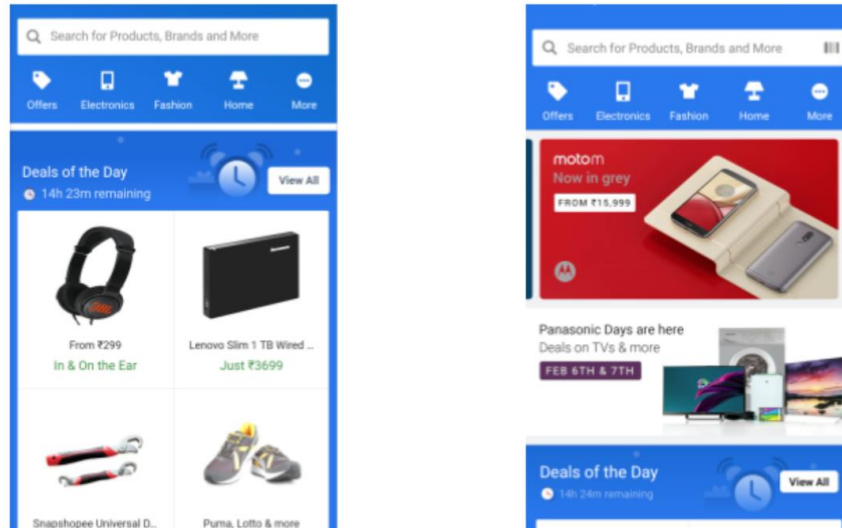
ผลสำรวจยังได้กล่าวอีกว่า 80% ของการใช้แอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือมีเพียงแค่ 3 แอปพลิเคชันหลักในชีวิตประจำวันเท่านั้น ในขณะที่ข้อมูลการใช้งานเว็บไซต์ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือในหนึ่งเดือน มีการเข้าเว็บไซต์ต่าง ๆ กว่า 100 เว็บไซต์

ซึ่งเหตุผลหลักนั้นเกิดขึ้นจากพื้นที่หน่วยความจำ หรือเรียกว่า “Memory” ในโทรศัพท์มือถือที่มีอย่างจำกัด แม้ว่าค่ายผลิตโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนต่าง ๆ จะผลิตพื้นที่หน่วยความจำเพิ่มขึ้นแต่ในขณะที่โมบายแอปพลิเคชันก็ใช้พื้นที่เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะความละเอียดของรูปแบบการใช้งานที่ละเอียด และมีการอัปเดตอยู่ตลอด ประกอบกับโซเชียล มีเดียในปัจจุบัน เช่น เฟสบุ๊ก ยูทูบ ฯลฯ มีคอนเทนต์ที่น่าสนใจทั้งในรูปแบบข้อความ คลิป วิดีโอ ทิว ทำให้ใช้เวลานานขึ้นเรื่อย ๆ จนทำให้จำนวนเวลาที่ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันอื่น ๆ มีน้อยลง

2.6.3 Progressive Web Apps

Progressive Web Apps (PWAs) หรือ โพรเกรสซีฟเว็บแอป คือ การผสมผสานจุดเด่นของระบบเว็บไซต์ และโมบายล์แอปพลิเคชัน ทำให้สามารถผลิต และเข้าใช้งานโมบายล์แอปพลิเคชันได้รวดเร็วยิ่งขึ้นผ่านทางเว็บเบราว์เซอร์ เช่น Chrome, FireFox สามารถแสดงผลได้มีประสิทธิภาพบนทุกอุปกรณ์ เช่น เดสก์ทอป โน้ตบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต อีกทั้งทุกข้อมูลบน Progressive Web Apps นั้นจะสามารถปรับปรุงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการของแอปพลิเคชันสามารถส่งเนื้อหาล่าสุดให้กับผู้ใช้งานได้ทันที ในขณะที่เดียวกันสามารถเข้าใช้งานผ่านในรูปแบบ Icon ที่อยู่บนหน้าจอหลัก (Home Screen) ของอุปกรณ์พกพา เพื่อใช้เป็นทางลัด และเข้าถึงได้ง่ายได้อีกเช่นกันดังนั้นผู้ใช้งาน Progressive Web Apps จึงไม่จำเป็นในการติดตั้งดาวน์โหลดแอปพลิเคชันจาก App Store หรือ Play Store อีกต่อไป ในขณะที่ปัจจุบัน โมบายล์ แอปพลิเคชันเป็นวิธีการส่งมอบประสบการณ์การใช้งานที่ดีที่สุดให้กับผู้บริโภคบนโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน แต่ยังมีข้อจำกัดบางอย่างทั้งในฝั่งผู้ใช้ (User) และนักพัฒนาแอปพลิเคชัน (Developer)

จากรูปที่ 2 จะสังเกตเห็นว่าการแสดงผลหน้าจอร์หว่าง Progressive Web Apps และ Application แทบไม่แตกต่างกัน



รูปที่ 2 Hard to differentiate which one is native and which one is a PWA
ที่มา: Kongpetchkhao, T. (2019). Progressive Web Apps อนาคตของโมบายแอป.

(Kongpetchkhao, 2019) ได้กล่าวว่า ในทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันจะมีผู้ใช้งานหายไป 20% เพราะผู้ใช้งานไม่ต้องการใช้เวลาในการพิมพ์เพื่อค้นหาใน App Store หรือ Play Store และดาวน์โหลด ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มักกังวลในพื้นที่เก็บข้อมูลบนโทรศัพท์มือถือของตนเอง ในขณะเดียวกัน Progressive Web Apps ช่วยลดขั้นตอนการดาวน์โหลดสามารถใช้งานได้ทันทีภายในขั้นตอนเดียวจึงมีโอกาสที่จะช่วยให้มีผู้ใช้งานมากขึ้น และดึงดูดผู้เข้าชมได้มากกว่าโมบายแอปพลิเคชันได้ถึง 3 เท่ารวมถึงดึงดูดให้ใช้งานยาวนานกว่าเว็บไซต์แบบเดิม ๆ ได้ถึง 8 เท่า

ในปัจจุบันการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาหรือบริการ กว่า 71% เริ่มต้นจากโทรศัพท์มือถือ และยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องเปรียบเสมือนหากมีผู้ใช้งานกำลังมองหาร้านอาหารผมในรัศมีบริเวณใกล้บ้านด้วย Google จะแสดงผลการค้นหา และเข้าถึง PWAs ได้โดยตรง ถือเป็นโอกาสในการเปลี่ยนผู้ใช้งานให้สามารถเป็นลูกค้าของผู้ประกอบการได้ เช่น กำหนดเวลานัดหมายหรือสมัครสมาชิกเพื่อสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลดได้ทันที เป็นต้น

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า รูปแบบ PWAs สามารถเข้าใช้งานได้ทันที โดยไม่ต้องคำนึงถึงสถานะเครือข่ายด้วยอินเทอร์เน็ตที่ตอบสนองอย่างรวดเร็ว ลดการพึ่งพาเครือข่ายของโทรศัพท์ ช่วยให้ผู้ใช้ใช้งานได้รับประสบการณ์ที่รวดเร็ว โดยไม่ต้องรอการโหลดเนื้อหาขึ้นมาใหม่ ทั้งนี้โมบายแอปพลิเคชัน

ชั้นอาจถูกใช้เพื่อตอบโจทย์การทำงานที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น ในขณะที่ Progressive Web Apps เข้ามาเป็นทางเลือกที่สะดวก รวดเร็ว ประหยัด สำหรับธุรกิจที่ต้องการสร้างประสบการณ์บน โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนให้มีความน่าสนใจ และการปรับปรุงได้ง่ายมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการนำเสนอเทคโนโลยีใหม่เพื่อช่วยสนับสนุนให้ร้านค้า ธุรกิจขนาดเล็ก องค์กร และหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีความสามารถพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่ทันสมัย และสร้างธุรกิจที่เติบโตในยุคดิจิทัล

2.6.4 การวัด และการประเมินความคืบหน้าในการออกกำลังกาย (Personal Measurable)

(Chiu et al., 2011) ได้ศึกษาวิจัยพบว่า ลูกค้าต้องการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่สามารถดูแล โปรแกรมการออกกำลังกายให้แก่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด ควรมีการจดบันทึกสิ่งที่เกิดขึ้นในระหว่างทำการ ฝึกซ้อม และผลลัพธ์ของลูกค้าอย่างเป็นทางการในแต่ละครั้ง มีการวัดผลระดับการเปลี่ยนแปลงของ สมรรถภาพสามารถตรวจพบได้ถึงความก้าวหน้าในการออกกำลังกายได้ เพื่อติดตามผลของลูกค้าใน แต่ละคน เพื่อป้องกันการสับสนข้อมูลลูกค้าในแต่ละคน โดยข้อมูลดังกล่าวควรแสดงภาพประกอบ ของปัจเจกบุคคลอย่างชัดเจน สามารถเข้าใจง่าย ทั้งนี้ในปัจจุบันสถานที่ออกกำลังกายฟิตเนสเซน เตอร์ในบางแห่ง ให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้มีการจดบันทึกโปรแกรมในระหว่างทำการฝึกซ้อมให้แก่ ลูกค้า แต่ยังคงอยู่ในรูปแบบของกระดาษหรือ โปรแกรม Microsoft Excel ซึ่งมีความยากต่อการใช้ งาน และลูกค้าไม่มีข้อมูลเก็บไว้กับตนเอง

ผู้วิจัยต้องการนำผลการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น และหลักการในการประเมินสมรรถภาพ ทางกายศาสตร์ นำมาทำในรูปแบบของดิจิทัลเพื่อใช้เป็นฟังก์ชันที่สามารถเก็บข้อมูล และดูย้อนหลัง ผ่านระบบแอปพลิเคชันได้ตลอดเวลาเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ทั้งสองฝ่าย ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล สามารถใช้ในการบันทึกข้อมูลได้ทันทีผ่านระบบแอปพลิเคชันดังกล่าว ไม่ว่าจะเก็บข้อมูลการตรวจ ประเมินสมรรถภาพเบื้องต้นของลูกค้า ข้อมูลระหว่างการฝึกซ้อมรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงด้านสรีระ ที่เกิดขึ้นของลูกค้า

2.6.5 ระบบการ Review Ranking Score

(พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล, 2019) ได้กล่าวว่า การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Service Quality) ไม่ใช่เป็นการส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้ลูกค้า แต่เป็นการส่งมอบบริการตามความต้องการ ของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าที่ได้รับบริการไปแล้วเกิดความพึงพอใจดังนั้น จึงมีระบบการให้คะแนนหรือ แสดงความคิดเห็นของบริการที่ได้รับ ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการนั้น ๆ

เพื่อให้ผู้ประกอบการนำข้อแสดงความคิดเห็นของลูกค้าไปปรับใช้ให้การบริการดีขึ้น โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีลักษณะ 5 ระดับคะแนน คือ 1-5 ดาว โดยจะแสดงข้อมูลการสรุปคะแนนที่ช่วยประกอบการตัดสินใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

1.) ความพึงพอใจในการใช้บริการจะแสดงผลเป็นตัวเลข จะมาจากผู้ที่ให้คะแนนที่พึงพอใจในการใช้บริการ ยิ่งคะแนนในส่วนนี้มีมากเท่าไรยิ่งมีความน่าสนใจ น่าเชื่อถือในสินค้าและบริการมากขึ้นเท่านั้น

2.) ค่าใช้จ่าย จะแสดงเป็นตัวเลขค่าเฉลี่ย มาจากผู้ที่ได้เข้าไปแสดงความคิดเห็นหลังจากให้คะแนนใน โดยนำค่าใช้จ่ายที่แต่ละคนที่ระบุนำมาคำนวณค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายสำหรับการบริการ

3.) ความคุ้มค่า จะแสดงเป็นตัวอักษรคำว่า ถูกมาก เหมาะสม หรือ แพงไปนิด มาจากผู้ที่ได้เข้าไปแสดงความคิดเห็นหลังจากให้คะแนน โดยนำความคิดเห็นแต่ละคนที่ระบุนำมาคำนวณในภาพรวมว่าเป็นราคามีความคุ้มค่าอย่างไร

ผู้วิจัยต้องการสร้างฟังก์ชันนี้เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาแสดงความคิดเห็น และให้คะแนนระดับการบริการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อให้ลูกค้าอื่น ๆ ใช้ในการประกอบพิจารณาในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลของตนเอง และสำหรับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเองก็สามารถนำข้อมูลดังกล่าวนำไปพัฒนา และปรับปรุงเพื่อให้การฝึกสอนของตนเองมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.6.6 การเก็บข้อมูล

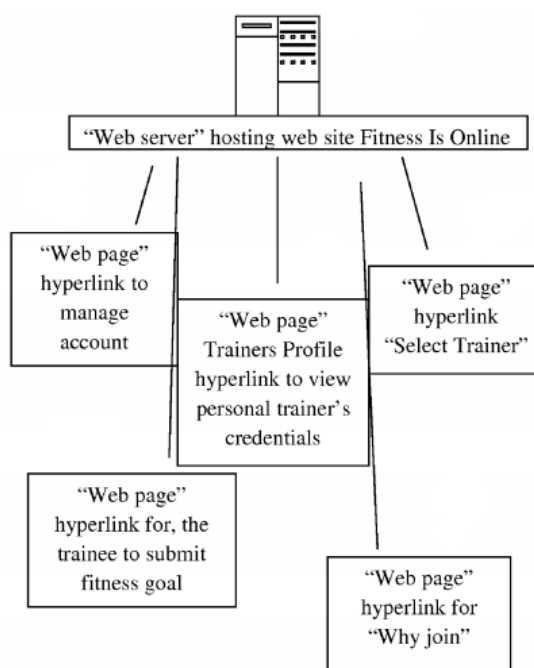
ใช้การจัดเก็บข้อมูลในระบบคลาวด์ (Cloud Storage) ในการจัดเก็บ เข้าถึง และใช้ข้อมูลร่วมกันผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยวิธีนี้จะช่วยลดต้นทุน และการจัดการในการซื้อและบำรุงรักษาโครงสร้างแหล่งเก็บข้อมูล ช่วยเพิ่มความคล่องตัว และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งเหมาะกับพื้นที่ในการจัดเก็บข้อมูลจำนวนมาก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

(วนิดา แผลงรักษา) วิจัยหัวข้อเรื่อง การพัฒนาระบบจองนัดแพทย์นอกเวลาออนไลน์กรณีศึกษา โรงพยาบาลมหาสารคามราชสีมาเพื่อลดกระบวนการทำงานที่ซ้ำซ้อน และลดระยะเวลาในการรอคอยของผู้รับบริการ โดยระบบงานดังกล่าวใช้รูปแบบ Web Application ในจัดการฐานข้อมูล สำหรับการประเมินประสิทธิภาพ ผลการประเมินพบว่า ระบบจองนัดแพทย์ออนไลน์นอกเวลา มีประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ผลการทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบพบว่า ผู้ใช้

ระบบมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบอยู่ในระดับดี แสดงให้เห็นว่าระบบจองนัดแพทย์นอกเวลาออนไลน์ กรณีศึกษา โรงพยาบาลมหาราชนครราชสีมาสามารถนำไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ขวัญจิรา เกรรัมย์, 2561) ได้ศึกษาวิจัยหัวข้อเรื่อง ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการจองผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล กรณีศึกษา Soul Health Club เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการจองผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการจองผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จากการพัฒนาาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการจองผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยแบ่งการทำงานออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ส่วนนำเสนอสำหรับผู้ใช้งานเข้ามาดูเว็บไซต์ และสามารถเข้าสู่ระบบ เพื่อใช้งานระบบในส่วนของตัวเองได้ (2) ส่วนของลูกค้าเมื่อเข้าสู่ระบบแล้วสามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัวได้ ตรวจสอบข้อมูลการสมัครสมาชิก ตรวจสอบข้อมูลแพ็คเกจ ตรวจสอบข้อมูลตารางการเข้าคลาส และตารางเข้าเทรน (3) ส่วนของผู้ฝึกสอนส่วนตัว เมื่อเข้าสู่ระบบแล้วสามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัวได้ ตรวจสอบการทำงาน ตรวจสอบตารางคลาส และตารางเทรน (4) ส่วนของผู้ดูแลระบบ (Admin) เมื่อเข้าสู่ระบบแล้วสามารถแก้ไขข้อมูลส่วนพื้นฐาน ทำการขายคูปอง สมัครสมาชิก ขายแพ็คเกจ จองผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จัดการหน้าเว็บไซต์ และการออกแบบรายงาน ซึ่งการทำงานของระบบนั้นจะช่วยให้การบริหารจัดการงานภายในพีดีเนสมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผลของการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการจองผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในระดับมาก



รูปที่ 3 Personal Fitness Trainer online system

ที่มา: Smith, C. (2011). Personal Fitness Trainers Online. In: Google Patents.

(Smith, 2011) จากรูปที่ 3 ได้คิดค้นวิธีการนำเสนอการฝึกอบรมกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในรูปแบบออนไลน์ โดยใช้งานผ่านเครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและลูกค้า โดยโปรแกรมจะรวบรวมฐานข้อมูลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อแสดงผล ให้ลูกค้าสามารถปรึกษาผู้ฝึกสอนที่ตัวเองสนใจเป็นรายบุคคลและให้ผู้ฝึกสอนวางแผนการออกกำลังกายผ่านออนไลน์ รวมถึงการติดตามประเมินผลข้อเสนอแนะ โดยแผนภาพแสดงให้เห็นถึง โดเมนของเว็บไซต์ที่แสดงลิงค์ไปยังหน้าเว็บเพื่อเริ่มต้นการใช้งานสำหรับการเยี่ยมชมเว็บไซต์ครั้งแรก และการให้คำปรึกษาระหว่างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและลูกค้า

Post Workout Motivation

Re-Charge and Re-Motivate

- Coupons & Promotions
 - Affiliate Programs
 - Scheduler/Reminder
- Upselling: Class Music Playlists
 - Analytics/Charts/Tools



รูปที่ 4 ฟังก์ชันที่มีให้เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการไปออกกำลังกาย

ที่มา: Ng, S. C., & Hailey, M. (2011). Systems and methods for accessing personalized fitness services using a portable electronic device. In: Google Patents.

(Ng & Hailey, 2011) จากรูปที่ 4 ได้แสดงให้เห็นถึงผู้คนที่จำนวนไม่น้อยมีความปรารถนาที่จะต้องการออกกำลังกายแต่ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ตนเองได้ตั้งไว้อันเนื่องมาจากไม่ทราบวิธีการที่ถูกต้องในการออกกำลังกายหรือใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ขาดแรงจูงใจในการไปฟิตเนสเซ็นเตอร์

เพื่อช่วยให้มีแรงจูงใจในการออกกำลังกายเป็นประจำ ผู้คนมักค้นหาเพื่อนในการไปออกกำลังกาย หรือการหาตารางเวลาเพื่อออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อเพิ่มแรงจูงใจ แต่สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่การแก้ปัญหาทั้งหมด สมาชิกอาจต้องโทรไปที่ศูนย์ออกกำลังกายเพื่อกำหนดเวลาการฝึกซ้อมด้วยตนเอง หรือหากเพื่อนและคนสนิทไม่ไปออกกำลังกายด้วยกันก็ทำให้ตัวเองไม่มีแรงจูงใจในการไปออกกำลังกายเช่นเดียวกัน ดังนั้น (Ng & Hailey, 2011) จึงได้คิดค้นวิธีการนำเสนอระบบและวิธีการในการเข้าถึงบริการฟิตเนสส่วนบุคคลโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์พกพา โดยพัฒนาและใช้แอปพลิเคชันเป็นศูนย์กลางในการใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย สามารถใช้แอปพลิเคชันในการแนะนำลูกค้าใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นออกกำลังกายให้ลูกค้าสามารถสร้างแรงจูงใจในฟิตเนสได้ด้วยตนเอง สร้างวินัยและกระตุ้นให้ลูกค้ามาออกกำลังกายอย่างเป็นประจำ

ผู้วิจัยต้องการนำแนวคิด และวิธีการของงานวิจัยดังกล่าวในการจอง นำมาใช้ในการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อให้ลูกค้ามีระบบบัญชีส่วนตัวสามารถตรวจสอบข้อมูลสถานะของตนเองได้ เช่น การจองผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ตาราง เวลา และสถานที่ในการฝึก ผู้วิจัยต้องการนำงานวิจัยดังกล่าวมาต่อยอดในด้านการบันทึกข้อมูลสุขภาพของลูกค้า เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการรู้ความเปลี่ยนแปลงในด้านร่างกาย และผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลก็สามารถใช้บันทึกข้อมูลของลูกค้าได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ทำให้การวัดผลในด้านของสุขภาพโดยรวมได้อย่างแม่นยำ

2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.7.1 ความหมายของนวัตกรรม

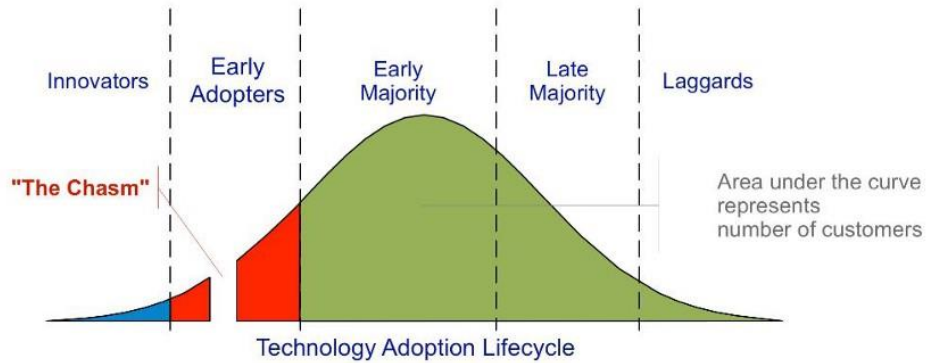
(A. Hunter Dupree, 1971) ได้กล่าวว่า นวัตกรรม (Innovation) คือ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ และสังคม รวมทั้งสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดให้แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยจากการสังเกตสิ่งที่อยู่รอบตัว และการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำไปสู่แนวคิดที่แปลกใหม่ซึ่งจะนำไปให้เกิดประโยชน์ต่อมนุษย และสังคม

- 1.) การประดิษฐ์คิดค้น ปรับเปลี่ยนแก้ไขของเก่าให้ดีขึ้นกว่าเดิม
- 2.) การพัฒนาการเป็นการทดลองผลิตภัณฑ์ แนวคิดหรือ กระบวนการ
- 3.) การนำไปปฏิบัติเพื่อพิสูจน์ดูว่านวัตกรรมที่สร้างมานั้นมีความสมบูรณ์หรือไม่

(Schumpeter, 2013) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการควรใช้โอกาสสร้างนวัตกรรม เทคโนโลยีให้เกิดสินค้า บริการใหม่หรือ กระบวนการการผลิตใหม่เพื่อพัฒนาต่อยอดความได้เปรียบในกลยุทธ์ทางธุรกิจ

(E. M. Rogers, 2010) ได้อธิบายไว้ว่า นวัตกรรมคือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากความคิด การกระทำ และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ซึ่งถูกรับรู้ได้ว่าเป็นสิ่งไม่เคยมีมาก่อนด้วยตัวบุคคลแต่ละคน หรือหน่วยอื่น ๆ

ของการยอมรับในสังคม มีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงความรู้เดิมให้ดีขึ้น และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยผ่านกระบวนการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ จากนั้นจึงนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา เศรษฐกิจ และสังคม ดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 Technology Adoption Lifecycle

Rogers, E. M. (2010). *Diffusion of innovations*: Simon and Schuster.

(E. M. Rogers, 2010) ได้แบ่งกลุ่มผู้ใช้ออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มล้ำสมัย (Innovators) มี 2.5% ของประชากรทั้งหมด เป็นกลุ่มคนที่ยอมรับและเปิดใจที่จะใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ของสินค้าหรือบริการเพื่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ก่อนใคร

2. กลุ่มนำสมัย (Early Adopters) มี 13.5% ของประชากรทั้งหมด เป็นกลุ่มที่เปิดรับและเริ่มใช้สิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่เพิ่งนำออกสู่ตลาด คนกลุ่มนี้อาจจะมีแรงกระตุ้นต่อสินค้าหรือบริการใหม่ยอมจ่ายค่าสินค้าในราคาที่แพงเพื่อค้นหาประสบการณ์ใช้สินค้า

3. กลุ่มทันสมัย (Early Majority) มี 34% ของประชากรทั้งหมด เป็นกลุ่มคนที่เปิดใจรับของใหม่ได้รวดเร็ว เมื่อเห็นว่ามีคนเริ่มใช้งานสิ่งประดิษฐ์ใหม่กันอย่างจริงจังมากขึ้น รู้สึกปลอดภัย เพราะที่ได้มีคนลองใช้มาแล้ว และชี้ให้เห็นได้ว่า สิ่งประดิษฐ์ใหม่นั้นมีคุณค่า ทำให้ชีวิตของพวกเขาดีขึ้น เป็นกลุ่มคนที่เป็นฐานผู้ใช้ที่ใหญ่และกว้างที่สุดของกลุ่มประชากรทั้งหมด (Mainstream)

4. กลุ่มตามสมัย (Late Majority) มี 34% เช่นเดียวกับกลุ่มทันสมัย เมื่อสิ่งประดิษฐ์ได้รับการยอมรับในคนกลุ่มใหญ่ คนกลุ่มนี้ก็จะไม่รีรอที่จะร่วมเป็นผู้บริโภคด้วย เพราะเมื่อเวลาผ่านไปมีคนใช้เพิ่มมากขึ้น ตลาดก็จะมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น และราคาสินค้าก็จะถูกลง ในขณะที่ประสิทธิภาพก็เพิ่มมากขึ้นกว่าแต่เดิม อยู่ในระดับที่คุ้มค่าคุ้มราคา เมื่อราคาจับต้องได้ง่ายขึ้น การกระจายสินค้ามีความทั่วถึงมากขึ้น คนกลุ่มนี้ก็จะสามารถตอบสนองความต้องการของตัวเองและความต้องการมีตัวตนในสังคมได้ง่ายขึ้น

5. กลุ่มสุดปลายสมัย (Laggards) ประมาณ 16% ของประชากรทั้งหมด เป็นกลุ่มสุดท้ายของประชากรที่จะเปิดรับสิ่งประดิษฐ์ เนื่องจากเหตุปัจจัยหลายประการ เช่น อาจกำลังซื้อไม่พอ

ในตอนแรก ไม่รู้สึกถึงคุณค่าและมองไม่เห็นคุณค่าในการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ขาดหรือด้อยสมรรถนะในการใช้งานในช่วงเริ่มต้น (อย่างเช่นสิ่งประดิษฐ์ช่วงแรกมีความซับซ้อนแต่ต่อมามีการใช้งานที่ง่ายขึ้น) ท้ายที่สุดอาจเกิดจากการที่โดนสังคมบังคับให้ใช้ (เช่นการซื้อ การจองสินค้าหลายชนิดในปัจจุบัน เป็นการจองผ่านอินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลาย กลุ่มที่คุ้นเคยอยู่กับการรับออเดอร์ทางแพ็คเกจ จึงถูกบีบให้หันมาใช้งานออนไลน์เป็นต้น)

ทฤษฎีการแพร่กระจาย

(E. M. J. T. J. C. j. o. q. i. Rogers, 1995) ได้คิดค้นทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) โดยทฤษฎีนี้เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการแพร่กระจายของสิ่งใหม่ ๆ จากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง โดยมีตัวแปรหรือองค์ประกอบหลัก 4 ประการ คือ

1. นวัตกรรม (Innovation) หรือสิ่งใหม่ที่จะแพร่กระจายไปสู่สังคมเกิดขึ้น นวัตกรรมที่จะแพร่กระจายและเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม
2. การสื่อสารโดยผ่านสื่อทางใดทางหนึ่ง (Types of Communication) เพื่อให้คนในสังคมได้รับรู้ระบบการสื่อสาร การสื่อสาร คือ การติดต่อระหว่างผู้ส่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสาร โดยผ่านสื่อหรือตัวกลางแพร่กระจายจากแหล่งกำเนิดไปสู่ผู้ใช้หรือผู้รับนวัตกรรม
3. เกิดในช่วงเวลาหนึ่ง (Time or Rate of Adoption) เพื่อให้คนในสังคมได้รู้จักนวัตกรรม แนวความคิดใหม่หรือมีการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมต้องอาศัยระยะเวลาและมีลำดับขั้นตอนเพื่อให้ยอมรับนวัตกรรมหรือแนวความคิดใหม่
4. ระบบสังคม (Social System) โดยการแพร่กระจายเข้าสู่สมาชิกของสังคม เมื่อมีการแพร่กระจาย สิ่งใหม่เข้ามา สังคมก็จะยอมรับได้ง่าย ส่วนสังคมโบราณหรือสังคมที่ติดยึดกับความเชื่อต่าง ๆ ซึ่งเป็นสังคมล้าหลังจะมีลักษณะตรงกันข้ามกับสังคมสมัยใหม่ ความรวดเร็วของการแพร่กระจายและปริมาณที่จะรับนวัตกรรมจึงเกิดได้ช้ากว่าและน้อยกว่าหรืออาจจะไม่ยอมรับเลยก็ได้

