

กลวิธีการ เลือกใช้สื่อและการสร้าง เนื้อหา เพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย

กลวิธีการ เลือกใช้สื่อ และการสร้าง เนื้อหา เพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย นั้นเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในกระบวนการส่งเสริมธุรกิจทางด้านนี้ให้เจริญเติบโตและ จูงใจลูกค้าใหม่ให้เกิดความสนใจอยากเข้ามาใช้บริการในสถานบริหารร่างกายนั้น ๆ

จากผลการวิเคราะห์ลักษณะการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย ในบทที่ 4 แสดงให้เห็นว่า สถานบริหารร่างกายทั้งสาม ต่างมีรูปแบบการใช้สื่อ (Media Use Pattern) เพื่อจุดประสงค์และเป้าหมายในรายละเอียดที่ไม่เหมือนกัน จึงทำให้ต้องพิจารณาต่อไปถึงกลวิธีในการเลือกใช้สื่อตลอดจนการสร้างเนื้อหา เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ในการกระตุ้นเร้า กลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการมาใช้บริการของแต่ละสถานบริหารร่างกาย ซึ่งการใช้สื่อ เป็นตัวกระตุ้นเร้าให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวย่อมจะต้องคำนึงถึงเนื้อหาของสารควบคู่ไปด้วย โดยที่การสร้างเนื้อหาจะต้องกระตุ้นเร้าแรงจูงใจของมนุษย์ คือ แรงจูงใจโดยใช้ตัวบุคคล แรงจูงใจโดยใช้อารมณ์ และแรงจูงใจโดยใช้เหตุผล อย่างน้อยที่สุดประการใดประการหนึ่งหรือ ทั้งสามประการ

ในบทนี้ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์แยกแยะให้เห็นถึง กลวิธีการเลือกใช้สื่อและการสร้าง เนื้อหาในลักษณะของการใช้แรงจูงใจในรูปแบบต่าง ๆ โดยหยิบยกกรณีตัวอย่างของแต่ละสถาน บริหารร่างกายมาประกอบคำอธิบายให้เห็นอย่างชัดเจน พร้อมทั้งสรุปปัจจัยที่กำหนดกลวิธีการ เลือกใช้สื่อ และการสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย ดังนี้

กลวิธีการ เลือกใช้สื่อและการสร้างแรงจูงใจที่ปรากฏในเนื้อหาสาร

ในการคัดเลือกการใช้สื่อ และการสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการกำหนดความสำเร็จของการส่งเสริมธุรกิจด้านนี้ คือ การใช้หลักแรงจูงใจของมนุษย์อย่างถูกต้องและเหมาะสมเพื่อโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจอยากมาเข้ารับบริการ จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าบรรดาสถาบันบริหารร่างกายทั้งสามแห่งต่างมีกลยุทธ์ในการสร้างความน่าสนใจให้กับเนื้อหาของสารในสื่อต่าง ๆ โดยใช้หลักแรงจูงใจของมนุษย์ เป็นแนวทางพอสรุปได้ดังนี้

1. การจูงใจโดยใช้ตัวบุคคล (Ethos) เป็นวิธีการสร้างความน่าสนใจให้กับสถานบริหารร่างกายนั้น ๆ โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นจุดดึงดูด ความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย บุคคลที่จูงใจให้เกิดความสนใจอยากเข้ามาใช้บริการในสถานบริหารร่างกายนั้น ๆ ได้แก่

1.1 เจ้าของกิจการสถานบริหารร่างกาย การส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกายของสถานบริหารร่างกายทั้งสามแห่ง ต่างก็ใช้แรงจูงใจโดยใช้เจ้าของกิจการเพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้สนใจอยากเข้ามาใช้บริการในสถานบริหารร่างกายของตนทั้งสิ้น หากทว่ารูปแบบการนำเสนอในสื่อต่าง ๆ จะแตกต่างกันออกไป ดังนี้

สื่อของสถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน จะให้เจ้าของกิจการ คือ คุณเอ็ดวิน ฟิลิปเป็นผู้แนะนำการบริการและเครื่องอำนวยความสะดวกของสถานที่ของตน โดยที่คุณฟิลิปจะเป็นจุดดึงดูดให้ผู้รับสารคล้อยตามเนื้อหาในสาร ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างข้อความจากบทสัมภาษณ์ คุณเอ็ดวิน ฟิลิป เจ้าของกิจการสถานบริหารร่างกาย ฟิลิปเวน ในนิตยสารภาษาอังกฤษ ไทยแลนด์ เทตเลอร์ ฉบับเดือนธันวาคม 2536

คุณเอ็ดวิน ฟิลิป เป็นชาวออสเตรเลียผู้ซึ่งอุทิศชีวิตให้กับเรื่องของสุขภาพอนามัยอย่างแท้จริง เขากล่าวว่า "ผมชอบเล่นกีฬาทุกชนิดมาตั้งแต่เด็ก ๆ แล้ว" "ผมเคยวิ่ง 500 เมตรภายใน เวลา 4 นาที และเคยเล่นยูโดจนได้สายดำมาแล้ว ตลอดชีวิตของผม ผมได้คร่ำหวอดกับกีฬาและเรื่องของสุขภาพมาตลอด ทำให้ผมเข้าใจว่าปรัชญาที่แท้จริงของชีวิต คือการมีสุขภาพพลานามัยดี และมีรูปร่างที่แข็งแรงสมบูรณ์นั่นคือสิ่งที่จะทำให้ชีวิตมีความสุข....."

สถานบริหารร่างกายของเราจะแตกต่างจากสถานบริหารร่างกายที่อื่น ๆ เรามีการบริการพิเศษมากมายที่จะมอบให้กับลูกค้าสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความสะอาด หรืออุปกรณ์เสริมความงามที่มีเทคโนโลยีทันสมัย ทั้งยังพร้อมไปด้วย การบริการล้ำเลิศ...เราต้องการที่จะให้ลูกค้า สมาชิกของเรา รู้สึกสะดวกสบายมั่นใจในความปลอดภัยในการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ของเรา และให้ความรู้สึกที่เป็นส่วนตัวแก่ลูกค้าสมาชิก"



ภาพที่ 7 แสดงแรงจูงใจโดยอาชีพเจ้าของกิจการของสถานบริการร่างกายการฟิลิปเวิน

MARKETPLACE

Good health, a slim figure and beautiful complexion — all of these are becoming just as important to the modern man — as a good salary, a nice house and a respectable place in society. As a matter of fact, women are becoming more and more aware of the need to stay fit, now that an increasing number of them are going out to work in highly responsible and demanding positions that require them to be efficient at all times.

Phillip Wain has taken this to mind and has developed into a leading health club and beauty care centre exclusively for women. Eighteen years have been dedicated to pampering each member with the finest facilities, programmes and services, and all this done in total luxury, privacy and a soothing atmosphere. "I believe that every woman can take pleasure in having a slim, healthy and beautiful body," says Edwin J Phillips who, along with old friend Barry Wain, founded Phillip Wain health club and beauty care centre in Hong Kong. "Now, we have branches in many countries around Asia including Singapore, Malaysia and Thailand." Phillips is particularly impressed by the amount of attention Phillip Wain is receiving here in Thailand and a lot of time and effort is now being put into developing the health club into the most modern facility for health and beauty care service.

Phillips is an Australian who has dedicated his life to health. "I have always loved sports of all kinds since I was a child," he says. "I used to run 500 metres in four minutes and was a black belt in judo. All my life, I have been concerned with sports and health. It made me understand the real philosophy in life — that good health and a fit body make for a happy life." With this philosophy, it is not surprising that this wise and enterprising man has developed Phillip Wain into a truly fabulous health and beauty care centre dedicated to making others able to feel proud of themselves and their bodies.

Phillip Wain is currently situated on the eighth floor of the Pacific Place on Sukhumvit Road but a newer and more modern outlet has just opened at Central Lardprao. "Our health and beauty centre is open exclusively for women because I believe that there are enough centres for men already and women need somewhere they can exercise and care for their bodies in private." Phillip Wain uses the latest European slimming and fitness programmes as well as next generation equipment. They are also able to give their customers physical assessment tests. Clients are well taken care of and great attention is paid to each individual

Health Wise



Mr Edwin John Phillips

customer's requirements. Extensive consultation is made available as well as health dietary tips from in-house nutritionists.

"We are different from other health care centres," points out Phillips. "We have something special to offer. I believe in total cleanliness and the latest techniques with the best possible service. We want our members to feel safe, comfortable and to have privacy." Phillip Wain currently offers customers the latest exercise equipment, steam rooms, saunas, aerobic rooms, sports boutiques, body massages, beauty salons, facial treatment and slimming treatments. Apart from all this, Phillip Wain also offers pre and post natal care to help prepare expectant mothers for an easier delivery as well as to get them trimmer, firmer and healthier after the

delivery. The most important thing is that this is done so that there are no traces of stretch marks. This is just an example of the high level of perfectionism that Phillip Wain operates as customers must be given the best treatment and care right down to the smallest details.

In the future, they are expanding into cosmetic products and garments under the name Phillip Wain — the same which is at the top of the list in health and beauty care service centres. So, if you would like to join the growing list of smart people who care about their health, contact them at the 13th floors of Central Plaza Lardprao Office Building. Tel: 541-1173, 541-1555-7; or at the 8th floor of the Pacific Place on Sukhumvit Road. Tel: (254-2544, 254-5070-3 Fax: 254-5076.

สำหรับสถานบริหารร่างกายเวิร์ลคลับ จะนำเสนอเจ้าของกิจการ คือ คุณสุเมศรี
สุเมตติกุล ในรูปแบบของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัท ดังตัวอย่าง
ต่อไปนี้

วันพุธที่ ๔ กันยายน พุทธศักราช ๒๕๓๔ แรม ๑๐ ค่ำ เดือน ๙

วันพุธที่ ๔ กันยายน พุทธศักราช ๒๕๓๔

สยามรัฐทันต

นายสุเมศรี สุเมตติกุล ผู้ดีเยี่ยมและ
นางเจ้า อารณ วงศ์ไพศา
กรรมการผู้จัดการสถาน
บริหารร่างกายเวิร์ลคลับ
ร่วมทีมวิ่งของครอบครัว
ครบ 16 ปีของเวิร์ลคลับ
สาขาราชดำริ เมื่อ ๒1
สิงหาคมที่ผ่านมา



เดลินิวส์
ฉบับที่ 15,303 วันพฤหัสบดีที่ ๕ กันยายน พ.ศ. 2534 ราคา 5.00 บาท DAILY NEWS

วันพฤหัสบดีที่ ๕ กันยายน พ.ศ. 2534

หน้า 4



ครบรอบ 16 ปี สุเมศรี สุเมตติกุล ผอ.จิรวรรณ วงศ์ไพศา กรรมการผู้จัดการ "เวิร์ลคลับ"
เป็นงานครบรอบ 16 ปี "เวิร์ลคลับ" สาขาราชดำริ ณ ห้องบริหารร่างกายเวิร์ลคลับ ราชดำริ