การยอมรับนวัตกรรม

(E. M. J. T. J. C. j. o. q. i. Rogers, 1995) ได้กล่าวอีกว่า การยอมรับว่าเป็นกระบวนการ (Process) ที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคล เริ่มจากได้ยินในเรื่องวิทยากรนั้นๆ จนกระทั่งยอมรับนำไปใช้ในที่ที่สุด ซึ่งกระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 ขั้นรับรู้หรือตื่นตน (Awareness Stage)

เป็นขั้นเริ่มแรกที่น่าไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ ขั้นนี้เป็นขั้นที่ได้รับรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ (นวัตกรรม) ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือกิจกรรมของเขา แต่ยังไม่ได้รับข่าวสารไม่ครบถ้วน ซึ่งการรับรู้มักเป็นการรับรู้โดยบังเอิญและจะทำให้เกิดความอยากรู้ต่อไป อันเนื่องมาจากมีความต้องการวิทยาการใหม่ ๆ นั้น ในการแก้ปัญหาที่ตนเองมีอยู่

ขั้นที่ 2 ขั้นสนใจ (Interest Stage)

เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจแสวงหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ เพิ่มเติม พฤติกรรมนี้เป็นไปในลักษณะที่ตั้งใจแน่วแน่ และใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นแรก ซึ่งในขั้นนี้จะทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่มากขึ้น ซึ่งบุคลิกภาพและค่านิยม ตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคมหรือประสบการณ์เดิมจะมีผลต่อบุคคลนั้น และมีผลต่อการติดตามข่าวสารหรือรายละเอียดของสิ่งใหม่หรือวิทยาการใหม่นั้นด้วย

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage)

เป็นขั้นที่จะไตร่ตรองว่าจะลองใช้วิธีการหรือหาวิทยาการใหม่นั้นดีหรือไม่ ด้วยการเปรียบเทียบระหว่างข้อดีและข้อเสียว่า เมื่อนำมาใช้แล้วจะเป็นประโยชน์ต่อกิจกรรมของตนหรือไม่ หากรู้สึกว่ามีข้อดีมากกว่าจะตัดสินใจใช้ ขั้นนี้จะแตกต่างจากขั้นอื่น ๆ ตรงที่เกิดการตัดสินใจที่จะลองความคิดใหม่ ๆ โดยบุคคลมักจะคิดว่าการใช้วิทยาการใหม่ ๆ นั้นเป็นการเสี่ยงไม่แน่ใจถึงผลที่จะได้รับ ดังนั้นในขั้นนี้จึงต้องการแรงเสริม (Reinforcement) เพื่อให้เกิดความแน่ใจยิ่งขึ้นว่าสิ่งที่เขาตัดสินใจแล้วนั้นถูกต้องหรือไม่ โดยการให้คำแนะนำให้ข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจ

ขั้นที่ 4 ขั้นทดลอง (Trial Stage)

เป็นขั้นที่บุคคลทดลองใช้วิทยาการใหม่ๆ นั้นกับสถานการณ์ของตน ซึ่งเป็นการทดลองดูกับส่วนน้อยก่อน เพื่อจะได้ดูว่าได้ผลหรือไม่ ในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาข่าวสารที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับวิทยาการใหม่หรือนวัตกรรมนั้น

ขั้นที่ 5 ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage)

เป็นขั้นที่บุคคลยอมรับวิทยาการใหม่ ๆ นั้น ไปใช้ในการปฏิบัติกิจกรรมของตนอย่างเต็มที่หลังจากที่ได้ทดลองปฏิบัติและเป็นประโยชน์ในสิ่งนั้นแล้ว

2.7.2 นวัตกรรมบริการ (Services Innovation)

(Miles, 2008) ได้กล่าวถึง ขอบเขตของนวัตกรรมที่ไม่ได้จำกัดอยู่แค่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ แต่มีอีกสิ่งหนึ่งที่เรียกว่า นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรม

มากขึ้น ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้การนำเสนอการบริการใหม่หรือการพัฒนาการบริการที่มีอยู่ให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดียิ่งขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน

(Hertog, 2000) ได้กล่าวว่ำนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใด ๆ ก็ตามล้วนเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของทั้ง 4 รูปแบบ คือ

1.) New service concept เป็นการนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ทางด้านงานบริการเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าใหม่เฉพาะกลุ่มตลาด โดยการสำรวจความต้องการตลาดเป็นสำคัญ การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด

2.) New client interface เป็นการนำเสนอวิธีการบริการลูกค้าแบบใหม่เข้ามาเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้โดยตรงหรือ เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกมากขึ้นในการใช้บริการ

3.) New service delivers เป็นระบบที่ทำให้ลูกค้าได้รับสินค้าอย่างสะดวกรวดเร็ว และได้มาตรฐานของการบริหารการขนส่ง

4.) Technological options ซึ่งเป็นส่วนที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการขับเคลื่อนรูปแบบทั้ง 3 รูปแบบข้างต้น เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีนั้นให้มีความทันสมัย สามารถนำมาซึ่งนวัตกรรมบริการรูปแบบใหม่ ๆ มาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพได้

2.7.3 แนวคิด และทฤษฎีของนวัตกรรม

(Dosi, 1982) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนทัศน์เทคโนโลยี (Technological Paradigms) คือ มุมมองที่พิจารณาปัญหาทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกัน โดยใช้ความรู้พื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทางด้านทฤษฎี ด้านการปฏิบัติรวมไปถึงเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ มาแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับสภาวะเศรษฐกิจที่เน้นผลลัพธ์ สภาพแวดล้อมในสังคม และการสนับสนุนของสถาบันต่าง ๆ เช่น องค์กร และนโยบายของรัฐบาล ซึ่งสุดท้ายตลาดจะเป็นผู้ตัดสินว่าเทคโนโลยีใดที่จะถูกเลือกให้พัฒนาต่อไปได้ โดยสามารถวัดความสำเร็จของเทคโนโลยีได้จากความสามารถในการแก้ไขปัญหา โดยกระบวนทัศน์การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มี 2 ทฤษฎี คือ

1.) Demand-Pull Process คือ สินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการบริโภคมีให้เห็นอยู่แล้วในตลาด ผู้บริโภคเลือกที่จะใช้สินค้าตามความต้องการ คุณค่า ราคา และคุณลักษณะของสินค้า

2.) Technology-Push โดยเริ่มจาก Supply-Side การวิจัย และพัฒนาเพื่อให้ได้ นวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ตลาดอาจจะตอบรับหรือไม่ตอบรับก็ได้

2.7.4 นวัตกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้สนับสนุนนวัตกรรมสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ช่วยลดพฤติกรรมเสี่ยง ส่งเสริมให้คนมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน ทั้งตนเอง และครอบครัว รวมถึงการสนับสนุนผลักดันให้สังคม สิ่งแวดล้อม อยู่ในสถานะที่เอื้อต่อการทำให้มีสุขภาพที่ดี

จากทฤษฎีข้างต้นที่ผู้วิจัยได้อ้างอิง สามารถสรุปได้ว่างานวิจัยนี้เป็นนวัตกรรมการบริการ (Service Innovation) คือ การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อพัฒนาโมเดลทางธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ให้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยการวิจัยนี้จะใช้โปรแกรมในรูปแบบ Progressive Web Application ในการเข้าถึงผู้ใช้งาน ซึ่งเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในงานวิจัยสามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้ทุกที่ตลอดเวลาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ใช้งานได้ทุกอุปกรณ์ ทั้งคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต

อีกทั้งสามารถบันทึกข้อมูลสุขภาพและประวัติระยะเบื้องต้นเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของร่างกายโดยใช้หลักการการประเมินทางกายศาสตร์ที่มีความเหมาะสมกับเฉพาะบุคคล ช่วยให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลใช้บันทึกข้อมูลลูกค้า และนำข้อมูลที่ได้ใช้ในการออกแบบโปรแกรมออกกำลังกาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผลจะบันทึกข้อมูลไปยังแอปพลิเคชัน ลูกค้าสามารถตรวจสอบ และติดตามผลได้อย่างต่อเนื่อง

จากทฤษฎีกระบวนการพัฒนานวัตกรรม งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎี Technology Push Model โดยนวัตกรรมของการวิจัยนี้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในด้านความนิยมของการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นยุคที่สังคมในปัจจุบันต้องการมีสุขภาพที่ดีอยู่เสมอ โดยเน้นไปถึงผู้ที่ต้องการออกกำลังกาย และต้องการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อมาส่งเสริมให้การออกกำลังกายสมบูรณ์ยิ่งขึ้นดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยแอปพลิเคชันในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ โดยผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ทุกที่ตลอดเวลา สะดวกและรวดเร็ว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางที่ใช้ดำเนินการวิจัยเป็น 4 ขั้นตอน คือ

- 1.) ศึกษาความต้องการของผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและความต้องการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
- 2.) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกับผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
- 3.) พัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
- 4.) ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันเพื่อพัฒนาเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์

3.1 ระยะเวลาที่ 1 ศึกษาความต้องการของผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและความต้องการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

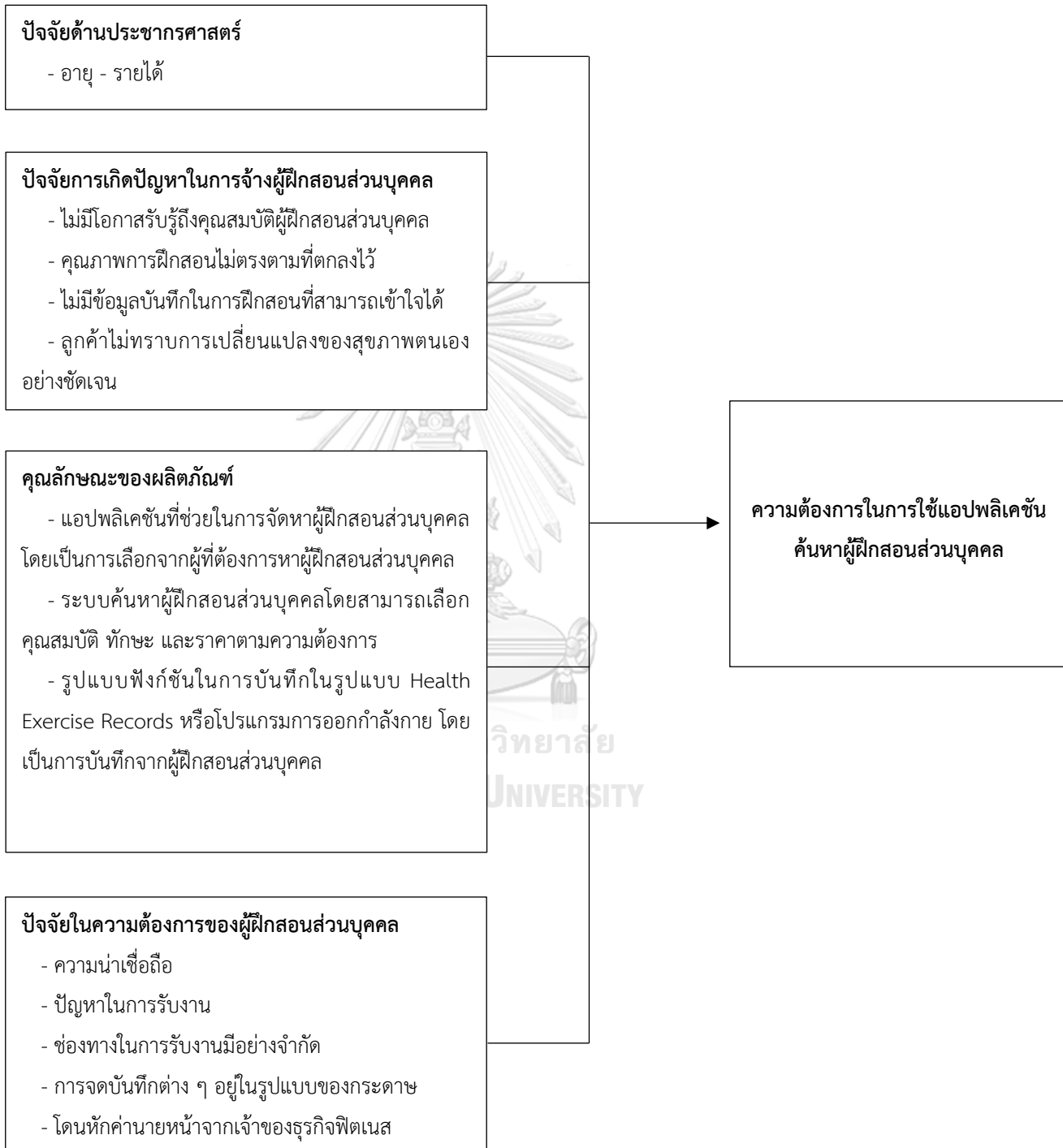
ศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์แอปพลิเคชันของผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจปัญหา และวิเคราะห์ความสนใจต่อเว็บแอปพลิเคชัน เพื่อนำผลสำรวจที่ได้มาวิเคราะห์พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก่อนออกสู่เชิงพาณิชย์

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้จะดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method) โดยวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาแนวคิดหรือแนวโน้มในการใช้เว็บแอปพลิเคชัน และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาและเว็บแอปพลิเคชัน ให้บรรลุถึงความต้องของกลุ่มธุรกิจด้านการออกกำลังกาย

3.1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



3.2 ระยะเวลาที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกับผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

3.2.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์

1.) ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ

สำรวจผู้ที่มีอายุ 19 – 59 ปี เนื่องจากเป็นวัยทำงานอยู่ในช่วงการประกอบอาชีพเลี้ยงดูตนเอง และครอบครัวดังนั้น การออกกำลังกายเป็นการส่งเสริมของวัยนี้จะส่งเสริมระบบทำงานของร่างกายให้มีสุขภาพที่ดี ที่มาจาก: สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬากรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา ปี 2562

2.) ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ

(2.1) เพศชาย

(2.2) เพศหญิง

3.2.2 ปัจจัยด้านการเกิดปัญหาการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและการหาลูกค้า

- 1.) ไม่มีโอกาสในการรับรู้โปรไฟล์ และคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลด้วยตนเอง
- 2.) คุณภาพการฝึกสอนไม่ตรงตามที่ตกลงไว้
- 3.) ผู้จ้างอาจโดนหลอกให้จ่ายเงินค่าบริการ แต่กลับไม่ได้รับการดูแลที่ดี
- 4.) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในบางประเภทมีช่องทางในการขายชั่วโมงฝึกอย่างจำกัด
- 5.) รูปแบบการเปลี่ยนแปลงเชิงโปรแกรม เช่น ความก้าวหน้าในด้านสุขภาพ พัฒนาการที่เกิดขึ้นในรูปร่าง และร่างกายของลูกค้ายังใช้งานในการจดบันทึกแบบสมุด และกระดาษอยู่ ทำให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอาจสับสนข้อมูลของลูกค้าในแต่ละคน อีกทั้งลูกค้าไม่ทราบการเปลี่ยนแปลงของสุขภาพตนเองอย่างชัดเจน

3.2.3 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

- 1.) แอปพลิเคชันที่ช่วยในการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยเลือกจากกลุ่มลูกค้า
- 2.) ระบบค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยสามารถเลือกคัดเลือกได้จากรูปภาพ โปรไฟล์ ทักษะพิเศษ ประสบการณ์ สถานที่ออกกำลังกาย ราคา ตามที่ลูกค้าต้องการ
- 3.) การบันทึกสมรรถภาพร่างกาย และโปรแกรมการออกกำลังกาย โดยองค์ประกอบดังกล่าวใช้ในการวิเคราะห์ด้านพัฒนาการความก้าวหน้าในการออกกำลังกายของลูกค้าของแต่ละคนโดยผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นผู้บันทึกข้อมูล
- 4.) ตารางแสดงเวลา และสถานที่ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ใกล้เคียง

3.2.4 ประเด็นด้านความต้องการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

- 1.) ภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือ
- 2.) ช่องทางในการรับงานมีอย่างจำกัด
- 3.) ปราศจากเครื่องมือในการบันทึกประเด็นสำคัญในการฝึกสอนนอกเหนือจากการใช้กระดาษ
- 4.) โดนหักค่านายหน้าจากเจ้าของธุรกิจฟิตเนส

3.2.5 การเลือกกลุ่มประชากร

3.2.5.1 กลุ่มประชากรที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผู้วิจัยต้องการสำรวจผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลถึงแนวโน้มความสนใจในการใช้เว็บแอปพลิเคชันการบริหารจัดการการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงเลือกใช้สูตรการประมาณค่าสัดส่วนประชากร ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% และมีระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 pq}{E^2}$$

Z	= ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากการแจกแจง ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด คือ 95% ดังนั้นจึงเท่ากับ 1.96
p	= ความน่าจะเป็นที่จ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชัน 0.5
q	= ความน่าจะเป็นที่ไม่จ้างผู้ฝึกสอนผ่านแอปพลิเคชัน 0.5
n	= ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
E^2	= ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01

จากสูตรการหาขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างเมื่อนำมาแทนค่าในสูตรจะได้ ดังนี้

$$96.04 = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5)}{0.01}$$

ฉะนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างสำหรับผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในการทำแบบสำรวจ คือ 100 คน

3.2.5.2 กลุ่มประชากรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในองค์กร และผู้ฝึกสอนอิสระ

ผู้วิจัยต้องการสำรวจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลถึงแนวโน้มความสนใจในการใช้แอปพลิเคชัน การบริหารจัดการการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลผ่านระบบแอปพลิเคชัน เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงเลือกใช้สูตรการประมาณค่าสัดส่วนประชากร ที่คำนวณผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% และมีระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 pq}{E^2}$$

Z	= ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากการแจกแจง ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด คือ 95% ดังนั้นจึงเท่ากับ 1.96
p	= ความน่าจะเป็นที่จ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชัน 0.5
q	= ความน่าจะเป็นที่ไม่จ้างผู้ฝึกสอนผ่านแอปพลิเคชัน 0.5
n	= ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
E^2	= ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01

จากสูตรการหาขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างเมื่อนำมาแทนค่าในสูตรจะได้ ดังนี้

$$96.04 = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{0.01}$$

ฉะนั้นผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนประชากรที่ใช้ในการทำแบบสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล คือ 100 คน แต่เนื่องจากจำนวนผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในองค์กรมีจำนวนมากกว่าผู้ฝึกสอนอิสระโดยไม่สามารถระบุจำนวนที่แท้จริงได้ จึงได้แบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- 1.) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในองค์กร จำนวน 60 คน
- 2.) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอิสระ จำนวน 40 คน

3.2.6 การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในรูปแบบ Survey Research เพื่อให้ทราบถึงความสนใจของกลุ่มประชากรตัวอย่างในการเลือกใช้แอปพลิเคชัน

แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับกลุ่มผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ เป็นการตอบแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Response Question)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ได้แก่ ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากแหล่งใด ช่องทางในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จำนวนโปรแกรมที่เคยซื้อบริการกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ความถี่ในการฝึกซ้อม เป้าหมายสูงสุดที่ต้องการออกกำลังกาย เป็นการตอบแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Response Question) โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ประสพการณ์ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ได้แก่ ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เป็นการตอบแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Response Question) แบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับแอปพลิเคชัน เรียงลำดับความสำคัญของฟังก์ชันเพื่อเพิ่มเติมในแอปพลิเคชัน รวมไปถึงความสนใจในการใช้แอปพลิเคชัน โดยมีเกณฑ์ในการให้

คะแนน คือ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด

แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับกลุ่มผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกลูกค้าของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ได้แก่ ช่องทางในการรับงานจากลูกค้า ปัญหาในที่มีกพบเจอในการให้บริการแก่ลูกค้า เป็นการตอบแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Response Question) แบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะสำหรับแอปพลิเคชัน เรียงลำดับความสำคัญของฟังก์ชันเพื่อเพิ่มเติมในแอปพลิเคชัน รวมไปถึงความสนใจในการใช้แอปพลิเคชัน โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด

3.2.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งการมีปฏิสัมพันธ์ และไม่มีการปฏิสัมพันธ์ต่อกลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะทำการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วย 2 วิธี คือ

- 1.) สัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวรวมถึงการสัมภาษณ์ถึงแนวโน้มความต้องการในการใช้เว็บแอปพลิเคชัน
- 2.) การสร้างแบบสอบถามทางออนไลน์โดยใช้ Google Docs ซึ่งวิธีการส่งให้กลุ่มตัวอย่างจะใช้ในรูปแบบของลิงค์หรือ QR Code ผ่านทาง Email และ Line Application

3.2.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา โดยจะใช้ค่าร้อยละในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์โดยแจกแจงความถี่ และนำเสนอด้วยค่าร้อยละเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

3.3 ระยะเวลาที่ 3 พัฒนาระบบเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

3.3.1 การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แอปพลิเคชันการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผู้วิจัยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาโปรแกรม และแอปพลิเคชันในลักษณะ Progressive Web Application (PWA) โดยโปรแกรมจะสามารถแสดงผลได้มีประสิทธิภาพบนทุกอุปกรณ์ โดยไม่จำเป็นต้องติดตั้งดาวน์โหลดแอปพลิเคชันจาก App Store หรือ Play Store

ซึ่งการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลแบบครบวงจรที่มีการเก็บข้อมูลผู้ใช้งาน การค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในรัศมีที่กำหนด และฟังก์ชันการบันทึกข้อมูลของลูกค้าในรูปแบบ Health Exercise Records ผ่านโปรแกรมดังกล่าวนั้นยังไม่มีในตลาดจึงเป็นโอกาส และทางเลือกที่ดีของธุรกิจนี้

3.3.2 กำหนดความต้องการของผู้ใช้

3.3.2.1 ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้ที่ต้องการว่าจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล รวมถึงความต้องการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเอง สามารถนำมากำหนดฟังก์ชันการทำงานของผลิตภัณฑ์ต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ที่ผู้ใช้งานของทั้ง 2 ฝ่ายให้ความสนใจ ดังนี้

- 1.) ระบบค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
- 2.) ระบบเลือกจุดประสงค์ในการออกกำลังกายคือ ต้องการลดน้ำหนัก ต้องการเทคนิคไปปรับใช้กับการเล่นกีฬา ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และแก้ไขปัญหาโรคประจำตัว
- 3.) โปรไฟล์ ประสบการณ์ ทักษะเฉพาะ ราคา ตารางเวลา สถานที่เดินทาง ในการไปสอนออกกำลังกาย ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และแสดงความคิดเห็นจากลูกค้าอื่น ๆ ที่เคยใช้บริการ
- 4.) ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า คือ ประวัติสุขภาพ เป้าหมายในการออกกำลังกาย จำนวนแพคเกจที่ซื้อ แพคเกจปัจจุบัน ระยะเวลาในการออกกำลังกาย ผู้ฝึกดูแลส่วนตัว
- 5.) ข้อมูลการโปรแกรมในการออกกำลังกาย เพื่อแสดงถึงความก้าวหน้าในการบรรลุเป้าหมายที่สามารถอ่านค่า และเข้าใจง่าย

3.3.2.2 เนื้อหาเพิ่มเติมภายในผลิตภัณฑ์

- 1.) เนื้อหา บทความในการดูแลสุขภาพ
- 2.) อัปเดตข่าวสาร และกิจกรรมที่เสริมสุขภาพในการออกกำลังกาย

3.3.3 การพัฒนาระบบ

หลังจากได้สอบถามความต้องการของผู้ใช้งานแล้ว จะนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบเว็บแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด โดยมีการออกแบบฟังก์ชันให้มีลักษณะตรงตามที่ผู้ใช้งานต้องการ รวมทั้งปลอดภัยในการเก็บข้อมูล

3.4 ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันเพื่อพัฒนาเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาแนวโน้มการยอมรับในการใช้เว็บแอปพลิเคชันการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด โดยสัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ 2 ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจำนวน 5 คน และได้ใช้ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (E. M. J. T. J. C. j. o. q. i. Rogers, 1995) ในการประเมินการยอมรับในผลิตภัณฑ์

3.4.1 เครื่องมือในการหาคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถาม

3.4.1.1 Index of item Objective Congruence หรือ IOC

ผู้วิจัยได้หาค่าความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถามในการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (content validity) ด้วยการนำไปปรึกษากับผู้ทรงคุณวุฒิ (subject matter specialists) จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

- 1.) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทรงพันธ์ เจริมประยงค์ ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2.) อาจารย์ ดร.โสภณทิพย์ สุนทรยาธร ตำแหน่ง ประธานแขนงวิชาแขนงวิชาการจัดการการกีฬา (Sports Management) คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 3.) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ อนันต์วรณิชย์ ตำแหน่ง ภาควิชาการออกแบบอุตสาหกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เพื่อพิจารณาตรวจสอบความชัดเจนของความเที่ยงตรงในเนื้อหา ความสอดคล้องข้อคำถามในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item Objective Congruency หรือ IOC) (พิศิษฐ ตัณฑวณิช และ พนา จินดาศรี 2561) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- | | |
|----|--|
| +1 | เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญแน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา |
| 0 | เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา |
| -1 | เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญแน่ใจว่าคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหา |

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย

R หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทุกคนในเนื้อหาแต่ละข้อคำถาม

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้ข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 พิจารณาปรับปรุงหรือตัดออก จากผลการตรวจสอบของแบบสอบถามมีรายละเอียดดังนี้

1.) แบบสอบถามกลุ่มประชากรผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 จำนวน 11 ข้อ และข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ปรับปรุง 6 ข้อ

2.) แบบสอบถามกลุ่มประชากรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 จำนวน 8 ข้อ และไม่มีข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ปรับปรุง 5 ข้อ โดยแบบสอบถามดังกล่าวมีการปรับปรุงเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

3.4.2.1 แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ผู้วิจัยได้ทดสอบเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างแรกทั้งหมดจำนวน 75 คน แบ่งออกเป็น ผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จำนวน 45 คน และผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จำนวน 30 คน

ผลการคำนวณค่า Cronbach's Alpha ของผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จำนวน 45 คน แสดงดังภาพที่ 3.1 ซึ่งจะได้ว่า ค่า Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามที่คำนวณได้ คือ 0.824 ซึ่งเป็นค่าที่มากกว่า 0.7 แสดงว่า แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีความน่าเชื่อถือ

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	24	53.3
	Excluded ^a	21	46.7
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	15

รูปที่ 6 ผลลัพธ์ค่า Cronbach's Alpha Coefficient

ของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผลการคำนวณค่า Cronbach's Alpha ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จำนวน 30 คน แสดงดังภาพที่ 3.2 ซึ่งจะได้ว่า ค่า Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามที่คำนวณได้ คือ 0.824

ซึ่งเป็นค่าที่มากกว่า 0.7 แสดงว่า แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีความน่าเชื่อถือ

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	9

รูปที่ 7 ผลลัพธ์ค่า Cronbach's Alpha Coefficient

ของกลุ่มตัวอย่างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

3.4.2 ศึกษาความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ในเชิงการตลาด

- 1.) SWOT Analysis เครื่องมือช่วยวิเคราะห์ธุรกิจ จากปัจจัยภายใน และภายนอก (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats)
- 2.) PEST เครื่องมือช่วยวิเคราะห์ธุรกิจจากปัจจัยภายนอก (Political, Economic, Social, Technology)
- 3.) Five Force Model Analysis วิเคราะห์คู่แข่ง สภาพแวดล้อมการแข่งขัน เพื่อวางแผนกลยุทธ์ของกิจการ และปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ
- 4.) Marketing Strategy (STP)
 - Segmentation แบ่งตามภูมิศาสตร์ พฤติกรรม
 - Target market เป็น Mass หรือ Individual Marketing
 - Positioning การวิเคราะห์จุดขาย
- 5.) Marketing Mix / 4Ps โดยวิเคราะห์ Product, Price, Place (ช่องทางการตลาดหรือ Channel) และ Promotion

3.4.3 ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

- 1.) แผนทางการเงิน (Financial Plan)
- 2.) การคำนวณบัญชียอดรายได้ และรายจ่ายของธุรกิจ

บทที่ 4

ผลการทำวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผลที่ได้จากผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และผลที่ได้จากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการใช้งานและความต้องการในการใช้เว็บแอปพลิเคชัน จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวนทั้งสิ้น 220 คน โดยแบ่งเป็นผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจำนวน 120 คนและ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจำนวน 100 คน

4.1 ผลสรุปจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.1.1 กลุ่มที่ 1 ผลที่ได้จากกลุ่มผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

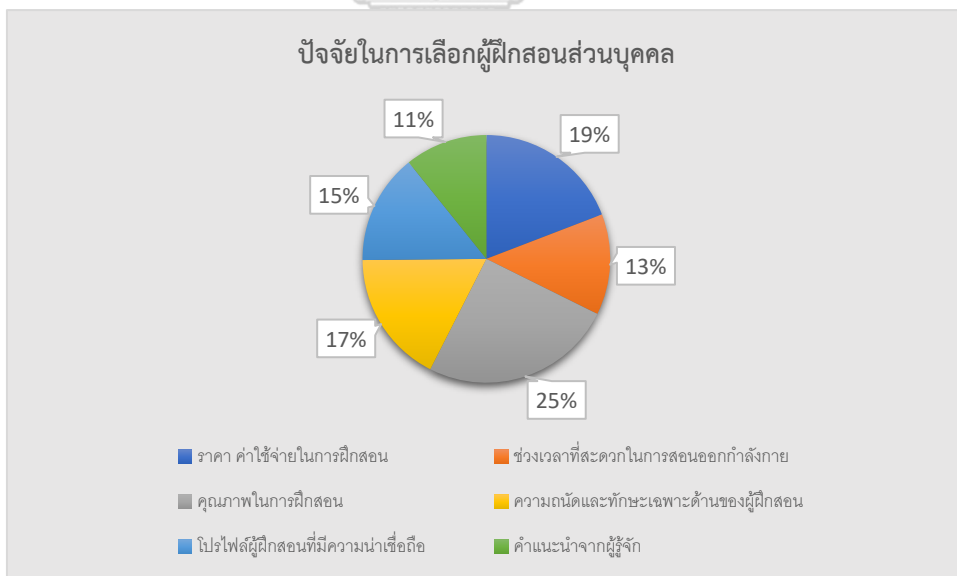
ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า มีชายจำนวน 38 คน เพศหญิงจำนวน 77 คน และเพศอื่น ๆ จำนวน 5 คน โดยเพศหญิงมักให้ความสำคัญและใส่ใจต่อรูปร่างเป็นพิเศษเพราะต้องการให้ตนเองดูดีและให้เห็นผลลัพธ์เร็วที่สุด ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่มีรายได้ที่มั่นคง มีกำลังทรัพย์พอสมควรในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนตัว ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 อาชีพส่วนใหญ่ คือพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 52 คิดเป็นร้อยละ 43.3 ในส่วนของรายได้อยู่ที่ระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีผู้ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลถึง 69 คน เคยใช้บริการจากฟิตเนสเซนเตอร์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 69 ช่องทางในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลส่วนใหญ่ที่เลือกคือ ฟิตเนสเซนเตอร์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 เนื่องจากไม่ทราบถึงช่องทางอื่น ๆ และไม่รู้จักผู้ฝึกสอนเป็นการส่วนตัว อีกทั้งไม่เชื่อมั่นในการว่าจ้างผู้ฝึกสอนผ่านช่องทางออนไลน์เพราะอาจโดนหลอกให้จ่ายเงินค่าบริการแต่กลับไม่ได้รับการดูแลที่ดี

จากการวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ส่วนใหญ่ผู้จ้างมักเลือกจากคุณภาพในการฝึกสอนเป็นอันดับแรก แม้ว่าคุณภาพนั้นอาจไม่สามารถวัดได้แต่สามารถแสดงให้เห็นถึงความมีระเบียบวินัย ความใส่ใจ ความเข้าใจ และความต้องการของลูกค้า ไปจนถึงผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นของร่างกายลูกค้า ดังนั้นองค์ประกอบนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการที่จะหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ดีที่สุด

อันดับสองในด้านราคาควรมีราคากลางหรือระบुरาคารายชั่วโมงแพคเกจอย่างชัดเจน เพราะในปัจจุบันโดยเฉพาะหน่วยงานในฟิตเนสเซนเตอร์ มักมีราคาค่าจ้างรายชั่วโมงของผู้ฝึกสอนที่ค่อนข้างสูง และไม่ทราบว่าผู้ฝึกสอนในแต่ละคนนั้นมีราคาที่แตกต่างกัน

และสุดท้ายคือปัจจัยด้านความถนัดและทักษะเฉพาะด้านของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล แสดงให้เห็นถึงความต้องการเฉพาะด้านของลูกค้าที่ต้องการทักษะของผู้ฝึกสอนพิเศษและศาสตร์การออกกำลังกายที่ตนต้องการ เช่น โยคะ เพื่อการบำบัดเพื่อฟื้นฟูร่างกาย ช่วยให้อวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายดีขึ้น หรือมวยไทยที่สามารถช่วยลดน้ำหนัก เกิดจากการออกกำลังกายในส่วนต่าง ๆ แม้แต่การบิดตัวระหว่างขกอย่างถูกวิธีก็มีผลต่อการเผาผลาญไขมัน เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุที่ลูกค้าส่วนใหญ่มักแสวงหาวิถีในการออกกำลังกายในแบบที่ตนเองชอบควบคู่กับการมีผู้ฝึกสอนที่มีทักษะเฉพาะทางให้คำแนะนำและสอนเทคนิคเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด แสดงดังภาพที่ 4.1



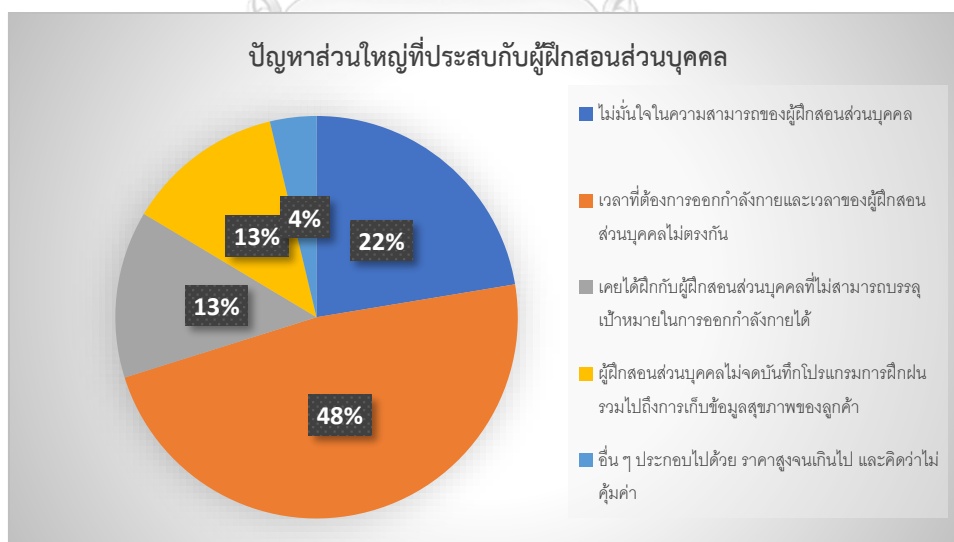
รูปที่ 8 แสดงปัจจัยในการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 ประสบการณ์ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในแบบสอบถามนี้กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผลสรุปของปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้จ้างมักประสบกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

อันดับแรกคือ การนัดเวลาที่ต้องการออกกำลังกายและเวลาของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่ตรงกันมีจำนวนมากอยู่ที่ 48% ซึ่งผู้จ้างบางส่วนได้ให้ความคิดเห็นว่า โดยส่วนใหญ่แล้วผู้จ้างจะไม่สามารถทราบตารางงานของผู้ฝึกสอนได้จึงทำให้ไม่สามารถจัดการเวลาในการนัดออกกำลังกายให้ตรงกันได้

อันดับสองคือ ไม่มั่นใจในความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอยู่ที่ 22% เพราะหากผู้จ้างต้องการจ้างผู้ฝึกสอนในราคาที่ย่อมเยารวมอาจต้องแลกกับความเสี่ยงในด้านศักยภาพของผู้ฝึกสอนอิสระหากเปรียบเทียบกับผู้ฝึกสอนในฟิตเนสที่มีความน่าเชื่อถือแต่ก็ต้องแลกกับราคาที่สูงตาม

และอันดับสุดท้ายคือ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่จัดบันทึกโปรแกรมการฝึกฝน รวมไปถึงการเก็บข้อมูลสุขภาพของลูกค้าและเคยได้ฝึกกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในการออกกำลังกายได้อยู่ที่ 13% ซึ่งในสองประเด็นนี้มีความเชื่อมโยงกันในแง่ของผลลัพธ์เพราะการที่ผู้ฝึกสอนไม่มีการจัดบันทึกข้อมูลในด้านร่างกายของลูกค้าอาจส่งผลให้ลูกค้าไม่สามารถมองเห็นภาพการเปลี่ยนแปลงของร่างกายได้อย่างชัดเจนจึงมีความคิดว่าตนเองไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ



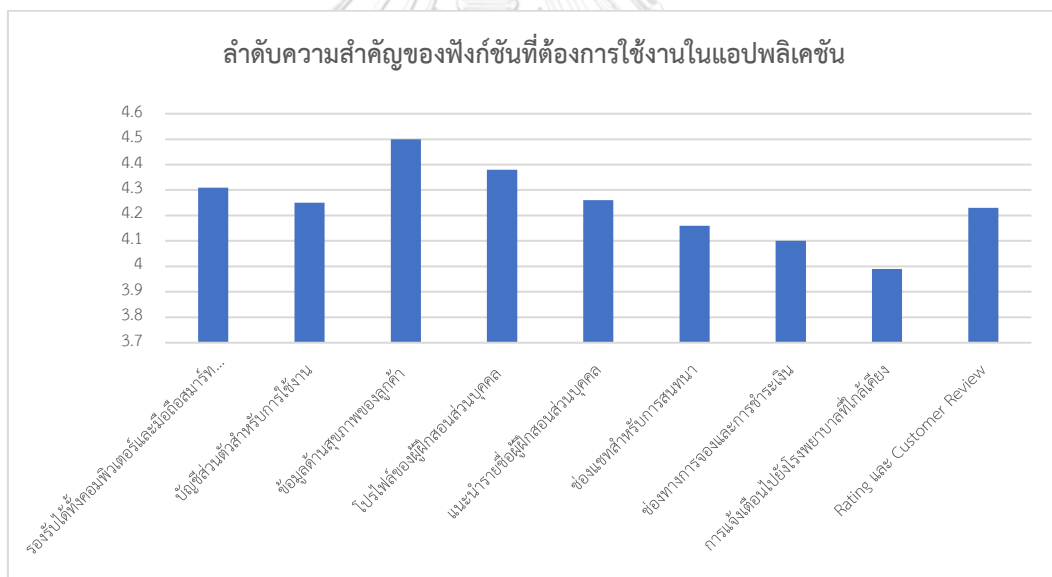
รูปที่ 9 แสดงประสบการณ์ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับแอปพลิเคชัน ในด้านฟังก์ชันของเว็บแอปพลิเคชันหาผู้สอน ส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 120 คนได้ให้ความสำคัญแก่ 3 ปัจจัยพิจารณาจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน ได้ดังนี้ คือ

ข้อมูลด้านสุขภาพของลูกค้า เช่น ประวัติด้านสุขภาพเบื้องต้น เช่น น้ำหนัก ส่วนสูง โปรแกรมการออกกำลังกายในแต่ละครั้ง เป็นลำดับ 1 คิดเป็นจำนวน 4.50 คะแนน

ตามด้วยโปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อแสดงให้ลูกค้าสามารถดูได้โดยข้อมูลจะระบุทักษะเฉพาะทางของผู้ฝึกสอน แพคเกจราคา และแสดงช่วงเวลาที่สามารถทำการฝึกสอนได้ เป็นลำดับ 2 คิดเป็นจำนวน 4.38 คะแนน

และสุดท้ายคือแอปพลิเคชันที่สามารถรองรับได้ทั้งคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือสามารถโทร เป็นลำดับ 3 คิดเป็นจำนวน 4.31 คะแนน นอกจากนี้ความสนใจในการใช้เว็บแอปพลิเคชันหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสนใจเป็นจำนวน 75 คน จากจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5



รูปที่ 10 แสดงลำดับความสำคัญของฟังก์ชันที่ลูกค้าต้องการใช้งานในแอปพลิเคชัน

4.1.2 กลุ่มที่ 2 ผลที่ได้จากกลุ่มผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาความต้องการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คนแบ่งออกเป็นเพศชายจำนวน 61 คน เพศหญิงจำนวน 29 คน และเพศอื่น ๆ จำนวน 10 คน อายุส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 31 ปี จำนวน 50 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 50 ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในช่วงปริญญาตรี มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสังกัดในฟิตเนสเซนเตอร์ที่ตอบ

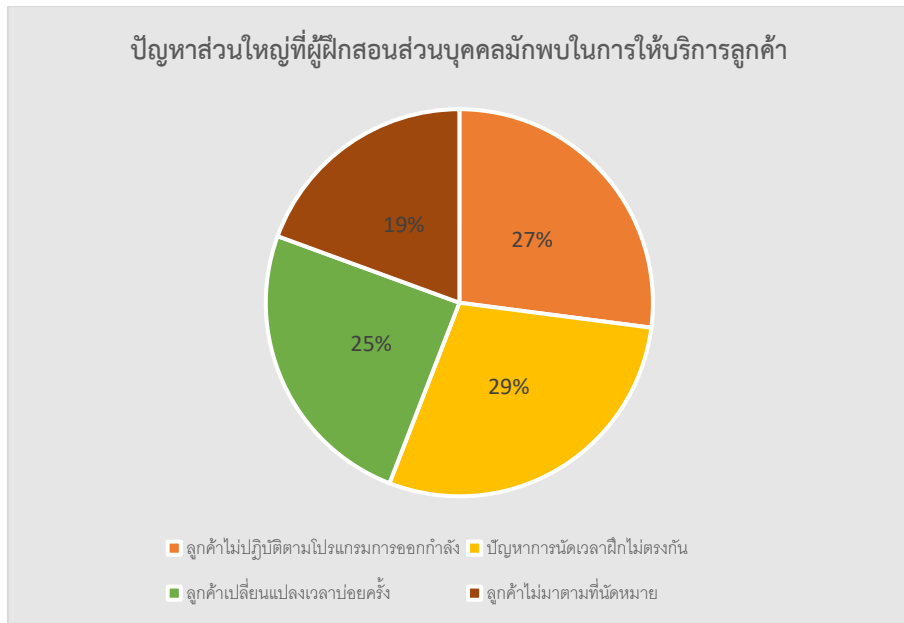
แบบสอบถาม จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอิสระ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ประสบการณ์ในการทำงานอยู่ในช่วง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 30,001-50,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกลูกค้าของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ส่วนใหญ่จะได้ลูกค้าจากพิตเนสเซนเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 64.0 เนื่องจากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลโดยเฉพาะผู้ฝึกสอนในพิตเนสมีทางเลือกอย่างจำกัดในหาลูกค้าโดยอาศัยจากการเข้าไปพูดคุยหรือให้บริการลูกค้าขณะที่ออกกำลังกายอยู่ในพิตเนสเท่านั้น ส่วนผู้ฝึกสอนอิสระก็มีช่องทางการหาลูกค้าอย่างจำกัดเช่นเดียวกันโดยอาศัยจากการที่มีลูกค้าเก่าจากพิตเนสจ้างต่อหรือการบอกผ่านปากต่อปากลูกค้าดังนั้น เว็บบแอปพลิเคชันจึงมีส่วนสำคัญในการเพิ่มช่องทางและโฆษณาด้านศักยภาพของผู้ฝึกสอน เพื่อให้ผู้ฝึกสอนนั้นได้มีโอกาสในการนำเสนอตนเองและโอกาสในการจ้างงานที่มากขึ้น

ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลทั้ง 100 คนได้ตอบแบบสอบถามในด้านปัญหาหลักในการรับงานและให้บริการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต่างให้คะแนนในด้านปัญหาการนัดเวลาการฝึกที่ไม่ตรงกันมากที่สุด เนื่องด้วยส่วนใหญ่แล้วผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่ได้มีการแสดงตารางงานจากแหล่งใด ส่งผลให้ทั้งลูกค้าและผู้ฝึกสอนมักมีปัญหาในเรื่องของเวลาที่ไม่ตรงกันหรืออาจตรงกันแต่ผู้ฝึกสอนติดลูกค้าท่านอื่น ดังนั้นการที่มีแสดงผลตารางงานของผู้ฝึกสอนจะช่วยให้ลูกค้าทราบเบื้องต้นก่อนที่จะนัดหมาย และให้ความสะดวกสบายต่อผู้ฝึกสอนยิ่งขึ้น

ปัญหาถัดมาคือ ลูกค้าไม่ปฏิบัติตามโปรแกรมการออกกำลังกายที่วางแผนไว้ ปัญหานี้เกิดจากการที่ผู้ฝึกสอนไม่มีข้อมูลการวางแผนการออกกำลังกายอย่างเป็นรูปธรรมหรือข้อมูลที่บันทึกการออกกำลังกายในแต่ละครั้งอย่างชัดเจนส่งผลให้ลูกค้าไม่ปฏิบัติตามดังนั้น ข้อมูลด้านสุขภาพลูกค้าที่ประเมินจากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าควรรู้และมีข้อมูลอยู่ในมือเพื่อลูกค้าเข้าใจได้อย่างชัดเจนและปฏิบัติตามคำแนะนำจากผู้ฝึกสอน

ส่วนของปัญหาสุดท้ายคือปัญหาลูกค้าเปลี่ยนแปลงเวลาบ่อยครั้งซึ่งสอดคล้องกับวิธีการแก้ปัญหาแรกควรแก้ไขโดยการมีตารางนัดออกกำลังกายอย่างชัดเจน

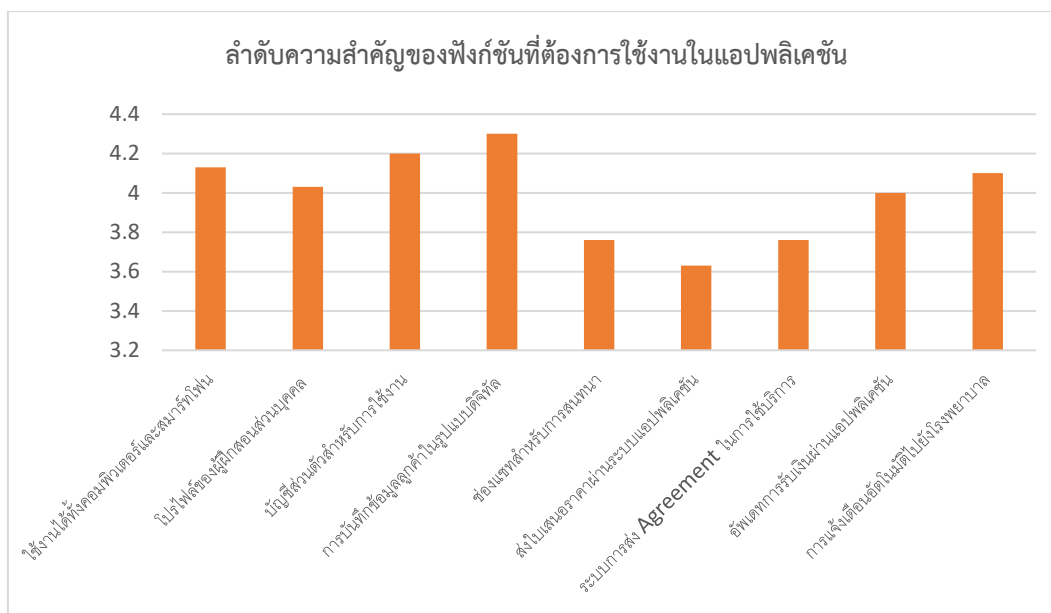


รูปที่ 11 แสดงสัดส่วนปัญหาในการรับงานจากลูกค้า

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะสำหรับแอปพลิเคชัน ที่ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลทั้ง 100 คนได้ให้คะแนนความสำคัญเป็น 3 อันดับแรก คิดจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน มีปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ โปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อแสดงให้ลูกค้าสามารถดูได้ โดยข้อมูลจะระบุทักษะเฉพาะทางของผู้ฝึกสอน แพคเกจราคา และแสดงช่วงเวลาที่สามารถทำการฝึกสอนได้ เป็นลำดับ 1 คิดเป็นจำนวน 4.30 คะแนน

ตามด้วยบัญชีส่วนตัวสำหรับการใช้งานเฉพาะผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเท่านั้น เช่น ประวัติการขาย ลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน สถานะออฟเดทการจอง ตารางเวลานัดออกกำลังกาย เป็นลำดับ 2 คิดเป็นจำนวน 4.26 คะแนน

และสุดท้ายคือ การบันทึกข้อมูลด้านสุขภาพของลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล เป็นลำดับ 3 คิดเป็นจำนวน 4.22 คะแนน นอกจากนี้ความสนใจในการใช้เว็บแอปพลิเคชันหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสนใจเป็นจำนวน 77 คน จากจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0



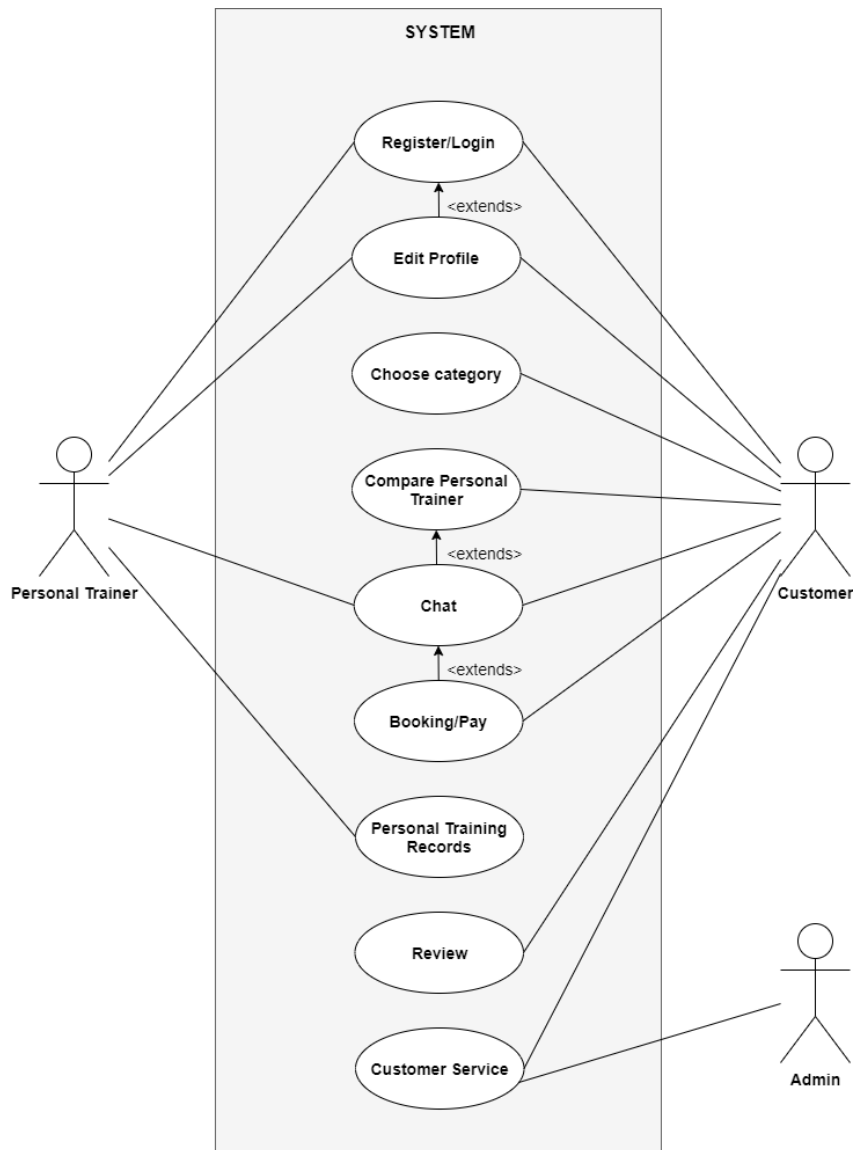
รูปที่ 12 ลำดับความสำคัญของฟังก์ชันที่ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต้องการใช้งานในแอปพลิเคชัน

สรุป

ผลในการศึกษาข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพในการฝึกสอน รวมไปถึงความถนัดและทักษะเฉพาะด้านของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นหลัก ส่วนของฟังก์ชันในเว็บแอปพลิเคชันอันดับแรกๆ ที่ให้ความสำคัญคือ การบันทึกข้อมูลด้านสุขภาพของลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล เพื่อเก็บข้อมูลและการเปลี่ยนแปลงของร่างกายหลังออกกำลังกาย และการแสดงโปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อแสดงให้ลูกค้าสามารถดูได้ โดยข้อมูลจะระบุทักษะเฉพาะทางของผู้ฝึกสอน แพคเกจราคา และแสดงช่วงเวลาที่สามารถฝึกสอนได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสนใจเว็บแอปพลิเคชันนี้เป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่าหากมีเว็บแอปพลิเคชันค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ช่วยในเรื่องของการหาผู้ฝึกสอนที่ตรงต่อความต้องการ ซึ่งจะทำให้เกิดผลดีกับทั้งฝ่ายผู้ว่าจ้างและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้ดียิ่งขึ้น โดยเป็นการนำเว็บแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยในการติดต่อสื่อสารให้ทั้ง 2 ฝ่ายเกิดประโยชน์สูงสุด

4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมโปรแกรมประยุกต์เพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

1.) โดยเริ่มจากการออกแบบระบบ จากข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 220 คน และได้ประเมินถึงความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามต่าง ๆ มาวิเคราะห์และออกแบบระบบ ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวจะแสดงดังภาพที่ 17



รูปที่ 13 Use case ของ Web Application

จากภาพที่ 4.6 คือ Use Case ที่แสดงถึงรูปแบบการนำเสนอและการทำงานของแอปพลิเคชัน โดยเริ่มต้นการใช้งาน ลงทะเบียนทั้งกลุ่มผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

- (1.1) ลงทะเบียนเพื่อสมัครสมาชิกและเข้าสู่ระบบ
- (1.2) ทั้ง 2 ฝ่ายดำเนินการแก้ไขโปรไฟล์ส่วนตัว
- (1.3) ลูกค้าสามารถค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ตนเองต้องการ จากการเลือกคุณสมบัติของผู้ฝึกสอนที่ตนเองสนใจ จากนั้นก็ค้นหา

(1.4) ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากโปรไฟล์ ราคา เวลา และสถานที่ ตามที่ตนเองต้องการ และสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากการแชท สนทนากับผู้ฝึกสอนได้ทันที

(1.5) ลูกค้าสามารถซื้อแพคเกจการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้ทันทีผ่านระบบเว็บแอปพลิเคชันเมื่อทั้ง 2 ฝ่ายได้ตกลงกันเรียบร้อยแล้ว ผู้จ้างสามารถจอง วันและเวลาในการออกกำลังกายได้ทันที

(1.6) หลังจากที่ได้ทำการฝึกสอนออกกำลังกายในแต่ละครั้ง ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะต้องทำการบันทึกข้อมูลการออกกำลังกายในทุก ๆ ครั้ง

(1.7) ผู้จ้างสามารถให้คะแนนและรีวิวผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้

(1.8) แอปพลิเคชันจะมีหน่วยงานคอยดูแลและสามารถแจ้งปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชันหรือ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้ผ่านระบบ

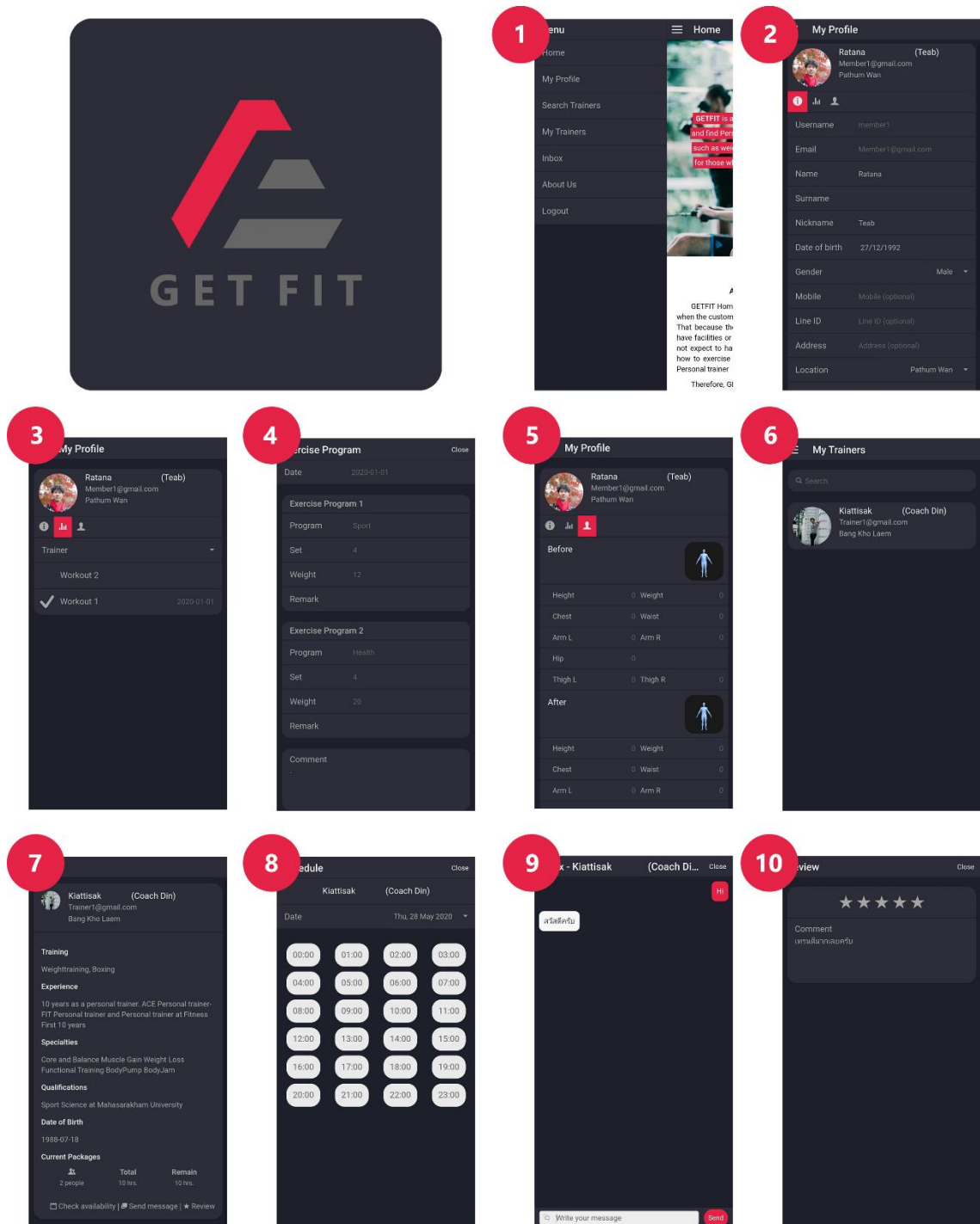
2.) ผลการแสดงผลหน้าจอของเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารจัดการการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถใช้งานโดยแสดงบนหน้าจอโทรศัพท์มือถือทุกรุ่น