ภาพที่ 8 แสดงแรงจูงใจให้เข้าเจ้าของกิจการของสถานบริหารร่างกายเวิร์ลคลับ

ส่วนสุนีย์ โยคะสถาน ใช้รูปแบบของการให้สัมภาษณ์ตัวเจ้าของกิจการ ซึ่ง
คุณสุนีย์ เป็นผู้ฝึกโยคะมานาน และประสบผลสำเร็จจากการรักษาโรคของตัวเองด้วย "โยคะ"
ซึ่งเป็นวิธีการบริหารร่างกายแบบธรรมชาติวิธีหนึ่ง

คุณสุนีย์ จึงเป็นผู้ที่น่าเลื่อมใส น่าศรัทธา สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้
สนใจ และต้องการมาฝึกโยคะ ที่ "สุนีย์ โยคะสถาน" เพื่อที่จะได้หายจากอาการของโรค
นั้นๆ เช่นเดียวกับคุณสุนีย์

ภาพที่ 9 แสดงแรงจูงใจโดยใช้เจ้าของกิจการศูนย์โยคะสถาน

ฝึกกายให้สวยด้วยโยคะ

การบริหารร่างกายมีหลายรูปแบบด้วยกันไม่ว่าจะเป็นการว่ายน้ำ เดินแอโรบิค หรือการเข้าเป็นสมาชิกในสถานบริหารร่างกายต่างๆ เพราะการออกกำลังกายช่วยให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงและนำมาซึ่งทรวดทรงที่ได้สัดส่วน ในสังคมแห่งความรีบร้อนยุคปัจจุบัน ผู้คนส่วนใหญ่มักจะไม่มียวล่ออกกำลังกาย โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน

แต่มีการออกกำลังกายหนึ่งที่ไม่ต้องใช้เวลายากหรือต้องสังขารไปยังสนามกีฬา เพียงแต่คุณมีห้องส่วนตัวสักห้องหนึ่งก็สามารถทำได้แล้ว

“จุดประกาย” ฉบับนี้นำเคล็ดลับส่วนหนึ่งของความสวยด้วยการมีสุขภาพที่แข็งแรงมาเสนอให้กับคุณสาว ๆทั้งหลายที่ต้องการสวยด้วยสุขภาพด้วยวิธีการบริหารร่างกายแบบ “โยคะ”

โยคะ” ถือกำเนิดขึ้นมาประมาณ ๕,๐๐๐ ปี ในประเทศอินเดีย เป็นการบริหารร่างกายที่ใช้การหายใจเป็นตัวควบคุมการบริหารเบื้องต้นต่างๆ ในแต่ละท่า เพราะการหายใจถูกต้องจะทำให้เลือดไปหล่อเลี้ยงร่างกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเลือดจะส่งไปหล่อเลี้ยงระบบการทำงานของร่างกายที่มีอยู่ ๑ ระบบได้อย่างดียิ่งขึ้น ทำให้ร่างกายมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงปราศจากโรคภัย ส่วนคนที่มิโรคประจำตัวอยู่แล้ว เมื่อเริ่มฝึกโยคะโรคภัยต่างๆ ที่มีอยู่ในร่างกายก็จะค่อยๆ หายไปจนอาการของโรคหายเป็นปกติ

สุนีย์ ยวจิตติ เจ้าของสถานฝึกโยคะ “สุนีย์ โยคะสถาน” ผู้ซึ่งฝึกวิชาโยคะมา ๒๐ ปีแล้ว กล่าวกับ “จุดประกาย” ว่าสาเหตุที่เธอสนใจฝึกเพราะหลังจากที่คลอคลอกได้ไม่นาน หุ่นที่เคยสะอืดสะอองก็เริ่มพองพยับ เพราะเก้หนักที่มากเกินไปกัดและแน่นอานเมื่อมีความอ้วนข้ามเข่าเยือนโรคภัยต่างๆ ที่เกิดจากความอ้วนก็ตามมา แต่พอได้อ่านหนังสือเล่มหนึ่งที่เขียนเกี่ยวกับวิชาโยคะ ซึ่งพูดถึงโยคะกับการบำบัดรักษาโรคภัยไข้เจ็บ โดยเน้นการทำจิตใจให้ขุ่นนิ่ง เธอจึงเริ่มฝึกด้วยการบริหารที่ง่าย หลังจากที่ใช้เวลาฝึกได้ประมาณ ๓ อาทิตย์ อาการปวดหลัง



สุนีย์ ยวจิตติ เจ้าของ “สุนีย์โยคะสถาน

และโรคประจำตัวของเธอก็เริ่มดีขึ้นเป็นลำดับ

ด้วยเหตุแห่งการพบด้วยตนเอง เธอจึงเริ่มฝึกวิชาโยคะอย่างจริงจังโดยมีอาจารย์ชด หักบ่าเรือ เป็นผู้ฝึกการบริหารที่ถูกต้องตามหลักของศาสตร์แห่งโยคะ และเธอก็ได้เดินทางไปศึกษาต่อที่ประเทศอินเดียหลังจากที่เดินทางกลับมาประเทศไทยเธอมีความคิดที่จะเผยแพร่วิชาโยคะที่ได้ร่ำเรียนมาก่อนให้เกิดประโยชน์โดยรวมกับคนทั่วไปเพราะเป็นวิถีธรรมชาติจึงได้เปิด “สุนีย์โยคะสถาน” ขึ้น

อ.สุนีย์ให้รายละเอียดว่า“การฝึกโยคะจะทำให้เกิดประโยชน์กับร่างกาย ต้องใช้เวลาในการฝึกอย่างน้อย ๓ เดือนหรือวันละ ๑ ชั่วโมง หรือประมาณ ๘๐ ครั้งจึงจะสามารถฝึกการบริหารเบื้องต้น

ได้ด้วยตนเอง สำหรับผู้ที่ไม่มีเวลาที่ไม่ควรให้น้อยกว่า ๓ ครั้งใน ๑ อาทิตย์ ถ้าสามารถปฏิบัติได้เช่นนี้ก็จะทำให้ผู้ฝึกมีสุขภาพและร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง อีกทั้งยังทำให้สรีระได้สัดส่วนทรวดทรงที่สวยงามเพราะท่าฝึกในแต่ละท่าจะเป็นการเน้นการบริหารในส่วนต่างๆ ของร่างกายไม่ว่าจะเป็นเอวหรือหน้าอก”

“ส่วนหากคนที่เข้ามามีโยคะที่นี้ มักจะประสบกับปัญหา ๒ อย่างด้วยกันอย่างแรกคือฝึกเพราะมีน้ำหนักตัวมากเกินไป และอย่างที่สองคือมาฝึกเพราะมีโรคประจำตัว เช่น ปวดเมื่อยหรือบางรายที่มีอายุตั้งแต่ ๔๐ ปีขึ้นไปก็จะมีอาการหน้ามืดเมื่อกำลังฝึก”

1.2 บุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ เฉพาะด้าน บุคคลประเภทนี้มักมีความน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ ซึ่งการจูงใจโดยใช้ตัวบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ เฉพาะด้านนี้ เราจะได้ชี้คในสื่อของ สถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน และสุนีย์ โยคะสถาน สำหรับสถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน จะใช้หลักแรงจูงใจในสื่อในลักษณะของการให้สัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง หรือแม้แต่พนักงานธรรมดาแต่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน อาทิเช่น โภชนากร ดังนั้นให้สัมภาษณ์ในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อวิทยุ โทรทัศน์ เพื่อชักจูงให้ผู้อ่านเกิดความคล้อยตามเนื้อหาในสารและกระตุ้นเร้าให้ผู้อ่านเกิดความต้องการมาใช้บริการ

ภาพที่ 11 แสดงแรงจูงใจโดยใช้บุคคลที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้านของศูนย์วิจัยสถานะ

ออกกำลังกาย



ในวัย 86 ปี เทียม กาญจน
จรี ยังมีร่างกายที่แข็งแรง
กระฉับกระฉ่าง หลังใหญ่
ของท่านยังเหยียดตรง
ไม่กุ่มงอไปตามวัย

สุขภาพของท่านยังดี
มาก ความทรงจำของท่าน
ยังเป็นขี้มม สายตาที่แจ่มใส
ไร้ฝ้าฝ้า ฝ่าเท้าที่แข็งแรง
ท่องโลกได้ตลอดกาล กล้าม
เนื้อที่เื่องแขนก็ยังกระชับ
ไร้ที่อ่อนยาน

ทั้งหมดนี้เป็นผลมาจาก
การที่เล่นโยคะอย่างสม่ำเสมอ
ตลอดทั้งปีเป็นเวลา
30 ปี

โคตะจงโรตบเสวอน
บาอาววิณะเททำโกท่านผู้
หมั่นภาววิจริง

⟨ อ่านต่อหน้า 245 ⟩

คลื่น 241

จากนิตยสารดีลิน ฉบับเดือนพฤศจิกายน 2534 หน้า 241

1.3 บุคคลในแง่ของความชำนาญงาน และประสบการณ์ของบริษัท

แรงจูงใจ ในลักษณะนี้จะปรากฏในสื่อของสถานบริหารร่างกายเว็ลด์คลับเท่านั้น เนื่องจากสถานบริหารร่างกายเว็ลด์คลับเป็นสถานบริหารร่างกายที่ก่อตั้งมาเป็นระยะเวลาจนถึง 18 ปี เนื้อหาของสื่อจึงเน้นถึงความชำนาญงาน และความสามารถในการผลิตครูผู้ฝึกกายบริหารให้กับสถานบริหารร่างกายอื่น ๆ อาทิ เช่น