(2.1) สัญลักษณ์แอปพลิเคชัน GETFIT



รูปที่ 14 สัญลักษณ์แอปพลิเคชัน GETFIT

(2.2) การใช้งานเว็บแอปพลิเคชัน GETFIT สำหรับผู้จ้าง



รูปที่ 15 การใช้งาน GETFIT สำหรับผู้จ้าง

(2.2.1) หลังจากที่ได้เข้าสู่ระบบเพื่อสมัครสมาชิกมีแล้ว ผู้ใช้งานจะสามารถเลือกเมนูที่ต้องการและใช้งาน

(2.2.2) ผู้ใช้งานจะต้องกรอกข้อมูลส่วนตัวผ่านทางแอปพลิเคชัน โดยการใส่ชื่อ นามสกุล อีเมล เบอร์โทรศัพท์ ย่านที่อยู่

(2.2.3) ผู้ใช้งานสามารถดูข้อมูลการเทรนนย้อนหลังได้จากโปรไฟล์ของตนเอง

(2.2.4) ข้อมูลโปรแกรมการเทรนและออกกำลังกายในแต่ละครั้ง

(2.2.5) ผู้ใช้งานสามารถดูข้อมูลการเปลี่ยนแปลงและผลลัพธ์จากการออกกำลังกายได้ ทั้งก่อนและหลังจบโปรแกรมการออกกำลังกาย

(2.2.6) ผู้ใช้งานสามารถค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้ตามที่ตนเองต้องการ โดยสามารถกดที่ปุ่ม Search และระบุ เพศ Location ประเภทที่ต้องการออกกำลังกาย ระบบก็จะขึ้นโชว์ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่สนใจ

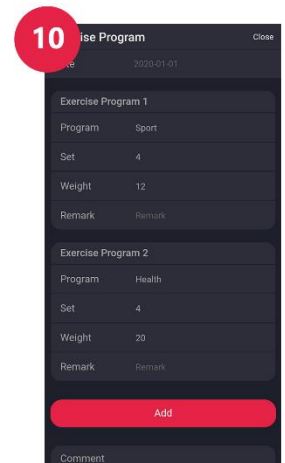
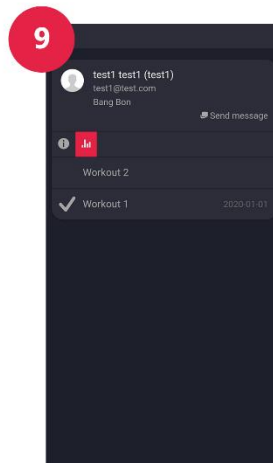
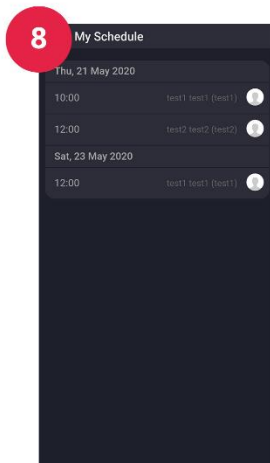
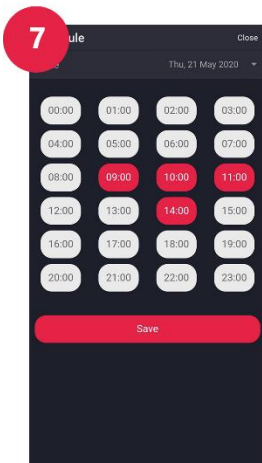
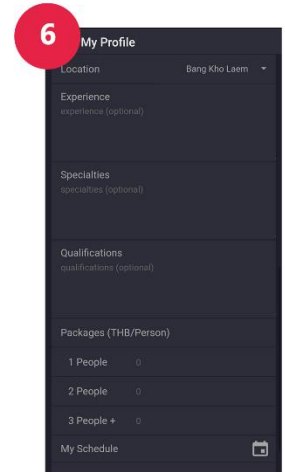
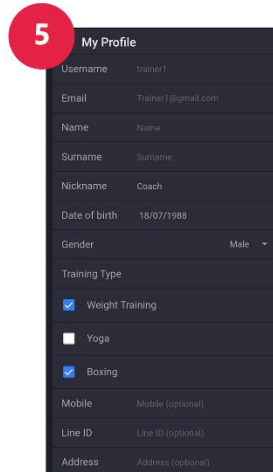
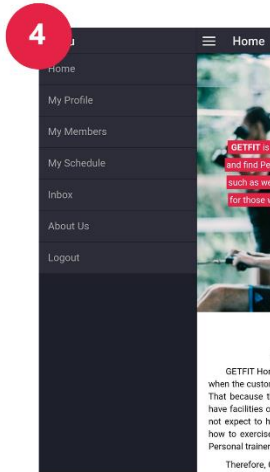
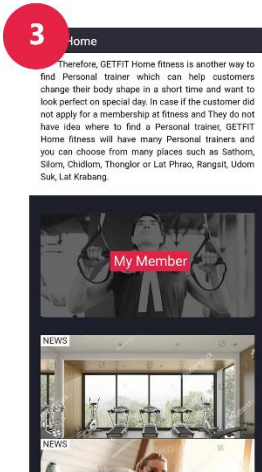
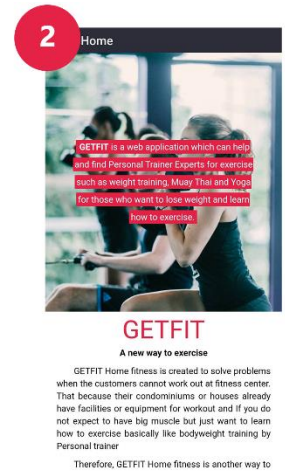
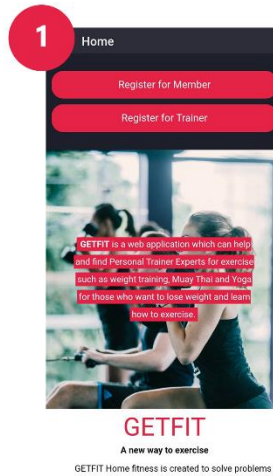
(2.2.7) สามารถเข้าไปดูรายละเอียดโปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ทั้งในด้านทักษะความถนัด ประสบการณ์การเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล คะแนนรีวิวจากผู้ที่เคยใช้งาน เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ

(2.2.8) ตารางวันและเวลาของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และสามารถจองได้ในทันที

(2.2.9) สามารถพูดคุยสอบถามผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้ทันทีผ่านช่องทางการแชทของระบบเว็บแอปพลิเคชัน

(2.2.10) หลังใช้บริการสามารถให้คะแนนความพึงพอใจและแสดงความคิดเห็นต่อผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

(2.3) การใช้งานเว็บแอปพลิเคชัน GETFIT สำหรับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล



รูปที่ 16 การใช้งาน GETFIT สำหรับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

(2.3.1) เข้าสู่ระบบเพื่อสมัครสมาชิกผ่านทางแอปพลิเคชัน โดยเลือกประเภทสมาชิกว่าเป็น ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลหรือ ผู้จ้าง จากนั้น ระบุชื่อ นามสกุล อีเมล เบอร์โทรศัพท์ รหัสผ่าน และยืนยันรหัสผ่าน เพียงเท่านี้ก็สิ้นสุดการสมัครสมาชิกแล้ว

(2.3.2) หน้าแรกของแอปพลิเคชัน

(2.3.3) แอปพลิเคชันจะอัปเดตข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ

(2.3.4) ผู้ฝึกสอนสามารถเลือกเมนูที่ต้องการใช้งาน

(2.3.5) ผู้ฝึกสอนสามารถแก้ไขหรือรอกข้อมูลส่วนตัวผ่านทางแอปพลิเคชัน โดยการใส่ชื่อ นามสกุล อีเมล เบอร์โทรศัพท์ ย่านที่อยู่ ประเภทและทักษะที่ถนัดในการสอนออกกำลังกาย ประสบการณ์การเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และใบประกาศรับรองจากสถาบันในการเป็นผู้ฝึกสอน เพื่อให้ผู้จ้างสามารถดูข้อมูลเหล่านี้เพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนจ้างได้

(2.3.6) อยู่ในหน้าเดียวกันกับข้อ 2.3.5

(2.3.7) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถตั้งค่าและตารางเวลาว่างในแต่ละวันได้ เพื่อให้ผู้จ้างสามารถจองเวลาในการออกกำลังกายได้ในทันที

(2.3.8) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถดูตารางงานและนัดจองได้ผ่านแอปพลิเคชัน

(2.3.9) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถรอกบันทึกการออกกำลังกายของลูกค้าได้ในแต่ละครั้ง

(2.3.10) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกายล่วงหน้าได้

4.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล

โดยการวิเคราะห์มาจากการสัมภาษณ์ 2 กลุ่มได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผลที่ได้จากกลุ่มผู้จ้างที่ต้องการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จำนวน 5 คน โดยแบ่งจากประสบการณ์ที่เคยจ้างและจำนวนครั้งที่เคยจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

กลุ่มที่ 2 ผลที่ได้จากกลุ่มผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จำนวน 5 คน โดยแบ่งจากประเภทและประสบการณ์การเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผลของผู้จ้าง

จากการเก็บข้อมูลของผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่าน โดยให้กลุ่มตัวอย่างได้ทดลองใช้แอปพลิเคชัน และผลการสัมภาษณ์มีดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

เพศ ชาย อายุ 28 ปี อาชีพเจ้าของกิจการและทันตแพทย์

ประสบการณ์ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่ต่ำกว่า 200 ครั้ง

1.) ประสบการณ์เลือกจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: เคยใช้บริการซื้อเทรนเนอร์ทั้งจากในฟิตเนสและฟริแลนซ์เทรนเนอร์ เริ่มต้นใช้บริการที่ฟิตเนสก่อนเพราะอยู่ใกล้มหาลัย ตอนที่เทรนครั้งแรกไม่ได้เลือกเทรนเนอร์เองทางฟิตเนสเป็นคนเลือกให้โดยได้เทรนเนอร์ที่อยู่ในระดับสูง ราคาแพงมากเกินไป เมื่อหมดคอร์สแล้วก็ลองเปลี่ยนมาเทรนกับเทรนเนอร์ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าและถูกกว่า จากที่ได้เทรนมาทั้ง 2 ระดับทำให้มีความรู้สึกว่าการเทรนแต่ละระดับไม่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความใส่ใจและตั้งใจให้การให้บริการที่จะสอนเรา หลังจากที่หมดคอร์สกับเทรนเนอร์ในฟิตเนสก็ได้ทดลองใช้บริการฟริแลนซ์เทรนเนอร์ โดยได้ค้นหาผ่าน Instagram ว่าดาราทเทรนกับคนไหนก็ตามไปเทรนด้วย อีกหนึ่งเรื่องก็คือถ้าคนที่เรารู้จักหรือเพื่อนแนะนำเทรนเนอร์ก็จะทำให้มีความไว้วางใจมากขึ้น

2.) ปัญหาที่เจอจากการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: ปัญหาแรกคือด้านเวลา เพราะบ่อยครั้งที่เทรนเนอร์เข้ามาไม่ตรงกับที่เราวาง กรณิที่เราอยากที่จะเทรนวันเสาร์แต่เทรนเนอร์ไม่สะดวกในวันนั้น โดยเฉพาะฟริแลนซ์เทรนเนอร์มีปัญหาในการนัดมากที่สุด ปัญหาอย่างที่สองคือเรื่องการเดินทางที่เป็นอุปสรรค ทำให้เสียเวลา เสียค่าน้ำมันในการไปออกกำลังกายเพื่อที่จะได้เทรนกับเทรนเนอร์คนนั้น ๆ

3.) ความคิดเห็นในการใช้เว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: ชอบสีของแอปพลิเคชันที่สื่อความหมายได้ดี ด้านประโยชน์แอปพลิเคชันสามารถทำให้เราล้าที่จะติดต่อเข้าไปเทรนเนอร์ได้เลย ทำให้เราหาเทรนเนอร์ได้ง่ายและเร็วขึ้น หากเทียบกับ Google เวลาค้นหาเทรนเนอร์ข้อมูลก็จะแยกกันเป็นของใครของมัน แต่ชอบแอปพลิเคชันตรงที่รวบรวมเทรนเนอร์เข้ามาอยู่ในแพลตฟอร์มเดียวกัน ทำให้ดูมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เมื่อจะโอนเงินหรือซื้อเทรนเนอร์ก็สบายใจมากขึ้น คิดว่าอยากลองใช้บริการและซื้อเทรนเนอร์ให้กับคุณแม่เล่นโยคะด้วย

4.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำตอบ: หากได้รับบาดเจ็บในขณะที่เทรนหรือออกกำลังกาย ผู้ใดจะเป็นผู้รับผิดชอบ อยากจะให้มึสิ่งที่เป็นลายลักษณ์อักษรทำให้เชื่อมั่นว่าจะมีผู้ที่รับผิดชอบในส่วนนี้เพราะความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญที่สุด และเรื่องที่อยู่ของผู้ใช้งานอยากให้มีความลับ

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

เพศ หญิง อายุ 29 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ประสบการณ์ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอยู่ที่ประมาณ 20 ครั้ง

1.) ประสบการณ์เลือกจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: เคยใช้บริการซื้อเทรนเนอร์จากในฟิตเนส 1 คน โดยทางฟิตเนสได้จัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้ เพราะไม่รู้จักเทรนเนอร์คนไหนเป็นการส่วนตัวและไม่มีผู้ฝึกสอนคนอื่นให้ได้เปรียบเทียบ

2.) ปัญหาที่เจอจากการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: รู้สึกว่าไม่คุ้มค่าเพราะเขาไม่มีแผนการในการจัดสรรโปรแกรม ไม่มีการจดบันทึกอย่างชัดเจน ทำให้การออกกำลังกายเป็นรูปแบบที่ซ้ำ ๆ และเดิม ๆ ผลลัพธ์ที่ได้จึงไม่พึงพอใจ ทำให้หันมาออกกำลังกายด้วยตัวเองดีกว่า

3.) ความคิดเห็นในการในเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: คิดว่าแพลตฟอร์มนี้ดีเพราะเป็นการรวมกลุ่มของผู้ฝึกสอนในแต่ละย่าน และยังหากมีข้อมูลและประวัติของผู้ฝึกสอนด้วยก็จะทำให้เป็นตัวช่วยให้ตัดสินใจเลือกผู้ฝึกสอนได้ง่ายขึ้น การไม่มีสัญญาผูกมัดทำให้เราสามารถทดลองผู้ฝึกสอนได้หลากหลายมากขึ้นและตรงตามความต้องการ แต่อยากจะได้สิทธิพิเศษในการจัดโปรโมชั่นสำหรับผู้ใช้งานในครั้งแรก

4.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำตอบ: อยากให้เพิ่มเติมในส่วนของคลิปวิดีโอสั้น ๆ ของผู้ฝึกสอนเพื่อให้ได้รู้จักเขาได้มากขึ้นจากการพูดและกริยาท่าทางต่าง ๆ ที่สามารถบ่งบอกถึงความตั้งใจในการฝึกสอนอย่างน้อยแค่ไหน

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

เพศ อื่น ๆ อายุ 40 ปี อาชีพเจ้าของกิจการและครูสอนพิเศษ

ประสบการณ์ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่ต่ำกว่า 500 ครั้ง

1.) ประสบการณ์เลือกจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: : เคยใช้บริการซื้อเทรนเนอร์ทั้งจากในฟิตเนสและฟรีแลนซ์เทรนเนอร์ โดยเริ่มจากซื้อเทรนเนอร์ในฟิตเนสก่อน เพราะเริ่มแรกที่ยังไม่ทราบวิธีการออกกำลังกายได้อย่างถูกต้องจึงอยากจะศึกษาให้ถูกวิธีโดยคัดเลือกผู้ฝึกสอนด้วยตัวเองจากการสังเกตการสอนคลาสของผู้ฝึกสอนคนนั้น

2.) ปัญหาที่เจอจากการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: ผู้ฝึกสอนในฟิตเนสนั้นยังไม่มีศักยภาพมากพอที่จะฝึกสอนในระดับที่ Advance และไม่ตรงกับความต้องการ จึงเป็นเหตุผลให้ตัวเองต้องไปค้นหาฟรีแลนซ์เทรนเนอร์จากข้างนอกเพื่อเรียนศาสตร์เฉพาะในด้านโยคะ

3.) ความคิดเห็นในการในเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: ฟังก์ชันต่าง ๆ ยังน้อยและ Fix จนเกินไปทำให้ไม่สามารถ Customize ได้ แต่โดยรวมแล้วชอบแอปพลิเคชันนี้เพราะเป็นเหมือนศูนย์รวมที่จะทำให้ตัวเองเข้าถึงผู้ฝึกสอนได้ง่ายขึ้น ถือว่าเป็นไอเดียที่ดีมาก และสนใจที่จะใช้

4.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำตอบ: ควรมีการอัปเดตว่าตอนนี้ผู้ฝึกสอนคนนี้มีลูกค้าอยู่กี่คนแล้วในปัจจุบัน และควรเพิ่มในส่วนของการ Search Engine ในแต่ละ Grouping ที่น่าสนใจมากกว่านี้ เช่น Special list โยคะในรูปแบบ Ashtanga Yoga มีผู้ฝึกสอนคนไหนบ้าง และผู้ฝึกสอนในแต่ละคนควรที่จะมีการ Tracking เลขประจำตัวได้ให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น อยากให้มีการอัปเดตข่าวหรือความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายเพิ่มเติมเพื่อสร้าง Community ขึ้นมา

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

เพศ หญิง อายุ 28 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ประสบการณ์ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอยู่ที่ประมาณ 120 ครั้ง

1.) ประสบการณ์เลิกจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: เคยใช้บริการซื้อเทรนเนอร์จากในฟิตเนส 1 คน โดยผู้ชายสมาชิกฟิตเนสเป็นคนแนะนำเทรนเนอร์ให้ เพราะไม่รู้จักเทรนเนอร์คนไหนเป็นการส่วนตัว เหตุผลที่จ้างเทรนเนอร์เพราะอยากมีสุขภาพที่ดีและแข็งแรงขึ้น

2.) ปัญหาที่เจอจากการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: ในตอนแรกเทรนเนอร์ที่เทรนด้วยก็ดีแต่พักหลังไม่ค่อยพอใจ เพราะเขาแสดงพฤติกรรมที่ไม่จริงจัง จึงทำให้ตัวเองรู้สึกอึดอัดเพราะถูกยึดเยียดในการ Hard Sale ของเทรนเนอร์ ทำให้ต้องซื้อต่อด้วยความเกรงใจ แต่ในตอนหลังก็ยกเลิกการจ้างไปเพราะว่าเทรนเนอร์ในฟิตเนสมีราคาที่สูง จึงทำให้ตอนนี้หันมาออกกำลังกายด้วยตัวเอง

3.) ความคิดเห็นในการในเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: รู้สึกชอบในส่วนของการจองเทรนเนอร์ผ่านตารางงานของเทรนเนอร์เป็นพิเศษ เพราะทำให้เราสามารถจัดการเวลาได้ล่วงหน้า คิดว่าแอปพลิเคชันนี้จะเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสนใจที่จะใช้

4.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำตอบ: ไม่มี

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

เพศ หญิง อายุ 31 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ประสบการณ์ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่ต่ำกว่า 100 ครั้ง

1.) ประสบการณ์เลือกจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: เคยใช้บริการซื้อเทรนเนอร์ทั้งจากในฟิตเนสและฟรีแลนซ์เทรนเนอร์ เริ่มต้นจากการไปใช้บริการที่ฟิตเนสก่อนแล้วทางฟิตเนสก็จะเลือกเทรนเนอร์มาให้เพราะเริ่มแรกที่ยากออกกำลัง ภายไม่รู้ว่าจะไปหาเทรนเนอร์ได้จากไหน เนื่องจากไม่มีแหล่งข้อมูลให้หา ในอดีตเคยจ้างเทรนเนอร์อยู่ 3 คน ใน 2 คนแรกจากสถานที่ฟิตเนสและ คนสุดท้ายจากการค้นหาผ่านช่องทาง Instagram โดยดูว่าดาราเทรนกับคนไหน ดาราได้ลงสถานที่ Check in ที่ใด เราก็จะตามไปดูและก็ได้เจอเทรนเนอร์ที่เขาได้มา Check in ในสถานที่นั้น ๆ ส่วนตัวคิดว่า Instagram เป็นที่รวมแหล่งรูปภาพ คิดว่าน่าจะหาเทรนเนอร์ได้ง่ายจากที่นี่ ด้วยความที่ตนเองมีอาการปวดหลังเรื้อรัง ทำให้อยากที่จะเพิ่มกล้ามเนื้อในส่วนนั้น จึงจำเป็นมากในการจ้างเทรนเนอร์เพื่อมา Support ในการยกน้ำหนักที่มาก

2.) ปัญหาที่เจอจากการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: เทรนเนอร์คนแรกที่ได้มาจากการไปสมัครฟิตเนสแห่งหนึ่งโดยที่เราไม่ได้เป็นผู้เลือกเทรนเนอร์ด้วยตัวเองเพราะตอนแรกเราไม่รู้ว่าจะเลือกใครดี มีประสบการณ์อะไรบ้าง พบว่าเทรนเนอร์คนแรกไม่ได้มีความรู้หรือประสบการณ์ที่มากพอที่จะรักษาอาการปวดหลังของตัวเองได้ จากนั้นก็ย้ายไปใช้บริการเทรนเนอร์ฟิตเนสอีกที่หนึ่ง ด้วยความที่ฟิตเนสที่นี่มีชื่อเสียงและน่าสนใจ อีกทั้งเทรนเนอร์มีการคัดกรองที่จบจากวิทยาศาสตร์การกีฬาโดยตรงจึงมีความน่าเชื่อถือ แต่เทรนเนอร์คนที่สองยังไม่ได้ตอบโจทย์ทั้งหมด อันที่จริงแล้วตนเองได้ความรู้เพิ่มเติมการเทรนมีเพียงแต่ทฤษฎีเท่านั้น แต่หลักการปฏิบัติยังไม่ถูกใจ ทำให้ตัดสินใจที่จะหาเทรนเนอร์ด้วยตนเองแล้ว โดยเลือกช่องทางจาก Instagram สังเกตจากพฤติกรรมของเทรนเนอร์เช่นการตอบ Comment สามารถเห็นได้ว่าเทรนเนอร์มีนิสัยใจคอเป็นอย่างไร การเทรนเป็นอย่างไร หรือรูปภาพใน

ขณะที่กำลังเทรนลูกค้ำท่านอื่น ๆ เปรียบเสมือน Instagram เป็นผลงานของเทรนเนอร์นั้น ๆ ทำให้เทรนเนอร์คนสุดท้ายที่หาเอง รู้สึกพึงพอใจเป็นอย่างมากเพราะได้เลือกได้ด้วยตัวเอง และได้คัดกรองเองมาส่วนหนึ่งแล้ว

3.) ความคิดเห็นในการในเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำตอบ: ขอบสีของแอปพลิเคชันเพราะสามารถสื่อได้ถึงพลังงานที่จะกระตุ้นให้ออกกำลังกาย คิดว่าแอปพลิเคชันนี้จะทำให้หาเทรนเนอร์ได้ง่ายและเร็วขึ้น เพราะกว่าจะไปหาเทรนเนอร์คนหนึ่งคนได้ใน Instagram ค่อนข้างใช้เวลานานเลยทีเดียว แต่ยังคงติดที่ยังไม่ค่อยมั่นใจว่าเทรนเนอร์ที่จะเข้ามาอยู่ในระบบแอปพลิเคชันนี้จะมีคุณภาพน้อยแค่ไหน และก็ไม่น่าจะแน่ใจว่าเทรนเนอร์ที่มีคุณภาพจะเข้ามาอยู่ในระบบแอปพลิเคชันนี้หรือไม่ แต่มองว่าจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองและคนอื่น ๆ และมีความสนใจที่จะใช้แอปพลิเคชันนี้อย่างแน่นอน เพราะเชื่อว่าจะเป็นตัวกลางที่ทำให้ 2 ฝ่ายมาเจอกันง่ายขึ้นและยิ่งช่วงนี้เป็นช่วงที่เทรนเนอร์ออกกำลังกำลังเป็นที่นิยมจึงคิดว่าเป็นประโยชน์ต่อทุกคน

4.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำตอบ: อยากแนะนำในฟังก์ชันของการ Search ควรละเอียดมากกว่านี้ เช่น ประเภทของเทรนเนอร์ที่สามารถสอนออกกำลังกายให้กับคุณแม้ตั้งครุภัณฑ์และหลังคลอด เป็นต้น หรือเทรนเนอร์ที่เป็น Special list ในด้านต่าง ๆ ก็จะมีไม่น้อย

สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้จ้าง

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เชิงลึกจากการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล พบว่าผู้ที่ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ ปัญหาที่พบจากการว่าจ้างผู้ฝึกสอนทั้งอดีตและในปัจจุบัน การยอมรับนวัตกรรมและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยได้สรุปมาดังนี้

1.) ปัญหาที่พบในปัจจุบัน พบว่า ผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลร้อยละ 100 มีความกังวลเรื่องคุณภาพการเทรนของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และไม่สามารถหารันตีได้ว่าการจ้างแต่ละครั้งจะเป็นไปตามที่ต้องการ เพราะต้องซื้อเป็นแพคเกจหลายชั่วโมง อีกทั้งมีช่องทางน้อยในการหาข้อมูลผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนอกเสียจากการได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จัก อีกช่องทางหนึ่งคือ การค้นหาข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดียโดยเฉพาะ Instagram เพียงร้อยละ 40 เท่านั้นที่เลือกใช้ช่องทางนี้

2.) การยอมรับนวัตกรรม จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 100 สนใจที่จะใช้แอปพลิเคชัน ในขณะที่เดียวกันผู้ใช้ร้อยละ 80 ได้มีความคิดเห็นว่าการใช้แอปพลิเคชันใช้งานง่าย และสะดวกในการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่จะมาสอนออกกำลังกายส่วนตัวได้ สามารถลดความกังวลในเรื่องของ

มาตรฐานและความน่าเชื่อถือ เพราะมีหน่วยงานการันตีและใบประกอบอาชีพที่แสดงหลักฐานการผ่านการเป็นผู้ฝึกสอนแล้ว รวมถึงข้อมูลการติดต่อจริงของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอีกด้วย

3.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้คำแนะนำเรื่องการใช้แอปพลิเคชันดังนี้

(3.1) อยากให้การ Search ควรละเอียดมากกว่านี้ เช่น ประเภทของเทรนเนอร์ที่สามารถสอนออกกำลังกายเพื่อ Grouping ประเภทที่น่าสนใจมากกว่านี้หรือ ทักษะ Special list ที่ผู้ฝึกสอนถนัด เช่น โยคะในรูปแบบ Ashtanga Yoga มีผู้ฝึกสอนคนไหนบ้าง

(3.2) อยากให้เพิ่มรูปหรือคลิปวิดีโอสั้น ๆ ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

(3.3) อยากจะให้มีส่วนที่เป็นลายลักษณ์อักษรทำให้เชื่อมั่นว่าจะมีผู้ที่รับผิดชอบในส่วนนี้ เพราะความปลอดภัยเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

(3.4) อยากให้มีระบบรักษาข้อมูลส่วนตัวเพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้งาน เช่น ที่อยู่

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

จากการเก็บข้อมูลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่าน โดยให้กลุ่มตัวอย่างได้ทดลองใช้แอปพลิเคชัน และผลการสัมภาษณ์มีดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนส

ประสบการณ์การเป็นผู้ฝึกสอน: 9 ปี ทักษะความถนัด: Weight Training และ BodyPump

1.) ปัจจุบันท่านได้รับลูกค้าผ่านทางใดบ้าง

คำตอบ: ฟิตเนสเซ็นเตอร์

2.) ถ้ามีแอปพลิเคชันที่จะช่วยในการหาลูกค้าเพิ่มมากขึ้นท่านจะสนใจหรือไม่

คำตอบ: สนใจ เพราะแอปพลิเคชันนี้จะทำให้เราดูทันสมัยมากขึ้น ทำให้ตัวเองมีโอกาสที่จะนำเสนอตัวเองในด้านความสามารถและทักษะและสามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงตัวเองได้ง่ายมากขึ้น โดยเฉพาะนอกสถานที่ฟิตเนส คิดว่าแอปพลิเคชันจะเป็นประโยชน์มากในอนาคต

3.) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน GETFIT ควรจะมีค่าใช้จ่ายอย่างไร

คำตอบ: คิดว่าควรจะหักจากค่าจ้างรายชั่วโมงอยู่ที่ 10% จากแพคเกจที่ขาย

4.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแอปพลิเคชันดังกล่าว

คำตอบ: เรื่องของการใส่รูปภาพในการนำเสนอเทรนเนอร์ควรที่จะอัปโหลดได้มากกว่านี้ และ ข้อมูลการให้ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนส และฟรีแลนซ์เทรนเนอร์ออนไลน์

ประสบการณ์การเป็นผู้ฝึกสอน: 14 ปี ทักษะความถนัด: มวยไทย และ Body Weight Training

1.) ปัจจุบันท่านได้รับลูกค้าผ่านทางช่องทางใดบ้าง

คำตอบ: ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ลูกค้าประจำ และเพื่อนของลูกค้าแนะนำ

2.) ถ้ามีแอปพลิเคชันที่จะช่วยในการหาลูกค้าเพิ่มมากขึ้นท่านจะสนใจหรือไม่

คำตอบ: สนใจ เพราะแอปพลิเคชันนี้ทำให้เทรนเนอร์มีความเชื่อถือได้มากขึ้น สามารถบันทึกการออกกำลังกายและเก็บประวัติข้อมูลของลูกค้าได้ เพราะโดยส่วนใหญ่แล้วฟรีแลนซ์เทรนเนอร์จะไม่สามารถทำได้ทำในส่วนนี้ถือว่าดีเลยทีเดียว ส่วนตัวมองว่าหากผู้คนที่รู้จักแอปพลิเคชันนี้ก็จะทำให้คนได้รู้จักกับเทรนเนอร์มากขึ้นซึ่งดีกว่าการวิ่งหาลูกค้าเอง ขยายกลุ่มลูกค้าได้กว้างมากขึ้นถือว่าดีในส่วนนี้ และทำให้ตัวเองได้ใช้ชีวิตได้ง่ายขึ้นในการจัดสรรเวลาการนัดลูกค้าดีกว่าที่จะต้องใช้ปากกาจดในสมุดโน้ตของตัวเอง

3.) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน GETFIT ควรคิดค่าบริการอย่างไร

คำตอบ: คิดว่าควรจะหักจากค่าจ้างรายชั่วโมงอยู่ที่ 15-20%

4.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแอปพลิเคชันดังกล่าว

คำตอบ: ควรจะมีการติดตั้งแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาเทรนลูกค้า ควรดีไซน์ให้ในการกรอกข้อมูลต่าง ๆ ได้กว้างและละเอียดขึ้น เพราะในการเขียนโปรแกรมการออกกำลังกายแต่ละคนมีรูปแบบไม่เหมือนกัน สุดท้ายคือการทำอะไรให้แอปพลิเคชันนี้ออกไปสู่สาธารณชนได้มากที่สุด ทำให้คนรู้จักแอปพลิเคชันนี้มากที่สุด

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนส

ประสบการณ์การเป็นผู้ฝึกสอน: 17 ปี ทักษะความถนัด: โยคะ และศาสตร์ทางกายภาพ

1.) ปัจจุบันท่านได้รับลูกค้าผ่านทางช่องทางใดบ้าง

คำตอบ: จากในฟิตเนส ที่มีลูกค้า Walk in หรือผ่านปากต่อปากของลูกค้าอีกที

2.) ถ้ามีแอปพลิเคชันที่จะช่วยในการหาลูกค้าเพิ่มมากขึ้นท่านจะสนใจหรือไม่

คำตอบ: สนใจมาก เพราะมองว่าในอนาคตตัวเองอาจจะไปเป็นฟรีแลนซ์เทรนเนอร์ด้านโยคะ โดยเฉพาะซึ่งแอปพลิเคชันนี้จะช่วยอำนวยความสะดวกให้ทั้งลูกค้าและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้มากขึ้น และด้วยวัตถุประสงค์ของแอปพลิเคชันนี้สร้างขึ้นมาเพื่อเป็นช่องทางให้หาลูกค้าได้อีกทาง ถือว่าดีมาก

3.) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน GETFIT ควรจะมีค่าใช้จ่ายอย่างไร

คำตอบ: คิดว่าเป็นรายเดือนอยู่ที่ 200 บาทต่อเดือน

4.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแอปพลิเคชันดังกล่าว

คำตอบ: คำนึงถึงจำนวนของลูกค้า เพราะไม่แน่ใจว่าจะมีลูกค้าเข้ามาใช้งานมากน้อยแค่ไหน

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

ฟรีแลนซ์เทรนเนอร์

ประสบการณ์การเป็นผู้ฝึกสอน: 9 ปี ทักษะความถนัด: Zumba และ BodyJam

1.) ปัจจุบันท่านได้รับลูกค้าผ่านทางช่องทางใดบ้าง

คำตอบ: ลูกค้าประจำจากฟิตเนสที่ทำงานเก่า และจากสื่อ Social ต่าง ๆ

2.) ถ้ามีแอปพลิเคชันที่จะช่วยในการหาลูกค้าเพิ่มมากขึ้นท่านจะสนใจหรือไม่

คำตอบ: สนใจ อย่างแรกส่วนตัวชอบในเรื่องของสื่อที่ใช้ในแอปพลิเคชันที่สื่อความหมายถึงความแข็งแรงได้ดี คิดว่าแอปพลิเคชันนี้ดีมาก ๆ เพราะจะได้นำเสนอข้อมูลของตัวเองได้ว่ามีทักษะความถนัดในด้านไหนและทำให้ดูน่าเชื่อถือมากขึ้น อีกด้านหนึ่งคือหากมองหาลูกค้าแต่ในฟิตเนสคงไม่เพียงพอดังนั้นการโฆษณาผ่านช่องทางนี้ก็จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการนำเสนอตัวเองให้เป็นที่รู้จักได้มากขึ้น

3.) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน GETFIT ควรคิดค่าบริการจ่ายอย่างไร

คำตอบ: คิดว่าเป็นรายเดือนน่าจะคุ้มคล้าย Spotify หรือ Netflix 150 บาท ต่อเดือน

4.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแอปพลิเคชันดังกล่าว

คำตอบ: ไม่มีครับ

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

พรีแลนซ์เทรนเนอร์

ประสบการณ์การเป็นผู้ฝึกสอน: 9 ปี ทักษะความถนัด: Weight Training, BodyJam และ นักโภชนาการ

1.) ปัจจุบันท่านได้รับลูกค้าผ่านทางช่องทางใดบ้าง

คำตอบ: ลูกค้าเก่าจากฟิตเนสเซ็นเตอร์ จากสื่อ Social ต่าง ๆ และลูกค้าแนะนำเพื่อน ๆ

2.) ถ้ามีแอปพลิเคชันที่จะช่วยในการหาลูกค้าเพิ่มมากขึ้นท่านจะสนใจหรือไม่

คำตอบ: สนใจค่ะ คิดว่าแอปพลิเคชันนี้จะจุดเริ่มต้นที่ลูกค้าจะรู้จักเทรนเนอร์ได้มากขึ้น ทำให้ลูกค้าสามารถติดต่อหาเทรนเนอร์ได้ง่ายจากการค้นหาได้ทันที เพิ่มความสะดวกและรวดเร็ว ส่วนเทรนเนอร์เองก็มีโอกาสเจอลูกค้าใหม่ ๆ จากการใช้ออปพลิเคชันด้วยเช่นกัน

3.) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน GETFIT ควรคิดค่าบริการจ่ายอย่างไร

คำตอบ: คิดว่าเป็นรายเดือนอยู่ที่ 499 บาทต่อเดือน

4.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแอปพลิเคชันดังกล่าว

คำตอบ: ไม่มีค่ะ

สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล พบว่าผู้ที่ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ ปัญหาที่พบจากการว่าจ้างผู้ฝึกสอนทั้งอดีตและในปัจจุบัน การยอมรับนวัตกรรมและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยได้สรุปมาดังนี้

1.) ปัญหาที่พบในปัจจุบัน พบว่า ปัจจุบันผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีช่องทางหลักในการหาลูกค้า คือ การบอกต่อ ๆ กันของลูกค้าที่เคยใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ และมีเพียงร้อยละ 40 ที่เป็นช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลร้อยละ 100 เห็นด้วยอย่างยิ่งที่จะมีช่องทางในการรับลูกค้าเพิ่มขึ้นผ่านระบบแอปพลิเคชัน

2.) การยอมรับนวัตกรรม จากการศึกษา พบว่า จากการสัมภาษณ์ทั้ง 5 ราย พบว่า ร้อยละ 100 มีความสนใจเป็นอย่างมากในการใช้แอปพลิเคชัน เพื่อที่จะสามารถเพิ่มช่องทางในการหารายได้ และ ประหยัดเวลาในการจัดสรรนัดลูกค้าลูกค้า

3.) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พบว่า ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกังวลเรื่องของจำนวนผู้ใช้งานของลูกค้า เพราะไม่แน่ใจว่าจะมีลูกค้าเข้ามาใช้งานมากน้อยแค่ไหน อีกทั้งแอปพลิเคชันควรจะมีการติดตั้งแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาเทรนลูกค้า และควรวีซีไอในการกรอกข้อมูลต่าง ๆ ได้กว้าง ละเอียดขึ้น มีรูปภาพประกอบมากขึ้น เพราะในการเขียนโปรแกรมการออกกำลังกายแต่ละคนมีรูปแบบไม่เหมือนกัน สุดท้ายคือการทำอะไรให้แอปพลิเคชันนี้ออกไปสู่สาธารณชนได้มากที่สุด ทำให้คนรู้จักแอปพลิเคชันนี้มากที่สุด

บทที่ 5

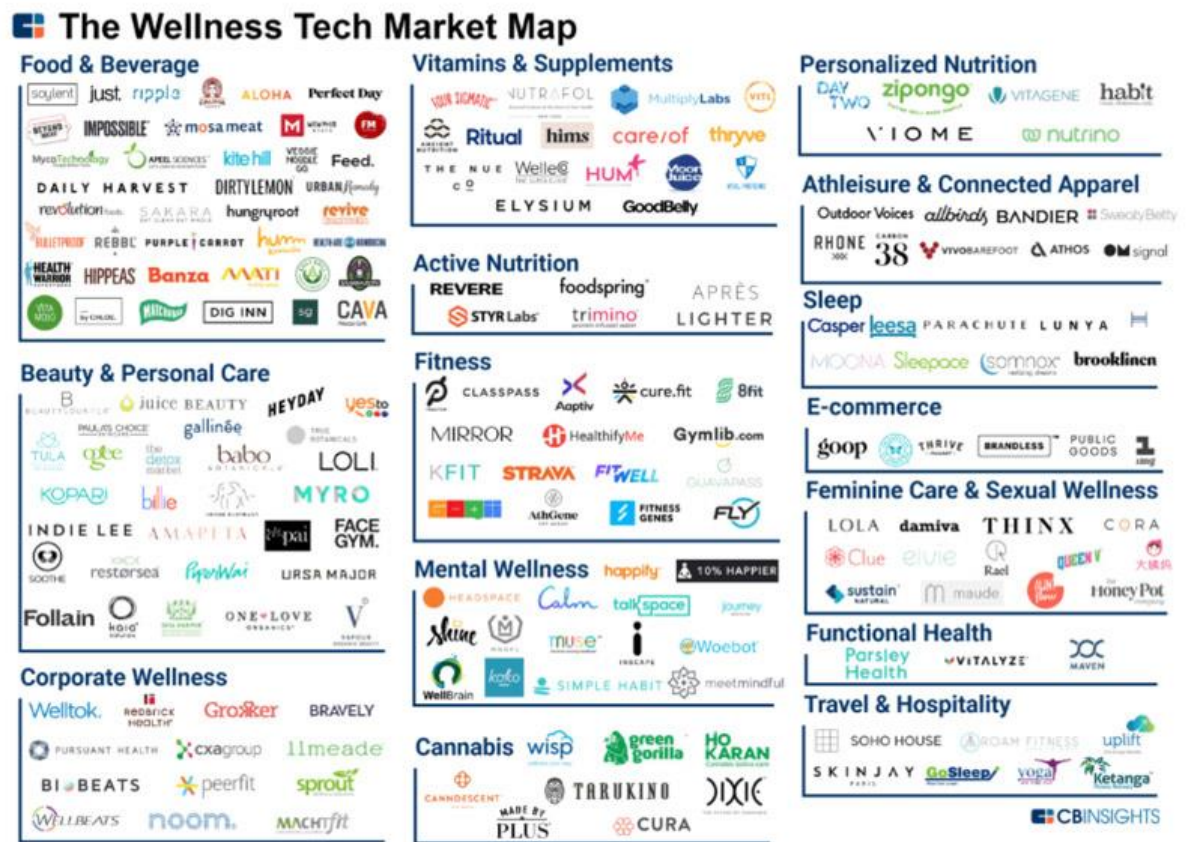
ศึกษาความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์เชิงธุรกิจ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ของเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อให้เกิดการยอมรับ จึงได้ศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการตลาด การลงทุนและการเงิน เพื่อพัฒนาเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์โดยการพิจารณาจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด 6 ด้าน

5.1 การวิเคราะห์ตลาด (Market Size, Market trends)

โดยข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มีสถิติว่านับตั้งแต่ปี 2559 - 2561 มูลค่าทุนจดทะเบียนธุรกิจด้านการออกกำลังกายมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะปี 2561 มีจำนวนมูลค่าทุนจดทะเบียนจำนวน 377 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 87 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้น 30% แสดงให้เห็นถึงการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในธุรกิจด้านการออกกำลังกายซึ่งสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของธุรกิจจัดตั้งใหม่ โดยการจัดตั้งธุรกิจที่เพิ่มขึ้นนี้สะท้อนไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค ทำให้ความนิยมจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลทั้งในฟิตเนส และผู้ฝึกสอนอิสระ จึงเกิดขึ้นตามจำนวนของสถานออกกำลังกายที่มีอยู่ทุกหนแห่ง โดยเฉพาะในพื้นที่ใจกลางเมืองเกิดการกระจุกตัวในพื้นที่การออกกำลังกาย ยังมีผู้คนจำนวนมากไม่น้อยที่มักประสบปัญหาในการเดินทางไปยังฟิตเนสที่มีผู้คนแออัดจนเกินไป ทำให้ต้องการมองหาสถานที่ที่จะสามารถออกกำลังกายจากที่ใดก็ได้ โดยที่ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง ผู้วิจัยจึงมองเห็นถึงปัญหานี้เพื่อช่วยให้ผู้ที่ต้องการออกกำลังกายได้มีตัวเลือกและความสะดวกสบายในการออกกำลังกายมากขึ้น สามารถใช้สถานที่ส่วนตัวทั้งคอนโดหรือพื้นที่ส่วนกลางของหมู่บ้าน ส่วนผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลก็ได้มีโอกาสทางานได้เพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นช่องทางในการเพิ่มยอดขายอีกด้วย

โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพด้าน Wellness ที่จะเข้ามาเปลี่ยนแปลง และช่วยเติมเต็มให้ชีวิตผู้คนมีความสุขพร้อมกับการดูแลสุขภาพร่างกายจิตใจ ซึ่งแน่นอนว่าประเทศไทยเองก็มีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจสตาร์ทอัพในด้านนี้เป็นอย่างมาก มียุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ หรือที่เรียกว่า Medical Hub ดังนั้น โอกาสทางธุรกิจทั้งในเรื่องความต้องการ หรือกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเนื่อง ขนาดของตลาดที่มีขนาดใหญ่ อัตราการขยายตัวยังสูงต่อเนื่อง ด้วยองค์ประกอบเหล่านี้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการทำธุรกิจที่มีโอกาสประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในด้าน Wellness Tech



รูปที่ 17 The Wellness Tech Market Map

ที่มา: Insights, C. (2018). Retrieved from <https://hitconsultant.net/2019/06/21/wearables-and-remote-patient-monitoring-market-map/#.XxMKEZ4zaUk>

จากรูปที่ 5.1 (Insights, 2018) แสดงให้ว่ากลุ่มฟิตเนสจากการทำธุรกิจฟิตเนสแบบเดิมที่มีสถานที่ตั้งแล้วให้คนมาออกกำลังกาย ในยุคนี้สตาร์ทอัพด้านฟิตเนส เห็นปัญหาว่าคนมักจะไม่ค่อยมีเวลาหรือ ทำงานกันยุ่งมาก ทำให้คนที่ชอบออกกำลังกายแต่ไม่สามารถไปฟิตเนสได้ ผู้วิจัยจึงเกิดความคิดในการบริการใหม่สำหรับการนำยิมไปติลิวอร์รี่ถึงที่บ้านหรือคอนโด โดยออกกำลังกายกับเทรนเนอร์ที่มีประสบการณ์สามารถเข้าถึงได้ในราคาที่ไม่แพง

5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST Analysis)

5.2.1 การเมืองและกฎหมาย (Political and Legal issue)

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซในปัจจุบันมีบทบาทและความสำคัญมากขึ้น เมื่อวิเคราะห์จากข้อมูล ETDA สัดส่วนมูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซไทยเฉพาะ B2C (Business-to-Consumer) และ C2C (Consumer to Consumer) ในปี 2019 มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยพบว่าช่องทาง E-Marketplace เป็นช่องทางที่

ผู้บริโภคนิยมใช้ในการซื้อของและซื้อบริการผ่านช่องทางออนไลน์ในสัดส่วนมากขึ้น จากปี 2018 อยู่ที่ 35% เติบโตมาเป็นสัดส่วนมากถึง 47%

ทั้งนี้รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้ปรับตัวเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าในรูปแบบใหม่ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูงขึ้น ส่งผลทำให้เพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจโดยใช้ระบบออนไลน์ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นโอกาสที่ดีในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ในยุคนี้

5.2.2 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment)

รายได้รวมของกลุ่มธุรกิจด้านบริการออกกำลังกายในปี 2558-2560 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยถึง 12.40% ต่อปีการลงทุนของต่างชาติในนิติบุคคลไทยในธุรกิจฟิตเนสมีมูลค่าการลงทุน 1,194.96 ล้านบาท หรือคิดเป็น 14.35% ของมูลค่าการลงทุนทั้งหมดในธุรกิจนี้ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่น่าสังเกตว่า แนวโน้มการลงทุนจากต่างชาติในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากแนวโน้มรายได้ที่เพิ่มขึ้นและเทรนด์ในการรักษาสุขภาพแสดงให้เห็นถึงความต้องการในตลาดที่ยังมีช่องว่างให้ผู้ประกอบการสามารถขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่กิจการประเภทนี้ได้

แต่เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดปัจจุบันในปี 2563 ยังไม่ชัดเจนว่าผู้คนจะกลับไปออกกำลังกายตามปกติได้เร็วแค่ไหนเมื่อฟิตเนสและสตูดิโอออกกำลังกายต่าง ๆ เริ่มกลับมาเปิดใหม่ หรือว่าพฤติกรรมผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิง เมื่อผู้บริโภคลงทุนในอุปกรณ์และปรับการออกกำลังกายเพื่อให้ออกกำลังกายที่บ้านแล้ว ผู้บริโภคเหล่านี้ก็มีโอกาสที่จะยกเลิกสมาชิกฟิตเนสไป โดยเฉพาะคนที่ลงทุนในอุปกรณ์ราคาสูง เช่น จักรยาน ลู่วิ่ง หรือชุดอุปกรณ์ยกน้ำหนัก เป็นต้น

ข้อมูลจากคุณธนาวุฒิ มาลาบุปผา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไพร์ซซ่า จำกัด ผู้ให้บริการ “Priceza” เครื่องมือค้นหาสินค้าและบริการเปรียบเทียบราคาและนายกสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย (21 พฤษภาคม 2020) เผยคาดการณ์ตลาดอีคอมเมิร์ซไทย ทั้งกลุ่มธุรกิจกับคอนซูเมอร์ (B2C) และคอนซูเมอร์กับคอนซูเมอร์ (C2C) จะเติบโตมากกว่าที่คาดโดยโต 35% จากปกติโตเฉลี่ย 20% จากปีที่แล้ว และยังพบว่ากลุ่มสินค้าและบริการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นช่วงโควิด19 ได้แก่ สุขภาพและความงามอยู่ถึง 34%

5.2.3 สภาพแวดล้อมทางสังคม (Sociological Environment)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สพธอ. เผยว่าในปี 2561 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึง 45 ล้านคน มีอัตราการเติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ต่อปี คนไทยมีโทรศัพท์มือถือมากกว่า 124 ล้านเลขหมาย และใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อวัน ส่งผลให้ด้าน

ธุรกิจด้านอีคอมเมิร์ซมีมูลค่าที่เติบโตเพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ในขณะที่เดียวกันการเติบโตอย่างรวดเร็วของสังคมดิจิทัลจึงโอกาสของหลายธุรกิจ ธุรกิจที่ปรับตัวได้ย่อมได้เปรียบจากการขับเคลื่อนธุรกิจของตัวเองไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างเต็มรูปแบบ

และเนื่องด้วยสถานการณ์โควิด19 ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้คนเปลี่ยนแปลงไปจำนวนมาก หรือเรียกว่า New Normal ซึ่งเป็นไปได้ว่าฟิตเนสและสตูดิโอออกกำลังกายจะยังคงได้รับผลกระทบยาวนาน แม้ว่าการ Lock Down จะจบลงไปแล้วก็ตาม แต่ลูกค้าบางกลุ่มอาจยังมีความกังวลที่จะกลับไปใช้บริการฟิตเนสตามปกติ อีกทั้งการหาลูกค้าใหม่ยากขึ้นด้วยภาวะเศรษฐกิจ ทำให้มีแนวโน้มยกเลิกการเป็นสมาชิกฟิตเนสเพราะลูกค้าสามารถออกกำลังกายที่บ้านได้ในขณะที่รัฐบาลณรงค์ให้อยู่บ้าน ส่งผลให้ทางสถานที่ฟิตเนสต้องมีการเพิ่มการรักษาความสะอาดที่มากขึ้นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าซึ่งหมายถึงค่าบริหารจัดการที่สูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ฟิตเนสยังมีโอกาสที่จะได้รับส่วนแบ่งรายได้จากการจ้างเทรนเนอร์ที่ลดลง เพราะเทรนเนอร์หลายคนมีการปรับตัวโดยการไปสอนตามบ้านเพื่อหารายได้เสริมในช่วงสถานการณ์โควิด19 ซึ่งการสอนส่วนตัวตามบ้านจะทำให้ลูกค้าจ่ายเงินน้อยกว่า และเทรนเนอร์ได้เงินมากกว่าเพราะไม่ต้องแบ่งเปอร์เซ็นต์ให้กับฟิตเนส

5.2.4 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technological Environment)

เทรนด์เทคโนโลยีและเทรนด์การเปลี่ยนไปใช้การออกกำลังกายออนไลน์เพื่อนำเสนอตัวเลือกใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้า เช่น คลาสออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าสามารถเล่นเองที่บ้านหรือ การจ้างผู้ฝึกสอนสอนบุคคลคนผ่านแพลตฟอร์มเพื่อให้มาสอนออกกำลังกายที่บ้าน เพื่อปรับให้เข้ากับความต้องการลูกค้า สุดท้ายผู้ประกอบการธุรกิจควรพิจารณาพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ผสมผสาน การออกกำลังกายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ให้ยืดหยุ่นต่อความต้องการและพฤติกรรมออกกำลังกายของลูกค้า

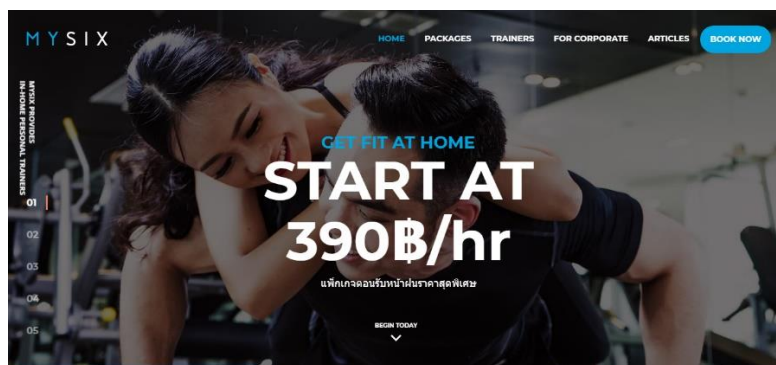
เนื่องด้วยรัฐบาลพยายามจำกัดการแพร่กระจายของโควิด19 ฟิตเนสและสตูดิโอออกกำลังกาย ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่ต้องปิดให้บริการชั่วคราวเพื่อรองรับนโยบายเพิ่มระยะห่างทางสังคม ในขณะเดียวกัน ธุรกิจฟิตเนสก็กำลังถูก Disrupt จากเทคโนโลยีที่ช่วยให้คนออกกำลังกายที่บ้านได้ ดังนั้นยังไม่ชัดเจนว่าผู้คนจะกลับไปออกกำลังกายตามปกติได้เร็วแค่ไหน และเมื่อฟิตเนสและสตูดิโอออกกำลังกายต่าง ๆ เริ่มกลับมาเปิดใหม่ หรือว่าพฤติกรรมผู้บริโภคจะเปลี่ยนไป เมื่อผู้บริโภคลงทุนในอุปกรณ์และปรับการออกกำลังกายเพื่อให้สอดคล้องกับอุปกรณ์ที่มีอยู่ที่บ้านแล้ว ผู้บริโภคเหล่านี้ก็มีโอกาสที่จะยกเลิกสมาชิกฟิตเนสไป ด้วยเหตุนี้เทคโนโลยีจึงถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมาสู่การเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ที่ต้องการออกกำลังกายได้อย่างสิ้นเชิง

5.3 การวิเคราะห์ Five Force Model Analysis

5.3.1 การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

5.3.1.1 คู่แข่งขันทางตรง

1.) MYSIX



รูปที่ 18 หน้าเว็บไซต์ MYSIX

MYSIX เป็นเว็บแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาเพื่อค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อให้ผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมาเชื่อมโยงกันผ่านระบบแพลตฟอร์มด้วยกัน โดยแอปพลิเคชัน MYSIX มีบุคลากรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีประวัติผู้ฝึกสอน ทำให้ผู้ที่ต้องการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถใช้ในการตรวจสอบพร้อมประกอบการตัดสินใจได้

ข้อดี: MYSIX เป็นบริษัทรูปแบบ Start up รายแรกๆ ที่สร้างแอปพลิเคชันในการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยมีฐานข้อมูลผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลแสดงผลได้อย่างครบถ้วน ทั้งในด้านทักษะความถนัดและแพ็คเกจราคาในการฝึกสอน

ข้อเสีย: เป็นแอปพลิเคชันที่ยังไม่สามารถบันทึกข้อมูลการออกกำลังกายให้กับลูกค้าในแต่ละรายได้

2.) BestKru



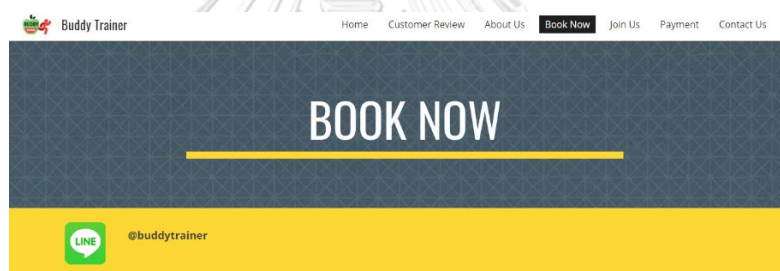
รูปที่ 19 หน้าเว็บไซต์ BestKru

BestKru เป็นเว็บแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาเพื่อค้นหาครูสอนพิเศษมาจากหลายอาชีพ โดยผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่ทางแพลตฟอร์มนั้นสามารถค้นหาได้ด้วยเช่นกัน โดยรูปแบบของเว็บไซต์จะเป็นลักษณะให้ผู้ที่ต้องการค้นหาผู้ฝึกสอนกรอกข้อมูลต่าง ๆ ทั้งชื่อ อายุ เวลา สถานที่ รูปแบบการออกกำลังกาย เป้าหมายในการออกกำลังกาย พร้อมเบอร์ติดต่อกลับไป เพื่อให้ผู้ฝึกสอนติดต่อกลับไปทางโทรศัพท์

ข้อดี: BestKru เป็นบริษัทที่มีฐานผู้ใช้บริการอย่างมาก เพราะเป็นเว็บแอปพลิเคชันที่รวบรวมครูสอนพิเศษต่าง ๆ ไว้ในที่นี้จึงทำให้ผู้ที่ต้องการหากิจกรรมหรืองานอดิเรกในยามว่างเห็นว่าเว็บแอปพลิเคชันเป็นตัวเลือกที่ง่ายแก่การค้นหา

ข้อเสีย: ยังไม่มีการแสดงผลถึงโปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และยังไม่มีความพอเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ที่ต้องการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ไม่เหมาะกับผู้ที่มีความเป้าหมายในการออกกำลังกายอย่างชัดเจน

2.) Buddy Trainer



- เลือกโปรแกรมที่ท่านต้องการให้เทรนเนอร์ไปสอนที่คอนโด หรือที่หมู่บ้าน

รูปที่ 20 หน้าเว็บไซต์ Buddy Trainer

CHULALONGKORN UNIVERSITY

Buddy Trainer เป็นเว็บแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาเพื่อค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อสอนตามสถานที่คอนโดหรือหมู่บ้านส่วนตัวของผู้ที่ต้องการออกกำลังกาย โดยรูปแบบการค้นหาจะเป็นการเลือกประเภทที่ต้องการออกกำลังกาย จากนั้นระบบจะขึ้น QR code ผ่าน Line Application ให้ทำการติดต่อไปยังผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ข้อดี: Buddy Trainer สามารถติดต่อผู้ฝึกสอนได้ทันที แต่จะต้องใช้ผ่านระบบแชทจากแพลตฟอร์มอื่น

ข้อเสีย: เป็นเว็บแอปพลิเคชันที่ยังไม่มีการแสดงผลถึงโปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล แต่เป็นเพียงหน้าเว็บเพื่อที่จะแสดงช่องทางการติดต่อผ่านแพลตฟอร์มอื่นอีกทางในการแชทไปยังผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเท่านั้น

5.3.1.2 คู่แข่งทางอ้อม

1.) Fitness First Virgin Active และ WE Fitness



รูปที่ 21 แบรินด์ฟิตเนสชั้นนำของประเทศไทย

ฟิตเนสแบรินด์ชั้นนำของไทยถือเป็นบริษัทต้น ๆ ของประเทศที่มีบุคลากรที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจำนวนมากมีทักษะที่หลากหลาย มีความน่าเชื่อถือ และอยู่ภายใต้ความดูแลขององค์กรดังกล่าว แม้ว่าฟิตเนสในปัจจุบันยังไม่มีระบบแอปพลิเคชันในการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลแต่สถานที่นี้ถือเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่นิยมเป็นอย่างมากสำหรับผู้ที่ต้องการออกกำลังกายโดยมีผู้ฝึกสอนส่วนตัว

ข้อดี: ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีความน่าเชื่อถือ ผ่านการคัดกรองจากองค์กร ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในด้านศักยภาพของผู้ฝึกสอน อีกทั้งการได้ฝึกสอนในสถานที่ฟิตเนสมีอุปกรณ์มากมายทำให้ผู้ฝึกสอนสามารถออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกายได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

ข้อเสีย: ยังไม่มีการผลิตระบบแอปพลิเคชันเพื่อจุดประสงค์ในการค้นหาหรือการจองผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ราคาเฉลี่ยการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนส

Package	Price	Price per hrs	Commission	Fitness Profit
10 hours	13,750	1,375	417	868
20 hours	26,429	1,321	438	797
30 hours	39,162	1,305	450	770
เฉลี่ย	26,447	1,333	435	801

ตารางนี้แสดงให้เห็นถึงฟิตเนสจะหักค่าหัวจากผู้ฝึกสอนไปกว่า 65% ต่อการสอนออกกำลังกาย 1 ชม.

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบแอปพลิเคชันเรากับคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

คู่แข่งภายในอุตสาหกรรม	Application	Website	บัญชีส่วนตัวสำหรับการใช้งาน	โปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	การบันทึกข้อมูลสุขภาพและการออกกำลังกาย
MYSIX	✓		✓	✓	
BestKru		✓			
Buddy Trainer		✓			
FitnessCenter		✓		✓	✓

จากตารางดังกล่าว ได้เปรียบเทียบระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน จากผลสำรวจแสดงให้เห็นว่าในบางอุตสาหกรรมยังไม่มีระบบแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ รวมไปถึงฟังก์ชันภายใน เช่น บัญชีส่วนตัวสำหรับการใช้งาน โปรไฟล์ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และการบันทึกข้อมูลสุขภาพ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของทางผู้วิจัยที่จะนำเสนอแอปพลิเคชันที่สามารถตอบสนองการใช้งานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในปัจจุบัน

5.3.2 อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต

อำนาจการต่อรองอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากสินค้าและบริการอยู่ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันที่มีประสิทธิภาพ สามารถเก็บข้อมูลได้เป็นจำนวนมากและรักษาข้อมูลเพื่อความปลอดภัย จึงจำเป็นต้องอาศัยการเลือกผู้ผลิตแพลตฟอร์มที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

5.3.3 อำนาจการต่อรองของลูกค้า

อำนาจการต่อรองของลูกค้าแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

- 1.) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง เหตุผลเพราะผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในบางรายมีฐานลูกค้าที่ดูแลประจำอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว
- 2.) ผู้ว่าจ้างที่ต้องการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากมีแอปพลิเคชันเพียงไม่กี่รายที่ผลิตแอปพลิเคชันที่ค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลครบวงจร โดยสามารถออกกำลังกายได้ที่ใดก็ได้ตามที่ผู้จ้างต้องการและประเมินผลหลังการออกกำลังกาย

3.) บริษัทที่ต้องการโฆษณาบนแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากแอปพลิเคชันในปัจจุบันมีจำนวนไม่น้อยที่สามารถให้เข้าโฆษณาบนแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์ม

5.3.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

ถืออยู่ในระดับที่ต่ำ เนื่องจากเป็นเว็บแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานได้ผ่านทางเว็บไซต์จากคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนได้เพื่อความสะดวกต่อการใช้งานแล้ว ทั้งยังมีฟังก์ชันการใช้งานที่แตกต่างและมีการเก็บข้อมูลอย่างปลอดภัย ดังนั้นสินค้าทดแทนที่เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรมนี้ ยังไม่มีใช้งานในปัจจุบัน

5.3.5 ภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่

ถืออยู่ในระดับปานกลาง เพราะในปัจจุบันเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาให้ทันสมัยและตอบโจทย์ต่อการใช้งานของคนมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงมีคู่แข่งจำนวนไม่น้อยที่สามารถพัฒนาแอปพลิเคชันให้ออกมาใกล้เคียงได้ ดังนั้นเพื่อป้องกันในการลอกเลียนแบบ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของแอปพลิเคชัน

5.4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT)

5.4.1 จุดแข็ง (Strength - S)

- 1.) เว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ทำให้เกิดความสะดวกรวดสบายในการใช้งานทั้งผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
- 2.) ไม่มีค่าใช้จ่ายสำหรับผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันที่ต้องการค้นหาผู้ฝึกสอน
- 3.) ระบบแอปพลิเคชันได้มีการออกแบบที่มีความง่ายต่อการใช้งาน และไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลดเพื่อติดตั้งและอัปเดตแอปพลิเคชันให้สิ้นเปลืองพื้นที่ของสมาร์ทโฟน
- 4.) มีการคัดกรองและตรวจสอบประวัติใบประกอบอาชีพเฉพาะผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีคุณภาพเข้ามาเป็นสมาชิกกับแอปพลิเคชัน เพื่อให้ความมั่นใจได้ว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีคุณภาพ

5.4.2 จุดอ่อน (Weakness - W)

- 1.) อาจใช้ระยะเวลาในช่วงแรกเพื่อสร้างฐานลูกค้า และความไว้วางใจในอุตสาหกรรมนี้
- 2.) หากจำนวนสมาชิกของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่เพียงพอ หรือไม่มีการต่ออายุสมาชิกอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้ที่ต้องการออกกำลังกายในอนาคต และจะส่งผลกระทบต่อการวางแผนการตลาด และวัตถุประสงค์อื่น ๆ ของทางแอปพลิเคชัน

5.4.3 โอกาส (Opportunities - O)

- 1.) ด้วยระบบเว็บแอปพลิเคชันนี้จะเข้ามาช่วยบริหารเป็นช่องทางในการเปิดโอกาสหาลูกค้าสำหรับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ทำให้เพิ่มโอกาสได้รับงานมากขึ้นกว่าเดิม
- 2.) เนื่องจากสภาพแวดล้อมของคนเมืองที่ทำงานหนักและการจราจรที่รถติดทำให้ผู้คนจำนวนไม่น้อยต้องการออกกำลังกายที่บ้านหรือคอนโด ดังนั้นแอปพลิเคชันนี้จึงตอบโจทย์สำหรับผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนผ่านระบบแอปพลิเคชันนี้
- 3.) ด้วยสถานการณ์โควิด19 จึงทำให้มีมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม ส่งผลให้สถานที่ออกกำลังกายต่าง ๆ ทั้งฟิตเนส เซ็นเตอร์ สวนสาธารณะต้องปิดเป็นระยะเวลานานหรือหากเปิดแล้วแต่ลูกค้าบางกลุ่มอาจยังกังวลที่จะกลับไปใช้บริการตามปกติ อีกทั้งยังไม่ชัดเจนว่าผู้คนจะกลับไปออกกำลังกายตามปกติได้เร็วแค่ไหน และเมื่อฟิตเนสและสตูดิโอออกกำลังกายต่าง ๆ เริ่มกลับมาเปิดใหม่ เป็นไปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคจะเปลี่ยนไป เมื่อผู้บริโภคลงทุนในอุปกรณ์และปรับการออกกำลังกายเพื่อให้สอดคล้องกับอุปกรณ์ที่มีอยู่ที่บ้านแล้ว ผู้บริโภคเหล่านี้ก็มีโอกาสที่จะยกเลิกสมาชิกฟิตเนสและออกกำลังกายที่บ้านแทน ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าเพื่อให้ผู้คนยังคงมีสุขภาพร่างกายที่ดี แอปพลิเคชันนี้จึงตอบโจทย์สำหรับผู้ที่ต้องการออกกำลังกายในเคหสถานของตนเอง

5.4.4 อุปสรรค (Threats - T)

แม้ว่าภาครัฐจะมีมาตรการ Lock Down เพราะสถานการณ์โควิด19 ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคอาจมีแนวโน้มในการเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาออกกำลังกายที่บ้านและคอนโดกันมากขึ้น แต่ความนิยมในการออกกำลังกายที่สถานที่ฟิตเนสก็ยังคงมีสถานะในการแข่งขันสูง ดังนั้นหากยอดสมาชิกและการใช้งานของแอปพลิเคชัน ไม่ว่าจะเป็นผู้ลูกค้าหรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่มากเพียงพอหรือผู้ฝึกสอนไม่ลงทะเบียนอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลกระทบต่อบริษัท

5.5 การวิเคราะห์ลูกค้า (STP Analysis)

STP Analysis เป็นกลยุทธ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมายและกำหนดทิศทางในการสร้างกลยุทธ์การตลาด เพื่อส่งเสริมให้เว็บแอปพลิเคชันสามารถตอบสนองความต้องการต่อผู้ใช้งานได้มากที่สุด

5.5.1 การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด (Segment)

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้แอปพลิเคชัน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

- 1.) ผู้ที่มีเป้าหมายในการออกกำลังกายระยะสั้น เช่น ต้องการลดน้ำหนักและดูแลรูปร่างก่อนวันสำคัญ
- 2.) ผู้ที่ต้องการออกกำลังกายโดยมีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลคอยให้การดูแลและไม่ต้องการผูกมัดสัญญาการสมาชิกในฟิตเนส
- 3.) ผู้ที่ต้องการออกกำลังกายแบบเฉพาะทาง เช่น โยคะ ต่อยมวย ทางกายภาพ และ บอดี้เวท โดยไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์
- 4.) กลุ่มผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ทั้งภายใต้องค์กรและอิสระ ที่ต้องการหาช่องทางในการหาลูกค้าเพิ่มขึ้น

5.5.2 ตลาดกลุ่มเป้าหมาย (Target Market)

ตลาดกลุ่มเป้าหมายกำหนดโดยใช้หลักการ Segment Market ในกลุ่มผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ความประสงค์ที่จะออกกำลังกายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยกลุ่มเป้าหมายนี้จะเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่คอนโดหรือที่บ้านมีฟิตเนสและอุปกรณ์เพียงพออยู่แล้ว และผู้ที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพและรูปร่างเป็นพิเศษเพราะต้องการให้ตนเองดูดีเสมอ

5.5.3 กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)



รูปที่ 22 กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

จากภาพตำแหน่ง Positioning Map ของทางแอปพลิเคชัน GETFIT เมื่อเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยใช้ปัจจัยที่ผู้ใช้วิเคราะห์การวางตำแหน่งของแอปพลิเคชัน ได้แก่

1. ราคา เนื่องจากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถกำหนดราคาได้เอง และลูกค้าชำระค่าบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายอื่น ๆ หากเปรียบเทียบราคาจากคู่แข่งถือได้ว่า GETFIT มีราคาต่ำกว่า
2. คุณภาพของแอปพลิเคชัน จากการใช้งานหรือขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล รวมไปถึงการใช้ฟังก์ชันต่าง ๆ ที่ครอบคลุมการใช้งานเพื่อออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนโดยเฉพาะ ทำให้แอปพลิเคชันตอบโจทย์ผู้ใช้งานได้มากกว่าแอปพลิเคชันอื่น ๆ

5.6 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix / 4Ps)

5.6.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) / บริการ (Service)

ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้วิจัยต้องการนำเสนอในรูปแบบนวัตกรรมเว็บแอปพลิเคชัน โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าโดยตรง ซึ่งจะเป็นรูปแบบ C2C (Customer to Customer) โดยผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันจะเป็นทั้งกลุ่มผู้จ้างและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากในเครือข่ายและผู้ฝึกสอนอิสระที่สนใจในการเข้าร่วมใช้แอปพลิเคชันนี้เพื่อขยายหรือเพิ่มช่องทางการหาลูกค้า เพิ่มความสะดวกสบายในการติดต่อการจ้างงานโดยรับประกันคุณภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและเก็บข้อมูลส่วนตัวเพื่อเพิ่มความปลอดภัยจากทางแอปพลิเคชันโดยตรง โดยทางแอปพลิเคชันจะเพิ่มความ

นำเชื่อมั่นโดยดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อสร้างเครื่องหมายสัญลักษณ์ที่ชัดเจนสำหรับธุรกิจ

5.6.2 ราคา (Price)

ทางแอปพลิเคชันจะคิดค่าใช้จ่ายสำหรับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลโดยแบ่งเป็น 2 ระดับ ผู้ที่ใช้งานโดยไม่ได้เป็นสมาชิกจะถูกคิด Commission Fees 17%, 12%, และ 7% ตามลำดับแพคเกจชั่วโมงการขาย และผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก โดยมีค่าใช้จ่าย 399 บาท/เดือน สมาชิกจะถูกคิด Commission Fees 15%, 10%, และ 5% ตามลำดับแพคเกจชั่วโมงการขาย ทั้งนี้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่สมัครสมาชิกจะสามารถโฆษณาโปรไฟล์ให้ลูกค้าเห็นอย่างทั่วถึงและเป็นอันดับแรกในการค้นหา

ในส่วนของผู้ขายลูกค้าทั่วไปที่ต้องการหาผู้ฝึกสอนสามารถใช้งานแอปพลิเคชันฟรีโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการซื้อขายและเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ดังนั้นรายได้หลักของแอปพลิเคชันจะมาจาก

- 1.) Commission Fees และ Subscription ผู้ที่ใช้งานจากผู้ฝึกสอนในแต่ละเดือน
- 2.) โฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทางแอปพลิเคชันจะเก็บเงินในราคาที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับตำแหน่งในการนำเสนอผ่านแอปพลิเคชัน เฉลี่ยราคา 15,000 บาท 12,000 บาท 10,000 บาท และ 8,000 บาทต่อเดือน เมื่อแอปพลิเคชันมียอดผู้ใช้งานเกิน 10,000 คน

5.6.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานสถาบันฝึกอบรมและสถานที่ฝึกสอนวิชาชีพสำหรับการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยมีการเปิดอบรมและแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน รวมถึงการออกบูธประชาสัมพันธ์ไปยังสถานที่ที่มีผู้คนออกกำลังกาย เช่น คอมมูนิตี้อด้านสุขภาพ งานวิ่ง งานอีเวนต์ สถานที่ใกล้ฟิตเนสเซนเตอร์ เป็นต้น

5.6.4 การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

- 1.) ส่งเสริมประชาสัมพันธ์กับพันธมิตรในอุตสาหกรรมฟิตเนสต่าง ๆ และศูนย์สุขภาพ เช่น ฟิตเนสเซนเตอร์ งานวิ่ง เพื่อให้แอปพลิเคชันเป็นที่รู้จักในวงกว้าง รวมไปถึงการโฆษณาผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดียไม่ว่าจะเป็น Facebook หรือ Instagram เพื่อเจาะกลุ่มตลาดผู้คนที่มีความชื่นชอบหรือสนใจด้านการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
- 2.) ใช้เครื่องมือ SEO และ SEM เพื่อแอปพลิเคชันอยู่หน้าแรกเว็บไซต์ของการค้นหา
- 3.) ให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลโดยมีการแคมเปญการตลาด 3 ชั่วโมงแรกในราคาพิเศษ หรือแถมจำนวนชั่วโมงการฝึกสอนให้ตามแพคเกจที่ซื้อ

4.) บริษัทจะใช้งบประมาณทางการตลาดในการจ้าง YouTube Creator ที่มียอดติดตามเกิน 1 ล้านคน และผู้ที่มีชื่อเสียงที่ขอออกกำลังกายที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าเพื่อประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันเพื่อให้รู้จักมากขึ้น

5.) รวมจัดโปรโมชั่นสำหรับผู้ที่ยังใช้งานแอปพลิเคชันสามารถนำโค้ดที่ได้จากการซื้อแพคเกจผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไปใช้ส่วนลดในการซื้อชุดและอุปกรณ์การออกกำลังกายกับแบรนด์ชั้นนำ



บทที่ 6

ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

6.1 สมมติฐานของงานวิจัย

- 1.) บริษัทเริ่มต้นด้วยเงินทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท และมีเงินสดเริ่มต้นขณะเริ่มกิจการเป็นจำนวน 340,000 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ใช้เงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นและผู้ร่วมถือหุ้น โดยไม่ใช้เงินกู้
- 2.) กำหนดให้ค่าน้ำ-ค่าไฟ อยู่ที่เดือนละ 10,000 บาท และค่าเช่าอาคาร อยู่ที่เดือนละ 15,000 บาท และมีอัตราค่าเช่าเพิ่มขึ้นปีละ 5%
- 3.) การจ้างพนักงานจะจ้างพนักงานประจำ กำหนดอัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนปีละ 5%
 - ตำแหน่ง Admin/Call Center จำนวน 1 คน
 - ตำแหน่ง Marketing จำนวน 1 คน
 - ตำแหน่ง Finance จำนวน 1 คน
- 4.) การจ้างพนักงานจะจ้างพนักงาน Outsource ไม่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือน
 - ตำแหน่ง Software Developer จำนวน 2 คน และปรับลดเหลือ 1 คนในปีที่ 3
- 5.) กำหนดให้ค่าใช้จ่าย SGA คิดเป็น 20% ของรายได้ในแต่ละปี
- 6.) บริษัทมีสินทรัพย์ที่จำเป็นที่ต้องใช้คือคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก โดยดำเนินการจัดซื้อให้พนักงานทั้งพนักงานประจำและพนักงาน Outsource คนละ 1 เครื่อง รวม 4 เครื่อง ราคาเครื่องละ 40,000 บาท ทั้งนี้ใช้วิธีการตัดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง 5 ปี
- 7.) กำหนดให้ปีที่บริษัทกำไร จ่ายเงินปันผลในอัตรา 40%
- 8.) กำหนดให้อัตรากาสิโนอยู่ที่ 20%
- 9.) บริษัทไม่มีเงินกู้ จึงไม่มีดอกเบี้ยจ่าย
- 10.) กำหนดให้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในบริษัท เช่น ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์ ให้อยู่ในหมวด Utilities

6.2 งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 4 ประมาณการงบกำไรขาดทุนของบริษัท

Income Statement (THB)

Item	Year	1	2	3	4	5
Revenue						
Revenue from Freemium Members		649,673	844,574	1,266,862	1,646,920	1,811,612
Revenue from Subscribe Members		549,438	714,269	1,071,403	1,392,824	1,532,107
Revenue from Ad. 1st box		180,000	189,000	198,450	208,373	218,791
Revenue from Ad. 2nd box		144,000	151,200	158,760	166,698	175,033
Revenue from Ad. 3rd box		-	-	120,000	126,000	132,300
Revenue from Ad. 4th box		-	-	-	96,000	100,800
Revenue		1,523,110	1,899,043	2,815,475	3,636,815	3,970,643
Expense						
Full time salary		720,000	756,000	793,800	833,490	875,165
Outsource cost		720,000	720,000	360,000	360,000	360,000
Amortization (from R&D)		200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
COGS		1,640,000	1,676,000	1,353,800	1,393,490	1,435,165
SGA		304,622	379,809	563,095	727,363	794,129
Depre		32,000	32,000	32,000	32,000	32,000
Water&Electricity&Utilities		120,000	126,000	132,300	138,915	145,861
Office Rental		180,000	189,000	198,450	208,373	218,791
EBIT		(753,512)	(503,765)	535,830	1,136,674	1,344,698
Tax 20%		(150,702)	(100,753)	107,166	227,335	268,940
EAT, NI		(602,809)	(403,012)	428,664	909,340	1,075,758
Dividend Payment		-241,124	-161,205	171,466	363,736	430,303
Addition to Retained Earning		(361,686)	-241,807	257,198	545,604	645,455

6.3 งบดุล

ตารางที่ 5 ประมาณการงบดุล แสดงฝั่งสินทรัพย์รวม

Balance Sheet (THB)	31-12-62	31-12-63	31-12-64	31-12-65	31-12-66	31-12-67
Assets						
Cash	340,000	149,893	140,086	629,284	1,406,888	2,284,343
Account Recievable	-	-	-	-	-	-
Inventory	-	-	-	-	-	-
Total Current ASSETS	340,000	149,893	140,086	629,284	1,406,888	2,284,343
Fixed Assets						
Gross Fixed Assets (Office Equipment	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000
Accumulated Depreciation	-	32,000	64,000	96,000	128,000	160,000
Net Fixed Assets (Office Equipment)	160,000	128,000	96,000	64,000	32,000	-
Intangible Assets (R&D)	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Accumulated Amortization	-	200,000	400,000	600,000	800,000	1,000,000
Net Intangible Assets	1,000,000	800,000	600,000	400,000	200,000	-
Total Fixed Assets	1,160,000	928,000	696,000	464,000	232,000	-
Total Assets	1,500,000	1,077,893	836,086	1,093,284	1,638,888	2,284,343

ตารางที่ 6 ประมาณการงบดุล แสดงฝั่งหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

Liabilities&Equity						
Account Payable	-	-	-	-	-	-
Accruals (Water and Electricity)	-	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
L/T Due within 1 year	-	-	-	-	-	-
Total Current Liabilities	-	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
Long-Term Debt	-	-	-	-	-	-
Equity						
Paid up capital	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
Retained Earning	-	(452,107)	(693,914)	(436,716)	108,888	754,343
Total Equity	1,500,000	1,047,893	806,086	1,063,284	1,608,888	2,254,343
Total Liabilities&Equity	1,500,000	1,077,893	836,086	1,093,284	1,638,888	2,284,343

6.4 งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 7 ประมาณการงบกระแสเงินสด

Cash Flow Statement	2563	2564	2565	2566	2567
Cash Flow from Operation					
Net Income	(753,512)	(403,012)	428,664	909,340	1,075,758
Depreciation	32,000	32,000	32,000	32,000	32,000
Amortization	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
(Increase)Decrease Account Rec	0	0	0	0	0
(Increase)Decrease Inventory	0	0	0	0	0
Increase(Decrease) Account Payable	0	0	0	0	0
Increase(Decrease) Accruals	30,000	-	-	-	-
Net Cash Flow from Operation	(491,512)	(171,012)	660,664	1,141,340	1,307,758
Cash Flow from Investment					
(Increase) Decrease Fixed Assets	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Net Cash Flow from Investment	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Cash Flow from Financing					
Increase (Decrease) in L/T &S/T Debt	0	0	0	0	0
(Dividend Payment)	301,405	161,205	-171,466	-363,736	-430,303
Stock Issue (Repurchase)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Net Cash Flow from Financing	301,405	161,205	-171,466	-363,736	-430,303
Net Cash Flow	(190,107)	(9,807)	489,198	777,604	877,455

6.5 บทสรุปทางการเงิน

ตารางที่ 8 บทสรุปทางการเงิน

	2562	2563	2564	2565	2566	2567
กระแสเงินสดของโครงการ (Project Cash Flow)	(130,000)	(370,809)	(171,012)	660,664	1,141,340	1,277,758
Cumulative Cash Flow	(130,000)	(500,809)	(671,822)	(11,158)	1,130,182	2,407,940

ตารางที่ 9 บทสรุปทางการเงิน

NPV	888,479.3	
IRR	63.43%	ผลจากการศึกษา พบว่าโครงการนี้เป็น
MIRR	45.19%	โครงการที่น่าลงทุน
Payback Period (Years)	3.01	เนื่องจาก NPV มีค่าเป็นบวกเท่ากับ
WACC	20.00%	888,479.3 บาท
kd	0.0%	IRR 63.43%, MIRR 45.19% มีจุดคุ้มทุน
ke	20.0%	อยู่ที่ 3.01 ปี
Wd	0.00	
We	1.00	
tax rate	20%	

6.6 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนของโครงการ ในที่นี้ปัจจัยสำคัญที่คาดว่าจะมีผลกระทบคือมูลค่าเฉลี่ยต่อโครงการ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 สถานการณ์ได้ดังนี้ คือ

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity analysis)

Scenario	Best case	Base Case	Worst Case
NVP	1,672,121 บาท	888,479 บาท	104,838 บาท
IRR	108.20%	63.43%	24.94%
Payback Period (ปี)	2.34	3.02	4.77

จากการประเมินพบว่า จำนวนการซื้อแพคเกจของลูกค้ามีผลต่อรายได้หรือ Commission ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและบริษัท ดังนั้นจำนวนการขายแพคเกจของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและจำนวนผู้ใช้งานส่งผลอย่างยิ่งต่อรายได้ของบริษัท

6.7 การบริหารความเสี่ยง

การประเมินความเสี่ยงเป็นการเตรียมความพร้อมและกำหนดแนวทางป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัท จากสถานการณ์หรือการดำเนินงานผิดกติตามแผนที่วางไว้ ดังนั้นบริษัทจึงมีวิธีการในการรับมือเหตุการณ์นั้น โดยประเมินจากแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต และแผนการเงินซึ่งจะพิจารณาจากส่วนที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของบริษัทให้สามารถพร้อมรับกับสถานการณ์ฉุกเฉิน และไม่ให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อบริษัท สรุปได้ดังตารางที่ 6.8

ตารางที่ 11 การบริหารความเสี่ยง

รูปแบบความเสี่ยง	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	กลยุทธ์การรับมือ
Operational Risks	ขาดประสบการณ์ของผู้บริหาร	การวางแผนการดำเนินงานมีประสิทธิภาพน้อยลงกว่าที่ควรจะเป็น	จ้างบุคลากรที่มีความสามารถในด้านธุรกิจ Start up เพื่อให้คำปรึกษา
Production Risks	บริษัทมีปัญหาจากการไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้เพียงพอ	กระทบต่อความเชื่อมั่นของบริษัท และส่งผลให้ลูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการจากบริษัทอื่น	ทำการจ้างผู้ฝึกสอนเพิ่มเติมที่มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดลูกค้า รวมถึงปรับปรุงระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
Marketing Risks	มีลูกค้าให้ความสนใจน้อย	ลูกค้าไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญในเว็บแอปพลิเคชัน	ทำการประชาสัมพันธ์ และจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ในการใช้เว็บแอปพลิเคชัน
Industry Risks	มีคู่แข่งรายใหญ่เข้ามาทำธุรกิจในรูปแบบเดียวกัน	ยอดการซื้ออาจลดน้อยลงเนื่องจากลูกค้าอาจย้ายไปใช้บริการอื่นแทน	ทำการประชาสัมพันธ์เน้นย้ำถึงความความเชี่ยวชาญของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในสังกัดบริษัท
Financial Risks	รายได้และกำไรน้อยกว่าที่ประมาณการ	ทำให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้เนื่องจากขาดเงินทุนหมุนเวียน	จัดหาแหล่งเงินทุน ทั้งจากนักลงทุน และสถาบันการเงิน เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการในการใช้เงินทุน