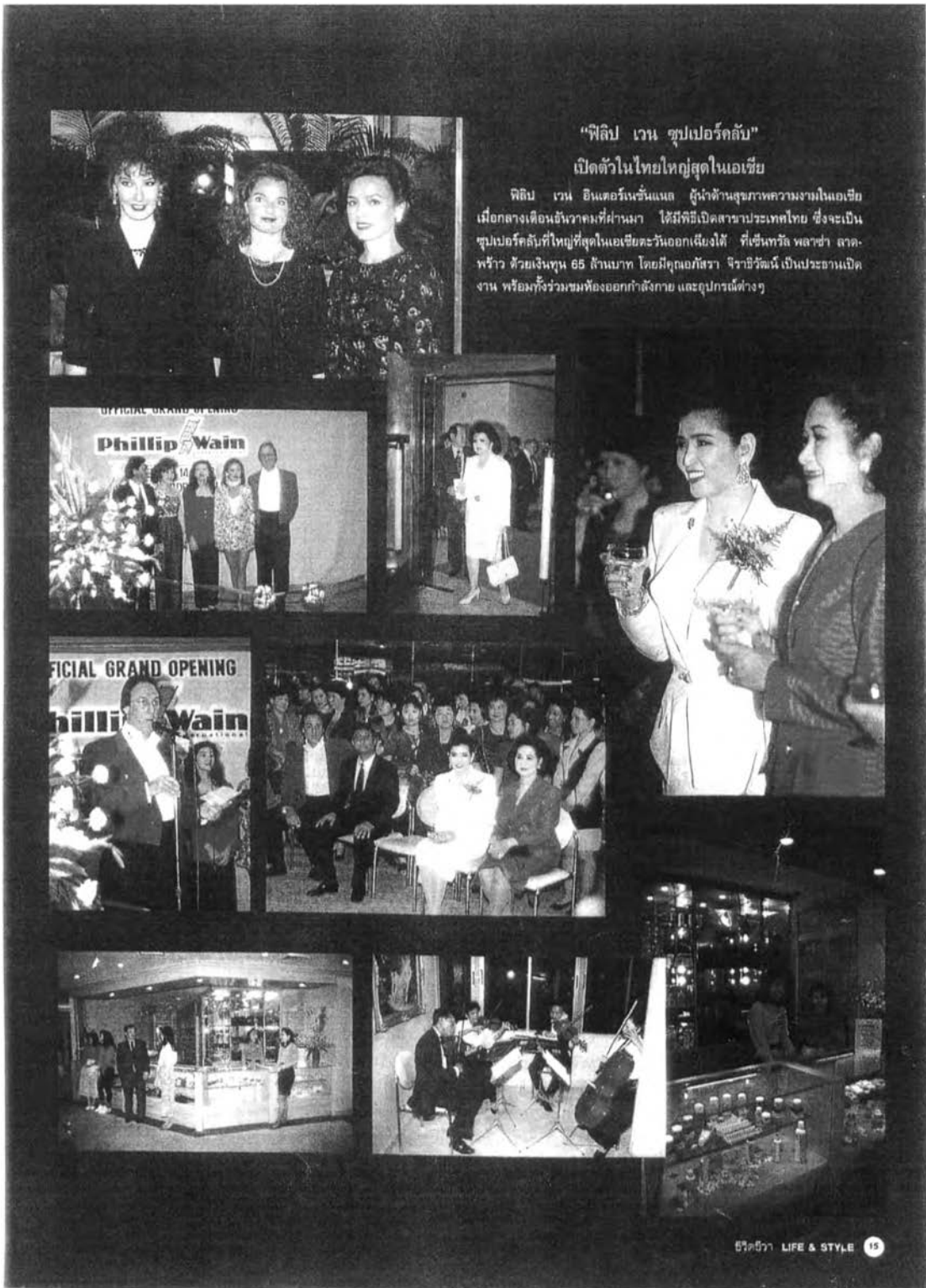
"เว็ลด์คลับ...

...มีประสบการณ์ มากกว่า 15 ปี ผลิตผู้ฝึกสอนบริหารร่างกายให้กับสถาบันต่าง ๆ มากมาย" สื่อโฆษณาในไทยรัฐ ฉบับลงวันที่ 22 ธันวาคม 2535

นับได้ว่า สอดคล้องกับงานของการส่งเสริมการจำหน่ายข้อที่ 3 คือ การเตือนความจำ (Remind) ด้วยการโฆษณาของสื่อที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาการก่อตั้ง ความชำนาญงาน และประสบการณ์ของเว็ลด์คลับท่านองนี้ ซ้ำ ๆ กันหลาย ๆ ครั้ง ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือน่าเชื่อถือ และจูงใจให้ลูกค้าไว้วางใจในการบริการ

1.4 บุคคลผู้มีชื่อเสียงในวงสังคม การใช้การจูงใจโดยใช้ตัวบุคคลผู้มีชื่อเสียงในวงสังคมนี้เราจะเห็นได้ชัดในรูปแบบของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งในสื่อของสถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน และเว็ลด์คลับ

ภาพที่ 12 แสดงแรงจูงใจโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงสังคมของฟิลิป เวน



จากนิตยสารชีวิตชีวา ฉบับเดือนมกราคม 2537 หน้า 15

ภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงผู้มีชื่อเสียงในวงสังคมระดับสูง เพื่อจูงใจกลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะมาฝึกกายบริหารเพื่อยกระดับฐานะของตัวเองให้เป็นหนึ่งในสมาชิกสังคมชั้นสูง (Hi-society) ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิต (lifestyle) คนยุคปัจจุบันซึ่งยกย่องกลุ่มบุคคลที่มีฐานะดี มีชื่อเสียงในระดับไฮโซนั่นเอง ทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีเพื่อสุขภาพตัวใหม่ของ Hochbaum (Hochbaum, 1987) ที่กล่าวว่าคนเราปฏิบัติพฤติกรรมเพื่อสุขภาพนั้นมิใช่เพื่อให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น แต่เพื่อให้มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น โดยมีสื่อกระตุ้นให้คนเข้ามาใช้บริการ โดยสื่อจะต้องแสดงให้เห็นว่า การมาเข้ารับบริการเสมือนหนึ่งเป็นการยกระดับสถานภาพของสมาชิกให้เป็นบุคคลหนึ่งในวงสังคมชั้นสูง

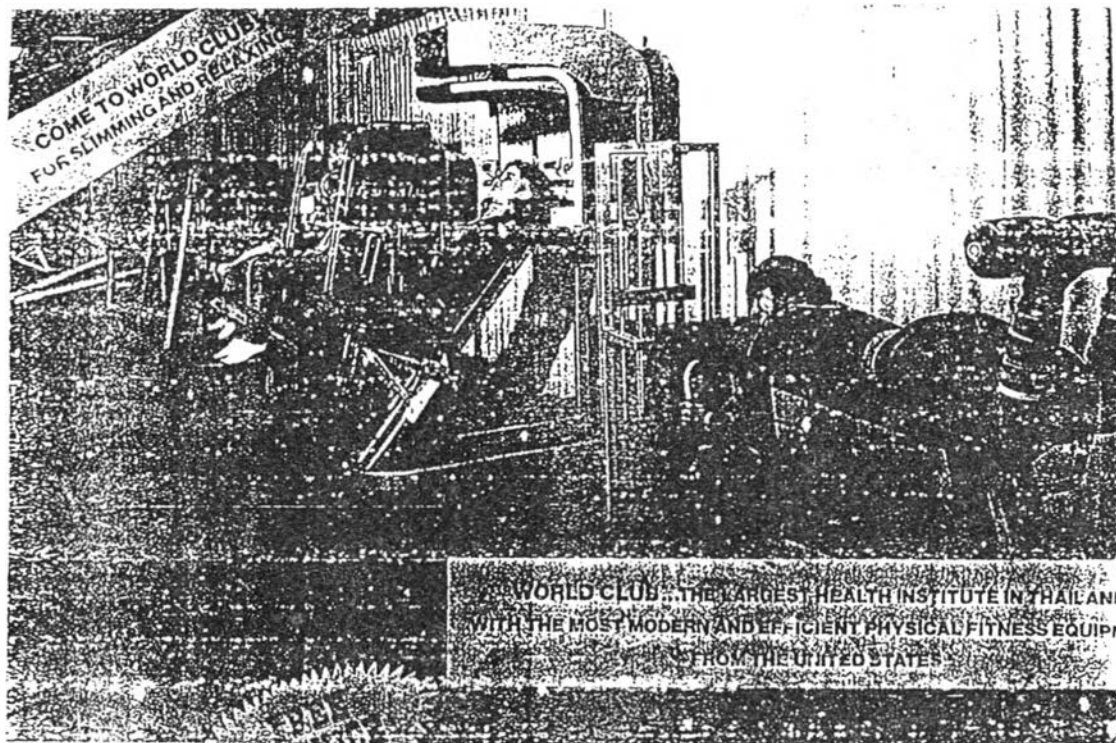
สำหรับการใช้สื่อที่แสดงให้เห็นถึงบุคคลผู้มีชื่อเสียงในวงสังคมของเวียร์ลคลับ เรามักจะเห็นได้ชัดเจนมากในสื่อโทรทัศน์ รายการ "ชีวิตและการออกกำลังกาย" โดยที่เวียร์ลคลับจะมีการเชิญสมาชิก ผู้มีชื่อเสียงมาสาธิตท่ากายบริหารแบบง่าย ๆ ในรายการ เช่น เชิญอดีตสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคชาติไทย คุณปิยะ อังกินันท์ มาสาธิตท่ากายบริหารเบา ๆ สำหรับผู้สูงอายุ เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2537 รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ทางสื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร โดยเชิญสมาชิกให้สังคมชั้นสูง อาทิเช่น หม่อมเจ้ากอบแก้ว อากาศณ์ อยุธยา หม่อมราชวงศ์ คึกฤทธิ์ ปราโมช มาร่วมทำกิจกรรมในเทศกาลพิเศษ ๆ ของเวียร์ลคลับ

2. การจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Pathos) การจูงใจในลักษณะนี้เป็นลักษณะของการสร้างเนื้อหาของสารให้น่าสนใจ กระตุ้นเร้าอารมณ์ของผู้รับสารให้รู้สึกต้องการมาใช้บริการ โดยที่ผู้วิจัยได้สำรวจแล้วว่าเนื้อหาของสารที่สร้างแรงจูงใจโดยใช้อารมณ์ ได้แก่

2.1 ความน่าสะพึงกลัวของโรคอ้วน หลักแรงจูงใจในลักษณะนี้มีมาใช้ในลักษณะนี้ ลักษณะเปรียบเทียบว่า ถ้าไม่มาฝึกกายบริหารกับสถานบริหารร่างกายนั้น ๆ ก็จะมีรูปร่างที่อ้วนเฟลและ น่าเกลียด แต่ถ้าได้มาใช้บริการก็จะมีรูปร่างที่งดงามขึ้น มีบุคลิกที่ดีขึ้น

2.2 ผลสำเร็จที่คาดหวังได้ (achievement motive) เป็นลักษณะของการใช้แรงจูงใจที่สถานบริการร่างกาย มักจะใช้กันโดยใช้ประเด็นของคนอ้วน ภายหลังจากที่มาใช้บริการของสถานบริการร่างกายนั้น ๆ แล้ว สามารถลดน้ำหนักได้ และมีรูปร่างที่สง่างามขึ้น นับว่าประเด็นนี้เป็นการจูงใจโดยใช้อารมณ์ โดยจูงใจผู้รับสารที่เป็นคนอ้วนให้อยากมารับบริการ เพื่อจะได้มีรูปร่างที่ดีขึ้น เช่นเดียวกับตัวแสดงในโฆษณา เพื่อชี้ให้เห็นว่าคนอ้วนก็มีสิทธิสวยได้ถ้ามาใช้บริการกับสถานบริการร่างกายนั้น ๆ

ภาพที่ 15 แสดงแรงจูงใจโดยอาชีพผลสำเร็จที่คาดหวังได้



Khim Virawan Rata-asupha before slimming. Weight: 78 kg

By accomplishing the wishes of our clients, we have achieved success in their slimming efforts... some losing up to 15 kg, such as:

- Edon Pansa Chantavee 10.9 kg
- Khim Virawan Ratanasupha 10.0 kg
- Khim Chantavee Chohi 20.1 kg
- Khim Chaleronchai 15.0 kg
- Thanasitcharoen 15.0 kg

OBESITY IS A SICKNESS, ACCORDING TO THE MEDICAL CIRCLES

World Club... a leading institution with long years of experience and expertise in slimming... presents the most effective slimming programme that can improve your body weight and beauty in a permanently perfect condition.

- Slimming by appropriate exercise, which can be done without dieting, maintaining a well-proportioned body, building physical stamina, strength and good health.
- Slimming through proper nourishment, under the supervision of an expert team of doctors, nurses and nutritionists, without taking medicines or suffering from dieting. World Club's expert team will closely take care of you and provide you with nutritious food substitute which has been selected from abroad. Wherever you are, you may thus lose weight by at least 10 kg per month.
- The most effective slimming method combines nutritional application with body exercises. Slimming through this method is very fast, producing a beautiful body, with tight skin and no excess fat, maintaining the youthful appearance.
- Come to see us! We will provide you with individual and personal advice, free of charge, wherever you are. Only one meeting can enable you to slim.

With the best wishes from World Club health institute... the institute for the creation of well-proportioned bodies.



After slimming weight: 63 kg



WORLD CLUB

2.3 การใช้แรงดึงดูดทางเพศของตัวแสดงในโฆษณา (Sex Appeal)

โดยใช้ตัวแสดงที่มีรูปร่างเซ็กซี่ เข้ายวน ใส่ชุดแนบเนื้อ หรือเปลือยกาย และมีแรงดึงดูดทางเพศสูง เป็นการใช้แรงจูงใจโดยอารมณ์ (Pathos) เพราะถือได้ว่าเป็นการกระตุ้นเร้าประสาทสัมผัส และอารมณ์ทางเพศ ทำให้กระตุ้นเร้าผู้รับสาร ผู้รับสารที่เป็นหญิง ก็อยากจะมีรูปร่างที่เซ็กซี่ ซึ่งงดงาม เช่นเดียวกับตัวแสดงในโฆษณา ส่วนผู้รับสารที่เป็นชายก็จะรู้สึกกระชุ่มกระชวยอยากมาใช้บริการ

ภาพที่ 16 แลดูแข็งแรงจิตใจโดยใช้แรงดึงดูทางเพศ

THE TOTAL BODY PLAN



Every woman can have a total body plan in complete luxury at our club. Get into shape with the latest slimming and fitness programmes. Learn more about your body with physical assessment tests. Pick up healthy dietary tips from our in-house nutritionist. Not forgetting to pamper yourself with a whole range of luxurious body and beauty care.



จากแผ่นพับของสถานบริหารร่างกายฟิลิป เวน

2.4 การโฆษณาเกินจริง เป็นลักษณะหนึ่งของการใช้แรงจูงใจโดยใช้อารมณ์ในการโฆษณาเพื่อแสดงให้เห็นถึง ความยิ่งใหญ่ สถานที่โอ้อวด ควบคู่ไปกับเนื้อหาในด้านอุปกรณ์พร้อมสรรพ เครื่องอำนวยความสะดวกพร้อมมูล ซึ่งจะเห็นได้ชัดที่สุดในสื่อโฆษณาของสถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน ดังตัวอย่างโฆษณาใน หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ ฉบับวันที่ 30 พฤศจิกายน 2536 หน้า 17 ดังนี้

...สถานบริหารร่างกาย และเสริมความงามสตรี

ที่โอ้อ่า หรรษา ของโลก.....

กว่า 65 ล้านบาท สำหรับเนรมิตพื้นที่ 30,000 ตารางฟุต ภายในอาคารเซ็นทรัล ลาดพร้าว ให้เป็นสโมสรอันโอ้อ่า และสวยงาม เห็นค่าบรรยาใด ๆทุกสิ่งที่คุณพึงปรารถนา เช่น การออกกำลังกายการดูแล สุขภาพ การเสริมความงาม การพักผ่อน มีเสนอให้อย่างครบครันที่ฟิลิปเวน

....เราบรรจงสร้างสโมสรที่พิเศษสุดขั้นในกรุงเทพฯ สำหรับสุภาพสตรีโดยเฉพาะ เพื่อให้สถานที่นี้เป็นสโมสรที่ดีที่สุดในโลก....

2.5 การอ้างชื่อสนับสนุน (Testimonial)

โดยอ้างบุคคลผู้มีชื่อเสียงว่ามาใช้บริการของสถานบริหารร่างกายนั้น ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นอารมณ์ของผู้รับสาร โดยอาศัยความมีชื่อเสียงของบุคคลที่เอ่ยถึง เป็นเครื่องรับประกันการบริการขั้นเยี่ยมของสถานบริหารร่างกายนั้น ๆ ซึ่งเราจะเห็นได้ชัดมากในสื่อของฟิลิปเวน รองลงมาคือสื่อของเวีร์ลคลับ

ดังตัวอย่าง เนื้อความในหนังสือสอดแทรก (supplement) ของสถานบริหารร่างกายฟิลิปเวนเมื่อเดือนธันวาคม 2536 ดังนี้

ผู้ให้การสนับสนุน :

"ดิฉัน สมัครเป็นสมาชิกของสถานบริหารร่างกาย ฟิลิปเวน เพราะดิฉันมั่นใจในผลลัพธ์ที่คุ้มค่า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการรักษารูปร่าง หรือการบำรุงรักษาความงามในรูปแบบอื่น ๆ ดิฉันรู้สึกประทับใจในเครื่องอำนวยความสะดวกที่พร้อม ทั้งยังมีเจ้าหน้าที่ระดับมืออาชีพพร้อมจะให้บริการและคำแนะนำทางด้านสุขภาพ ซึ่งทำให้ดิฉันรู้สึกอบอุ่นใจ และอยากที่จะมาใช้บริการ" (คุณหญิง ชชนี จากคิกวานิช)

"ฟิลิปเวน เป็นสถานที่ที่ทำให้ดิฉันรู้สึกอบอุ่นใจเป็นที่สุด เจ้าหน้าที่ที่นี่มีท่าทีที่เป็นมิตร และมีความเชี่ยวชาญในระดับมืออาชีพ จนดิฉันต้องใช้บริการอย่างเต็มที่ในทุก ๆ ครั้งที่ดิฉันมาที่ฟิลิปเวน... ห้องยิมที่ประกอบไปด้วยอุปกรณ์พร้อม ห้องเดินแอโรบิกซ์ ห้องอบไอน้ำ ห้องพักผ่อน บาร์ดื่มน้ำผลไม้ และโภชนาการที่พร้อมจะให้คำแนะนำที่ดีที่สุดสำหรับการควบคุมน้ำหนัก อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ เพื่อการมีสุขภาพที่ดีด้วย (คุณศรีสกุล พร้อมพันธ์)

"ดิฉัน เลือกที่จะ เป็นสมาชิกตลอดชีพของฟิลิปเวน เพราะดิฉันรู้สึกประทับใจในความโอ่โถงของสถานที่ และการบริการที่พร้อมซึ่งรวมถึงโปรแกรมการลดน้ำหนัก การเสริมความงามต่าง ๆ การเดินแอโรบิกซ์ และอุปกรณ์ในห้องยิมที่ทันสมัยและอื่น ๆ อีกมากมาย

นอกจากนี้ ยังใช้ลักษณะของการอ้างดาราโดยใช้ศิลปินนักร้อง นักแสดงเป็นจุดดึงดูดความสนใจ เพื่อแสดงให้เห็นว่า สถานบริหารร่างกายนั้น ๆ มีความน่าสนใจ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกระทั่งในแวดวงของดารา อาทิเช่น

"ฉลองครบรอบ 2 ปีไปเรียบร้อยแล้ว คุณจิรวรรณ วงศ์โสภา กรรมการผู้จัดการ เวิร์ลคลับ จัดงานเลี้ยงสังสรรค์สมาชิก เวิร์ลคลับสาขาเดอะมอลล์ 4 โดยมีดาราศิลปินร่วมแสดงความยินดีที่ห้องบอลรูม โรงแรมบางกอกพาเลส" (แนวหน้า, 25 มีนาคม 2532)

สำหรับสถานบริหารร่างกายเวิร์ลคลับ จะใช้แรงจูงใจโดยใช้อารมณ์ ในแง่ของการอ้างข้อสนับสนุน บุคคลผู้มีชื่อเสียงในวงสังคมเช่นเดียวกัน ซึ่งมักจะเป็นในรูปแบบเชิญสมาชิกที่อยู่ในช่วงสังคมชั้นสูงมาสาธิตท่ากายบริหารในรายการ "ชีวิตและการออกกำลังกาย" หรือบางครั้ง อาจเชิญสมาชิกเหล่านั้นมาให้ร่วมกิจกรรมทางสังคมในเทศกาลพิเศษ ๆ ของเวิร์ลคลับ เช่น เทศกาลฉลองครบรอบปี แล้วมีการส่งข่าวแจก (press release) เพื่อการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ไปยังสำนักข่าวต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่า การอ้างบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงสังคมที่มีระดับ นับเป็นการใช้แรงจูงใจของสถานบริหารร่างกายในการจูงใจผู้รับบริการถึง 2 ประการด้วยกัน กล่าวคือ เป็นได้ทั้งแรงจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Ethos) และแรงจูงใจ โดยใช้อารมณ์ (Pathos)

2.6 การใช้จิตวิทยาทางภาษาในเนื้อหาสาร การจูงใจในลักษณะนี้ทำได้โดยการใช้หลักวิธีทางภาษา เพื่อกระตุ้นเร้าให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้เวลาแล้ว ที่จะต้องมาใช้บริการของสถานบริหารร่างกายนั้น ๆ ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนในสื่อของสถานบริหารร่างกายฟิลิปปิน

"เช้าวันหนึ่ง หลังจากตื่นขึ้นมา ดิฉันรู้สึกน้ำหนักจะเพิ่มขึ้น ถึง 10 กิโล ดิฉัน รีบโทรไปที่... ขจัดน้ำหนักส่วนเกินให้รูปร่างของคุณคืนมาสู่สภาพเดิมได้เร็วกว่าที่คิดไว้ ถ้าทำไม่ได้ก็ไม่ใช่อะไรฟิลิปปิน" (ไทยรัฐ 5 เมษายน 2535)

จากตัวอย่างข้างต้น แสดงให้เห็นถึงการใช้อย่างที่กระตุ้นเร้า ผู้รับสารให้เกิดความรู้สึก ต้องการที่จะใช้บริการของฟิลิปปินอย่างเร่งด่วน ทั้งนี้เพราะลักษณะการใช้อย่างที่แฝงไว้ด้วยหลักการทางจิตวิทยาทำให้ผู้รับสารเกิดความกลัว (fear)ว่าจะอ้วนเกินไปหรือมีน้ำหนักมากเกินไป ทั้งเนื้อหาสารยังแฝงไว้ด้วยลักษณะของการอวดอ้างตนเอง ว่าฟิลิปปินเป็นสถานบริหารร่างกายที่เยี่ยมยอด เนรมิตความงามให้กับลูกค้าสมาชิกได้ในเวลาอันรวดเร็ว

2.7 การให้รางวัล เป็นวิธีการเรียกความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ได้ผลดีวิธีหนึ่ง โดยการใช้กลยุทธ์การให้รางวัลแก่ลูกค้าสมาชิก

นับเป็นการจูงใจโดยใช้อารมณ์ที่สอดคล้องกับหลักของการส่งเสริมการขายวิธีหนึ่งซึ่งจะมีทั้งในเนื้อหาของสถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน และเว็ลด์คลับในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไปนี้

- การลดราคาค่าบริการ และเพิ่มการบริการพิเศษแก่สมาชิก ใช้ในโอกาสฉลองครบรอบปีของบริษัท รวมทั้งเทศกาลสำคัญ ๆ ต่าง ๆ (Premium)
- การให้ตัวอย่าง (Samples) เช่น ให้ลูกค้าสมาชิกรับบริการนวดหน้าฟรี ถ้าสมัครโปรแกรมการบริหารร่างกายโปรแกรมนี้...
- การให้ลูกค้ากรอกข้อความลงบนชิ้นส่วนแล้วตัดส่งกลับมายังสถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน หรือเว็ลด์คลับ โดยจะมีรางวัลให้ เช่น ตัวเครื่องบิน เป็นต้น

ภาพที่ 17 แสดงแรงจูงใจโดยใช้การนำรางวัลของฟิลิป เวิน



ฟิลิป เวิน เท่านั้น
ที่จะช่วย
วางแผนให้เรื่อร่างกาย
สวยสทำได้อย่างสมบูรณ์แบบ

ผลิตภัณฑ์ของเรื่อร่างกายที่มีประสิทธิภาพ

เสริมสร้างเรื่อร่างกายให้ดูปราศเปริยเวรียงงานด้วยการ
 • ตดและกระชั้นเรื่อร่างกาย • คริมเนรี่ • ไอโอดีนเทอร์มี • อุดคร่าโทน
 • พอดคริมรีดตัว • พิชไอโครอน

ทุกแบบบพิวกาย

ทะนุถนอมผิวภายใน การ จัดผิว นวดตัว อนุอน้ำและเซาร์นำ โฟน
 บริการอื่น ๆ อีกมากมาย

เพิ่มความมีชีวิตชีวาให้แก่มิในหน้าและเรื่อร่างกาย

• นวดหน้าโดยช่างผู้ชำนาญการ • คอดตาเงิน ทริทเมนท์ • นำรุ่งรักษา
 รอยความตา • อุปกรณ์เสริมความงาม Time Machine • เซริมด้วย/พอ. หน้า
 • คดแต่งทรงผม • แคมส์มือ • แคมส์เท้า

เสริมประสิทธิภาพของเรื่อร่างกาย

เสริมสร้างความแข็งแรงของเรื่อร่างกาย • ด้วยการบริหารร่างกายแบบคัวคัว
 • การเดินแอโรบิกแบบที่ เราน • การเดินแอโรบิกในระดบี่สูง
 • เค้เค้เค้เค้เค้เค้ • บริหารเพื่อกำจัดรูปร่างของร่างกาย • บริหารเพื่อคด
 ตะโหก ทน้าท้อง และเอว • บริหารเพื่อขยายและกระชับกล้ามเนื้อ

โปรแกรมทดสอบความสมบูรณ์ของร่างกาย

ทดสอบความสมบูรณ์ของร่างกายด้วยการ • ตรวจสอบสภาวะของหัวใจ
 • ตรวจสอบคอเลสเตอรอล • ทดสอบความกระเปรี๊กระเปรี๊ของร่างกาย
 • ทดสอบความแข็งแรงของเท้า

แนะนำโภชนาการที่เหมาะสม

ฟิลิป เวิน มีโภชนาการคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับโภชนาการสำหรับสมาชิก
 ด้วยการใช้การวิเคราะห์และวางแผนการบริโภคของสมาชิกแต่ละคน พร้อมจัด
 ตารางอาหารเพื่อคดสัดส่วนที่สามารถปรับประกับคดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 นอกจากนี้ยังมีบริการทดสอบปริมาณโคเลสเตอรอลให้กับสมาชิกแต่ละคนอีกด้วย

Phillip Wain
 International

Leaders in Health and Beauty

ไทย • อังกฤษ • สิงคโปร์ • มาเลเซีย • ออสเตรเลีย

สุขุมวิท ชั้น 8 อาคารเป็จพิศ เทลช ดิคกับโรงแรมแอมเค็มมาร์ค
 (ระหว่างซอย 4 กับซอย 6) 140 ถนนสุขุมวิท กรุงเทพฯ 10110

โทร: 254-2544

ลาดพร้าว ประตูทางเข้า C ชั้น 13 อาคารสำนักงน
 เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว 1693 ถนนพหลโยธิน กรุงเทพฯ 10900

โทร: 541-1173

ฟรี
 ใช้บริการลดน้ำหนักที่รับประกันผล
 หรือโปรแกรมเสริมความงาม
 จะได้รับโปรแกรมแอด: กำล้างกาย
 ส่วนตัว 1 เดือนฟรี

สวัสดีครับ

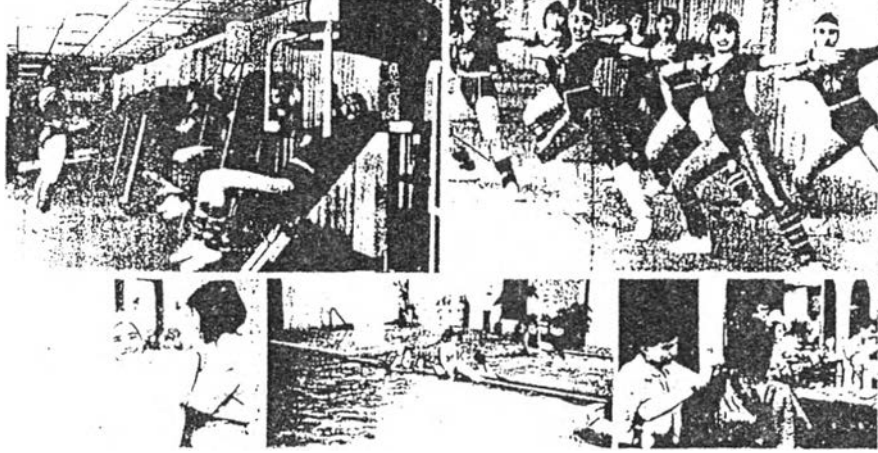
ภาพที่ 18 แสดงแรงจูงใจโดยใช้การให้รางวัลของ วีร์ลคลับ


ไทยบริษั
 หสพ.จําหนักบหาคทศุดคยของประเทศ
 ปีที่ 46 ฉบับที่ ๒๕1๒5 วันอังคารที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2537 ราคา 5.00 บาท 12

ฉลองครบรอบ 7 ปี เวลด์คลับ โบลล์ 4

ลดราคาพิเศษทุกคอร์ส

บริหารร่างกาย แอโรบิค, แอโรบิคลีลาใหม่ BOX STEP ลดน้ำหนัก ฟังโก้ เอสซี
 ยอบเข่าว้เก่า ลอบโอน้ํา เสริมความงามท้ว้เรอ็นร่าง นวดหน้า ชัดหน้า SOFT-MASK, HOT-MASK
 รักร่างง้วฝ้ํา-รอยบ่น-ตีนกา นวดตัวลดไขมัน ชัดผิว เปลี่ยนสีผิว และชอยหม ดัดผม



ลดราคาสินค้าทุกประเภท

เครื่องทำอ่าง, ครีมลดน้ำหนัก, ชุดบริหารร่างกาย, ฝ้ําเช็ดตัว, วิตโอะ แอโรบิค BOX STEP

สมัครครั้งเดียวใช้บริการได้ทั้ง 2 สาขา (เฉพาะสมาชิกหญิง)

ที่มคอรส์ในเดือรเม้นาคม 2537 น้ ใข้บริการได้ทั้ง 2 สาขา โดยไม่คุดค้ําบริการเพิ่ม



ราชดำริ มีแผนกหญิง แลนดง คย แยกกัน เปิดบริการแลนดงหญิง ๕ โมง ๓๐ น้ แลนดงคย ๗ โมง ๓๐ น้
 ศูนย์อภทท์-บางกอกบารวารี ราชดำริ โทร: 2530488, 2548780-5
 เดอะมอลล์ 4 (เฉพาะแผนกหญิง) เปิดบริการเวลา ๙ โมง ๓๐ น้
 ถนนงามคาวแหวง หัวหมาก โทร 3181000, 3101323-8

สถานบริการร่างกาย ศูนย์ลดความอ้วน สถานเสริมความงามที่สำนักงานทว 17 ปี

2.8 การลากเข้าพวกหรือพวกมากลากไป (Band wagon) แรงจูงใจในลักษณะนี้ จะมีในสื่อของทั้งสถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน และเวิร์ลคลับ

ประการแรก การสร้างบุคคลสมมติหรือแบบตัวอย่าง

สำหรับสถานบริหารร่างกายฟิลิปเวนได้สร้างสาวฟิลิปเวนขึ้นเพื่อเป็นแบบจูงใจให้ เป็นสาวฟิลิปเวน เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้ที่ เป็นสมาชิก และมาใช้บริการกับฟิลิปเวน ก็สามารถที่จะมีสุขภาพที่ดีรูปร่างได้สัดส่วนทั้งยังมีบุคลิกและคุณสมบัติที่พร้อมมูล สมกับ เป็นสาวฟิลิปเวนซึ่งเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ และมีวิธีการดำรงชีวิต (Lifestyle) อย่างสาวทันสมัย เป็นการสร้างจุดจับใจทางอารมณ์ (Emotional Appeal) ให้กับผู้รับสารเร้าอารมณ์ให้ผู้รับสารมีความรู้สึกอยากสวยงามอยากมีบุคลิกภาพ และสุขภาพพลานามัยดี เช่นเดียวกับสาวฟิลิปเวน ดังตัวอย่าง สื่อโฆษณา จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับลงวันที่ 11 กรกฎาคม 2536 ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 19 แสดงแรงจูงใจโดยอาชีพบุคคลสมมติ

เธอคือสาว ฟิลิป เวน



เธออ่อนหวาน นามสง่า แฝงความ
นึกคิดของคนรอบข้าง รักความเป็น
อิสระของหังดนตรี และ การช้อปปิ้ง
สนุกสนานกับการรับประทานอาหารค่ำ
กับเพื่อนๆ สนใจแฟชั่นใหม่ๆ เธอมี
ความคิด และมีบุคลิกที่เบ็ดเตล็ดของตัวเอง
ฟิลิป เวน คอยเอาใจใส่ดูแลให้เธอสมหวัง
ดังใจปรารถนา เธอจึงมีสุขภาพสมบูรณ์
แข็งแรง และสวยงามดังที่เห็น ความ
ปรารถนาของเธอ คือการหวังที่จะได้รับ
ความสำเร็จในอาชีพการงาน
การช่วยให้ เธอสมหวังเป็นความปรารถนา
ของเรา ที่ ฟิลิป เวน

เมื่อเขารวมไปแควมลดน้ำหนัก ของ
ฟิลิป เวน คุณจะได้รับบริการนัดหน้า
ฟรีจากผู้เชี่ยวชาญ 1 ครั้งตลอดส่วนที่ลด
ลง 1 นิ้ว



ชั้น 8 อาคารแปซิฟิค เพลซ
อยู่ติดกับโรงแรมถนนพญา
ระหว่างซอย 4 กับซอย 6 ถนนพญา
140 ถนนสุขุมวิท
โทร: 254-2544,
254-5070-3

- โทย
- กว๊าน
- สิงคโปร์
- ออสเตรเลีย
- มาเลเซีย

ประการที่สอง การมีส่วนร่วมในวงสังคมชั้นสูง

ในอีกแง่หนึ่งของการจูงใจโดยใช้อารมณ์ในลักษณะของการลากเข้าพวกหรือพวกลากมากไปนี้ จะเห็นได้ในลักษณะเนื้อหาของการมีส่วนร่วมในวงสังคมชั้นสูง

ในที่นี้หมายถึงสื่อที่แสดงให้เห็นถึง การสร้างสรรค์ทางสังคมของลูกค้าสมาชิก ซึ่งมักจะมาจากวงสังคมชั้นสูง เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ ที่มีฐานะดีให้มาสมัครเป็นสมาชิกหรือมาเข้าพวกนั่นเอง

ลักษณะ เนื้อหาในด้านนี้จะเห็นได้มากทั้งในสื่อของสถานบริหารร่างกายฟิลิปปินและเวิร์ลคลับ

ยกตัวอย่าง เช่น สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ซึ่งมีเพียงชิ้นเดียวของฟิลิปปิน และออกอากาศทางช่อง 3 และช่อง 9 เวลาประมาณ 20.30 น. หลังข่าวแต่เลิกไปแล้วเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2537 สื่อโฆษณานั้นก็ยังมีแนวคิด (concept) ที่เอ่ยถึงคนรวย ความ High class ของฟิลิปปินเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

"สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของฟิลิปปินตัวนั้น สวยมาก...ทุกคนที่เห็นโฆษณาตัวนี้ต้องชมเปาะเลย คุณแล้ว High class เพลงเพราะมาก...เหมือนรถนะคะ...ถ้าอะไรแพงออกมาถ้าไม่ได้ขับเดี๋ยวถือว่าไม่ทันสมัย...ก็เหมือนกัน...ที่นี่เป็น Health club อันดับหนึ่งถ้าจะบริหารร่างกาย ถ้าเกิดว่าไม่มา ฟิลิปปิน ก็ถือว่าไม่ทันสมัย"

นอกจากนี้ยังจะพบในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ มากมาย อาทิเช่น

ภาพที่ 20 แสดงแรงจูงใจโดยใช้การมีส่วนร่วมในวงสังคมชั้นสูง

Jetset Society

แวดวงเจ็ทเซ็ท



ที่ น้ ด ท ม า ย ไ ท ม ่

จากเศรษฐกิจซบเซา เราจะโอบอุ้มกันไปทำการได้ทันก่อน SOCIAL CLUB LUNCHEON จึงได้เกิดขึ้นด้วยความเข้าใจของพี่ป๊ว เวณ ำ มีดีอยู่ห้า พิเศษ พร้อมเปิดบริการแล้ว อัน อ คัดเปรี้ยว หวาน สดชื่น

โนวันเปิด ก็ได้มีการประชาสัมพันธ์ GEMEN อันเกี่ยวเนื่องกับการลดภาษี และแถมถึง สวัสดิการ และ ให้ชมด้วย

คงเป็นอีกแห่งที่ช่วยใครคน (รวม) กลางเครือข่ายได้

สื่อเหล่านี้เป็นสิ่งทีกระตุ้นเร้า ในแง่ของความต้องการของลูกค้ำที่ได้จะได้รับการยอมรับสถานภาพทางสังคม ซึ่งตรงกับทฤษฎีความเชื่อทางสุขภาพทฤษฎีใหม่ของ Hochbaum (Hochbaum, 1987) ที่ว่าพฤติกรรมความเชื่อทางสุขภาพของคนเรานั้น มีความหมายที่แปรเปลี่ยนไป กล่าวคือทฤษฎีตัวนี้ มิใช่มีวัตถุประสงค์เพื่อสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ แต่เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อย่างอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งความปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับจากสังคม (social approval) ของผู้ปฏิบัติ ซึ่งกลวิธีการสร้างสื่อของทั้งสถานบริหารร่างกาย ฟิสิกเวนและเวิร์ลด์คลับก็ได้แสดงให้เห็นถึงทฤษฎีความเชื่อทางสุขภาพเพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับทางสังคมของลูกค้ำสมาชิก (Social approval) อย่างเห็นได้ชัด

"ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายของเราส่วนใหญ่ มักมีฐานะดีเนื่องด้วยผู้ที่จะมาฝึกกายบริหารของสถานบริหารร่างกายของเรานั้นต้องเป็นผู้มีอันจะกินพอสมควร..." (รัตนวรรณทองบุศย์, สัมภาษณ์ 14 เมษายน 2537) เป็นการเสนอสนองความต้องการของลูกค้ำในการยกระดับฐานะของตัวเอง เพราะผู้ใดที่เป็นสมาชิกของที่นี่มักจะเป็นคนมีฐานะ สื่อประเภทนี้จึงเป็นการดึงกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายที่มีฐานะดีมาเข้าพวก นั่นเอง

3. การจูงใจโดยใช้เหตุผล

การจูงใจในลักษณะนี้ เป็นวิธีการสร้างความน่าสนใจในเนื้อหา โดยการอ้างเหตุไปสู่อุผล ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนในเนื้อหาที่เกี่ยวกับปัจจัยเพื่อสุขภาพ ดังตัวอย่างในแผ่นพับของสถานบริหารร่างกายเวิร์ลด์คลับ ดังนี้

ภาพที่ 21 แสดงแรงจูงใจโดยผู้ใช้เหตุผลของเวิร์ลคลับ



WORLD CLUB

สุขภาพดี จิตใจดี เรือนร่างได้สัดส่วนเป็นความสุขสมบูรณ์ของชีวิต

ความอ้วน ทำให้เกิดปัญหาทางสุขภาพ เป็นเหตุให้เกิดโรคภัยต่างๆ เช่น โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคไขมันในเส้นเลือด โรคกระดูกข้อต่อ และความอ้วนยังมีผลต่อด้านจิตใจของท่าน ทำให้จิตใจไม่สบายเกิดปมด้อย อึดอัดอึดอัด และเหนื่อยหอบอยู่ตลอดเวลา

ความผอม การมีเรือนร่างที่ผอมจนเกินไป ทำให้ร่างกายของท่านอ่อนแอ เกิดโรคภัยได้ง่าย หรือการลดน้ำหนักอย่างรวดเร็วจากการทานยา อดอาหาร ทำให้ร่างกายขาดพลังงาน เกิดโรคภัยได้ง่าย



การบริหารร่างกายและการออกกำลังกาย

เป็นยาวิเศษที่มีคุณค่ามหาศาลต่อชีวิต

- ช่วยสรรสร้างเรือนร่างให้ได้สัดส่วนงดงาม เสริมสร้างส่วนขาดและขจัดส่วนเกิน
- ทำให้สุขภาพแข็งแรง ไม่เจ็บป่วยง่าย ช่วยให้ระบบไหลเวียนโลหิตและระบบหายใจดีขึ้น ช่วยป้องกันโรคที่เกิดจากความอ้วนหรือผอมเกินไป และเสริมสร้างระบบกล้ามเนื้อ
- ช่วยกระตุ้นการทำงานของระบบประสาทให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ท่านเป็นคนคล่องแคล่ว ว่องไว ไม่อึดอัดเหนื่อยง่าย
- ช่วยให้สุขภาพจิตดี และผ่อนคลายความเครียด ทำให้จิตใจแจ่มใส หน้าตาสดชื่นดูอ่อนกว่าวัย

จากแผ่นพับของสถานบริหารร่างกาย เวิร์ลคลับ

ภาพดังกล่าว แสดงให้เห็นถึง ผลร้ายของคนที่มีร่างกายอ่อนเกินไป หรือว่าผอมเกินไป ซึ่งนับได้ว่าเป็นเหตุที่คนเราในยุคปัจจุบันควรจะสนใจการออกกำลังกาย ส่วนย่อหน้าถัดมา แสดงให้เห็นถึงผลดีของการบริหารร่างกาย และการออกกำลังกายนับว่าเป็น ข้อความที่เป็น เหตุเป็นผลกันซึ่งเห็นได้ชัดเจนมาก

มิตสยา อาสนะ

ท่วงท่าหนึ่งจุดจะกำหนดความรู้สึก
 กุณสุณีย์โยคะสถาน "มิตสยา อาสนะ" เป็นเพียงหนึ่งในกระบวนการ
 การบริหารกายตามวิชาโยคะศาสตร์
 ทำให้คนเราสามารถควบคุมจิตใจและ
 ร่างกายได้อย่างสมบูรณ์ เห็นให้สุขภาพ
 ทางกายเป็นรากฐานของสุขภาพทางจิต
 ปลดปล่อยจิตใจให้พ้นความวิตกกังวล
 หงุดหงิด เกิดความเชื่อมั่นในตัวเอง
 และผลที่ได้รับโดยตรงก็คือการเป็นผู้มี
 สุขภาพที่แท้จริง บรรลุความสุขที่สุด
 ทั้งร่างกายและจิตใจ และยังได้รูปร่าง
 สมส่วนเพราะร่างกายได้ออกกำลัง
 อีกทั้งร่างกายแข็งแรงมีความต้านทาน
 ต่อโรคภัยไข้เจ็บอีกด้วย

จากการได้ศึกษาวิชาโยคะจากหลาย
 ประเทศในยุโรป และอบรมครูโยคะ
 นานาชาติเพิ่มเติม ณ สหรัฐอเมริกา
 คุณสุนีย์ ขวจิตติ ได้นำทักษะ ความรู้
 และประสบการณ์ให้ส่งๆ มาเผยแพร่
 โดยเฉพาะการฝึกสมาธิให้จิตมีพลัง
 การหายใจแบบโยคี การบริหารตา การทำ
 ความสะอาดระบบต่างๆ ในร่างกาย

โยคะช่วยรูปร่างให้สมส่วน ป้องกัน
 และแก้ไขปัญหารูปร่างที่ไม่เป็น
 การกระชับกล้ามเนื้อเฉพาะที่
 และการผ่อนคลายความตึงเครียด

คุณสุนีย์ตระหนักเห็นว่า โยคะจะเป็นวิธี
 การบริหารร่างกายเพื่อสุขภาพและ
 สัตว์ส่วนที่ได้รับความนิยมสูงขึ้น ๆ
 เนื่องจากไม่ต้องลงทุนซื้อเครื่องมือ
 เหมือนกีฬาอื่น ๆ ไม่ต้องมีผู้ร่วมเล่น
 และไม่ต้องมีสถานที่พิเศษแต่อย่างใด
 และโยคะยังถือเป็นอาชีพได้ด้วย

หลักสูตรโยคะเพื่อสุขภาพ และความเป็นอยู่

แกมความสนใจเป็นโบนัส
 สำหรับสมาชิกทุกเพศทุกวัยทั่วเอเชีย



คุณสุนีย์ ขวจิตติ

ความหวังทั้งสวย
 และสุขภาพดี
 เพราะ มีทำโยคะ
 สำหรับบริหาร
 ทุกส่วนของ
 ร่างกาย
 ช่วยให้อายุยืนยาว

กระจัดกระจ่างไม่เหนียวง่าย ผิวพรรณ
 สดใส สิวฝ้า และรอยหมองคล้ำ
 เลือนลางหายไป จากการบริหาร

หลักสูตร "อบรมครูโยคะ"

มีจุดมุ่งหมายให้ประเทศไทยมีครูฝึก
 สอนโยคะอย่างเพียงพอ และเลือกการ
 สอนโยคะเป็นอาชีพ หลักสูตร "อบรม
 ครูโยคะ" ครอบคลุมถึงสรีรวิทยาโดย
 สังเขป โยคะอาสนะ การฝึกจิต การ
 ประชุมยาบาลเบื้องต้น ใช้เวลาฝึก 3-6
 เดือน แล้วแต่ว่าคุณมีเวลาเรียนบ่อย
 เพียงไหน ก็มีทักษะเพียงพอที่จะนำ
 ไปประกอบเป็นอาชีพ และไม่ว่าจะทำ
 เต็มเวลา หรือทำควบคู่กับอาชีพอื่น
 โยคะก็สามารถเพิ่มรายได้ให้คุณ โดย
 ไม่ต้องลงทุนด้านวัตถุแต่อย่างใด

หลักสูตรโยคะ เพื่อสุขภาพและเพื่อลด
 น้ำหนัก ยังเปิดสอนตามปรกติ ทั้งสมาชิก
 ชายและหญิง ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันเสาร์
 ทั่วทุกส่วน ใจอนุภา ได้รับความละเอียดเพิ่มเติม
 โปรดเชิญมาขอหมายมาขอระเบียบการ
 โดยตรงที่สุนีย์โยคะสถาน หรือ

ตำราโยคะเพื่อพลั้ร่างกายและพลั้จิต

เล่มละ 195 บาท ส่งตัวแลกเงิน ป.ณ. มักกะสัน



สุนีย์โยคะสถาน

บ.74-78/5 ล. แสงอรุณราชวร. มักกะสัน กรุงเทพฯ 10400
 โทรศัพท์ 245-0269, 245-9768
 (บริการจัดส่งทั่วประเทศ)

ในย่อหน้าแรกของภาพข้างต้นจะแสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ของโยคะโดยมีข้อความที่เป็นเหตุผลกันในเชิงวิชาการ ส่วนย่อหน้าที่สองและสามแสดงให้เห็นถึงการใช้แรงจูงใจโดยบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญทางโยคะจริง ๆ คือ คุณสุนีย์ บัวจิตติ เจ้าของกิจการสุนีย์ โยคะสถาน จะเห็นได้ว่า ข้อความจากภาพดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงหลักแรงจูงใจของมนุษย์ถึง 2 ประการ คือ แรงจูงใจโดยใช้เหตุผล (Logos) และแรงจูงใจโดยใช้บุคคล (Ethos)

การจูงใจโดยใช้เหตุผลทางด้านปัจจัยทางสุขภาพดังกล่าว อย่างเช่น การบริหารร่างกายสำหรับผู้สูงอายุ หรือสำหรับคนเป็นโรคหัวใจ... ฯลฯ โดยอ้างอิงจากแพทย์หรือผู้รู้ ได้ถูกนำมาใช้ เช่น ในรายการชีวิตและการออกกำลังกาย"ของเวิร์ลคลับที่มีเป็นประจำทุกวัน จันทร์-ศุกร์ เวลา 06.30 น. ก็จะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพโดยมีผู้เชี่ยวชาญศาสตราจารย์ สาลี ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา อาจารย์จากคณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นผู้ให้คำแนะนำ อย่างไรก็ตาม ประเด็นในเรื่องสุขภาพ...ก็ไม่ใช่นโยบายหลักของสื่อของสถานบริหารร่างกายเวิร์ลคลับ เพราะเวิร์ลคลับจะเน้นปัจจัยทางด้านสุขภาพแต่เพียงผิวเผินแต่ที่เน้นจริง ๆ คือ เรื่องโรคอ้วน เท่านั้น

จะเห็นได้ว่า การสร้างเนื้อหาของสื่อของสถานบริหารร่างกายเวิร์ลคลับ และ สุนีย์โยคะสถาน มักจะใช้แรงจูงใจโดยใช้เหตุผลโดยคำนึงถึงปัจจัยทางสุขภาพเป็นประการสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความเชื่อทางสุขภาพแบบเก่า (Classical Health Belief Model) ที่คำนึงถึง การรับรู้ถึง โอกาสเสี่ยงของการเป็นโรคของลูกค้าสมาชิก และการรับรู้ ความรุนแรงของโรคของลูกค้าสมาชิก โดยนำปัญหาทางสุขภาพของลูกค้า สมาชิกมานำเสนอในสื่อ ให้ลูกค้าได้ตระหนักถึงผลดีในการป้องกันและรักษาโรคได้โดยการมาฝึกกายบริหารกับสถานบริหารร่างกายนั้นๆ นับเป็นการกระตุ้นเร้าให้ผู้รับสารต้องการที่จะมาใช้บริการ เพื่อป้องกันหรือรักษาโรคของตนเองนั่นเอง

กล่าวโดยสรุป จากที่กล่าวมาทั้งหมด เป็นลักษณะของการใช้แรงจูงใจของมนุษย์ เป็นจุดดึงดูดใจให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายสนใจอยากเข้ามาใช้บริการ ทั้งนี้แต่ละสถานบริหาร ร่างกายนำแรงจูงใจดังกล่าวมาใช้ในการคัดเลือกสื่อ ตลอดจนสร้างเนื้อหาสาร เพื่อส่งเสริม ธุรกิจของตน ซึ่งในบางครั้งอาจจะไม่ได้ใช้แรงจูงใจประการใดประการหนึ่งโดยเฉพาะ แต่ อาจมีการใช้แรงจูงใจหลายประการร่วมกัน ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถบรรลุผลสำเร็จสูงสุดนั่นเอง

ปัจจัยที่มีผลต่อกลวิธีการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาสาร

ในการดำเนินธุรกิจการบริหารร่างกาย สถานบริหารร่างกายแต่ละแห่งจำเป็นต้อง มีการตัดสินใจเกี่ยวกับการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านนี้ที่สามารถ เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ได้เป็นอย่างดีตลอดจนการสร้างเนื้อหาของสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่ม เป้าหมายมากที่สุด ทั้งนี้จุดประสงค์ให้การส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกายสามารถบรรลุ ผลสำเร็จ ซึ่งในการตัดสินใจดังกล่าวย่อมมีปัจจัยบางประการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และมีอิทธิพลใน การกำหนดกลวิธีการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย ดังกล่าว

จากการศึกษาของผู้วิจัย ค้นพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการคัดเลือกสื่อ และการสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกายสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานบริหารร่างกายแต่ละแห่ง ในฐานะที่สถานบริหาร ร่างกายได้ทำหน้าที่เป็นผู้คัดเลือกสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมธุรกิจทางด้านนี้ ดังนั้น การกำหนดกล วิธีการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหา จึงต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกิดจากสถานบริหารร่างกาย นั้น ๆ อันได้แก่

- ลักษณะโครงสร้าง การดำเนินธุรกิจของแต่ละสถานบริหารร่างกายเป็นปัจจัย ที่สำคัญมาก ในการกำหนดกลวิธีการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหา เพื่อส่งเสริมธุรกิจทางด้านนี้ เนื่องจากโครงสร้างการดำเนินธุรกิจจะเป็นตัวบ่งบอกแนวทางของสื่อและการสร้างเนื้อหา

จากการศึกษาพบว่า สถานบริหารร่างกายฟิลิปปินส์มีลักษณะโครงสร้างทางธุรกิจระดับ อินเทอร์เน็ตที่ต้องยึดตามแนวทางของบริษัทแม่ที่ฮ่องกงเป็นหลัก สำหรับสถานบริหารร่างกายเวิร์ลคลับ

มีลักษณะโครงสร้างทางธุรกิจเป็นระดับท้องถิ่นขนาดใหญ่พอสมควร ส่วนศูนย์ โยคะสถานมีลักษณะโครงสร้างทางธุรกิจขนาดเล็กคล้ายห้างร้าน

- งบประมาณ เป็นปัจจัยที่มีผลในการกำหนดชนิดของสื่อเพราะ การสร้างสื่อต้องมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น หากสถานบริหารร่างกายมีงบประมาณเพียงพอที่จะรองรับค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้ ก็ย่อมส่งผลให้มีการใช้ชนิดของสื่อที่หลากหลายขึ้น ถ้างบประมาณมีจำกัด ก็ย่อมมีผลให้การใช้ชนิดของสื่อน้อยลงไปด้วย

"สถานบริหารร่างกายของเราก็มีงบการใช้สื่อเหมือนกันนะ เพราะถ้าเราฟุ่มเฟือยเกินไป ค่าใช้จ่าย มันไม่คุ้ม บางทีเราใช้สื่อนี้ แต่ไม่ใช้สื่ออื่น มันก็เป็นเรื่องของงบประมาณมาเกี่ยวข้องเหมือนกันนะ" (คุณเวียร วงษ์จริต, สัมภาษณ์ 15 มิ.ย. 2537)

จากการสำรวจ พบว่า สถานบริหารร่างกายฟิลิปเวนาใช้งบประมาณในการใช้สื่อสูงถึงเดือนละ 6 แสนถึง 1 ล้านบาท สำหรับเวิร์ลคลับใช้เดือนละประมาณ 1 แสนบาท ส่วนศูนย์โยคะสถานใช้เดือนละเพียง 4,200 บาท

- นโยบายหรือแผนการหลักในการใช้สื่อ ปัจจัยที่เกี่ยวกับนโยบายหรือแผนการหลักจะมีผลต่อกลวิธีการเลือกใช้สื่อและการสร้างเนื้อหา เป็นอย่างมาก เพราะเป็นตัวกำหนดทิศทางของการดำเนินงานดังกล่าว

ทั้งนี้ นโยบายการใช้สื่อย่อมต้องขึ้นอยู่กับลักษณะ โครงสร้างการดำเนินธุรกิจ และงบประมาณการใช้สื่อของแต่ละสถานบริหารร่างกาย ซึ่งสื่อแต่ละสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชนหรือสื่อเฉพาะกิจ ย่อมมีความสามารถกระจายข่าวสารได้ไม่เท่ากัน และไม่เหมือนกัน สถานบริหารร่างกายแต่ละแห่งจึงต้องคัดเลือกสื่อและสร้างเนื้อหาให้เหมาะสมกับนโยบายการใช้สื่อของตน เพื่อบรรลุประสิทธิผลสูงสุด

ดังนั้น นโยบายจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก ผู้วิจัยจึงขอจำแนก นโยบายหรือแผนการหลักในการใช้สื่อของแต่ละสถานบริหารร่างกาย ให้เห็นอย่างกระจ่างชัด ดังนี้

นโยบายหรือแผนการหลักในการใช้สื่อ

สถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน

ในระยะแรกเริ่มการสร้างสื่อของสถานบริหารร่างกาย ฟิลิปเวน ได้แนวคิดมาจากการประชุมกันของผู้บริหาร 5 ท่าน คือ ผู้อำนวยการ ผู้จัดการทั่วไป ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ตัวแทนของบริษัทเมย์พอร์ด ซึ่งเป็นบริษัทเอเจนซี่ โฆษณาของฟิลิปเวน และผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ ผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย ทั้งนี้ เพื่อให้ทุก ๆ ฝ่าย ได้มีส่วนร่วม และเพื่อให้ได้แนวความคิดเกี่ยวกับเนื้อหาของโฆษณาที่สมบูรณ์และทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งการประชุมจะกำหนดให้มีขึ้นทุกเดือน เดือนละครั้ง รวมทั้งมีการเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของโฆษณาในทุก ๆ เดือน เกี่ยวกับแผนการใช้สื่อ (Medisplan) ซึ่งแผนการใช้สื่อนี้จะวางนโยบายไว้ล่วงหน้าทุก ๆ 5 เดือน อีกทั้งแนวคิดของเนื้อหาโฆษณามักส่งมาจาก ช่องกน 80% และที่ประชุมตกลงแนวคิดใหม่ร่วมกัน อีก 20% สำหรับในส่วนของเนื้อหาโฆษณาที่ส่งมาจาก ช่องกนนั้น จะมีรูปแบบทุกอย่างเหมือนเดิม แต่นิยมเปลี่ยนให้เป็นภาษาไทยมีเพลงประกอบเป็นเพลงเดิมแต่เปลี่ยนเนื้อร้องให้เป็นภาษาไทย และเปลี่ยนที่อยู่จากช่องกนให้เป็นกรุงเทพฯ

ทั้งนี้ ฟิลิปเวน มีนโยบายที่จะเน้นเนื้อหาไปที่เครื่องอำนวยความสะดวกพร้อมมูล การบริการพร้อมสรรพ พร้อมทั้งจะใช้บริการแก่ลูกค้าสมาชิก

สถานบริหารร่างกายเวิร์ลคลับ

วิธีการสร้างสื่อของเวิร์ลคลับ จะเกิดจากการประชุมกันของผู้บริหารหลายฝ่ายร่วมประชุมกันเกี่ยวกับประเด็นหลักที่จะนำเสนอในสื่อชนิดของสื่อ ซึ่งแผนการใช้สื่อ (Media plan) จะมีทั้งปี และเป็นที่น่าสนใจว่า การผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมธุรกิจของเขานั้น มิได้ว่าจ้างบริษัทโฆษณาแต่อย่างใด เวิร์ลคลับจะมีหน่วยงานรับทำสื่อโฆษณาโดยเฉพาะ ตั้งแต่ออกความคิด (idea) หานางแบบจนกระทั่งวางรูปแบบเหล่านี้ สถานบริหารร่างกายเวิร์ลคลับเป็นผู้ผลิตเองทั้งสิ้น

ซึ่งระยะเริ่มแรกที่เดียว เมื่อปี พ.ศ. 2519 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มก่อตั้งสถานบริหารร่างกาย เวิร์ลคลับในช่วงประมาณในการทำโฆษณาและการประชาสัมพันธ์สูงถึงเดือนละ 2 แสนบาท ต่อมา

จึงลดลงเหลือเดือนละประมาณ 1 แสนบาท ซึ่งในเรื่องเกี่ยวกับงบประมาณนี้ คุณชาญศักดิ์ พูนวิบูล ผู้ถือหุ้นและที่ปรึกษาสถานบริหารร่างกายเวีร์ลคลับได้ให้เหตุผลว่า

"...ตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง เรามีนโยบายหลักของเราในการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มาก ๆ เสียค่าใช้จ่ายสูงมาก...เท่าไรเท่ากัน...เพื่อเป็นการสร้าง image ของบริษัทเรา ต้องการให้ลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการ ไม่ค่อยได้คิด จะเชิญชวนลูกค้าใหม่อะไรมากนัก..."
(คุณชาญศักดิ์ พูนวิบูล, สัมภาษณ์ 16 มิถุนายน 2537)

ในส่วนของรูปแบบการนำเสนอ เวีร์ลคลับจะเน้นประเด็นเนื้อหาเรื่องสุขภาพเป็น ประเด็นหลัก โดยมีประเด็นเกี่ยวกับเรื่องเครื่องอำนวยความสะดวกพร้อมมูลเป็นรอง ซึ่งเนื้อหา ของการโฆษณาจะเปลี่ยนไปบ้างแล้วแต่เทศกาลหรือโอกาสต่าง ๆ โดยมีการนัดประชุมกันเพื่อ เปลี่ยนรูปแบบหรือเนื้อหาของการโฆษณาเป็นคราว ๆ ไปไม่มีการกำหนดวัน เวลาประชุมตายตัว

นอกจากนี้ สถานบริหารร่างกายเวีร์ลคลับยังเป็นสถานบริหารร่างกายที่ก่อตั้งขึ้นมา นาน ฉะนั้น นโยบายการใช้สื่อจึงมุ่งเน้นถึงความเป็นสถานบริหารร่างกายที่ดี มีผู้ฝึกสอนที่ชำนาญงาน และมีประสบการณ์มากกว่า 18 ปี ซึ่งเป็นการรักษาภาพลักษณ์ของบริษัท ทั้งยังมุ่งเน้นสื่อที่ครอบคลุม ผู้รับสารให้ได้มากที่สุด

สถานบริหารร่างกายศูนย์โยคะสถาน

เจ้าของกิจการ คือ คุณสุนีย์ ยุวจิตติ มิได้ให้ความสำคัญกับนโยบายหรือแผนการใน การใช้สื่อเท่าใดนัก มีเพียงสื่อโฆษณาในนิตยสารเพียง 2 ฉบับ ได้แก่ ลลนา และสตรีสาร

นอกเหนือจากนั้น คุณสุนีย์ คัดเลือกใช้สื่อทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ ในรูปแบบ ของการให้สัมภาษณ์เสียเป็นส่วนมาก ทั้งนี้เพราะเป็นนโยบายที่จะให้โยคะเป็นวิทยาทานแก่คนทั่ว ไป มิได้มุ่งผลประโยชน์ทางการค้า

2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนับเป็นปัจจัยที่มีความ สำคัญต่อการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกายที่จำเป็นต้องคำนึงถึง เนื่องจากเป็นผู้รับสารในการส่งเสริมธุรกิจทางด้านการบริหารร่างกาย ดังนั้น จึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาในทุก ๆ ด้าน

"การที่เราจะเลือกสื่อที่ใช้ เราก็ต้องดูว่า ลูกค้า กลุ่มเป้าหมายของเราเป็นใคร ... สื่อที่ใช้จะครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายของเราหรือไม่อย่างไร" (คุณชาญศักดิ์ พูนวิวัฒน์, สัมภาษณ์ 16 มิถุนายน 2537)

สถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน ได้มีกลวิธีการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาที่คำนึงถึงลักษณะ โครงสร้างการดำเนินธุรกิจและนโยบายการใช้สื่อ โดยได้รับแนวปฏิบัติมาจากบริษัทแม่ที่ฮ่องกงทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของประเภทของสื่อที่ใช้ เนื้อหาที่เน้นความไว้อ่าหรรษา อุปกรณ์อำนวยความสะดวก หรือแม้แต่ภาษาที่ใช้ในสื่อโฆษณา ก็จะเป็นลักษณะควบกันระหว่างภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ เพื่อแสดงให้เห็นความเป็นสถานบริหารร่างกายระดับอินเตอร์

ทั้งยังคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มสุภาพสตรีที่มีฐานะดีในวงสังคมชั้นสูง การคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาจึงคำนึงถึงการกระตุ้นความต้องการในการซื้อบริการของฟิลิปเวน นับเป็นการสร้างคุณค่าของการมารับบริการที่สถานบริการร่างกายฟิลิปเวน เพื่อให้เกิดการยอมรับสถานภาพของตนเองในสังคมของลูกค้าสมาชิก

นอกจากนี้ในการศึกษายังพบว่า สถานบริหารร่างกายฟิลิปเวนมีงบประมาณสำหรับการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมธุรกิจของตนมากพอสมควรทีเดียว ดังนั้น ความถี่ในการใช้สื่อ และชนิดของสื่อที่เขาใช้จึงมีหลากหลาย

สำหรับสถานบริหารร่างกายเวิร์ลคลับ มีลักษณะ โครงสร้างการดำเนินธุรกิจและนโยบายการใช้สื่อที่ยิ่งใหญ่พอสมควร หากถือว่าเป็นไปในลักษณะแบบไทย ๆ มีใช้ระดับอินเตอร์อย่างเช่นฟิลิปเวน ซึ่งลักษณะ โครงสร้างทางธุรกิจและนโยบายหลักในการใช้สื่อก็เป็นตัวกำหนดกลวิธีการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหา ประเด็นหลักที่สำคัญคือสื่อต้องเน้น สถานบริหารร่างกายที่ก่อตั้งขึ้นเป็นระยะเวลาอันยาวนาน มีประสบการณ์และเป็นที่น่าไว้วางใจ

ทั้งนี้สื่อที่ใช้ยังต้องเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มสุภาพสตรีที่มีชื่อเสียงในวงสังคม เช่นเดียวกับฟิลิปเวน ทั้งสองสถานบริหารร่างกายพยายามชี้ให้เห็นว่าการมารับบริการที่สถานบริหารร่างกายของตน เป็นการยกระดับฐานะทางสังคมของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเหมาะกับวิถีการดำรงชีวิต (life style) คนรุ่นใหม่ที่ยกย่องคนรวย คนที่มาฝึกกายบริหาร

ตามสถานบริหารร่างกายที่มีชื่อเสียง นับได้ว่าเป็นที่น่ายกย่องในสังคมคนรุ่นใหม่ ทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีเพื่อสุขภาพตัวใหม่ของ Hochbaum (Hochbaumb, 1987) ซึ่งกล่าวว่า เหตุผลของผู้ที่มาปฏิบัติพฤติกรรมเพื่อสุขภาพได้มีเหตุผลที่แปรเปลี่ยนไป แต่ที่จริงเป็นความต้องการที่จะได้รับการยกย่องสถานภาพของตนเองในสังคม (Social Approval)

ถ้าพิจารณาในแง่ของงบประมาณ สถานบริหารร่างกายเวโรลด์คลับมีงบประมาณการใช้อี้อมากเช่นเดียวกันแสดงให้เห็นถึงความสนใจและการให้ความสำคัญในการเลือกใช้อี้อ และการสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมธุรกิจของตน ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่า สถานบริหารร่างกายฟิลิปเวน

สำหรับสถานบริหารร่างกาย "สุนีย์ โยคะสถาน" ด้วยเหตุที่เจ้าของกิจการไม่ใคร่สนใจ และไม่มึนโยบายที่แน่นอนในการเลือกใช้อี้อ และการสร้างเนื้อหาเท่าใดนัก ทั้งยังเกี่ยวเนื่องกับนโยบายหลัก คือ ต้องการให้ "โยคะ" เป็นวิทยาทาน มิได้มุ่งประโยชน์ในแง่การค้า ลักษณะโครงสร้างทางธุรกิจก็ดำเนินไปคล้ายห้างร้านเล็ก ๆ จึงไม่เห็ความจำเป็นในเรื่องการใช้อี้อ สำหรับสุนีย์ โยคะสถาน การใช้อี้อเป็นเพียงเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเท่านั้น