บทที่ 7

ผลสรุปงานวิจัย

จากการศึกษาในงานวิจัยนี้ ทำให้ได้เห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์สำหรับธุรกิจได้ในหลายแง่มุม รวมไปถึงการให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ ซึ่งธุรกิจในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลผ่านเว็บแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์ม เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่ในประเทศไทย ซึ่งช่วยให้บุคคลธรรมดาที่ต้องการออกกำลังกายโดยมีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมาสอนออกกำลังกายส่วนตัว แก้ไขปัญหากรณีถ้าลูกค้าไม่ได้สมัครฟิตเนส เนื่องจากที่คอนโดหรือที่บ้านมีฟิตเนสหรืออุปกรณ์เพียงพร้อมอยู่แล้วหรือกรณีที่ไม่ได้ต้องการที่จะกล้ำมใหญ่เกินไป เพียงแค่ต้องการเรียนรู้การออกกำลังกายด้วยบอดี้เวทเทรนนิ่ง โดยอยู่ในความดูแลของผู้ฝึกสอนไว้ใจได้สามารถให้ได้ผลลัพธ์การออกกำลังกายที่เร็วยิ่งขึ้น

ปัจจัยสำคัญที่ของกลุ่มประชากรที่ต้องการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลทั้งหมด 120 คนได้ให้ความสำคัญแก่ 3 ปัจจัยพิจารณาจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนดังนี้คือ ข้อมูลด้านสุขภาพของลูกค้าทั้งประวัติด้านสุขภาพเบื้องต้น เช่น น้ำหนัก ส่วนสูง สมรรถภาพร่างกายเพื่อสำรวจความพร้อม ความเปลี่ยนแปลงด้านสรีระ และโปรแกรมการออกกำลังกายในแต่ละครั้ง เป็นลำดับ 1 คิดเป็นจำนวน 4.50 คะแนน ตามด้วยโปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อแสดงให้ลูกค้าสามารถดูได้โดยข้อมูลจะระบุทักษะเฉพาะทางของผู้ฝึกสอน แพคเกจราคา และแสดงช่วงเวลาที่สามารถทำการฝึกสอนได้ เป็นลำดับ 2 คิดเป็นจำนวน 4.38 คะแนน และสุดท้ายคือแอปพลิเคชันที่สามารถรองรับได้ทั้งคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เป็นลำดับ 3 คิดเป็นจำนวน 4.31 คะแนน นอกจากนี้ความสนใจในการใช้เว็บแอปพลิเคชันในการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสนใจเป็นจำนวน 75 คน จากจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5

และกลุ่มประชากรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลทั้งหมด 100 คนได้ให้คะแนนความสำคัญเป็น 3 อันดับแรก คิดจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน มีปัจจัยดังต่อไปนี้คือ โปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต้องการแสดงให้ลูกค้าสามารถดูได้ ควรระบุทักษะเฉพาะทางของผู้ฝึกสอน แพคเกจราคา และแสดงช่วงเวลาที่สามารถทำการฝึกสอนเป็นลำดับที่ 1 คิดเป็นจำนวน 4.30 คะแนน ตามด้วยบัญชีส่วนตัวสำหรับการใช้งานเฉพาะผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเท่านั้น เช่น ประวัติการขาย ลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน เป็นลำดับ 2 คิดเป็นจำนวน 4.26 คะแนน และสุดท้ายคือ การบันทึกข้อมูลด้านสุขภาพของลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล เป็นลำดับ 3 คิดเป็นจำนวน 4.22 คะแนน

นอกจากนี้ความสนใจในการใช้เว็บแอปพลิเคชันหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสนใจเป็นจำนวน 77 คน จากจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0

ดังนั้นในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาเว็บแอปพลิเคชันในการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล การใช้งานแอปพลิเคชันดังกล่าวทำให้ผู้คนที่ต้องการออกกำลังกายโดยมีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเกิดช่องทางการค้นหาที่มากขึ้น และสามารถเลือกผู้ฝึกสอนได้ตามความต้องการ เพื่อตอบโจทยคนที่ไม่มีเวลาต้องการออกกำลังกายและไม่สามารถไปฟิตเนสได้ จึงได้คิดบริการใหม่สำหรับการนำผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสอนออกกำลังกายถึงที่บ้านหรือคอนโด โดยการเรียกผู้ฝึกสอนผ่านระบบแอปพลิเคชัน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและนำปัจจัย ข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง รวมไปถึงการสัมภาษณ์เพื่อนำมาพัฒนาให้เกิดฟังก์ชันที่ผู้ใช้งานต้องการ

เนื่องด้วยระยะเวลาที่จำกัดในการสร้างสรรค์งานวิจัยนี้ ยังมีประเด็นหลายอย่างที่น่าสนใจในการวิจัยและเพิ่มเติมในเรื่องของฟังก์ชันการใช้งานแอปพลิเคชัน คือ การเก็บข้อมูลในการออกกำลังกายที่ละเอียดและมีมาตรฐานที่ดียิ่งขึ้น การขยายกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานอื่น ๆ ในวงกว้างเพื่อเป็นช่องทางในการขยายธุรกิจ การสอนออกกำลังกายในรูปแบบออนไลน์ การพัฒนาและปรับปรุงฟังก์ชันใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถใช้แอปพลิเคชันได้อย่างมีประสิทธิภาพให้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง และสุดท้ายการศึกษาความต้องการของผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มข้อเสนอใหม่ในการปรับปรุงแอปพลิเคชัน และฟังก์ชันที่ตอบโจทยมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- A. Hunter Dupree. (1971). Elmer Sperry-Inventor and Engineer. Baltimore Maryland.
- Avourdiadou, S., & Theodorakis, N. D. J. S. M. R. (2014). The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centres. *17*(4), 419-431.
- Bandyopadhyay, N. J. E. E. a. I. D. S. S., Venice, Italy, January. (2016). Service Quality, satisfaction and loyalty in gymnasiums A study from India. 21-23.
- Berry, L. L. J. J. o. r. m. (2002). Relationship marketing of services perspectives from 1983 and 2000. *1*(1), 59-77.
- Bester, P. J. A. J. o. B. M. (2012). The business environment of sport organisations: A review. *6*(46), 11530-11535.
- Brotherton, J., Evans, C. J. I., & training, c. (2010). The importance of the trainer: factors affecting the retention of clients in the training services sector.
- Chiu, W.-Y., Lee, Y.-D., & Lin, T.-Y. J. I. J. o. O. I. (2011). Innovative services in fitness clubs: personal trainer competency needs analysis. *3*(3), 317.
- Das, G. J. J. o. R., & Services, C. (2014). Linkages of retailer personality, perceived quality and purchase intention with retailer loyalty: A study of Indian non-food retailing. *21*(3), 407-414.
- Dionigi, R. J. J. o. S., & Psychology, E. (2007). Resistance training and older adults' beliefs about psychological benefits: the importance of self-efficacy and social interaction. *29*(6), 723-746.
- Dosi, G. J. R. p. (1982). Technological paradigms and technological trajectories: a suggested interpretation of the determinants and directions of technical change. *11*(3), 147-162.
- Fitzsimons, G. J., & Morwitz, V. G. J. J. o. C. R. (1996). The effect of measuring intent on brand-level purchase behavior. *23*(1), 1-11.
- Gonçalves, C., Meireles, P., & Carvalho, M. J. J. T. O. S. S. J. (2016). Consumer behaviour in Fitness Club: study of the weekly frequency of use, expectations, satisfaction and retention. *9*(1).

- Hertog, P. d. J. I. j. o. i. m. (2000). Knowledge-intensive business services as co-producers of innovation. *4*(04), 491-528.
- Helle, L. A., & Ziegler, D. J. (1992). *Personality theories: Basic assumptions, research, and applications*: McGraw-Hill Book Company.
- Howard, J. A. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy*: Pennsylvania State University.
- Hutson, D. J. J. S. s., & medicine. (2013). "Your body is your business card": Bodily capital and health authority in the fitness industry. *90*, 63-71.
- Insights, C. (2018). Retrieved from <https://hitconsultant.net/2019/06/21/wearables-and-remote-patient-monitoring-market-map/#.XxMKEZ4zaUk>
- Johanson, J. J. U. S. H. K. (2012). Postural Assessment: Hands-On Guides for Therapists.
- Ko, Y. J., & Pastore, D. L. J. S. m. q. (2004). Current issues and conceptualizations of service quality in the recreation sport industry. *13*(3).
- Kongpetchkhao, T. (2019). Progressive Web Apps อนาคตของโมบายแอป.
- Kotler, P. K., Kevin Lane., . (2012). *Marketing management* 12th edition.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2015). *Services marketing: global edition*: Pearson Higher Ed.
- Luszczynska, A., Gibbons, F. X., Piko, B. F., Tekozel, M. J. P., & Health. (2004). Self-regulatory cognitions, social comparison, and perceived peers' behaviors as predictors of nutrition and physical activity: A comparison among adolescents in Hungary, Poland, Turkey, and USA. *19*(5), 577-593.
- Melton, D., Dail, T. K., Katula, J. A., & Mustian, K. M. J. T. s. j. (2011). Women's perspectives of personal trainers: A qualitative study. *14*(1).
- Melton, D. I., Katula, J. A., Mustian, K. M. J. J. o. s., Strength, c. r. N., & Association, C. (2008). The current state of personal training: An industry perspective of personal trainers in a small southeast community. *22*(3), 883.
- Metrix, C. M. (2017). Age 13+ 3 Month Average Ending.
- Miles, I. J. I. S. j. (2008). Patterns of innovation in service industries. *47*(1), 115-128.
- Miller, A. J., Grais, J.M., Winslow, E., & Kaminsky, L.A. (1991). The Definition of Physical Fitness. A Definition to Make It Understandable to the Laity.
- Ng, S. C., & Hailey, M. (2011). Systems and methods for accessing personalized fitness services using a portable electronic device. In: Google Patents.

- Nooradi, M., Sadeghi, T. J. I. J. o. M., Accounting, & Economics. (2015). The Relationship of Personality Traits and Demographic Characteristics with the Performance of Samsung Mobile Phones Brand. *2*(8), 838-845.
- P, N. (1969). *Coaching Methods for Women. Massachusetts. Addison-Wesley Publishing company.*
- Pace, R., & Faules, D. (1994). *Organization Communication. Englewood Cliffs. New Jersey. Prentice-Hall.*
- Ratamess, N. A., Faigenbaum, A. D., Hoffman, J. R., Kang, J. J. T. J. o. S., & Research, C. (2008). Self-selected resistance training intensity in healthy women: the influence of a personal trainer. *22*(1), 103-111.
- Rogers, E. M. (2010). *Diffusion of innovations: Simon and Schuster.*
- Rogers, E. M. J. T. J. C. j. o. q. i. (1995). Lessons for guidelines from the diffusion of innovations. *21*(7), 324-328.
- Rohrer, J. E., Vickers-Douglas, K. S., Stroebel, R. J. J. O. r., & practice, c. (2009). Uncontrolled eating and obesity in adult primary care patients. *3*(2), 115-121.
- Schumpeter, J. A. (2013). *Capitalism, socialism and democracy: routledge.*
- SME THAILAND CLUB. (2561). *จับกระแสธุรกิจฟิตเนสแบบไหนถึงได้ใจลูกค้า.*
- Smith, C. (2011). *Personal Fitness Trainers Online. In: Google Patents.*
- Suwono, L. V., & Sihombing, S. O. J. J. D. M. (2018). Factors affecting customer loyalty of fitness centers: an empirical study. *7*(1), 45-55.
- Vlachopoulos, S. P., Theodorakis, N. D., & Kyle, G. T. J. E. S. M. Q. (2008). Assessing exercise involvement among participants in health and fitness centres. *8*(3), 289-304.
- Voon, B. H., Lee, N., Murray, D. J. S., Business, & Journal, M. A. I. (2014). Sports service quality for event venues: evidence from Malaysia.
- Willis, J. D., & Campbell, L. F. Exercise psychology. (1992). *Exercise psychology (1992) Exercise psychology. Champaign IL England. Human Kinetics Publishers.*
- Yee, W. M. W., Yeung, R.M.W., & Ma, L. (2013). Drivers of customer satisfaction in the fitness club industry.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1990). *Delivering Service Quality: Balancing Customer Perceptions and Expectations. New York: A Division of Macmillan. In:*

Inc.

เกียรติรัตน์ วารินศิริรักษ์ และ สุวัลลี แก้วโลก. (2556). การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันของฟิตเนสเซ็นเตอร์
ที่มีประสิทธิผลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.

เดชา เดชานพวงศ์. (2559). แนวทางการจัดการและองค์ประกอบมาตรฐานของฟิตเนสเซ็นเตอร์เอกชน
ขนาดย่อม วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและ
การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา.

โรจน์รุ่ง สุวรรณสุทธิ. (2548). สุขภาพและการออกกำลังกาย.

กนกเพชร ศิริมณีบุญ. (2551). บุคลิกภาพและค่านิยมในงานบริการการขายของพนักงานขายหน้าร้าน.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBS). (2562). ธุรกิจฟิตเนส บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำปีเดือน พฤษภาคม
2562.

กวีพล พันธุ์เพ็ง. (2558). กระแสนิยมการออกกำลังกายกับโอกาสของธุรกิจฟิตเนสไทยที่ไม่ควรมองข้าม.

ขวัญจิรา เอกรัมย์. (2561). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการจองผู้ฝึกสอนส่วนตัวกรณีศึกษา Soul
Health Club. เทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

ดร.ณัฐนันท์ วิจิตรอักษร. (2018). ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพคนไทยในอนาคต.

ทวีศักดิ์ เลิศประพันธ์ และ นพ. ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์. (2560). พบคนกรุงเทพออกกำลังกายน้อย
กว่าภาคอื่นสัดส่วนไม่สูบบุหรี่และดื่มสุราคอนข้างสูง.

นิโรธ เจริญประกอบ. (2554). ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. สคบ.จัดกม. ลงดาบฟิตเนสมีสัญญาสถิติ
ร้องเรียนทะลัก-สั่งคืนค่าเมมเบอร์.

ประณัฐธร นินปาละ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลใน
เขตกรุงเทพมหานคร.

พรรณสิริ. (2018). Personal Trainer อาชีพมาแรงของคนรุ่นใหม่ รายได้ดี มีสไตล์ แคกล้ามใหญ่ก็
เป็นได้จริงหรือ.

พิชัย ไชยสงคราม. (2542). ความเป็นครู (*Self-actualization for teachers*).

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศากุล. (2019). การบริการอย่างมีคุณภาพ (*Service Quality*).

พีระพงศ์ บุญศิริ. (2536). จิตวิทยาการกีฬา.

พุดิสสรณ์ ย่อมเจริญ. (2559). การแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์.

วนิดา แผลงรักษา. ระบบ การ จอง นัด แพทย์ นอก เวลา ออนไลน์ กรณี ศึกษา โรง พยาบาล มหาราช
นครราชสีมา. มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราช มงคล อีสาน,

วรรณโชค ไชยสะอาด. (2560). มุ่งขายสมาชิกใช้เทรนเนอร์หารายได้ ถอดบทเรียนธุรกิจเมื่อฟิตเนสไปไม่
รอด.

สถาบันวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (เอยูโพล). (2560). ผลวิจัยเชิงสำรวจเรื่องการ

ดูแลสุขภาพของคนกรุงเทพฯ ปี 2560.

สมฤทธ์ สุธธิฎฐ. (2556). กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. ศึกษากรณีข้อสัญญาของสถานออกกำลังกาย.

วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

สวรรยา วัฒน และ ศิริ เสรีกุล. (2560). ปัจจัย ที่มี ผล ต่อ การ ตัดสินใจ กลับ มา เที่ยว ประเทศไทย
ซ้ำ ของ นักท่องเที่ยว ชาว ต่าง ชาติ= Factors affecting international tourists' decision
to revisit Thailand.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ 12 กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). การสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของประชากรและ
สุขภาพจิต.

สุชาดา พลาชัยภิมย์ศิลป์. (2554). แนวโน้มการใช้โมบายแอปพลิเคชัน.

สุพิตร สมานโต. (2541). แบบทดสอบสมรรถภาพทางกาย KASETSART Youth Fitness Test. พราน
นการพิมพ์.

อรรวรรณ เกลียวปฏิพนธ์. (2560). ถอด 5 กลยุทธ์ "ฟิตเนส เฟิร์สท์" ให้สตรีในสมรรถภูมิฟิตเนสในไทยไม่
เทลูก้า.

อัมมาร สยามวาลา. (2018). ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของคนไทยในอนาคต (BLT Bangkok).



ภาคผนวก ก
ตัวอย่างแบบสอบถาม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภครวมและความต้องการในการใช้เว็บแอปพลิเคชัน เพื่อการบริหารการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเพื่อนำมาพัฒนาเป็นต้นแบบในการสร้างเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ ปัญหาระหว่างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและผู้จ้างการศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ท่านในการให้ข้อมูล โดยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านจะปกปิดเป็นความลับและไม่มีการเผยแพร่ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับแอปพลิเคชัน

ผู้จ้าง คือผู้ที่ต้องการออกกำลังกายโดยมีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) เป็นผู้ช่วยและแนะนำวิธีการออกกำลังกายอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งในด้านสุขภาพและร่างกาย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.) เพศ

ชาย

หญิง

อื่น ๆ

2.) อายุ (ต้องอธิบายด้วยการแบ่งกลุ่มอายุตามนี้เรามีหลักเกณฑ์อะไร)

ต่ำกว่า 30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

51-60 ปี

- 3.) ระดับการศึกษาสูงสุด
- ปวช, ปวส หรือต่ำกว่า
 - ปริญญาตรี
 - ปริญญาโท
 - ปริญญาเอก
- 4.) อาชีพ
- พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง
 - รับราชการ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ
 - พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - เจ้าของกิจการ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - อาชีพอิสระ
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
- 5.) รายได้ต่อเดือน (ต้องอธิบายด้วยว่าการแบ่งกลุ่มอายุตามนี้เรามีหลักเกณฑ์อะไร)
- น้อยกว่า 30,000 บาท
 - 30,001 - 50,000 บาท
 - 50,001 - 100,000 บาท
 - มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป
- 6.) ท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ไม่มีโรคประจำตัว
 - โรคมะเร็ง
 - โรคหัวใจ
 - โรคเบาหวาน
 - โรคความดันโลหิตสูง
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกช่องทางในการหาและการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

- 7.1) ท่านเคยใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (หากไม่เคยใช้ กรุณาข้ามไปตอบคำถามข้อที่ 15)
- เคย
 - ไม่เคย
- 7.2) หากไม่เคยจ้างหรือใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เป็นเพราะเหตุใด (จบแบบสอบถาม)
- ไม่มีช่องทางการติดต่อ
 - ไม่ได้เป็นสมาชิกฟิตเนสเซนเตอร์
 - ไม่รู้จักผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
 - ไม่มีความเชื่อมั่นต่อศักยภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
- 8.) ท่านเคยใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากที่ใด
- ฟิตเนสเซนเตอร์
 - เทรนเนอร์อิสระ
 - ทั้ง 2 อย่าง
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
- 9.) ช่องทางในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ท่านเคยจ้าง (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ฟิตเนสเซนเตอร์
 - คนรู้จักแนะนำ
 - Facebook
 - Instagram
 - Website
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ)

10.)ทำไมถึงเลือกช่องทางนี้ในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สะดวกสบาย รวดเร็ว ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลดูมีความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ

- ค้นเคยกับการใช้งานช่องทางนี้ เป็นช่องทางเดียวคิดว่าสามารถหาข้อมูลได้
 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

11.) จำนวนโปรแกรมการออกกำลังกายที่คุณเคยจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลทั้งในอดีตและปัจจุบัน

- โปรแกรมแรก 2-3 โปรแกรม
 มากกว่า 3 โปรแกรม

12.) เป้าหมายหลักที่สำคัญที่สุดในการออกกำลังกายของคุณคือ

- เพื่อเพิ่มสมรรถภาพในการเล่นกีฬา เพื่อรักษารูปร่าง ลดน้ำหนัก
 เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง เพื่อเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ

13.) ความถี่ในการออกกำลังกายของท่านกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในแต่ละสัปดาห์

- 1-2 วันต่อสัปดาห์ 3-5 วัน ต่อสัปดาห์ มากกว่า 5 วัน ต่อสัปดาห์

14.) หากท่านเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ท่านจะใช้ปัจจัยอะไรในการเลือก โดยให้คะแนนความสำคัญมากที่สุดคือ 5 ไปจนถึงน้อยที่สุดคือ 1

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
14.1) ค่าใช้จ่ายรายชั่วโมงหรือ ต่อแพคเกจการสอนออกกำลังกาย					
14.2) ช่วงเวลาที่สะดวกในการฝึกสอนออกกำลังกาย					
14.3) คุณภาพการฝึกสอน					
14.4) ความถนัดและทักษะเฉพาะด้านของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล					
14.5) โปรไฟล์ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ					

ส่วนที่ 3 ประสพการณ์ในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

15.) ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่มั่นใจในความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
- เวลาที่ต้องการออกกำลังกายและเวลาของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่ตรงกัน
- เคยได้ฝึกกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในการออกกำลังกายได้
- ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่จัดบันทึกโปรแกรมการฝึกฝน รวมไปถึงการเก็บข้อมูลสุขภาพของลูกค้า
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับแอปพลิเคชัน

เว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เป็นรูปแบบแอปพลิเคชันในการค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ได้ตามมาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ลูกค้าสามารถบรรลุเป้าหมายในการออกกำลังกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ



16.) โปรดคะแนนเรียงลำดับความสำคัญของฟังก์ชันเพื่อเพิ่มเติมในแอปพลิเคชัน โดยให้คะแนนความสำคัญมากที่สุดคือ 5 ไปจนถึงน้อยที่สุดคือ 1

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
16.1) แอปพลิเคชันที่สามารถรองรับได้ทั้งคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน					
16.2) บัญชีส่วนตัวสำหรับการใช้งาน เช่น เป้าหมายการออกกำลังกาย ตารางเวลาที่จะออกกำลังกาย ลักษณะการออกกำลังกายที่สนใจ					
16.3) ข้อมูลด้านสุขภาพของลูกค้า เช่น น้ำหนัก ส่วนสูง โปรแกรมการออกกำลังกายในแต่ละครั้ง					
16.4) โปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อแสดงให้ลูกค้าสามารถดูได้ โดยข้อมูลจะระบุทักษะเฉพาะทางของผู้ฝึกสอน แพคเกจราคา และแสดงช่วงเวลาที่สามารถทำการฝึกสอนได้					
16.5) แนะนำรายชื่อผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า					
16.6) ช่องแชทสำหรับการสนทนาระหว่างลูกค้าและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล					
16.7) ช่องทางการจองและการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อช่วยในการดูแลเรื่องเงิน และอำนวยความสะดวกในการซื้อโปรแกรมการออกกำลังกาย					
16.8) การแจ้งเตือนอัตโนมัติไปยังโรงพยาบาลที่ใกล้เคียงและผู้ปกครองกรณีเหตุฉุกเฉิน					
16.9) Rating และ Customer Review จากลูกค้าที่เคยใช้งาน					

17.) ถ้ามีการพัฒนาแอปพลิเคชันในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลดังกล่าวที่มีลักษณะตามข้อ 16 ทำ
สนใจติดตั้งมาใช้งานหรือไม่

สนใจ

ไม่แน่ใจ

ไม่สนใจ

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ





แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภครและความต้องการในการใช้เว็บแอปพลิเคชัน เพื่อการบริหารการจัดการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเพื่อนำมาพัฒนาเป็นต้นแบบในการสร้างเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ ปัญหาระหว่างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและผู้จ้างการศึกษานี้เป็นส่วนของการศึกษาในระดับมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ท่านในการให้ข้อมูล โดยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านจะปกปิดเป็นความลับและไม่มีการเผยแพร่ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกลูกค้าของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะสำหรับแอปพลิเคชัน

ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) คือบุคคลที่ได้รับใบรับรองระดับความรู้ในด้านสมรรถภาพร่างกาย ที่เกี่ยวข้องกับการสอนออกกำลังกาย ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าตั้งเป้าหมาย ดูแลลูกค้า สามารถวัดจุดแข็งจุดอ่อนของลูกค้าโดยประเมินจากสมรรถภาพทางกาย เพื่อวัดความพัฒนาสมรรถภาพทางกายของลูกค้า ผู้ฝึกสอนอาจให้ความรู้แก่ลูกค้าในด้านอื่นนอกเหนือจากการออกกำลังกาย อย่างเช่นแนวทางด้านสุขภาพทั่วไปและด้านโภชนาการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.) เพศ

ชาย

หญิง

อื่น ๆ

2.) อายุ (ต้องอธิบายด้วยการแบ่งกลุ่มอายุตามนี้เรามีหลักเกณฑ์อะไร)

ต่ำกว่า 31 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

50 ปีขึ้นไป

- 3.) ระดับการศึกษาสูงสุด
- ปริญญาตรี
 - ปริญญาโท หรือ สูงกว่า
- 4.) สาขาที่จบหรือหลักสูตรวิชาชีพเฉพาะทางในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
- สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา
 - สาขาพลศึกษา
 - สถาบัน American College of Sports Medicine (ACSM)
 - สถาบัน American Council on Exercise (ACE)
 - สถาบัน Fitness Innovations Thailand (FIT)
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
- 5.) ท่านเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลประเภทใด
- ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสังกัดในฟิตเนสเซ็นเตอร์
 - เทรนเนอร์อิสระ
- 6.) ท่านมีประสบการณ์การประกอบอาชีพในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมานานเท่าไร
- น้อยกว่า 1 ปี
 - 1-2 ปี
 - 3-5 ปี
 - 6-10 ปี
 - 10 ปีขึ้นไป
- 7.) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- น้อยกว่า 30,000 บาท
 - 30,001 - 50,000 บาท
 - 50,001 - 100,000 บาท
 - มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป
- 8.) รายได้เฉลี่ยต่อชั่วโมงในการฝึกสอน
- น้อยกว่า 300 บาทต่อชั่วโมง
 - 301 - 500 บาทต่อชั่วโมง
 - 501 - 1,000 บาทต่อชั่วโมง
 - 1,001 - 1,500 บาทขึ้นไปต่อชั่วโมง
 - มากกว่า 1,500 บาทขึ้นไปต่อชั่วโมง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกลูกค้าของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

9.) ท่านเคยได้รับงานผ่านช่องทางใดบ้าง (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- พิเศษเซ็นเตอร์ คนรู้จักแนะนำ Facebook
 Instagram Website อื่น ๆ (โปรดระบุ)

10.) ปัญหาส่วนใหญ่ที่ท่านมักพบเจอในการให้บริการให้แก่ลูกค้า (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ลูกค้าไม่ปฏิบัติตามโปรแกรมการออกกำลังกายที่วางแผนไว้
 ปัญหาการนัดเวลาในการฝึกที่ไม่ตรงกัน
 ลูกค้าเปลี่ยนแปลงเวลาบ่อยครั้ง
 ลูกค้าไม่มาตามที่นัดหมาย
 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____



ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะสำหรับแอปพลิเคชัน

เว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นรูปแบบแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีช่องทางในการได้งานเพิ่มมากขึ้น สามารถจัดสรรเวลาและความสะดวกสบายในการจัดการ การฝึกสอนออกกำลังกายอย่างมีประสิทธิภาพ

11.) โปรดคะแนนเรียงลำดับความสำคัญของฟังก์ชัน เพื่อเพิ่มเติมในแอปพลิเคชัน โดยให้คะแนนความสำคัญมากที่สุดคือ 5 ไปจนถึงน้อยที่สุดคือ 1

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
11.1) แอปพลิเคชันที่สามารถรองรับได้ทั้งคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน					
11.2) โพรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อแสดงให้ลูกค้าสามารถดูได้ โดยข้อมูลจะระบุทักษะเฉพาะทางของผู้ฝึกสอน แพคเกจราคา และแสดงช่วงเวลาที่สามารถทำการฝึกสอนได้					
11.3) บัญชีส่วนตัวสำหรับการใช้งานเฉพาะผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเท่านั้น เช่น ประวัติการขาย ลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน สถานะอัปเดตการจอง ตารางเวลานัดออกกำลังกาย					
11.4) การบันทึกข้อมูลด้านสุขภาพของลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล เช่น น้ำหนัก ส่วนสูง โปรแกรมการออกกำลังกายในแต่ครั้ง					
11.5) ช่องแชทสำหรับการสนทนาระหว่างลูกค้าและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล					
11.6) สามารถส่งใบเสนอราคา และแพคเกจการขายให้ลูกค้าซื้อได้ทันทีผ่านช่องแชท					
11.7) ระบบการส่ง Agreement หรือข้อตกลงในการใช้บริการ และ Consent เพื่อยอมรับเงื่อนไขต่าง ๆ					
11.8) อัปเดตการรับเงินผ่านแอปพลิเคชัน					
11.9) การแจ้งเตือนอัตโนมัติไปยังโรงพยาบาลที่ใกล้เคียงกรณีเหตุฉุกเฉิน					

12.) ท่านเคยใช้แอปพลิเคชันในการหาลูกค้าหรือไม่

เคย

ไม่เคย

13.) ถ้ามีการพัฒนาแอปพลิเคชันในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลดังกล่าวที่มีลักษณะตามข้อ 11 ทำ
สนใจติดตั้งมาใช้งานหรือไม่

สนใจ

ไม่แน่ใจ

ไม่สนใจ

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ





แบบสอบถาม

เรื่อง ประเมินการยอมรับและความต้องการในการใช้เว็บแอปพลิเคชัน เพื่อการบริหารการจัดการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ของการใช้เว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาความสนใจและสำรวจความคิดเห็นต่อการใช้แอปพลิเคชันในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่าน และขอขอบพระคุณยิ่งมา ณ โอกาสนี้ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ตัวอย่างต้นแบบนวัตกรรม

ส่วนที่ 3 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ส่วนที่ 4 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

แบบสอบถามสำหรับผู้จ้าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.) เพศ

ชาย

หญิง

เพศทางเลือก

2.) อายุ

ต่ำกว่า 31 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

51-60 ปี

61 ปีขึ้นไป

3.) ระดับการศึกษาสูงสุด

ปวช, ปวส หรือต่ำกว่า

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

- 4.) อาชีพ
- พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง
 - รับราชการ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ
 - พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - เจ้าของกิจการ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - อาชีพอิสระ
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
- 5.) รายได้ต่อเดือน
- น้อยกว่า 30,001 บาท
 - 30,001 - 50,000 บาท
 - 50,001 – 100,000 บาท
 - มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป
- 6.) ท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ไม่มีโรคประจำตัว
 - โรคภูมิแพ้
 - โรคหัวใจ
 - โรคเบาหวาน
 - โรคความดันโลหิตสูง
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
- 7.) ท่านเคยใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากที่ใด
- ฟิตเนสเซ็นเตอร์
 - เทรนเนอร์อิสระ
 - ทั้ง 2 อย่าง
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
- 8.) ช่องทางในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ท่านเคยจ้าง (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ฟิตเนสเซ็นเตอร์
 - คนรู้จักแนะนำ
 - Facebook
 - Instagram
 - Website
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ)
- 9.) ทำไมถึงเลือกช่องทางนี้ในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- สะดวกสบาย
 - รวดเร็ว
 - มีความมั่นใจในผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
 - ไม่ทราบถึงช่องทางอื่น ๆ
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
- 10.) จำนวนครั้งในการออกกำลังกายที่คุณเคยจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลทั้งในอดีตและปัจจุบัน
- น้อยกว่า 10 ครั้ง
 - 11-30 ครั้ง
 - มากกว่า 31 ครั้ง
- 11.) เป้าหมายหลักที่สำคัญที่สุดในการออกกำลังกายของคุณคือ
- เพื่อเพิ่มสมรรถภาพในการเล่นกีฬา
 - เพื่อรักษารูปร่าง ลดน้ำหนัก
 - เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง
 - เพื่อเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
- 12.) ความถี่ในการออกกำลังกายของท่านกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในแต่ละสัปดาห์
- 1-2 วันต่อสัปดาห์
 - 3-5 วัน ต่อสัปดาห์
 - มากกว่า 5 วัน ต่อสัปดาห์
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 2 ตัวอย่างต้นแบบนวัตกรรม

คำอธิบายเบื้องต้น

ต้นแบบแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์

1. สร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่ต้องการออกกำลังกาย และค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้ได้ตรงตามที่ต้องการ โดยสามารถพิจารณาจากโปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ ผ่านการคัดกรองจากเกณฑ์คุณสมบัติที่กำหนดไว้โดยมีรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียง รวมถึงความพิเศษในด้านทักษะการออกกำลังกายต่าง ๆ หรือคุณสมบัติเฉพาะทางของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อให้เหมาะสมของผู้ใช้งาน

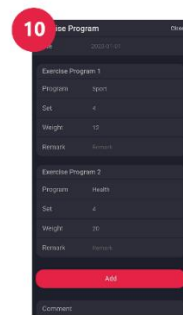
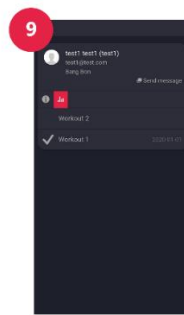
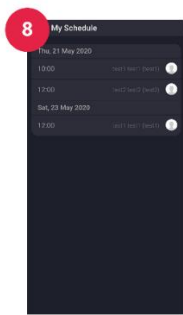
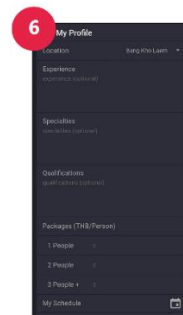
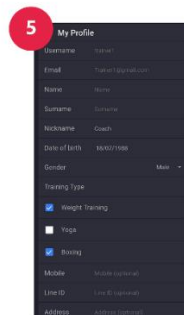
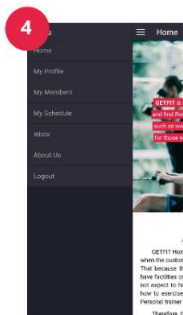
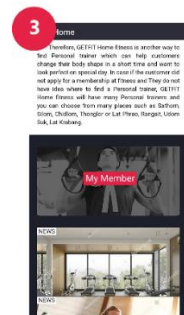
2. เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่ต้องการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ทั้งในการค้นหา ข้อมูลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล การแชทพูดคุยเบื้องต้นได้ทันทีก่อนตัดสินใจ รวมไปถึงการชำระเงินแบบครบวงจร และการประเมินผลหลังจากการออกกำลังกาย

3. ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ออกกำลังกายในการดูข้อมูลบันทึกจากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อดูความเปลี่ยนแปลงด้านพัฒนาการของร่างกายและสามารถเห็นความเปลี่ยนแปลงของตนเองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

รูปแบบการทำงานเบื้องต้น

1. บัญชีส่วนตัวสำหรับการใช้งาน รวมไปถึงข้อมูลด้านสุขภาพของลูกค้า ทั้งความเปลี่ยนแปลงด้านสรีระ และโปรแกรมการออกกำลังกายในแต่ละครั้ง

2. โปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อแสดงให้ลูกค้าสามารถดูได้ โดยข้อมูลจะระบุทักษะเฉพาะทางของผู้ฝึกสอน แพคเกจราคา และแสดงช่วงเวลาที่สามารถทำการฝึกสอนได้



ส่วนที่ 3 ความง่ายในการใช้งาน

13.)

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ข้อความง่ายต่อความเข้าใจ					
การใช้สีมีความเหมาะสม และสามารถสื่อความหมายได้ดี					
การวางตำแหน่งของไอคอนและคำสั่งต่าง					

ส่วนที่ 4 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

14.)

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
แอปพลิเคชันนี้ช่วยให้ท่านหาข้อมูลและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้ง่ายขึ้น					
แอปพลิเคชันนี้ช่วยให้ท่านหาข้อมูลและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้รวดเร็วขึ้น					
แอปพลิเคชันนี้ช่วยให้ท่านมีความเชื่อมั่นในแหล่งข้อมูลได้มากขึ้น					
แอปพลิเคชันนี้ช่วยให้ท่านได้ข้อมูลและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลตามความต้องการ					
แอปพลิเคชันนี้เป็นประโยชน์ต่อท่าน					
แอปพลิเคชันนี้สร้างแรงจูงใจในการออกกำลังกายมากขึ้น					

ส่วนที่ 5 ความสนใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

15.)

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ท่านมีความสนใจที่จะใช้แอปพลิเคชันนี้					
ท่านมีความสนใจที่จะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้ใช้งานแอปพลิเคชันนี้					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ



แบบสอบถาม

เรื่อง ประเมินการยอมรับและความต้องการในการใช้เว็บแอปพลิเคชัน เพื่อการบริหารการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ของการใช้เว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาความสนใจและสำรวจความคิดเห็นต่อการใช้แอปพลิเคชันในการหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่าน และขอขอบพระคุณยิ่งมา ณ โอกาสนี้ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ตัวอย่างต้นแบบนวัตกรรม

ส่วนที่ 3 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ส่วนที่ 4 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

แบบสอบถามสำหรับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.) เพศ

ชาย

หญิง

เพศทางเลือก

2.) อายุ

ต่ำกว่า 31 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

50 ปีขึ้นไป

3.) ระดับการศึกษาสูงสุด

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

4.) สาขาที่จบหรือหลักสูตรวิชาชีพเฉพาะทางในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา
- สาขาพลศึกษา
- สถาบัน American College of Sports Medicine (ACSM)
- สถาบัน American Council on Exercise (ACE)
- สถาบัน Fitness Innovations Thailand (FIT)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

5.) ท่านเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลประเภทใด

- ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสังกัดในฟิตเนสเซ็นเตอร์
- เทรนเนอร์อิสระ
- ทั้ง 2 อย่าง

6.) ท่านมีประสบการณ์การประกอบอาชีพในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมานานเท่าไร

- น้อยกว่า 1 ปี
- 1-2 ปี
- 3-5 ปี
- 6-10 ปี
- 10 ปีขึ้นไป

7.) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่า 30,000 บาท
- 30,001 - 50,000 บาท
- 50,001 - 100,000 บาท
- มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป

8.) รายได้เฉลี่ยต่อชั่วโมงในการฝึกสอน

- น้อยกว่า 300 บาทต่อชั่วโมง
- 301 - 500 บาทต่อชั่วโมง
- 501 - 1,000 บาทต่อชั่วโมง
- 1,001 - 1,500 บาทขึ้นไปต่อชั่วโมง
- มากกว่า 1,500 บาทขึ้นไปต่อชั่วโมง

ส่วนที่ 2 ตัวอย่างต้นแบบนวัตกรรม

คำอธิบายเบื้องต้น

ต้นแบบแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสร้างขึ้นมาจากโดยมีวัตถุประสงค์

1. สร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่ต้องการออกกำลังกาย และค้นหาผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้ได้ตรงตามที่ต้องการ โดยสามารถพิจารณาจากโปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ ผ่านการคัดกรองจากเกณฑ์คุณสมบัติที่กำหนดไว้โดยมีรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียง รวมถึงความพิเศษในด้านทักษะการออกกำลังกายต่าง ๆ หรือคุณสมบัติเฉพาะทางของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเพื่อให้เหมาะสมของผู้ใช้งาน

2. เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เมื่อผู้จ้างต้องการค้นหาหรือดูข้อมูลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล สามารถหาพบผู้ฝึกสอนเบื้องต้นได้ทันทีผ่านระบบก่อนตัดสินใจ รวมไปถึงจนถึงการชำระเงินแบบครบวงจร และการประเมินผลหลังจากการออกกำลังกาย

3. ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้มีโอกาสในการเพิ่มช่องทางโฆษณาในการหาลูกค้าเพิ่มขึ้น และได้มีโอกาสในการจ้างงานมากขึ้นผ่านทางระบบแอปพลิเคชัน เพื่อเป็นการสนับสนุนอาชีพในสายงานนี้

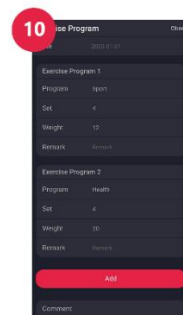
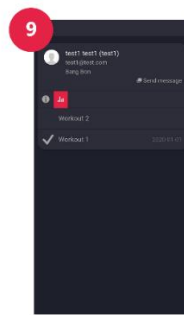
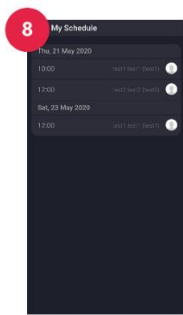
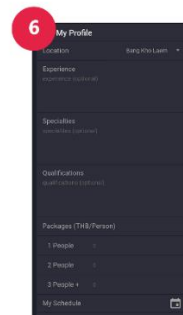
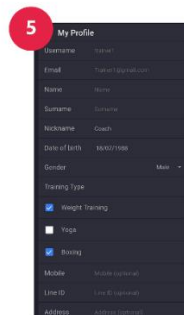
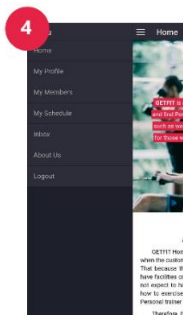
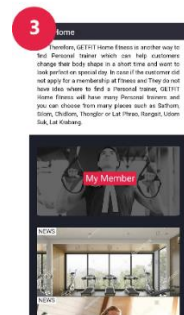
4. ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในการจัดบันทึก และเก็บข้อมูลความเปลี่ยนแปลงด้านพัฒนาการของร่างกายลูกค้าเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ออกแบบโปรแกรมออกกำลังกายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และลูกค้าสามารถเห็นความเปลี่ยนแปลงของตนเองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

รูปแบบการทำงานเบื้องต้น

1. โปรไฟล์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อแสดงให้ลูกค้าสามารถดูได้ โดยข้อมูลจะระบุทักษะเฉพาะทางของผู้ฝึกสอน แพคเกจราคา และแสดงช่วงเวลาที่สามารถทำการฝึกสอนได้

2. บัญชีส่วนตัวสำหรับการใช้งานเฉพาะผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเท่านั้น เช่น ประวัติการขายลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน สถานะอัปเดตการจอง ตารางเวลาดังออกกำลังกาย เป็นต้น

3. การบันทึกข้อมูลด้านสุขภาพของลูกค้าในรูปแบบดิจิทัล เพื่อใช้ประเมินถึงความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงของร่างกายประกอบด้วยประวัติด้านสุขภาพเบื้องต้น เช่น น้ำหนัก ส่วนสูง โดยรวมของร่างกายเพื่อสำรวจความพร้อมของลูกค้า ความเปลี่ยนแปลงด้านสรีระ และโปรแกรมการออกกำลังกายในแต่ละครั้ง



ส่วนที่ 3 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

9.)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การใช้ข้อความง่ายต่อความเข้าใจ					
การใช้สีมีความเหมาะสม และสามารถสื่อความหมายได้ดี					
การวางตำแหน่งของไอคอนและคำสั่งต่าง					

ส่วนที่ 4 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

10.)

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
แอปพลิเคชันนี้ช่วยให้ท่านมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น					
แอปพลิเคชันนี้ช่วยให้ท่านเพิ่มช่องทางโฆษณาในการหาลูกค้ามากขึ้น					
แอปพลิเคชันนี้ช่วยให้ท่านได้มีโอกาสในการจ้างงานมากขึ้น					
แอปพลิเคชันนี้ช่วยให้ท่านสะดวกสบายในการบริหารลูกค้าได้ง่ายขึ้น					
แอปพลิเคชันนี้เป็นประโยชน์ต่อท่าน					

ส่วนที่ 5 ความสนใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารการจัดการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

11.)

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ท่านมีความสนใจที่จะใช้แอปพลิเคชันนี้					
ท่านมีความสนใจที่จะสมัครสมาชิกสำหรับแอปพลิเคชันนี้					
ท่านมีความสนใจที่จะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้ใช้งานแอปพลิเคชันนี้					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ



ภาคผนวก ข
ผลพิจารณการวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



บันทึกข้อความ

หลักสูตรธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม
เลขที่รับ 173
วันที่ 7 พ.ค. 63
เวลา 14.05 น.

ส่วนงาน คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 โทร.0-2218-3202, 83049
ที่ จว 050 /2563 (ล) วันที่ 24 เมษายน 2563

เรื่อง แจ้งผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย ครั้งที่ 1

เรียน ผู้อำนวยการหลักสูตรสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัย

ตามที่ นางสาวอริชรา นวพงศ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เสนอโครงการวิจัยที่ 056/63 การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อการบริหารจัดการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (WEB APPLICATION DEVELOPMENT FOR PERSONAL TRAINER SEARCH MANAGEMENT) เพื่อให้คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พิจารณาจริยธรรมการวิจัยความละเอียดแจ้งแล้วนั้น

การนี้ กรรมการฯ ได้พิจารณาแล้ว เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2563 มีมติ ดังนี้

กรรมการฯ พิจารณาขั้นพัฒนาแอปพลิเคชันเสร็จ โปรดส่งรายงานความก้าวหน้าผลการพัฒนา เอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และแอปพลิเคชันที่พัฒนาเสร็จแล้ว ที่จะนำให้กลุ่มตัวอย่างได้ทดลองใช้เพื่อประเมินการยอมรับฯ และเพิ่มรายละเอียดเนื้อหาสาระยยะที่ 3 เป็นต้นว่า ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างใด (หน้า 61 ระบุสอบถามความต้องการของผู้ใช้งาน) ที่ไหน ทำอย่างไร รายละเอียดการศึกษาการยอมรับฯ ฯลฯ

1. โครงการวิจัย ขอให้มีการทบทวน ดังนี้

1.1 หน้า 3 ขอบเขตการวิจัย โปรดระบุตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และข้อ 2 ตามแนวรถไฟฟ้าปีที่เอสหมายถึงอย่างไร โปรดขยายความและระบุ

1.2 หน้า 5 นิยามศัพท์ โปรดเพิ่มคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องที่สำคัญที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ดังในกรอบแนวคิด หน้า 53 เช่น ปัจจัยด้านประชากร ทศนคติ เว็บแอปพลิเคชัน ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ฝึกสอนส่วนบุคคล อิสระ ผู้ใช้บริการผู้ฝึกสอน ฯลฯ เป็นต้น และน่าจะใช้คำว่า “หมายถึง” ทุกคำศัพท์

1.3 โปรดทบทวนกลุ่มตัวอย่างมีกลุ่มใดบ้าง เป็นต้นว่า ในใบคำขอรับการพิจารณา ระบุกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล, ในเอกสารข้อมูลฯ ระบุ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอิสระ และในโครงการฯ หน้า 55 ระบุ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลฯ แบ่งเป็น ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในองค์กรและผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอิสระ โปรดระบุให้ชัดเจนและโปรดใช้คำเดียวกันในเอกสารต่าง ๆ

1.4 หน้า 5 นิยามศัพท์ โปรดเพิ่มคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องที่สำคัญที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ดังในกรอบแนวคิด หน้า 53 เช่น ปัจจัยด้านประชากร ทศนคติ เว็บแอปพลิเคชัน ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ฝึกสอนส่วนบุคคล อิสระ ผู้ใช้บริการผู้ฝึกสอน ฯลฯ เป็นต้น

1.5 จากแบบสอบถามการยอมรับฯ โปรดอธิบายและระบุว่าแอปพลิเคชันนี้จะเหมาะกับคนกลุ่มใด ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่เป็น freelance หรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสังกัดฟิตเนส หรือหากใช้ได้ทั้ง 2 กลุ่มเพราะเหตุใด เนื่องจากมีคำถามเกี่ยวกับการรับงานผ่านช่องทางใดบ้าง การรับเงินผ่านแอปพลิเคชัน

1.6 หน้า 6 โปรดปรับระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยให้เป็นปัจจุบัน

1.7 หน้า 8 โปรดปรับหลักการออกกำลังกายตามคำแนะนำของ ACSM ที่เป็นปัจจุบัน ซึ่งเป็น Guideline ใหม่ และโปรดระบุอ้างอิง

1.8 หน้า 53 กรอบแนวคิด ควรอ้างอิงทฤษฎี/ที่มาที่ใช้ในการกำหนดตัวแปรอิสระในแต่ละปัจจัย

1.9 หน้า 54-55 โปรดระบุอ้างอิงของการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของระยะที่ 1 และเมื่อคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว ควรแก้คำว่า กลุ่มประชากรเป็นกลุ่มตัวอย่าง (100 คน)

1.10 หน้า 58 ระยะเวลาที่ 2 โปรดอ้างอิงการพิจารณาผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพกลุ่มละ 5 คน (รวม 10 คน) ว่าเพียงพออย่างไร และกลุ่มตัวอย่างนี้เป็นกลุ่มเดียวกับ 100 คนหรือไม่ หรือคนละกลุ่มกัน โปรดระบุให้ชัดเจน

1.11 โปรดระบุวิธีการและรายละเอียด ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง/วิธีการที่ผู้วิจัยเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย ผู้ให้บริการฯ, ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในองค์กร, ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอิสระ

1.12 โปรดระบุคุณสมบัติหรือเกณฑ์ในการคัดเลือก/คัดออกของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม และโปรดทบทวนให้ตรงกับเอกสารข้อมูลฯ

1.13 โปรดระบุสถานที่ที่ใช้ในการวิจัย/เก็บข้อมูล ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล (ตอบแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณเท่าไร) ในแต่ละระยะ

1.14 ระยะเวลาที่ 1 หน้า 58 การเก็บข้อมูล โปรดทบทวนการตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โปรดใช้วิธีเดียวกัน

1.15 ระยะเวลาที่ 2 หน้า 58 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โปรดทบทวนการวิเคราะห์ข้อมูลหน้า 60 และขยายความการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1.16 ระยะเวลาที่ 2 โปรดส่งแนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก ของกลุ่มผู้จ้างฯ และกลุ่มผู้ฝึกสอนฯ

1.17 โปรดนำรายละเอียดการสัมภาษณ์ที่อยู่ในเอกสารข้อมูลฯ ระบุไว้ในโครงการฯ ด้วย

1.18 ระยะเวลาที่ 2 ระบุว่าวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ที่ต้องการหาผู้ฝึกสอนฯ เพื่อนำมาสร้างระบบและเครื่องมือฯ ปัจจัยที่กำหนดในหน้า 58-59 หมายถึงอย่างไร เป็นต้นว่า เพศชาย/หญิง ช่วงอายุ และนำข้อมูลมาสร้างอย่างไร ทั้งนี้ ข้อมูลที่เก็บ (แบบสอบถาม/สัมภาษณ์) ควรนำเสนอว่ามีการใช้ข้อมูลเหล่านั้นมาพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างไร

1.19 มีผู้ช่วยวิจัยหรือไม่ หากมี โปรดระบุคุณสมบัติและหน้าที่ในโครงการฯ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นต้นว่า แบบสอบถาม ขอให้มีการทบทวน ดังนี้

2.1 โปรดแยกแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

2.2.1 โปรดระบุในโครงการฯ ว่าผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเองหรือนำของผู้ใดมาดัดแปลงใช้

2.2.2 เครื่องมือวิจัยผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือไม่ อย่างไร โปรดเพิ่มเติม

ผลการพิจารณาคุณภาพเครื่องมือในโครงการวิจัย

2.3 โปรดเพิ่มเติมการแปลผลคะแนนของแบบสอบถาม

2.4 แบบสอบถามการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค โปรดทบทวนช่วงอายุในข้อ 2) เนื่องจากในหน้า 58 ผู้วิจัยระบุ 19-59 ปี และโปรดทบทวน ข้อมูลทั่วไปเรื่องโรคประจำตัว (และคำถามอื่น) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการพัฒนาแอปพลิเคชันหรือไม่ หากไม่เกี่ยวข้องโปรดตัดออก (หน้า 53 กรอบแนวคิด ระบุเพียงอายุและรายได้)

2.5 แบบสอบถามการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนที่ 2 ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล หากตอบว่า ไม่เคย ผู้วิจัยให้ตอบข้อ 7.2 และจบการทำแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะนำข้อมูลของคนกลุ่มนี้มาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยหรือไม่

2.5.1 หากไม่ต้องการข้อมูลของผู้ที่ไม่เคยใช้บริการฯ ควรย้ายเป็นส่วนแรก (เพื่อคัดกรอง) และไม่จำเป็นต้องให้ข้อมูลส่วนที่ 1 ของแบบสอบถาม

2.5.2 หากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการฯ เข้าร่วมงานวิจัยได้ ขอให้ระบุในโครงการฯ และแจ้งในเอกสารข้อมูลฯ ให้ชัดเจนว่า ผู้ให้บริการผู้ฝึกสอนฯ จะเป็นผู้ที่เคยใช้ฯ หรือไม่เคยใช้ฯ ก็ได้

2.6 แบบสอบถามพฤติกรรม ควรพิจารณาว่าจะแยกประเด็นออกหรือจะรวมไว้ เป็นต้นว่า ค่าใช้จ่ายรายชั่วโมงหรือต่อแพคเกจ

3. เอกสารข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยและหนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย ขอให้ทบทวน ดังนี้

โปรดทบทวนเนื้อหาส่วนต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับโครงการวิจัย หากมีการปรับ

3.1 กรรมการฯ ยกเว้นการลงนามแสดงความยินยอมสำหรับการตอบแบบสอบถามออนไลน์ แต่ให้ผู้เข้าร่วมงานวิจัยที่สัมภาษณ์ลงนามแสดงความยินยอมในเอกสารด้วย

3.2 โปรดตัดย่อหน้าเกริ่นนำออก และโปรดตัดคำศัพท์วิชาการภาษาอังกฤษออก

3.3 โปรดแยกเอกสารข้อมูลฯ ออกเป็นชุดสำหรับกลุ่ม ผู้ใช้บริการฯ และ กลุ่มผู้ฝึกสอนฯ และในแต่ละกลุ่ม ให้แยกเป็นชุดเอกสารสำหรับระยะที่ 1 และสำหรับระยะที่ 2 โดยมีข้อมูลเฉพาะของกลุ่มนั้น ๆ เช่น เอกสารข้อมูลฯ สำหรับผู้ใช้บริการ (ระยะที่ 1), เอกสารข้อมูลฯ สำหรับผู้ใช้บริการ (ระยะที่ 2)

3.3.1 ชุดของระยะที่ 1 (ตอบแบบสอบถาม) ตัดการลงนามออก สำหรับระยะที่ 2 (สัมภาษณ์) ให้คงการลงนามไว้

3.4 โปรดระบุช่วงอายุให้ตรงกับโครงการฯ

3.5 ข้อ 4 ควรปรับให้กระชับ ตัดข้อความที่ซ้ำกับส่วนหน้าที่กล่าวถึงมาแล้วออก ตัดส่วนวิชาการ เช่น เชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ

3.6 โปรดระบุสถานที่ที่ใช้ในการวิจัย ระยะเวลาในการตอบแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์

3.7 ข้อ 6 มีระบุว่าจะทำลายข้อมูล แต่ยกเว้นกรณีผู้มีส่วนร่วมยินยอมให้เก็บไว้ ในส่วนนี้คือการเก็บข้อมูลใด อย่างไร

3.8 ข้อ 7 “...การหยุดสัมภาษณ์ชั่วคราว...มีระบุและขอหยุดสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด” โปรดทบทวนเป็นค่าใช้จ่ายอะไร ของใคร

3.9 ข้อ 8 โปรดสรุปให้สั้น และระบุเป็นประโยชน์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของการพัฒนาแอปพลิเคชัน แต่ไม่มีประโยชน์โดยตรงที่ผู้เข้าร่วมงานวิจัยจะได้รับ

3.10 ข้อ 9 ตัดข้อความ “ผู้วิจัยจะมีการกล่าว” และ ข้อ 11 หากตอบแบบสอบถามเพียงครั้งเดียว โปรดตัด ประโยคที่ขีดเส้นใต้และข้อความวงเล็บออกทั้งหมด

3.11 ข้อ 12 โปรดตัดแนวทาง/คำแนะนำของคณะกรรมการฯ วงเล็บด้านล่างออก

3.12 โปรดตัดการลงนามพ่อแม่ผู้ปกครองออก

4. ข้อสังเกต

4.1 ในการยื่นเสนอระยะถัดไป โปรดพิจารณาเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการป้องกัน และรักษาความปลอดภัยในแอปพลิเคชัน ข้อมูลใดบ้างที่จะแสดงในแอปพลิเคชัน และเมื่อไม่ต้องการจ้าง/ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น ๆ ต่อไป ข้อมูลเหล่านั้น จะเป็นดำเนินการอย่างไร ต่อไป

4.2 ไม่มีงบประมาณเกี่ยวกับเครื่องตีพิมพ์ อาหารว่างในการสัมภาษณ์ โปรดทบทวนว่าจะมีให้ผู้เข้าร่วมฯ หรือไม่

4.3 ผู้ที่ต้องการจ้างฝึกสอนส่วนบุคคล หรือ ผู้ที่ให้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ควรใช้คำใดคำหนึ่งให้สม่ำเสมอ

4.4 หน้า 3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย อาจแบ่งเป็นวัตถุประสงค์หลัก (ตาม Primary outcome ที่ผู้วิจัยต้องการจากงานวิจัยนี้) และวัตถุประสงค์รอง โดยขึ้นต้นด้วยคำว่า “เพื่อ...”

4.5 ควรแก้ไขคำผิดในเอกสารข้อมูลฯ เช่น “อนุญาต” ในโครงการฯ เช่น “อทิ” เป็น “อาทิ เช่น”

ดังนั้นคณะกรรมการพิจารณา จึงเห็นสมควรให้ผู้วิจัยแจ้งด้วยว่าเห็นชอบกับมติของ
คณะกรรมการพิจารณา หรือไม่ และมีสิทธิ์โต้แย้งหากไม่เห็นชอบด้วย เมื่อมีการแก้ไขโปรตะระบุด้วย
ข้อความหรือประเด็นที่แก้ไขปรากฏอยู่ในหน้าใดของฉบับแก้ไข และพิมพ์เป็นตัวเอนและส่งโครงการวิจัย
ฉบับสมบูรณ์ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้ว เพื่อประกอบการพิจารณา 3 ฉบับ ภายใน 4 สัปดาห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการตามแต่จะเห็นควร ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ



(รองศาสตราจารย์ ดร.นันทรี ชัยชนวงศาโรจน์)

กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน
กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	Arisara Nawaphong
วัน เดือน ปี เกิด	3 May 1988
สถานที่เกิด	Bangkok
วุฒิการศึกษา	Ramkhamhaeng University



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY