

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Factors affecting consumers' intention to employ personal trainer services in Bangkok
Metropolis



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science in Sports Science
Common Course
Faculty of Sports Science
Chulalongkorn University
Academic Year 2018
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร
โดย	นายประณัฐธร นินपालะ
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.สาริษฐ์ กุลธวัชวิชัย

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์พิบูลย์)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.สาริษฐ์ กุลธวัชวิชัย)	
.....	กรรมการ
(รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร.จุฑา ติงศภัทีย์)	

ประณัฐธ นินปาละ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. (Factors affecting consumers' intention to employ personal trainer services in Bangkok Metropolis) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ.ดร.สาริษฐ์ กุศลวัชวิชัย

วัตถุประสงค์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จากสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติในการทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย งานวิจัยนี้ต้องการจะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยเฉพาะเจาะจงไปที่ตัวผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นสำคัญ โดยแบ่งปัจจัยเป็น 3 ด้านคือ ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผลการทดสอบทางสถิติพบว่า ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ส่วนด้านบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

สรุปผลการวิจัย ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความรู้ความสามารถ ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ส่วนด้านบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการ ดังนั้นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรให้ความสำคัญในเรื่องของการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายอยู่ตลอดเวลา และบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2561

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5978314239 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORD: Purchase Intention, Expertise, Personality, Interpersonal Relationships,
Personal Trainer

Pranattorn Ninpala : Factors affecting consumers' intention to employ personal
trainer services in Bangkok Metropolis. Advisor: Sarist Gulthawatvichai, Ph.D.

Purpose The purpose of this study aimed to study factors affecting consumers'
intention to employ personal trainer services in Bangkok Metropolis.

Methods The samples include 400 customers who used personal trainer at
fitness centers in Bangkok. Questionnaires were used as research instrument. The data
were analyzed using descriptive statistics including frequency, mean, and standard
deviation. Research hypothesis was tested by using multiple regression.

Results The research studied the factors that may affect the selection of
personal trainers. The results of statistical tests show that the personal trainer's expertise
and the interpersonal relationships are likely to affect the willingness to choose a
personal trainer. Whilst the personal trainer's personality does not seem to affect the
willingness to choose a personal trainer.

Conclusion The interpersonal relationship and personal trainer's expertise
factor are the factors that tend to affect willingness to choose a personal trainer.
Surprisingly, the personal trainer's personality does not seem to affect the willingness to
use the service.[SG1] [B2] Therefore, personal trainers should keep themselves updated
with the recent exercise knowledge together with willing to serve their customers.

Field of Study: Sports Science

Student's Signature

Academic Year: 2018

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์สำหรับนิสิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พิเศษเช่นเตอร์ต่าง ๆ ที่ให้ความอนุเคราะห์สถานที่ในการเก็บข้อมูล อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัยที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ประณัฐธรร นินปาละ



สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
คำจำกัดความของการวิจัย.....	5
สมมุติฐานงานวิจัย.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	7
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค	9
3. การเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	10
4. ความตั้งใจเลือกให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับความรู้ความสามารถ.....	17
5. ความตั้งใจเลือกให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล.....	18
6. ความตั้งใจเลือกให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล.....	20
7. ความตั้งใจเลือกให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	21

8. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์.....	22
9. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	30
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	31
วิธีดำเนินการวิจัย	31
ประชากร.....	31
กลุ่มตัวอย่าง	31
รายละเอียดการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	32
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	34
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และเสนอแนะเพิ่มเติม	35
บทที่ 4 ผลการวิจัย	37
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	48
สรุปผลการศึกษา.....	49
การอภิปรายผล	52
ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้.....	55
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	56
บรรณานุกรม.....	63
ประวัติผู้เขียน.....	81

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากกระแสการรักสุขภาพกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน อีกทั้งบุคคลที่มีชื่อเสียงต่างให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพ และการดูแลรูปร่างของตนเองเพิ่มมากขึ้น ผ่านทางสื่อออนไลน์และออฟไลน์ จึงทำให้คนไทยหันมาให้ความสนใจในการออกกำลังกาย และดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2558 พบว่าประชากรไทยที่มีอายุมากกว่า 15 ปี เล่นกีฬาหรือออกกำลังกายคิดเป็น 12.9 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559) และสัดส่วนของประชากรไทยในช่วงอายุ 15-59 ปี มีการออกกำลังกายเพิ่มขึ้นจาก 16% ในปี 2554 เป็น 18% ในปี 2558 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น("การสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของประชากรและสุขภาพจิต พ.ศ. 2554," 2555; "การสำรวจกิจกรรมทางกายของประชากร พ.ศ. 2558," 2559) หนึ่งในสถานที่ที่ได้รับความนิยมในการออกกำลังกาย ได้แก่ ฟิตเนสเซ็นเตอร์

ฟิตเนสเซ็นเตอร์เป็นสถานที่ออกกำลังกาย ที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน โดยเฉพาะคนในกรุงเทพมหานคร ที่มีจำนวนประชากรหนาแน่น มีความเร่งรีบ มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา การเดินทาง สถานที่ อีกทั้งยังต้องการความสะดวกสบายในการออกกำลังกาย ฟิตเนสเซ็นเตอร์ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน (เกษศิริรินทร์ กิตติพงษ์ภากรณ์ และจุฑา ดิงศภัทย์, 2555)

ธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในปัจจุบันนั้นมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยสังเกตได้จากจำนวนการเปิดให้บริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่มีเพิ่มมากขึ้น จากนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยการสำรวจของกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ พบว่าในปี พ.ศ. 2560 ทั่วประเทศ มีผู้ประกอบการฟิตเนสเซ็นเตอร์รายเล็กและรายใหญ่รวมกันไม่น้อยกว่า 1,000 แห่ง และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยมีการประเมินมูลค่าตลาดฟิตเนสเซ็นเตอร์ในปี พ.ศ. 2559 มีมูลค่าประมาณ 9,000 ล้านบาท มีการเติบโตขึ้น 15-20% เทียบจากปีที่ผ่านมา สำหรับรายได้หลักของฟิตเนสเซ็นเตอร์นั้นมาจากสองส่วนสำคัญคือ ค่าสมาชิกและค่าบริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (นนทธร ชัยยิ่งยง, 2 มกราคม 2560; วรณโชค ไชยสะอาด, 2560; สาวิตรี รินวงษ์, 2559)

ธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์นั้นมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการ จำเป็นที่จะต้องมีการวางแผน

กลยุทธ์ในการแข่งขัน ให้เกิดความได้เปรียบ มีการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีการใช้อุปกรณ์ที่สวองงามทันสมัย มีการส่งเสริมการขาย และมีการขยายสาขาต่าง ๆ เป็นต้น

จากการแข่งขันกันอย่างรุนแรงของธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่มากขึ้น ในการที่จะสมัครเป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ โดยจุดประสงค์หลักของการออกกำลังกายในฟิตเนสเซ็นเตอร์ คือ อยากลดน้ำหนัก อยากมีสุขภาพที่ดี และมีรูปร่างที่ดีขึ้น โดยส่วนมากมักเริ่มจากการออกกำลังกายด้วยตนเองก่อน แต่ผลลัพธ์ที่ได้นั้นไม่เป็นไปตามที่ต้องการ เนื่องจากขาดความรู้และความเชี่ยวชาญในการออกกำลังกายที่ถูกวิธี คนเหล่านั้นจึงมองหาผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการออกกำลังกายเพื่อให้ได้ผลลัพธ์อย่างที่ต้องการ นั่นก็คือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสเซ็นเตอร์ (ชมรมฟิตเนส และ สร้างกล้ามเนื้อเพาะกายประเทศไทย, 20 สิงหาคม 2558)

ความนิยมในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในปัจจุบันมีเพิ่มมากขึ้น (กชิตติศ สุวรรณอำไพ, 13 มิถุนายน 2559) เนื่องจากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีความรู้ความสามารถในการออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกาย ที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ตรงความต้องการและรวดเร็ว อีกทั้งยังมีการแนะนำการรับประทานอาหาร การสร้างแรงจูงใจในการออกกำลังกาย การดูแลเอาใจใส่ในการออกกำลังกายอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการออกกำลังกาย

จากความนิยมในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ราคาค่าบริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้จากการสำรวจอัตราค่าบริการต่อครั้ง โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 700-1,200 บาทต่อชั่วโมง (อรรถภูมิ อองกุลนะ, 19 ธันวาคม 2559) ถึงแม้ราคาจะค่อนข้างสูงแต่ความนิยมในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลก็ยังคงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (อนุชิต ทองจินดา, 2557) จึงทำให้อาชีพผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นอาชีพที่มีรายได้ดี และมีผู้ที่สนใจที่จะทำในอาชีพนี้เพิ่มมากขึ้น (สราวุธ ประชาพิชัย, 28 พฤศจิกายน 2560) โดยในปัจจุบันนี้มีผู้ที่ประกอบอาชีพผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก และบุคคลที่สนใจจะเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น สามารถเป็นได้ง่ายไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของวุฒิการศึกษา เพศ อายุ ประสบการณ์ ใบประกอบวิชาชีพ หรือข้อบังคับที่เคร่งครัดมากนักในประเทศไทย โดยส่วนมากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะมาจากนักศึกษาที่จบด้านการออกกำลังกายและการดูแลสุขภาพโดยตรง จากผู้ที่ได้รับใบประกาศนียบัตรด้านการออกกำลังกายจากผู้ประกอบอาชีพนายแบบนางแบบ จากผู้ที่มีประสบการณ์ในการเล่นกีฬาเพาะกาย เป็นต้น (American College of Sport Medicine: ACSM , 2011)

ถึงแม้ว่าจะมีเกณฑ์การพิจารณาในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (อนุชิต ทองจินดา) เช่น พิจารณาจาก ประวัติการศึกษา ประกาศนียบัตร ประสบการณ์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ผลลัพธ์ที่พบเห็นในลูกค้า เป็นต้น (American College of Sport Medicine, 2011) แต่ก็ยังพบว่ามีปัญหา ยกตัวอย่างเช่น การร้องเรียนผ่านสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์)

เช่น ผู้ประกอบการบางแห่งขาดมาตรฐานในการนำผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ที่ไม่มีความรู้ความสามารถ มาให้บริการลูกค้า ทำให้ได้รับการบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 25 มิถุนายน 2554) หรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลบางแห่งถูกกำหนดให้เน้นการทำยอดขาย แทนที่จะเน้นคุณภาพในการให้บริการ และพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเอง (วรรณโชค ไชยสะอาด, 2560; สราวุธ ประชาพิชัย, 28 พฤศจิกายน 2560)

หนึ่งในวิธีที่จะลดปัญหาดังกล่าวคือ ความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ตั้งแต่การคัดกรองความเสี่ยงทางด้านสุขภาพของผู้มาใช้บริการ การจัดโปรแกรมการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายของผู้มาใช้บริการ การประเมินผลสุขภาพและสมรรถภาพทางกาย การช่วยชีวิตและการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ที่สำคัญผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสเซ็นเตอร์ต้องผ่านการทดสอบ และได้รับใบประกอบวิชาชีพจากสถาบันการศึกษาที่มีความพร้อมร่วมกับกรมอนามัย (โสภณ เมฆธน, 2560) หรือมีประกาศนียบัตรจากสถาบันที่มีการรับรองระดับนานาชาติ เช่น คณะสภาการออกกำลังกายแห่งสหรัฐอเมริกา (American Council on Exercise: ACE, 2013) และวิทยาลัยเวชศาสตร์การกีฬาแห่งอเมริกา (American College of Sport Medicine: ACSM, 2011) เป็นต้น

ถึงแม้ความรู้ความสามารถจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการที่จะคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล แต่ก็ยังมีอีกหลายปัจจัยที่สำคัญในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เช่น บุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ายอมจ่ายเงินเพื่อใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (กนกเพชร ศิริมณีบุญ, 2551)

โดยบุคลิกภาพที่ดีของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล มีส่วนทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เกิดความพึงพอใจ และมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ (พิชัย ไชยสงคราม, 2554) ตัวอย่าง เช่น เมื่อลูกค้าเดินเข้ามายังฟิตเนสเซ็นเตอร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์แห่งนั้น หรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นมิตร พร้อมทั้งจะให้บริการแก่ลูกค้าแล้ว ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและเกิดทัศนคติที่ดี อันนำมาซึ่งพฤติกรรมการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในที่สุด (กนกเพชร ศิริมณีบุญ, 2551)

ส่วนปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้น เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้เกิดความต่อเนื่องในการฝึกสอน มากกว่าที่ลูกค้า จะเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ (Brotherton & Evans, 2010) โดยปัจจัยนี้จะทำให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้า ทำให้สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ ผ่านการเอาใจใส่ ทักทายการจูงใจ ทักทายทางสังคม และความเข้าใจลูกค้า (D. I. Melton, Katula, & Mustian, 2008) จะเห็นได้ว่าปัจจัยนี้มีความสำคัญทำให้เกิดความจงรักภักดีในการรักษาลูกค้า จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญทำให้เกิดความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในที่สุด

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังมีงานวิจัยจำนวนไม่มากในประเทศไทย ที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เช่น งานวิจัยของ เกษศิริรินทร์ กิตติพงษ์ภากรณ์ และจุฑา

ดิงส์ทีย์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้บริหารและสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำการออกกำลังกาย อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้ยังไม่ได้นำเกณฑ์การพิจารณาในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากสถาบันที่มีการรับรองระดับนานาชาติ เข้ามาใช้ และยังไม่ได้ทำการศึกษาจากผู้ที่เคยซื้อโปรแกรมออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมาก่อน ส่วนงานวิจัยของ อนุชิต ทองจินดา (2557) เรื่องความเต็มใจจะจ่ายในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในศูนย์ออกกำลังกาย โดยงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะสมาชิกทั่วไปที่มาใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ แต่ยังไม่ได้ศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยซื้อโปรแกรมออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และงานวิจัยของ สิริวิชญ์ สิริศักดิ์เกษมพร (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพภายนอกและทักษะความรู้ความสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ครูฝึกส่วนตัวในสถานออกกำลังกาย ยังไม่ได้ทำการศึกษาในสมาชิกที่ซื้อโปรแกรมออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลโดยตรงแต่ศึกษาในผู้ที่ออกกำลังกายเป็นประจำเท่านั้น

ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากงานวิจัยในไทยที่ผ่านมา กลับยังไม่พบว่าม้งานวิจัยชิ้นใดที่ทำการศึกษาเฉพาะสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ได้เคยซื้อโปรแกรมออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และใช้เกณฑ์การพิจารณาในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากสถาบันที่มีการรับรองระดับนานาชาติ เช่น คณะกรรมการออกกำลังกายแห่งสหรัฐอเมริกา (American Council on Exercise, 2013) และวิทยาลัยเวชศาสตร์การกีฬาแห่งอเมริกา (American College of Sport Medicine, 2011) ผ่านผู้ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในด้านความตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมาก่อน

โดยในงานวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นทำการศึกษาด้าน ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ พบว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้ เป็นปัจจัยหลักที่ถูกกล่าวถึงและมีความสำคัญ (Brotherton & Evans, 2010; Chiu, Lee, & Lin, 2011; Hutson, 2013; Melton, Dail, Katula, & Mustian, 2010) และผลจากงานวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงแนวโน้มความต้องการของลูกค้าในการเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในลักษณะใด ในขณะที่บุคคลที่ต้องการจะเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถนำผลวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาตนเอง และสุดท้ายเพื่อเป็นแนวทางของผู้บริหารในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีลักษณะเป็นที่ต้องการของลูกค้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จากสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสำรวจจากผู้ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครจากแบรนด์ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ ได้แก่ ฟิตเนส เวิร์ส, เวิร์จิ้น แอ็คทีฟ, และฟิตเนส

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำไปมอบให้กับสถาบันการศึกษาที่สนใจ ในการสร้างบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา หรือด้านการออกกำลังกายออกไปรับใช้สังคม ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และยังเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัย หรือเพื่อศึกษาหาความรู้ต่อไป
2. นำผลการวิจัยที่ไปเป็นข้อมูลสำหรับฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่สนใจ มาใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รองรับกับความต้องการของตลาด และการแข่งขันที่สูงขึ้นของตลาดฟิตเนสเซ็นเตอร์ให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. นำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า
4. นำผลการวิจัยที่ไปเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจจะประกอบอาชีพผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

คำจำกัดความของการวิจัย

1. ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) หมายถึง ความพยายาม การวางแผนในการซื้อโปรแกรมออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล บุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคมักเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภค ได้รับรู้ถึงประโยชน์ของการให้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
2. ความรู้ความสามารถ (Expertise) หมายถึง ความรู้และทักษะที่จำเป็นของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในการให้บริการแก่ลูกค้า ได้แก่ การวางแผนการออกกำลังกาย ความสามารถในการสอนที่ดี ความเชี่ยวชาญในการทำให้ลูกค้าได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ
3. บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ผลรวมทั้งหมดของท่าทาง รูปร่าง ลักษณะทางกายของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล แนวโน้มการกระทำ และพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็น ได้แก่ รูปร่าง หน้าตา น้ำเสียง กิริยามารยาท
4. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relationships) หมายถึง ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ผ่านการเอาใจใส่ การรับฟัง ความเข้าใจ การจูงใจ ความเป็นมิตร

5. ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) หมายถึง พนักงานที่ให้คำแนะนำการออกกำลังกายให้กับผู้ที่มาใช้บริการ รวมถึงสอนและจัดโปรแกรมการออกกำลังกายให้กับลูกค้า โดยมีการคิดค่าบริการเพิ่มจากค่าสมาชิก

สมมุติฐานงานวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ความรู้ความสามารถมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานที่ 2 บุคลิกภาพมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รวบรวมเอกสารค้นคว้า ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา การได้มาซึ่ง การบริโภค และการจับจ่ายใช้สอยทั้งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งก่อนและหลังการกระทำ (Engel, Blackwell & Miniard, 1990) ซึ่งประกอบด้วย (1) ชื้ออะไร (2) ทำไม่จึงซื้อ (3) ชื้อเมื่อใด (4) ชื้ออย่างไร (5) ชื้อที่ไหน และ (6) ชื้อบ่อยแค่ไหน (Schiffman & Kanuk, 2000)

โดยพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ เริ่มจากมีสิ่งเร้า (Stimulus) มากระตุ้น (Stimulate) ความรู้สึก (Sensation) ทำให้เกิดความต้องการ (Need) จนต้องทำการหาข้อมูล (Information Search) เกี่ยวกับสิ่งที่จะสามารถตอบสนองความต้องการ เพื่อตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และเกิดพฤติกรรมการซื้ออันเป็นการตอบสนอง (Response) สิ่งเร้า (Stimulus) คือสิ่งที่เข้ามากระทบและกระตุ้นผู้ซื้อ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากสิ่งเร้าภายใน (Inside Stimulus) ที่ร่างกายเกิดความไม่สมดุลทางกายภาพหรือทางจิตใจ ก่อให้เกิดความต้องการที่จะรักษาสมดุลนั้น หรือจากสิ่งเร้าภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งแบ่งออกเป็น

(1) สิ่งเร้าทางการตลาด (Marketing Stimulus) อันเป็นสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่นักการตลาดต้องพัฒนาขึ้นมา และทำให้ผู้ซื้อเกิดความต้องการซื้อ

(2) สิ่งเร้าอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งแวดล้อมที่อยู่เหนือการควบคุมขององค์กร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2549, น. 50-55)

โดยการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะทำให้ธุรกิจเกิดความสำเร็จ โดยสามารถนำไปปรับใช้ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด ก่อให้เกิดความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ตลอดจนสามารถหาวิถีทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ให้มีความสอดคล้องกับความสามารถของกิจการ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง (เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์, 2549, น. 33-35)

การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น จะมีกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ละเอียดรอบคอบ ซึ่ง Kotler and Keller (2012, p. 189) ได้อธิบาย กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มี 5 ขั้นตอน ดังนี้ต่อไปนี้

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เป็นลำดับแรกในกระบวนการ การตัดสินใจซื้อ การที่ผู้บริโภครับรู้ปัญหาหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการไม่ว่าจะเป็นสิ่งกระตุ้น ภายในหรือภายนอก ร่างกายก็ตาม นักการตลาดจะต้องหาสิ่งที่จะใช้เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภค เกิดความต้องการสินค้าเพื่อนำไปสู่ การตัดสินใจซื้อ

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้ว จะมีการ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ สถานที่จัดจำหน่าย โดย แหล่งข้อมูลที่ ผู้บริโภคมักใช้คือ ข้อมูลจากบุคคล เช่น เพื่อน ครอบครัว ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อ ผู้บริโภคมากที่สุด แหล่งการค้า แหล่งสาธารณะ และแหล่งการตลาด

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) ผู้บริโภคจะมีการกำหนดความ ต้องการของตัวเองขึ้นมาเพื่อพิจารณาลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ นำข้อมูลที่ได้รับมาเปรียบเทียบ ข้อดีข้อเสียของแต่ละผลิตภัณฑ์ ความเชื่อถือและทัศนคติต่อตราสินค้าต่าง ๆ จะเข้ามาเกี่ยวข้องก่อน ตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อผ่านขั้นของการประเมิน ทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะได้สินค้า ตราสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด ที่ตั้งใจจะซื้อ นั่นคือ ผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจที่จะซื้อ (Purchase Intention) ขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อถึงเวลาที่จะซื้อ จริง อาจมีปัจจัยอื่นมากระทบ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจซื้อ เช่น ทัศนคติของคนรอบข้าง

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เมื่อผู้บริโภคได้ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการไปแล้ว จะต้องมีการตรวจสอบความพึงพอใจหลังการซื้อ ซึ่งผู้บริโภค จะเปรียบเทียบคุณค่าที่ได้รับจากสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวัง ถ้าสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับสูงกว่า ที่ได้คาดหวังไว้ ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจซึ่งนำไปสู่การซื้อซ้ำหรือการบอกต่อในที่สุด

โดยสรุปแล้วทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้น เป็นทฤษฎีต้นกำเนิดที่ทำให้เกิดทฤษฎีความ ตั้งใจซื้อ โดยผู้บริโภคนั้นมีความต้องการในการใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของ ตนเองจึงทำให้เกิดขบวนการคิดต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เช่น การรับรู้ปัญหา การค้นหา ข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งจะทำให้เกิดความตั้งใจซื้อใน ที่สุด โดยการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้น จะทำให้เข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีความตั้งใจซื้อได้มากขึ้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

การศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อนั้น ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากจะทำให้ทราบว่าผู้บริโภคนั้น จะมีวิธีคิดและวางแผนในการที่จะซื้อสินค้าอย่างไร มีปัจจัยอะไรเป็นองค์ประกอบในการพิจารณาที่จะซื้อ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความตั้งใจซื้อ หมายถึง ความพยายามในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น เวลา ราคาสินค้า ความรู้ความสามารถของผู้จัดจำหน่าย บุคลิกภาพของผู้จัดจำหน่าย และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคมักเกิดขึ้นภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงประโยชน์ของสินค้าและบริการ (Das, 2014)

ความตั้งใจซื้อนั้นเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจ ที่บ่งบอกถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อตราสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยความตั้งใจซื้อจะเกิดขึ้นมาจากทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค และความมั่นใจของผู้บริโภค ในการประเมินตราสินค้า (Howard, 1994) ซึ่งสอดคล้องกับ Fitzsimons and Morwitz (1996) ที่พบว่าความตั้งใจซื้อนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์การใช้สินค้าของผู้บริโภคและทัศนคติที่มีต่อผู้ให้บริการ เช่น ผู้บริโภคใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากบริษัทแห่งหนึ่งอยู่ และมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ มักจะมีความต้องการซื้อจากผู้ให้บริการนั้นอีก แต่หากผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมาก่อน อาจเลือกจาก บริษัท แบรินด์ ที่มีคนแนะนำ หรือจากส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นต้น

โดยเมื่อลูกค้ามีความตั้งใจซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งเป็นเวลานาน ๆ และมีทัศนคติที่ดีในการใช้สินค้านั้น ก็จะทำให้เกิดความรักภักดีในที่สุด จึงอาจกล่าวได้ว่าความตั้งใจซื้อนั้นเป็นสิ่งแสดงให้เห็นถึงความจงรักภักดี โดยจะทำให้เกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1990)

1. ความจงรักภักดี (Loyalty) คือ การที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการนั้น ๆ เป็นตัวเลือกแรก ซึ่งสิ่งนี้สามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้
2. พฤติกรรมการบอกต่อ (Word of Mouth Communications) คือ การที่ผู้บริโภคพูดถึงบริการนั้น ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ให้บริการ
3. ความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา (Price Sensitivity) คือ การที่ผู้บริโภคไม่มีปัญหาเมื่อความพึงพอใจได้ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1990)

โดยในงานวิจัยครั้งนี้จะเป็นการศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ ที่ซื้อโปรแกรมออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลแล้วเท่านั้น

3. การเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

การเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ถือว่ามีความสำคัญ เพราะมีส่วนช่วยทำให้ผู้มาใช้บริการได้รู้ถึงวิธีการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี มีสุขภาพที่แข็งแรง รวมถึงการป้องกันการบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย เป็นแบบอย่างที่ดีในการดูแลสุขภาพ และสร้างแรงจูงใจในการออกกำลังกายให้กับผู้มาใช้บริการ (Brand Buffet, 12 June 2017) โดยวิทยาลัยเวชศาสตร์การกีฬาแห่งอเมริกา (American College of Sport Medicine, 2011) และ คณะสภาการออกกำลังกายแห่งสหรัฐอเมริกา (American Council on Exercise, 2013) ได้ให้ข้อพิจารณาในการเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถสรุปได้ดังนี้ 1. ความรู้ความสามารถ 2. บุคลิกภาพ 3. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 4. สถานที่ 5. ค่าบริการ 6. เครื่องมือผู้เชี่ยวชาญ 7. ความปลอดภัยและประเมินสุขภาพก่อนออกกำลังกาย 8. ข้อกำหนดการยกเลิกการสอนและวิธีปฏิบัติทางธุรกิจ

โดยแนวคิดดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระ ที่งานวิจัยนี้จะทำการศึกษาซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถ ด้านบุคลิกภาพ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นต้น

3.1 ความรู้ความสามารถ

ความรู้ความสามารถ หมายถึง องค์ความรู้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงานของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในการฝึกสอนการออกกำลังกายให้กับลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย เพื่อที่จะให้บุคคลเหล่านั้นมีสุขภาพที่ดีขึ้น (American Council on Exercise, 2013)

ความรู้ความสามารถนั้น ถือว่ามีความสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ถ้าขาดความรู้ ฝึกสอนส่วนบุคคลก็ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ที่รับผิดชอบได้อย่างถูกต้อง ความรู้มักจะได้จากการศึกษา อบรม สัมมนา รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้มีความรู้ในด้านนั้น ๆ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, n.d.) ส่วนความสามารถนั้นถ้าไม่มี ก็ยากที่จะทำให้นักงานทำงานมีผลงานออกมาดีและได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ความสามารถมักจะได้มาจากการฝึกฝนทักษะในการทำงาน หรือกระทำซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่อง จนทำให้เกิดความชำนาญในสิ่งนั้น (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, n.d.) โดยสามารถแบ่งความรู้ความสามารถเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

3.1.1 ประสบการณ์

ประสบการณ์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น ถือว่ามีความสำคัญอย่างมากในการที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการ เนื่องจากประสบการณ์จะบอกถึงความชำนาญ ความเชี่ยวชาญของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลว่ามีมากน้อยเพียงใด ผลงานที่ผ่านมาเป็นอย่างไร และทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการที่จะออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยในการพิจารณาเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น ควรเลือกจากความเชี่ยวชาญของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในด้านที่คุณต้องการ และควรสอบถามถึงประสบการณ์ในการใช้บริการจากลูกค้าคนอื่น ๆ ว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีประสบการณ์ และมีความชำนาญในด้านนั้นจริง

หรือไม่ และถ้าหากคุณมีประวัติการบาดเจ็บจากในอดีต คุณควรที่จะเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีประสบการณ์ ในการออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกายภายใต้การดูแลของแพทย์เพื่อความปลอดภัยในการออกกำลังกาย

3.1.2 การอ้างอิง

การอ้างอิง หมายถึง การสอบถามประวัติในการทำงานของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล สอบถามถึงข้อมูลของลูกค้าของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ที่คิดจะใช้บริการว่าลูกค้าเหล่านั้น พอใจกับการออกกำลังกาย และผลลัพธ์ในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลหรือไม่ รวมถึงความเป็นมืออาชีพ การตรงต่อเวลา และความพร้อมของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลว่าเป็นอย่างไร สอบถามคำแนะนำจากสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ หรือเพื่อนที่ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้ทำการสอนอยู่ในปัจจุบัน

3.1.3 ประกาศนียบัตร

ประกาศนียบัตรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล หมายถึง การรับรองจากองค์กรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลที่ทั่วโลกให้การยอมรับ เช่น วิทยาลัยเวชศาสตร์การกีฬาแห่งอเมริกา (American College of Sport Medicine: ACSM) คณะสภาการออกกำลังกายแห่งสหรัฐอเมริกา (American Council on Exercise: ACE) เป็นต้น รวมถึงผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีประกาศนียบัตรการช่วยชีวิตเบื้องต้น (CPR) ในปัจจุบันนี้หรือไม่ นอกเหนือจากนี้แล้วผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลยังมีประกาศนียบัตรเพิ่มเติมในเรื่องของการปฐมพยาบาลเบื้องต้น หรือการใช้เครื่องกระตุกไฟฟ้าหัวใจอัตโนมัติ (AED) หรือไม่

โดยผู้ที่ใช้บริการสามารถตรวจสอบการรับรองของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล กับองค์กรที่ออกประกาศนียบัตรได้โดยตรง โดยองค์กรส่วนใหญ่จะมีบริการยืนยันการรับรองของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

3.1.4 การศึกษา

ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ที่ศึกษาในระดับวิทยาลัยในด้านวิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย หรือด้านโภชนาการ จะช่วยเพิ่มความรู้และความน่าเชื่อถือของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้เพิ่มมากขึ้น ในการพัฒนาโปรแกรมการออกกำลังกาย แต่อย่างไรก็ตามการที่ไม่มีปริญญา ก็ไม่ได้หมายความว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล นั้น จะไม่มีประสิทธิภาพ โดยมีหลักในการพิจารณาการใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เช่น มีวุฒิการศึกษาในด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา, สรีรวิทยา, กายภาพบำบัด, พลศึกษา เป็นต้น หรือได้รับการฝึกอบรม ในลักษณะที่เป็นวิชาการ ได้รับประกาศนียบัตรการรับรองเป็นผู้สอนส่วนบุคคล

3.2 บุคลิกภาพ

คำว่า “บุคลิกภาพ” (Personality) มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า “persona” แปลว่า หน้ากากของนักแสดงละครเวทีในยุคกรีกโบราณ ซึ่งแสดงลักษณะท่าทางและลักษณะนิสัยของตัวละคร ดังนั้น ความเข้าใจเริ่มแรกของบุคลิกภาพคือ ภาพพจน์ทางสังคมที่มีลักษณะผิวเผิน (Superficial social image) ซึ่งบุคคลนำมาใช้แสดงบทบาทในชีวิตจริง คำที่ใช้กล่าวถึงบุคลิกภาพในลักษณะนี้ เช่น

เป็นคนมีเสน่ห์ มีความสง่างาม หรือรูปร่างหน้าตาดี เป็นต้น อีกลักษณะหนึ่ง บุคลิกภาพอาจจะหมายถึง ลักษณะที่โดดเด่น สะดุดตาของบุคคล กล่าวคือเป็นความประทับใจที่บุคคลถ่ายทอดในการแสดงบทบาทกับบุคคลอื่น แต่ในความหมายนี้ยังละเลยความเป็นไปได้ว่าการแสดงออกเช่นนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ด้วย (Hjelle & Ziegler, 1992)

บุคลิกภาพ หมายถึง คุณลักษณะทุกอย่างทั้งภายในและภายนอก ซึ่งรวมอยู่ในตัวบุคคลนั้น ๆ ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคล บุคลิกภายนอก เช่น รูปร่างหน้าตา ลักษณะการพูด กริยาท่าทาง และการแต่งกาย ส่วนบุคลิกภาพภายใน เช่น ค่านิยม ความสนใจ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความมั่นคงทางอารมณ์ (ยนต์ ชุ่มจิต, 2531) สำหรับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น บุคลิกภาพเป็นสิ่งสำคัญมากในการสร้างโอกาสทางสังคม ความมีชื่อเสียง เงินทอง และรางวัลต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับบุคคลที่มีสุขภาพดี ร่างกายแข็งแรง หน้าตาดี หรือมีรูปร่างที่เหมาะสม (Hutson, 2013)

3.2.1 บุคลิกภาพ

ทินวัดน์ มฤคพิทักษ์ (2548) กล่าวว่า บุคลิกภาพสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ได้ดังต่อไปนี้

1. บุคลิกภาพภายนอก เป็นสิ่งที่สังเกตได้ง่าย ผ่านการใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูปร่างหน้าตาที่ปรากฏแก่ผู้อื่น อธยาศัยที่ดี การยิ้มแย้มแจ่มใส การแต่งกายเหมาะสมกับกาลเทศะ การปรากฏตัวในที่ต่าง ๆ เช่น การเข้าสังคมไม่เขินอาย กริยาท่าทางเป็นธรรมชาติ เวลาสนทนากับผู้อื่นไม่หลบสายตา พูดด้วยน้ำเสียงที่ชัดเจน และใช้ถ้อยคำภาษาที่สุภาพ

2. บุคลิกภาพภายใน เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น สัมผัสได้ยาก ต้องทำงานร่วมกันหรืออยู่ด้วยกันนาน ๆ จึงจะเห็นบุคลิกภาพภายในได้ชัดเจน บางอย่างสามารถแก้ไขปรับปรุงได้ แต่ถ้าเป็นบุคลิกภาพภายในที่ฝังรากลึกจนเป็นนิสัยถาวรแล้ว การแก้ไขปรับปรุงเป็นไปได้ยากมาก โดยบุคลิกภาพภายในนั้นเกิดจากการเลี้ยงดูจากบิดามารดา การศึกษาภายในโรงเรียน ความรู้และประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาจึงทำให้คนเหล่านั้นมีบุคลิกภาพภายในที่แตกต่างกัน เช่น ความมั่นใจในตนเอง ความสุขุม ความกระตือรือร้น ความจริงจัง และความสามารถปฏิภาณในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่แตกต่างกัน

3.2.2 การปรับปรุงบุคลิกภาพ

นิพนธ์ คันธเสวี (2540) กล่าวว่า การปรับปรุงบุคลิกภาพแบ่งได้ 2 ลักษณะดังนี้

1. การปรับปรุงบุคลิกภาพภายนอก ได้แก่ รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย กริยาท่าทาง การแสดงสีหน้าและวาจา การพูด ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การปรับปรุงรูปร่างหน้าตา หมายถึง การรักษาหน้าตาให้สะอาด ดูดี ผ่องใส มีการรักษาปาก ฟัน จมูก ตา หู เล็บให้สะอาดปราศจากกลิ่น หรือความสกปรกต่าง ๆ ในทำนองเดียวกันการปรับปรุงรูปร่างที่ไม่เหมาะสม เช่น อ้วน เตี้ย ก็ใช้ศิลปะการแต่งกายที่เหมาะสมเข้าช่วยได้

2) การรักษาสุขภาพ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรมีสุขภาพที่ดีแข็งแรงอยู่เสมอ เนื่องจากการที่สุขภาพไม่ดีหรือเจ็บป่วยบ่อย ๆ จะทำให้มีอาการเหนื่อยหุดหงิด เป็นผลทำให้การสอนการออกกำลังกายกับลูกศิษย์ไม่ราบรื่น การรักษาสุขภาพให้แข็งแรงสมบูรณ์ สามารถทำได้โดย การรับประทานอาหารที่มีคุณภาพ สะอาด ถูกหลักอนามัย มีการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ และที่สำคัญต้องมีการรักษาอารมณ์ให้แจ่มใส เมื่ออารมณ์แจ่มใสจิตใจสบาย ร่างกายก็แข็งแรงสมบูรณ์

3) การปรับปรุงการแต่งกาย หมายถึง การแต่งกายให้สะอาด เรียบร้อย เหมาะสม เนื่องจากการสวมเสื้อผ้าที่สะอาดเรียบร้อยนั้น จะช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ดูดียิ่งขึ้น และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีอีกด้วย

4) การปรับปรุงกิริยาท่าทาง โดยในสังคมไทยนั้นกิริยาท่าทางเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะสังคมไทยเป็นสังคมอำนาจนิยมยกย่องผู้ที่มีอาวุโสกว่า ผู้น้อยจะต้องมีกิริยาท่าทางที่สุภาพ อ่อนโยน เหมาะกับกาลเทศะและบุคคล เช่น ควรเดินก้มเมื่อผ่านผู้อื่น ไม่นั่งไขว่ห้างต่อนักผู้ใหญ่ ไม่มองผู้อื่นด้วยหางตา หรือมีกิริยาท่าทางที่แสดงให้เห็นว่ามีความเกรงใจ เช่น ไม่เอื้อมมือไปหยิบของผ่านหน้าผู้อื่น เป็นต้น การปรับปรุงกิริยาท่าทางให้เหมาะสมกับกาลเทศะและบุคคล ย่อมเป็นเสน่ห์แก่ผู้พบเห็น ทำให้อยากคบหาสมาคมด้วย

5) การปรับปรุงการพูด การพูดเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ เพราะการพูดเป็นการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติที่มีต่อตนเองและผู้อื่น การพูดที่ไม่เหมาะสม หยาบกระด้าง ย่อมทำลายมนุษยสัมพันธ์โดยสิ้นเชิง ดังนั้นจึงควรปรับปรุงการพูด ด้วยถ้อยคำที่สุภาพ เหมาะสมกับกาลเทศะและบุคคล ใช้น้ำเสียงนุ่มนวล ฝึกใช้คำถามให้เหมาะสม พูดความจริงและพูดในสิ่งที่มีประโยชน์ พูดในสิ่งที่คนอื่นชอบพอใจและสนใจ รวมถึงพูดในส่วนที่ดีของผู้อื่น พูดให้ชัดเจนใช้ภาษาที่ให้ถูกต้อง ไม่พูดดูถูกผู้อื่น ไม่ควรหัวเราะเยาะเมื่อผู้อื่นทำผิดพลาด พูดอย่างมีเหตุผลไม่ใช้อารมณ์ รู้จักวิจารณ์เชิงสร้างสรรค์ มีศิลปะในการพูด และในทางกลับกัน ควรเป็นนักฟังที่ดีอีกด้วย

2. การปรับบุคลิกภาพภายใน ได้แก่ ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และนิสัยใจคอ ที่สังเกตเห็นได้ยาก การแก้ไขปรับปรุงจึงต้องทำทีละขั้นตอน ทีละเรื่อง การปรับปรุงพฤติกรรมภายในนั้น จะต้องปรับปรุงพฤติกรรมตามตัวอย่างดังต่อไปนี้

- 1) ฝึกความอดทน อดกลั้น และเข้าใจผู้อื่น
- 2) ฝึกให้เป็นคนอารมณ์ดีและเบิกบาน
- 3) ฝึกให้เป็นคนตรงต่อเวลา

- 4) ฝึกให้เป็นคนที่คล่องแคล่วว่องไว
- 5) พัฒนาความมั่นใจในตนเอง
- 6) ฝึกพฤติกรรมและการแสดงออกที่เหมาะสม
- 7) ฝึกการให้ในสิ่งที่ผู้อื่นต้องการ
- 8) ฝึกการสร้างความประทับใจกับผู้อื่น

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relationship) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล, ความสัมพันธ์กับคนอื่น ซึ่งมีความหมายที่ใกล้เคียงกับคำว่า มนุษยสัมพันธ์ (Human Relations) หมายถึง ความสัมพันธ์ในทางสังคมระหว่างมนุษย์ ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน

กาญจนา คุณารักษ์ (2527) ได้กล่าวถึงความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคล นอกจากจะมีความสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคลแล้ว ยังมีผลต่อความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานได้อีกด้วย ดังนั้นบุคคลใดที่มีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นได้ง่าย ก็มีโอกาที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตตามมาด้วยเช่นกัน

รุ่งนภา ชั้นแจ่ม (2542) ให้ความหมายของ สัมพันธภาพระหว่างบุคคลหมายถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการแสดงออกในลักษณะของความเป็นมิตร มีความรู้สึกที่ดีต่อกัน ให้เกียรติ เอาใจใส่ ให้ความร่วมมือ และให้ความสนิทสนมกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และมีการยอมรับซึ่งกันและกันมีการแสดงออกของความสัมพันธ์ ทั้งด้านร่างกาย วาจา และใจ ในระยะเวลาหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กัน

ลิลทิพย์ จันทะยานี (2550) ได้อธิบายความหมายของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลว่า เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องผูกพันต่อกัน ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน

Pace and Faules (1994) ให้ความหมายของสัมพันธภาพระหว่างบุคคลว่า เป็นการติดต่อกันระหว่างบุคคล ซึ่งต่างฝ่ายต่างให้เกียรติซึ่งกันและกัน ให้ความสำคัญต่อกัน ตลอดจนการเอาใจใส่ต่อกัน

จากคำจำกัดความดังกล่าวสามารถสรุปว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง กระบวนการติดต่อกันระหว่างบุคคล ในลักษณะที่เป็นมิตร มีความรู้สึกที่ดีต่อกัน ให้เกียรติซึ่งกันและกัน เอาใจใส่ให้ความร่วมมือ รวมถึงการให้ความสนิทสนม อันจะนำมาซึ่งโอกาสที่ดีในชีวิตและหน้าที่การงาน

หลักพื้นฐานในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ (กมลรัฐ อินทรทัศน และพรทิพย์ เย็นจะบก, 2547)

1. ความใกล้ชิด การที่บุคคลอยู่ใกล้ชิดกันจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์มากกว่าบุคคลที่อยู่ห่างไกลกัน
2. ความเหมือนกันหรือความคล้ายกัน ซึ่งโดยทฤษฎีแล้วมนุษย์มีแนวโน้มที่จะสร้างความสัมพันธ์ และมีความชอบพอกับคน ที่มีความเหมือนหรือคล้ายกับตัวเอง
3. สถานการณ์ เช่น การมีโอกาสได้แลกเปลี่ยนความรู้สึกที่ตีร่วมกัน การมีโอกาสได้ปรับตัวเข้ากับบุคคลอื่น ความกระตือรือร้นในการที่จะพบปะกับผู้อื่น การถูกแยกตัวออกจากสังคมนาน ๆ และการเติมเต็มความต้องการของกันและกัน
4. ความเอาใจใส่และสนองความต้องการของสมาชิก โดยพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละคนให้สอดคล้องกับความต้องการและเป้าหมาย เพื่อที่จะทำให้เกิดผลลัพธ์ในทางที่ดี และเป็นการสร้างความรักภักดีให้กับลูกค้า
5. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล คือเข้ากับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี รู้จักทักทาย ยิ้มแย้มแจ่มใส สนุกสนานรื่นเริง สดชื่น กระฉับกระเฉง พูดกับลูกค้าด้วยถ้อยคำที่เป็นมิตร นุ่มนวล สุภาพ อ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้า ควรดเว้นการเป็นนักวิชาการบ้างในบางขณะ หาเรื่องสนุกสนาน มาพูดคุย หลีกเลี่ยงการโต้เถียง อย่างนินทาว่าร้าย วิพากษ์วิจารณ์บุคคลอื่นโดยไม่จำเป็น ในกรณีที่ต้องออกคำสั่งให้ลูกค้าปฏิบัติตาม ก็ควรจะเป็นคำสั่งที่สุภาพ และควรถามความรู้สึกก่อนที่จะให้ลูกค้าปฏิบัติตามในท่าออกกำลังกายต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ

โดยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดีของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้เกิดความต่อเนื่องในการฝึกสอนในระยะยาว มากกว่าความต้องการของลูกค้าที่จะเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จากชื่อเสียงของพิตเนสเซ็นเตอร์ (Brotherton & Evans, 2010) ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับลูกค้า นั้น จะทำให้เกิดความรักภักดีของลูกค้า ทำให้สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ผ่านการเอาใจใส่ ทักทายการจูงใจ ทักทายทางสังคม (D. I. Melton, Katula, & Mustian, 2008) จะเห็นได้ว่าปัจจัยนี้มีความสำคัญทำให้เกิดความรักภักดีในการรักษาลูกค้า จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญทำให้เกิดความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

3.4 สถานที่

สถานที่ที่ใช้ในการสอนการออกกำลังกาย หากเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในพิตเนสเซ็นเตอร์ ควรเลือกพิตเนสเซ็นเตอร์ที่สามารถเดินทางได้สะดวก และมีเวลาทำการที่สามารถใช้บริการได้ ขนาดของสถานที่กับปริมาณสมาชิกไม่แออัด มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน รวมถึงดูเรื่องความปลอดภัยในการให้บริการว่ามีความปลอดภัยมากน้อยเพียงใด หรือหากใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอิสระในการสอนที่บ้านหรือที่ทำงาน ควรตรวจสอบสถานที่ให้แน่ใจว่า มีความสะดวกและปลอดภัยในการออกกำลังกายจริง ๆ

3.5 ค่าบริการ

ค่าบริการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นจะขึ้นอยู่กับ หนังสือรับรอง ประสบการณ์และความชำนาญของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และ สถานที่ ตัวอย่างเช่นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ทำงานในฟิตเนสเซ็นเตอร์ อาจคิดค่าบริการน้อยกว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ทำการสอนที่บ้านหรือที่ทำงานของลูกค้า โดยมีหลักในการพิจารณาเลือกใช้บริการ เช่น คิดค่าบริการอย่างไร ระยะเวลาเท่าไร มีบริการใดบ้างที่รวมอยู่ในราคา ต้องเสียค่าสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เพิ่มเติมหรือไม่ มีราคาแพ็คเกจระยะยาวหรือไม่ หรือต้องเซ็นสัญญาการฝึกในระยะยาวหรือไม่

3.6 เครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ

เครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ หมายถึงผู้ที่ต้องทำงานร่วมกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพในด้านต่าง ๆ ถือว่ามีความได้เปรียบในการตอบคำถามที่เฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้า และสามารถส่งต่อลูกค้าให้กับผู้เชี่ยวชาญคนอื่น ในกรณีที่อยู่นอกเหนือความเชี่ยวชาญของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ แพทย์ นักกายภาพบำบัด ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านสุขภาพ

3.7 ความปลอดภัยและประเมินสุขภาพก่อนออกกำลังกาย

การประเมินสุขภาพก่อนที่จะออกกำลังกายนั้น ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงในออกกำลังกายได้ ที่อาจเกิดขึ้นกับลูกค้าได้ ทำให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างเหมาะสม และคาดการณ์สถานการณ์ล่วงหน้าที่อาจเกิดขึ้นกับความปลอดภัยของลูกค้าได้ ในการประเมินสุขภาพนั้น ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรจะต้องตั้งคำถามที่เจาะจง ก่อนที่จะเริ่มโปรแกรมการออกกำลังกาย เช่น ยาที่รับประทานในปัจจุบัน การบาดเจ็บและการผ่าตัดก่อนหน้านี้ ที่ส่งผลกับการออกกำลังกายรวมถึงความเจ็บป่วยต่าง ๆ เป็นต้น โดยลูกค้าทุกคน ควรได้รับการตรวจประเมินสุขภาพก่อน การออกกำลังกายเพื่อประเมินว่ามีเงื่อนไขทางการแพทย์หรือปัจจัยเสี่ยงที่ควรได้รับการแก้ไข โดยแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญหรือไม่ โดยการประเมินสุขภาพก่อนการออกกำลังกายมีข้อแนะนำดังต่อไปนี้

- 1) ลูกค้าควรได้รับการประเมินสุขภาพ และการทดสอบสมรรถภาพทางกาย ก่อนที่จะเริ่มโปรแกรมการออกกำลังกาย เพื่อที่จะจัดกิจกรรมการออกกำลังกายให้มีความเหมาะสม
- 2) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรทำการประเมินสมรรถภาพทางกายของลูกค้า เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับโปรแกรมการออกกำลังกาย ที่เฉพาะเจาะจงกับลูกค้าแต่ละคน
- 3) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรช่วยให้ลูกค้า พัฒนาเป้าหมายที่เป็นจริงในโปรแกรมการออกกำลังกาย
- 4) ลูกค้าควรมีการประเมินสมรรถภาพเป็นระยะ ๆ เพื่อพิจารณาถึงความก้าวหน้าของโปรแกรมการออกกำลังกาย

5) ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรให้คำแนะนำเกี่ยวกับการ ใช้อุปกรณ์ให้เกิดความปลอดภัยในการ ออกกำลังกาย และการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยา ที่เกิดจากการออกกำลังกาย

3.8 ข้อกำหนดในการยกเลิกการสอนและวิธีปฏิบัติทางธุรกิจ

ในการที่ลูกค้าจะตัดสินใจใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น ลูกค้าควรตรวจสอบกฎระเบียบ และนโยบายต่าง ๆ ก่อนการซื้อ โดยเฉพาะนโยบายการยกเลิกการสอน และขั้นตอนการเรียกเก็บเงิน วิธีที่ดีที่สุดในการหลีกเลี่ยงความสับสน และปกป้องสิทธิของคุณคือ การทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีหลักในการพิจารณาเช่น ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสะดวกที่จะมาสอนตามตารางเวลาได้หรือไม่ นโยบายในการยกเลิกการสอนเป็นอย่างไร การถูกเรียกเก็บเงิน หากไม่ยกเลิกคลาสในรอบเวลาที่ กำหนด ทั้งนี้ควรขอให้มีการจัดทำสำเนาระเบียบข้อปฏิบัตินโยบายทั้งหมดเกี่ยวกับสัญญา วิธีการ เรียกเก็บเงิน ตารางเวลาในการออกกำลังกาย และการยกเลิกการสอน เป็นต้น

ในการที่จะเริ่มใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น ควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีชื่อเสียงที่ดี มีการศึกษาที่เหมาะสม และมีประกาศนียบัตรต่าง ๆ เป็นที่เคารพของพนักงาน และลูกค้าคนอื่น ๆ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรปฏิบัติตาม กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึง มาตรฐานในการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ อีกด้วย

ในงานวิจัยในครั้งนี้จะมุ่งเน้นทำการศึกษาในด้าน ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ เอกสาร หนังสือ บทความต่าง ๆ (Brotherton & Evans, 2010; Chiu, Lee, & Lin, 2011; Hutson, 2013; D. I. Melton, Dail, Katula, & Mustian, 2010; เกษศิริรินทร์ กิตติพงษ์ภรณ์ และจุฑา ดิงศภิตย์, 2555; สิริวิษญ์ สิริศักดิ์เกษมพร, 2558) พบว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้ เป็นปัจจัยที่ถูกนักวิจัยกล่าวถึงบ่อย ๆ และเป็นปัจจัยที่นักวิจัยให้ความสำคัญค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลซึ่งก็คือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลโดยตรง ส่วนปัจจัยที่เหลือนั้นจะเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและปัจจัย ภายนอกที่เกี่ยวข้องกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้ เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดความ ตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และเป็นประเด็นหลักในการที่จะศึกษา อีกทั้งยังไม่มี งานวิจัยในประเทศไทยที่ทำการศึกษปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้กับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอน ส่วนบุคคล

4. ความตั้งใจเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับความรู้ความสามารถ

ความรู้ความสามารถในการให้บริการ หมายถึง การมีทักษะและความรู้พื้นฐานที่จำเป็นต่อการให้บริการ (Parasuraman, et al., 1990, p.21) โดยวิชาชีพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น ถือว่าเป็นอาชีพในด้านการบริการที่มีความสำคัญ เนื่องจากมีการทำงานใกล้ชิดกับลูกค้า ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นควรมีทักษะความรู้ความสามารถที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ โดยคณะสภาการออกกำลังกายแห่งสหรัฐอเมริกา (American Council on Exercise: ACE) คณะสภาผู้ตรวจสอบสถานออก

กำลังกายแห่งชาติ (National Board of Fitness Examiners: NBF) และกรรมาธิการแห่งชาติเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของอเมริกา (National Commission for Certifying Agencies: NCCA) ได้ให้ข้อกำหนดสามารถสรุปดังต่อไปนี้

1. มีความรู้ความสามารถและทักษะในการทำงาน รวมถึงมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติหน้าที่ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลได้อย่างมืออาชีพ
2. มีความรู้ความสามารถในการปรับปรุงความแข็งแรงของร่างกาย การทำงานของระบบหัวใจและหลอดเลือด ความยืดหยุ่น ภาวะโภชนาการ ที่จะเป็นเครื่องมือในการปรับปรุงสุขภาพ
3. สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกายอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพสูงสุด
4. มีความรู้ที่ทันสมัยต่องานด้านการออกกำลังกาย หมั่นศึกษาหาความรู้ใหม่ จากงานวิจัยทางด้านฟิตเนสเพิ่มเติม และการเข้าใจถึงการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพอยู่เสมอ
5. มีความรู้ในการปฐมพยาบาลและการช่วยเหลือชีวิตเบื้องต้น และมีการต่ออายุใบรับรองฝึกรวมการช่วยเหลือชีวิตเบื้องต้น (CPR) หรือมีทักษะความรู้ในการช่วยเหลือชีวิตด้วยเครื่องกระตุ้นหัวใจกึ่งไฟฟ้า (AED)
6. สามารถเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าทั้งหมดไว้เป็นความลับ
7. สามารถส่งต่อลูกค้าให้ไปปรึกษากับแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญอย่างเหมาะสม
8. สามารถส่งเสริม และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการด้านสุขภาพและการออกกำลังกายสู่สาธารณชน
9. สามารถให้คำแนะนำทางด้านการฝึก ให้กำลังใจ สนับสนุน และสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

โดยจากการที่ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี จึงสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับบริการที่ดี และนำไปสู่ความตั้งใจซื้อโปรแกรมออกกำลังกายในที่สุด (Parasuraman, et al., 1990, p.21) ปัจจัยนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการวิจัยในครั้งนี้

5. ความตั้งใจเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

เนื่งด้วยผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นผู้ที่มีบทบาท ทำงานใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุด จึงเปรียบเสมือน เป็นตัวแทนขององค์กร ในการที่จะให้บริการสอนการออกกำลังกาย และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า สิ่งหนึ่งที่สำคัญและบ่งบอกถึงคุณภาพของผู้ให้บริการ ที่แตกต่างกันนั้นคือบุคลิกภาพ หากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสม อาจทำให้ลูกค้าอาจเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และส่งผลถึงความรู้สึกรังเกียจต่อการให้บริการ ทำให้องค์กรเสียภาพพจน์ที่ดีไปด้วย ซึ่งจะทําให้ไม่เกิดพฤติกรรมซื้อ และอาจมีการบอกต่อในทางที่ไม่ดีอีกด้วย แต่หากผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นมิตร พร้อมทั้งจะให้บริการแก่ลูกค้าแล้ว ลูกค้าจะเกิด

ความพึงพอใจจนถึงเกิดความประทับใจ อันนำมาซึ่งพฤติกรรมการซื้อ ทั้ง ๆ ที่บางครั้งลูกค้าอาจไม่ได้ตั้งใจจะมาซื้อก็ตาม จะเห็นได้ว่าถึงแม้พนักงานจะมีคุณสมบัติอื่นครบ เช่น มีความรู้ ในตัวสินค้าดีมาก มีความชำนาญและมีเทคนิคที่ดีในการขาย แต่หากขาดบุคลิกภาพที่ดีแล้ว ย่อมไม่อาจทำให้เกิดความตั้งใจซื้อของลูกค้าได้ (กนกเพชร ศิริมณีบุญ, 2551)

ดาวรัตน์ แทนรัตน์ (2545, น.14) ได้กล่าวว่าบุคลิกภาพมีความสำคัญต่อการทำงาน โดยเฉพาะบุคคลที่ทำงานด้านการบริการ มีดังต่อไปนี้

1. เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ เช่น เมื่อลูกค้าเดินเข้ามายังพิตเนสเซ็นเตอร์ สิ่งที่ลูกค้าพิจารณาประกอบการเลือกซื้อได้แก่ อุปกรณ์ สถานที่ และผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ถ้าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีบุคลิกที่ไม่ดี อาจมีผลทำให้ไม่อยากจะสมัครใช้บริการได้

2. เป็นการสร้างความประทับใจแรกพบให้กับลูกค้า เช่น ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ แต่งตัวดี เรียบร้อย สะอาดสะอ้าน จะสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับลูกค้า

3. เป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีในการให้บริการ เช่น ทำหน้าตาให้สดใส เพื่อแสดงความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า

4. เป็นการเสริมสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคล เช่น การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ด้วยการมีบุคลิกภาพและอัธยาศัยที่ดี

พิชัย ไชยสงคราม (2554) ได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกภาพที่ดี สร้างความประทับใจครั้งแรกให้กับลูกค้าจะมีผลต่อความรู้สึกของลูกค้าที่จะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าได้ บุคลิกภาพที่ดีจะช่วยให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสามารถขายตนเอง โดยสามารถสร้างความไว้วางใจและความรู้สึกที่ดีต่อลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้การขายประสบความสำเร็จมากขึ้น โดยผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรปรับปรุงบุคลิกภาพให้เหมาะสม ดังนี้

1. ด้านเรือนร่าง สามารถสร้างความประทับใจแรกให้กับลูกค้า เพราะเสื้อผ้าจะแสดงถึงการมีรสนิยมที่ดี แต่ต้องเรียบร้อย สุภาพ ถูกต้องตามกาลเทศะ มีความสะอาด ไม่สกปรกเลอะเทอะ และไม่มีกลิ่นตัว

2. ด้านหน้าตา ใบหน้ามีความสำคัญมากที่สุดในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ใบหน้าของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะต้องมีรอยยิ้ม เพื่อแสดงถึงความเป็นมิตร รวมไปถึงใบหน้าต้องมีความสะอาด มีสุขภาพฟันที่ดี ทรงผมจัดทรงเรียบร้อย และไม่มีกลิ่นปาก

3. ลักษณะร่างกาย มีร่างกายแข็งแรง มีความสง่าผ่าเผย และคล่องแคล่วว่องไว

4. ด้านเสียง ควรมีสำนียงที่น่าฟัง พุดจาชัดเจน มีหางเสียง ใช้คำพูดให้มีความถูกต้อง และควรหัดพุดจาภาษาท้องถิ่น

5. กิริยามารยาท ควรมีกิริยามารยาทที่นอบน้อม พุดคุยกับลูกค้าด้วยความเป็นมิตร พุดจาไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส

จึงกล่าวได้ว่าบุคลิกภาพที่ดีของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมีแนวโน้มที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เกิดความพึงพอใจ และทัศนคติที่ดีในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความตั้งใจซื้อ จึงนำมาศึกษาเป็นตัวแปรอิสระ ในงานวิจัยในครั้งนี้

6. ความตั้งใจเลือกใช้บริการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล ไม่ว่าจะเป็น การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน ระหว่างเจ้านายกับลูกน้อง หรือระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า หากเกิดเป็นความสัมพันธ์ที่ดีแล้ว ก็จะทำให้วัตถุประสงค์ที่มีร่วมกัน สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ (Koontz, 2012)

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดีนั้น จะเกิดจากคุณภาพของการบริการที่ดี โดยลูกค้าจะพิจารณาจากความสำคัญดังต่อไปนี้ (Parasuraman, Zeithaml , & Berry , 1985; ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา , 2547)

1. ความไวใจ หรือความน่าเชื่อถือ คือ ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ ให้บริการตรงกับที่สัญญาไว้กับลูกค้า มีความสม่ำเสมอ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ และสามารถให้ความไว้วางใจได้

2. ความมั่นใจ คือ ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการให้บริการ มีความซื่อสัตย์ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้ารู้สึกมีความมั่นคงปลอดภัย ปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และความลังเลสงสัย

3. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ คือ ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ

4. การสนองตอบลูกค้า คือ ความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็วและยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า

5. ความสะดวก คือ สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย

6. การสื่อสาร คือ การรับฟังลูกค้าและให้ข้อมูลที่เป็นแก่นลูกค้า โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร

7. ความใส่ใจ คือ มีความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจลูกค้าอย่างถ่องแท้

8. ความเข้าใจลูกค้า คือ ความพยายามที่จะทำความรู้จักและเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า

9. ความสุภาพและความเป็นมิตร คือ คุณลักษณะของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าในการแสดงออกถึงความสุภาพ เป็นมิตร เกรงใจ และให้เกียรติลูกค้า (Parasuraman, Zeithaml , & Berry, 1985; ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547)

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของผู้ให้บริการกับลูกค้า เพื่อทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่มีความมั่นคงมากขึ้นนั้น ประกอบไปด้วยองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (Adjei & Clark, 2010)

- ความไว้วางใจ (Trust) เกิดจากการที่ผู้บริโภครู้สึกไว้วางใจในการบริการ เนื่องจากพนักงานให้ข้อมูลที่เป็นความจริง และช่วยแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคได้

- ความพึงพอใจ (Satisfaction) เกิดจากการที่ผู้บริโภครับรู้ถึงการกระทำของผู้ให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจเมื่อความคาดหวังได้รับการตอบสนอง

- ความผูกพัน (Relationship) เกิดจากการที่ผู้บริโภครู้สึกประทับใจ ในการรักษาความสัมพันธ์ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ผู้บริโภครู้สึกว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ทำให้เกิดความจงรักภักดี และทำให้เกิดความตั้งใจซื้ออีกในครั้งต่อไป (Adjei & Clark, 2010)

จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสำคัญ ที่ทำให้เกิดความจงรักภักดี และเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลทำให้เกิดความตั้งใจซื้อ ปัจจัยนี้จึงเป็นตัวแปรอิสระที่สำคัญและน่าสนใจในงานวิจัยในครั้งนี้

7. ความตั้งใจเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นมีต่อผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการได้แก่ ปัจจัย ดังนี้คือ

(1) ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ การรับรู้ ค่านิยม ความพึงพอใจและพฤติกรรมต่าง ๆ ผ่านทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป

(2) ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) ผู้บริโภคยังได้รับอิทธิพลทางสังคมด้วย เช่น ครอบครัว กลุ่มบุคคลทั้งหมดที่มีผลต่อทัศนคติความคิดและพฤติกรรม เช่น เพื่อนที่โรงเรียน เพื่อนร่วมงาน

(3) ปัจจัยบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจและพฤติกรรมจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้วย เช่น ช่วงอายุ อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต (ปรางทิพย์ ยุกวานนท์, 2552) ด้วยเหตุนี้การทำการตลาดของธุรกิจจึงต้องแยกกลุ่มตามประชากรศาสตร์จะประกอบไปด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา การระบุลักษณะของประชากรศาสตร์นั้นจะช่วยให้สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)

โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจก็หาจำเป็นที่ต้องแบ่งแยกลักษณะหรือคุณสมบัติที่แตกต่างกัน เช่น อายุ เพศ พื้นฐานการศึกษา หากแยกรู้ความต้องการของคนแต่ละกลุ่มได้มาก ก็จะสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยมีแนวโน้มทางพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่จะตามมาคือ การซื้อซ้ำ พฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการที่มากขึ้น (Reichheld, 1994)

8. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์

ฟิตเนสเซ็นเตอร์ หมายถึง สถานประกอบการกิจการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ที่มีเครื่องมือ สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และบุคลากรในการให้บริการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การแบ่งขนาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ในประเทศไทยสามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549; จิราภา พึ่งบางกรวย, 2551; ฉัตรชัย มะสุนส์บ และ สิทธา พงษ์พิบูลย์ , 2553)

- ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ (Large Size Fitness Center) มีจำนวนสาขามาก มีพื้นที่มากกว่า 5,000 ตารางเมตร มีเงินที่ใช้ในการลงทุนสูง ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนโดยนักลงทุนชาวต่างชาติ และนักลงทุนรายใหญ่ของไทย จึงมีทรัพยากรเพียงพอในการทำการตลาดอย่างเต็มรูปแบบ มีเป้าหมายในการขยายสาขาที่ชัดเจน รวมทั้งมีกิจกรรมการออกกำลังกายเสริมที่มีความแปลกใหม่แบบต่าง ๆ มากมาย โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ประจำและมีกำลังซื้อมากพอที่จะสามารถจ่ายชำระค่าบริการรายเดือนที่เรียกเก็บในลักษณะเหมาจ่ายรายสามเดือน หรือจ่ายเป็นรายปีได้

- ฟิตเนสเซ็นเตอร์เล็กถึงขนาดกลาง (Small and Medium Size Fitness Center) มีจำนวนสาขาไม่มากนัก ขนาดพื้นที่ระหว่างน้อยกว่า 1,000 ตารางเมตร ถึง 5,000 ตารางเมตร เช่น ฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่อยู่ในโรงแรม หมู่บ้าน หรือย่านธุรกิจการค้า ซึ่งมีขนาดของพื้นที่การให้บริการที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอาจเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการในโรงแรม หรืออยู่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านและบริเวณใกล้เคียง ขณะที่ในส่วนของผู้ใช้บริการ ความทันสมัยของอุปกรณ์และเงินทุนนั้น ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดเล็กถึงขนาดกลางอาจจะมีไม่มากเท่ากับ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ ทำให้โอกาสในการขยายสาขา หรือทำการตลาดอย่างเต็มรูปแบบเป็นไปได้ค่อนข้างจำกัด

-ฟิตเนสเซ็นเตอร์เฉพาะองค์กร (Organization Fitness Center) เป็นการจัดสวัสดิการขององค์กรในด้านการกีฬาให้กับพนักงานในองค์กรส่วนใหญ่เป็นลักษณะขององค์กรขนาดใหญ่ที่มีฐานะทางการเงินที่ดี โดยสมาชิกส่วนใหญ่เป็นบุคลากรภายในองค์กรและครอบครัว จะมีเพียงสาขาเดียวและตั้งอยู่ในอาคาร หรือที่ทำการขององค์กรนั้น บางแห่งมีการรับสมัครที่เป็นบุคคลภายนอกเข้าไปใช้บริการร่วมกับพนักงานในองค์กรด้วย เช่น ฟิตเนสเซ็นเตอร์ในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ยูนิลีเวอร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์

โดยในงานวิจัยในครั้งนี้จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร ผู้ที่ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานครได้แก่ ฟิตเนส เฟิร์สท์, เวอร์จิ้น แอ็คทีฟ, และวี ฟิตเนส เนื่องจากมีมูลค่าทางการตลาดคิดเป็น 90 เปอร์เซ็นต์ของมูลค่าอุตสาหกรรมฟิตเนสเซ็นเตอร์ทั้งหมด (สาวิตรี รินวงษ์, 2559) โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนสาขาทั้งสิ้น 29 สาขา ดังต่อไปนี้

ฟิตเนส เฟิร์สท์ ในกรุงเทพมหานคร มีทั้งสิ้น 18 สาขาได้แก่

1. แพลทินัม แลนด์มาร์ค พลาซ่า
2. แพลทินัม สาทร สแควร์

3. แพลทินัม คิวเฮ้าส์ ลุมพินี
4. แพลทินัม พารากอน
5. แพลทินัม สุขุมวิท 39
6. แพลทินัม AIA แคปปิตอล เซ็นเตอร์
7. เซ็นทรัล บางนา
8. เซ็นทรัล พระราม9
9. เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า
10. เซ็นทรัล พระราม 3
11. เทอมินอล 21
12. ศูนย์การค้าเดอะ พรอมานาด
13. โฮมโปร เพชรเกษม
14. ซีคอน สแควร์
15. เดอะมอลล์ ท่าพระ
16. เดอะมอลล์ บางกะปิ
17. เดอะมอลล์ บางแค
18. เดอะคริสตัล เอกมัยรามอินทรา

เวอร์จิ้น แอ็คทีฟ ในกรุงเทพมหานคร มีทั้งสิ้น 5 สาขาได้แก่

1. เอ็มไพร์ ทาวเวอร์ (แยกสาทร-นราธิวาส, BTS ช่องนนทรี)
2. เอ็มควอเทียร์ (BTS พร้อมพงษ์)
3. เซ็นทรัล อีสต์วิลล์
4. ศูนย์การค้าสยาม ดิสคัฟเวอรี (BTS สถานีสยาม)
5. ถนนวิฑู

วี ฟิตเนส ในกรุงเทพมหานคร มีทั้งสิ้น 6 สาขาได้แก่

1. เมเจอร์ รัชโยธิน
2. สุขุมวิท (เอกมัย)
3. เอสพลานาส (รัชดา)
4. ปิ่นเกล้า
5. เจ อเวนิว (ทองหล่อ 15)
6. วี โฮเทล (พญาไท)

9. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ในงานวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อที่จะเข้าใจบริบทเกี่ยวกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมากขึ้น ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย และบทบาทที่เกี่ยวข้องกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลดังต่อไปนี้

9.1 ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) หมายถึง พนักงานที่ให้คำแนะนำการออกกำลังกาย ซึ่งจะแนะนำวิธีการออกกำลังกายที่ถูกต้องให้กับผู้มาใช้บริการ ฟิตเนสเซ็นเตอร์แห่งใหญ่ ๆ จะมีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้บริการฟรี โดยลักษณะในการให้บริการฟรีนั้น เป็นการจัดโปรแกรมการออกกำลังกายในเบื้องต้น รวมถึงดูแลเรื่องความปลอดภัยในการใช้เครื่องเล่นบางเครื่องเท่านั้น สำหรับการดูแลในการออกกำลังกายเป็นพิเศษ นิยมขายเป็นบริการเสริม คือ โปรแกรมออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (สุทธิมาน สมาริ, 2549)

9.2 บทบาทหน้าที่ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

จะมีการทำงานแบบตัวต่อตัวหรือ กับลูกค้าสองถึงสามคน ซึ่งผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะช่วยลูกค้าในเรื่องการประเมินความแข็งแรงของร่างกาย และการตั้งเป้าหมายในการออกกำลังกาย ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจะมีวิธีที่หลากหลายในการออกกำลังกาย และมีเทคนิคในการออกกำลังกายที่จะช่วยให้ลูกค้าได้รับผลลัพธ์ในการออกกำลังกายอย่างที่ต้องการ นอกจากนี้ยังมีการติดตามพัฒนาการของลูกค้า โดยการประเมินจากความแข็งแรงของร่างกายอีกด้วย (United States Department of Labor, 2010)

9.3 คุณสมบัติของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

กรมการแห่งชาติเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของอเมริกา (NCCA) ได้แนะนำคุณสมบัติของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) ไว้มีดังนี้

1. สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตร 4 ปี ในสาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา, หรือกลุ่มวิชาที่เกี่ยวข้อง หรือสำเร็จการศึกษาหลักสูตร 2 ปีจากวิทยาลัย
2. ได้รับเกียรติบัตรเจ้าหน้าที่ประจำฟิตเนสเซ็นเตอร์ หรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. มีประสบการณ์ในการฝึกงานเกี่ยวกับ การเป็นเจ้าหน้าที่ประจำฟิตเนสเซ็นเตอร์ หรือเป็นผู้แนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกายเป็นรายบุคคล อย่างน้อย 6 เดือน

อาจกล่าวได้ว่าผู้ที่มาทำหน้าที่ดังกล่าว จะต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้ ความสามารถในวิชาชีพที่เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยในประเทศไทยมีหลักสูตรการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีที่เกี่ยวข้อง เช่น หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย เป็นต้น

ดังนั้นฟิตเนสเซ็นเตอร์จึงควรกำหนดคุณสมบัติ ของผู้ที่เข้ามาทำหน้าที่เป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) ซึ่งจบหลักสูตรตามที่กล่าวมาข้างต้น หรือหลักสูตรที่มีการเรียนการสอนสำหรับเป็น ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เพื่อทำหน้าที่ในการแนะนำช่วยเหลือ ผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้บริการ (สุทธิมาน สมานธิ, 2549)

9.4 มาตรฐานการรับรองผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

มีสถาบันที่มีชื่อเสียงและมีมาตรฐานในระดับนานาชาติ ทั้งในไทยและต่างประเทศที่มีการเปิดอบรมประกาศนียบัตรหลักสูตรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยสถาบันที่มีการอ้างอิงในงานวิจัยในมีดังต่อไปนี้

1. วิทยาลัยเวชศาสตร์การกีฬาแห่งอเมริกา (American College of Sport Medicine: ACSM, 2011) เป็นองค์กรด้านเวชศาสตร์การกีฬาที่ใหญ่ที่สุดในโลก ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1954 มีสมาชิกมากกว่า 50,000 คน และมีผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการรับรองมากมายทั่วโลก เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ทางด้านเวชศาสตร์การกีฬา และนำความรู้จากงานวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาการออกกำลังกาย และการปฏิบัติงานทางด้านวิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย และเวชศาสตร์การกีฬา

2. คณะกรรมการออกกำลังกายแห่งสหรัฐอเมริกา (American Council on Exercise: ACE, 2013) คือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัยทำหน้าที่ตรวจสอบอุปกรณ์ในการออกกำลังกายที่ไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่ปลอดภัย ให้ความรู้แก่ชุมชน รวมถึงการออกใบประกาศนียบัตรมาตรฐานของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกกำลังกาย ก่อตั้งขึ้นในปี 1985 เป็นแหล่งวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์ที่ศึกษาอุตสาหกรรมการออกกำลังกาย และการจัดลำดับของความเป็นผู้นำของบริษัทต่าง ๆ ACE เป็นหนึ่งในองค์กรที่ออกใบประกาศนียบัตรที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่ง ที่มีการออกการรับรองไปแล้วมากกว่าห้าหมื่นคนทั่วโลก

3. สถาบันนวัตกรรมการออกกำลังกายแห่งประเทศไทย (Fitness Innovations Thailand: FIT, 2010) เป็นองค์กรที่มุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของสังคมไทยให้ดียิ่งขึ้น ในรูปแบบของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้การออกกำลังกายที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมุ่งเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบวิชาชีพในฟิตเนสเซ็นเตอร์หรือผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personal Trainer) ให้มีความรู้ความสามารถทั้ง ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติให้มีมาตรฐาน เทียบเท่าระดับสากล ผ่านหลักสูตรการฝึกอบรมเฉพาะ ที่มีการสอดแทรกเทคนิควิธีในการออกกำลังกาย การให้บริการหรือคำปรึกษาเกี่ยวกับ การออกกำลังกายแก่สมาชิกหรือบุคคลที่มาใช้บริการ รวมถึงศึกษารูปแบบการออกกำลังกายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่รักการออกกำลังกาย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนประกอบไปด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

(1) ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ

งานวิจัยในประเทศ

เกษศิริรินทร์ กิตติพงษ์ภากรณ์ และจุฑา ดิงศภักดิ์ (2555) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำการออกกำลังกาย โดยทำการสำรวจจากฟิตเนสเซ็นเตอร์เชิงพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 45 แห่ง พบว่าผู้บริหารและสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ให้ความสำคัญในด้านความรู้ทางวิชาการและการเผยแพร่ความรู้ในระดับมาก อาจกล่าวได้ว่าผู้นำการออกกำลังกายควรที่จะเพิ่มพูนความรู้และหมั่นศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพภายนอกและทักษะความรู้ความสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ครูฝึกส่วนตัวในฟิตเนสเซ็นเตอร์ (สิริวิญญ์ สิริศักดิ์เกษมพร, 2558) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่ออกกำลังกายเป็นประจำ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามโดยพบว่าความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล นั้นส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล การออกกำลังกาย จำเป็นจะต้องออกกำลังกายภายใต้การดูแลของผู้ที่มีความรู้เฉพาะด้านเพื่อให้เกิดความปลอดภัยและให้ได้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น และมีความมั่นใจในการใช้บริการ

งานวิจัยต่างประเทศ

D. I. Melton et al. (2010) ได้ทำการศึกษาเรื่องสภาพปัจจุบันของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ตามมุมมองของผู้จัดการในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จากการสนทนากลุ่มโดยพบว่า เหตุผลในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลคือ ความรู้ด้านวิชาการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ผ่านการพิจารณาจากการศึกษา ประกาศนียบัตร ผลลัพธ์ในการออกกำลังกาย เนื่องจากความรู้ความสามารถเป็นสิ่งที่จำเป็นในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่จะประสบความสำเร็จ (เช่น วิธีการออกแบบโปรแกรมการออกกำลังกาย, การจัดการด้านธุรกิจ,จิตวิทยา) โดยการศึกษาที่น่าไปสู่ออกเสนอแนะในการออกใบอนุญาตในการทำงานของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และข้อเสนอแนะในการให้ใบอนุญาตเป็นวิธีการควบคุมและกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมการฝึกอบรมของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต้องเรียนจบหลักสูตรจากมหาวิทยาลัย เพื่อมีความรู้พื้นฐานและได้รับการอบรมก่อนที่จะสอบใบอนุญาต เช่นเดียวกับ นักกายภาพบำบัด และผู้ฝึกสอนกีฬา เพื่อเป็นการป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการออกกำลังกาย โดยพบว่ามีผู้ฝึกส่วนบุคคลจำนวนหนึ่ง ที่ขาดการฝึกอบรมอย่างถูกต้อง ขาดจรรยาบรรณและไม่มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน (เช่น แสดงความคิดเห็นทางเพศอย่างไม่

เหมาะสม, ขาดการเอาใจใส่ลูกค้า, ขาดการทุ่มเทให้กับการทำงาน) ผลที่ตามมาของการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ไร้ความสามารถก็คือ การบาดเจ็บที่เกิดขึ้นกับลูกค้า ความเสียหายและชื่อเสียงที่ไม่ดีของการให้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล หากลูกค้าได้รับบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย หรือประสบปัญหาในด้านการบริการที่ไม่ดีของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ก็จะทำให้ลูกค้าไม่ยอมที่จะใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลคนนั้นอีก โดยในลูกค้าบางรายถึงกับยกเลิกการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และไม่คิดที่จะมาใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอีกเลย ทำให้เกิดความเสียหายกับธุรกิจ เกิดการฟ้องร้องและชื่อเสียงที่ไม่ดีกับฟิตเนสเซ็นเตอร์นั้น ๆ เห็นได้ชัดว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ได้รับการฝึกอบรมโดยเฉพาะด้านชีวกลศาสตร์ สรีรวิทยาการออกกำลังกาย การฝึกสอนด้านกีฬา และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการออกกำลังกาย จะช่วยลดลดปัญหาต่างในเรื่องการบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย และผลเสียที่ไม่ดีต่าง ๆ ต่อฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องมุมมองของผู้หญิงที่มีต่อผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสเซ็นเตอร์ (D. Melton, Dail, Katula, & Mustian, 2011) โดยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยพบว่า นักศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตรวิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย ควรจะสละเวลาหรืออุทิศเวลาเพิ่มขึ้นในการที่จะพัฒนาตนเองให้เป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีคุณภาพและเป็นที่น่าพึงพอใจในอนาคต และงานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์สมรรถนะของผู้ฝึกส่วนบุคคลบุคคลจากความต้องการของตลาดอุตสาหกรรมฟิตเนสเซ็นเตอร์ (Chiu, Lee, & Lin, 2011) ผลจากการวิจัยพบว่า สมรรถนะที่เหมาะสมกับการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับทฤษฎีการออกกำลังกาย
2. ความสามารถในการออกแบบและวางแผนโปรแกรมการออกกำลังกาย
3. ความสามารถในการจัดการและการทำการตลาด
4. ความสามารถในการดูแลอุปกรณ์และสถานที่ให้ปลอดภัยต่อการใช้งาน

(2) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ

งานวิจัยในประเทศ

เกษศิริรินทร์ กิตติพงษ์ภากรณ์ และจุฑา ดิงศภักดิ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้บริหารและสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำการออกกำลังกาย พบว่า ผู้บริหารและสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ให้ความสำคัญในด้านบุคลิกภาพส่วนตัวในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องความเต็มใจจะจ่ายในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในศูนย์ออกกำลังกาย (อนุชิต ทองจินดา, 2557) โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการในศูนย์ออกกำลังกายในย่านปทุมวัน จำนวน 3 แห่งได้แก่ Fitness First, True Fitness, The Olympic Club จำนวน 300 คน ผลที่ได้พบว่าลักษณะรูปร่างของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล มีผลทำให้สมาชิกอยากใช้บริการถึงร้อยละ 97 และคล้ายกับงานวิจัยเรื่องบุคลิกภาพภายนอกและทักษะความรู้ความสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ครูฝึกส่วนตัวในฟิตเนสเซ็นเตอร์ (สิริวิษณุ สิริศักดิ์เกษมพร, 2558) พบว่าบุคลิกภาพส่งผลต่อ

การตัดสินใจเลือกใช้ครูฝึกส่วนตัว โดยมีผู้ให้ความเห็นว่า การที่ครูฝึกส่วนตัวมีบุคลิกภาพที่ดีทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกมีแรงจูงใจในการออกกำลังกายเพราะหวังว่าจะมีรูปร่างที่ดีอย่างครูฝึกส่วนตัว และมีความมั่นใจในการใช้บริการ

งานวิจัยต่างประเทศ

D. I. Melton, Katula, and Mustian (2008) ได้ทำการศึกษาสถานภาพในปัจจุบันของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล: มุมมองอุตสาหกรรมของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในชุมชนตะวันออกเฉียงใต้ขนาดเล็ก โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม จากผลการวิจัยพบว่า เหตุผลในการเลือกใช้งานผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลของลูกค้าคือรูปร่างและรูปร่างของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องสภาพปัจจุบันของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ตามมุมมองของผู้จัดการในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (D. I. Melton et al., 2010) และการศึกษาเรื่องมุมมองของผู้หญิงที่มีต่อผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสเซ็นเตอร์ (D. Melton et al., 2011) นอกจากนี้ยังมีงานของ Hutson (2013) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปร่างและความรู้ทางด้านการดูแลสุขภาพในอุตสาหกรรมการออกกำลังกาย จากงานวิจัยพบว่าลักษณะที่แสดงออกมาภายนอกนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ในการสร้างโอกาสในสังคม ชื่อเสียง เงินทอง และรางวัลต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กับบุคคลที่มีสุขภาพดี มีรูปร่างแข็งแรง รูปร่างหน้าตาดี หรือมีรูปร่างที่เหมาะสมกับตัวเอง เนื่องจากการมีรูปร่างที่ดีเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจ การมีวินัยในตนเอง ความรู้และการปฏิบัติตัวที่ดี

(3) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

งานวิจัยในประเทศ

เกษศิริรินทร์ กิตติพงษ์ภากรณ์ และจุฑา ดิงศภักดิ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้บริหารและสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำการออกกำลังกาย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นว่า ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารนั้นอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารนั้นอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ผู้นำการออกกำลังกายต้องเป็นคนที่มีความสามารถในด้านการสื่อสารดี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้คนรอบข้าง เพราะจะต้องเป็นบุคคลที่สามารถเข้าถึงลูกค้าทุกประเภท รวมถึงต้องสามารถสื่อสารในเรื่องยาก ๆ ให้เข้าใจได้โดยง่าย เช่น หลักวิทยาศาสตร์การกีฬา

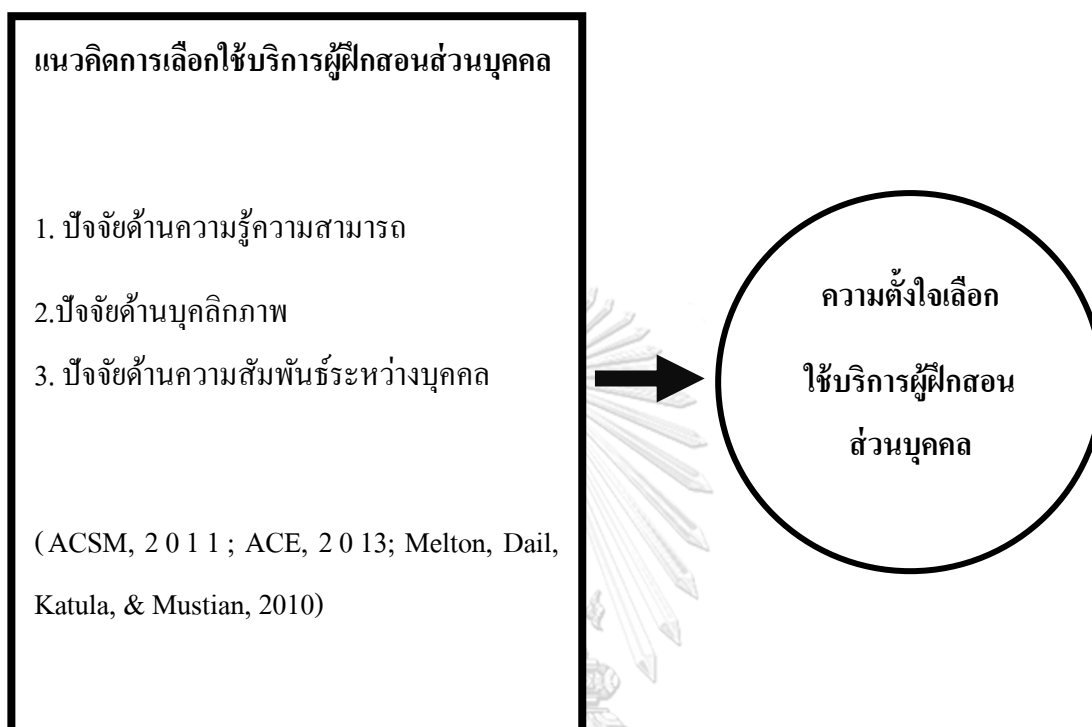
งานวิจัยต่างประเทศ

D. I. Melton, Katula, and Mustian (2008) ได้ทำการศึกษาสถานภาพในปัจจุบันของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล: มุมมองอุตสาหกรรมของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในชุมชนตะวันออกเฉียงใต้ขนาดเล็ก โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (เช่น ทักษะการจูงใจ การเอาใจใส่ ทักษะทางสังคม) ทำให้เกิดคุณภาพที่ดีในการให้บริการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เป็นการ

สร้างความจงรักภักดีให้กับลูกค้า และสามารถรักษาลูกค้าที่มาใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไว้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Brotherton and Evans (2010) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสำคัญของ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรักษาลูกค้าในการบริการ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากงานวิจัย พบว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลคือปัจจัยสำคัญ ในการรักษารัฐกิจและลูกค้าเอาไว้ ดังนั้นลูกค้าควรได้รับการบริการที่มีคุณภาพ ผ่านความเป็นมืออาชีพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยการความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างบุคคล คือปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้เกิดความต่อเนื่องในการฝึกสอน มากกว่าความต้องการ ของลูกค้าที่จะว่าใช้บริการจากชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาลูกค้าเอาไว้ได้ ดังนั้นในการที่จะประสบความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และระบบการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องสภาพปัจจุบัน ของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ตามมุมมองของผู้จัดการในการจ้างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (D. I. Melton et al., 2010) พบว่า เหตุผลในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลประกอบด้วย คือทักษะในการเข้าสังคม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องมุมมองของผู้หญิงที่มีต่อผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสเซ็นเตอร์ (D. Melton et al., 2011) เหตุผลในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ได้แก่ ทักษะในการเข้า สังคม โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้า กับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จะทำให้เกิดความ จงรักภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการ

จากงานวิจัยที่ผ่านมาอาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล นั้นเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล อีกทั้งยังพบว่าในไทยยังไม่เคยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เคยใช้บริการ ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมาก่อน เพื่อที่จะทราบว่าคุณคิดเห็นในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จากผู้ที่เคยใช้บริการแล้ว ว่าคิดเห็นเป็นอย่างไร

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนดรายละเอียดและขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร มีวิธีการวิจัยดังนี้

ประชากร

สมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เชิงพาณิชย์ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเขตเศรษฐกิจหลักของประเทศ เป็นศูนย์กลางด้านอุตสาหกรรมการออกกำลังกาย โดยในการศึกษานี้จะใช้ฟิตเนสเซ็นเตอร์ 3 แบรินด์ใหญ่ในไทยได้แก่ ได้แก่ ฟิตเนส เฟิร์สท์, เวอร์จินแอ็คทีฟ, และวี ฟิตเนส เนื่องจากมีมูลค่าทางการตลาดคิดเป็นร้อยละ 90 ของมูลค่าอุตสาหกรรมฟิตเนสเซ็นเตอร์ทั้งหมด มีจำนวนสาขารวมกันถึง 29 สาขา กระจายไปทั่วกรุงเทพมหานคร และมีสมาชิกรวมกันประมาณ 1 แสนคน (นนทศร ชัยยิ่งยง, 2 มกราคม 2560; สาวิตรี รินวงษ์, 2559) ทั้งนี้มีสมาชิกที่ใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลคิดเป็นประมาณร้อยละ 10 (อรรรรณ เกลียวปฏิทินท์, 2560) ส่งผลให้ประชากรที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอยู่ที่ประมาณ 10,000 คน

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ สมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เชิงพาณิชย์ 3 แบรินด์ใหญ่ในไทยที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรและกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95%

จากเปิดตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) จำนวนประชากร 10,000 คน ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนคิดเป็น 370 คน ทั้งนี้ได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้มากยิ่งขึ้น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้คือสมาชิกสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ 3 แบรินด์ใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้ทำการซื้อโปรแกรมออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

รายละเอียดการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษา ได้แก่ สมาชิกสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ ที่ได้ทำการซื้อโปรแกรมออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

2. กำหนดโควตา (Quota Sampling) จำนวนสาขาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 3 แบรินด์ ได้แก่ ฟิตเนส เฟิร์สท์ มีทั้งสิ้น 18 สาขา, เวอร์จิ้น แอ็คทีฟ มีทั้งสิ้น 5 สาขา, และวี ฟิตเนส มีทั้งสิ้น 6 สาขา โดยคิดตามสัดส่วนสาขาที่เปิดให้บริการในกรุงเทพมหานคร จะได้อัตราส่วนโควตาคือ 4:2:2 คิดเป็น ฟิตเนส เฟิร์สท์ 4 สาขา, เวอร์จิ้น แอ็คทีฟ 2 สาขา, และวี ฟิตเนส 2 สาขา

3. ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากสาขาที่เป็นย่านธุรกิจ เดินทางได้สะดวกติดรถไฟฟ้า

4. จัดสัดส่วนของจำนวนตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. ฟิตเนส เฟิร์สท์ สาขา แพลทินัม แลนด์มาร์ค จำนวน 50 ชุด
2. ฟิตเนส เฟิร์สท์ สาขา แพลทินัม สาทรสแควร์ จำนวน 50 ชุด
3. ฟิตเนส เฟิร์สท์ สาขา แพลทินัม คิวเข้าสู่ลุมพินี จำนวน 50 ชุด
4. ฟิตเนส เฟิร์สท์ สาขา แพลทินัม พารากอน จำนวน 50 ชุด
5. เวอร์จิ้น แอ็คทีฟ สาขา สยามดิสคัฟเวอร์รี่ จำนวน 50 ชุด
6. เวอร์จิ้น แอ็คทีฟ สาขา เอ็มควอเทียร์ จำนวน 50 ชุด
7. วี ฟิตเนส สาขา เจ อเวนิว (ทองหล่อ 15) จำนวน 50 ชุด
8. วี ฟิตเนส สาขา วี โฮเทล (พญาไท) จำนวน 50 ชุด

5. เลือกตัวอย่างของแต่ละกลุ่มโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จากสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้วิจัยและผู้ช่วยเก็บข้อมูลวิจัยจำนวน 2 คน ที่ผ่านการอบรมให้มีความเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับงานวิจัย และแบบสอบถามก่อนทำหน้าที่ช่วยเก็บข้อมูล และมีการทำเอกสารจากทางคณะเพื่อขอเข้าไปเก็บข้อมูลในฟิตเนสเซ็นเตอร์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของ สมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เชิงพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยได้นำงานของ (Malek, Nalbone, Berger, & Coburn, 2002; Pongnatpanich & Visamitanan, 2016; ทัศนทกานต์ ดวงรัตน์, 2553; นฤมล ตอวิเชียร, 2552) มาประยุกต์ใช้ในการทำเครื่องมือในครั้งนี้รวมทั้งศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะเป็นแบบสอบถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจเชิงรายการ (Checklist) ประกอบด้วยเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา เป็นต้น

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการให้คะแนนแบบ Likert Scale เป็นการประเมินการรับรู้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน โดยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยมากที่สุดเห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์ในการให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้นใช้สูตรคำนวณอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ได้ดังนี้

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2542)

$$= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5-1)}{5} = 0.8$$

เมื่อนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย จะนำค่าเฉลี่ยมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เป็นการให้คะแนนแบบ Likert Scale เป็นการประเมินระดับความคิดเห็นความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลโดยแบ่งระดับในการระดับความคิดเห็นเลือกใช้เป็น 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์ในการให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้นใช้สูตรคำนวณอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ได้ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2542)

$$= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5-1)}{5} = 0.8$$

เมื่อนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย จะนำค่าเฉลี่ยมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อ เสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถาม ปลายเปิด (Open Ended)

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยให้เนื้อหาครอบคลุมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
2. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถ ด้านบุคลิกภาพ และ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
3. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบหาความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยได้ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา $IOC=0.99$ และนำมาปรับปรุงให้ถูกต้องและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น และหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อ

ทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตร Alpha Coefficient ของ Cronbach มีค่าความเชื่อมั่น $r=0.91$

4. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อให้เหมาะสม และจึงใช้แบบสอบถามนี้ในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจาก คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ จากฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการตอบแบบสอบถามของสมาชิก

2. วางแผนและเตรียมทีมงานในการเก็บข้อมูล โดยมีการอบรมก่อนปฏิบัติงาน และมีการแนะนำการเก็บแบบสอบถามแก่ทีมงาน ให้มีความเข้าใจในข้อคำถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3. เก็บข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ในอัตราส่วนที่เท่ากันจากฟิตเนสเซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 แห่ง แห่งละ 50 คน

4. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม แล้ว นำไปวิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และเสนอแนะเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับจากการเก็บรวบรวมข้อมูล นำแบบสอบถามมาให้คะแนนรหัส จากนั้นไปวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผล โดยสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์โดยการแจกแจงเป็นความถี่และค่าร้อยละ

2. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

2.1 สถิติทดสอบความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

เป็นการศึกษาหาความสัมพันธ์ของตัวแปรตาม (Y) และตัวแปรต้น ((American Council on Exercise) ที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจะต้องการค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficient) เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรต้น

โดยในการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในสามด้านคือ ความรู้ความสามารถ ด้านบุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยการ

ตรวจสอบจากค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significant Level) ที่ระดับ .05 หากพบว่าค่าความน่าจะเป็น (ค่า p) ของปัจจัยในด้านนั้นต่ำกว่า .05 แสดงว่าปัจจัยด้านนั้นมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และหากค่า β มีผลเป็นบวกแสดงถึงความมีนัยสำคัญ เป็นการสนับสนุนสมมติฐานปัจจัยนั้นจะมีส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

3. การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและสรุป ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษา



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จำนวน 400 คน และนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล โดยผลการวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ เป็นต้น โดยใช้การแจกแจงเป็นความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถ ด้านบุคลิกภาพ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ (n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	159	39.8
หญิง	241	60.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมด 400 คน โดยประกอบไปด้วยเพศชายจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 และเพศหญิงจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2

ตาราง 2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ (n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
18 – 25 ปี	67	16.8
26 – 35 ปี	138	34.5
36 – 45 ปี	99	24.7
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	96	24.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน แบ่งเป็นช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ช่วงอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และช่วงอายุที่มากกว่า 45 ปีขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0

ตาราง 3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ (n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
3. อาชีพ		
นักศึกษา	47	11.7
พนักงานบริษัทเอกชน	174	43.5
ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ	43	10.8
ธุรกิจส่วนตัว	96	24.0
อื่น ๆ	40	10.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยประกอบด้วยนักศึกษา 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 อาชีพข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 อาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตาราง 4 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มรายได้ (n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
4. รายได้		
10,000 – 30,000 บาท	85	21.2
30,001 – 50,000 บาท	105	26.2
50,001 – 100,000 บาท	69	17.3
มากกว่า 100,000 บาท	62	15.5
ไม่ขอให้คำตอบ	79	19.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยประกอบด้วยกลุ่มที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 กลุ่มที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 กลุ่มที่มีรายได้ 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 100,000 บาทจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และกลุ่มที่ไม่ขอให้คำตอบจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8

ตาราง 5 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา (n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	22	5.5
ปริญญาตรี	243	60.7
ปริญญาโท	119	29.8
ปริญญาเอก	16	4.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยประกอบด้วยกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตาราง 6 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนโปรแกรมออกกำลังกายที่ได้ทำการซื้อ (n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
6. จำนวนโปรแกรมออกกำลังกายที่ได้ทำการซื้อ		
ซื้อเป็นโปรแกรมแรก	188	47.0
ซื้อมาแล้ว 2-3 โปรแกรม	128	32.0
ซื้อมาแล้วมากกว่า 3 โปรแกรม	84	21.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยประกอบด้วยกลุ่มที่ซื้อเป็นโปรแกรมแรก จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 กลุ่มที่ซื้อมาแล้ว 2-3 โปรแกรม จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 กลุ่มที่ซื้อมาแล้วมากกว่า 3 โปรแกรม จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0

ตาราง 7 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเป้าหมายในการออกกำลังกาย (n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
7. เป้าหมายในการออกกำลังกาย		
เพื่อเพิ่มสมรรถภาพในการเล่นกีฬา	28	7.0
เพื่อรักษารูปร่าง ลดน้ำหนัก	171	42.8
เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง	148	37.0
เพื่อเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ	53	13.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 7 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยประกอบด้วยกลุ่มที่เพิ่มสมรรถภาพในการเล่นกีฬา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 กลุ่มที่รักษารูปร่าง ลดน้ำหนัก จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 กลุ่มที่มีเป้าหมายเพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และกลุ่มที่มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2

ตาราง 8 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
8. ความบ่อยในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล		
น้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์	190	47.5
3 -5 วัน ต่อสัปดาห์	171	42.8
มากกว่า 5 วัน ต่อสัปดาห์	39	9.7
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยประกอบด้วยกลุ่มที่ออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลน้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 กลุ่มที่ออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล 3 -5 วัน ต่อสัปดาห์ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 และกลุ่มที่มีออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมากกว่า 5 วัน ต่อสัปดาห์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ตาราง 9 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาในการออกกำลังกายของคุณกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในแต่ละครั้ง (n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
9. เวลาในการออกกำลังกายของคุณกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในแต่ละครั้ง		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	30	7.5
1 ชั่วโมง	225	56.2
มากกว่า 1 ชั่วโมง	145	36.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 9 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยประกอบด้วยกลุ่มที่ใช้เวลาในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลครั้งละน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 กลุ่มที่ใช้เวลาในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลครั้งละ 1 ชั่วโมง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 และกลุ่มที่ใช้เวลาในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลครั้งมากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3

ส่วนที่ 2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต่อการเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความรู้ความสามารถที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่น้อยกว่า 5 ปี	3.69	0.88	เห็นด้วยมาก
2. จบการศึกษาในระดับระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย	3.80	0.83	เห็นด้วยมาก
3. ผ่านการอบรมหลักสูตรที่สำคัญเกี่ยวกับการออกกำลังกายไม่ต่ำกว่า 4 หลักสูตร เช่น กายวิภาคศาสตร์, ชีวกลศาสตร์, การจัดโปรแกรมการออกกำลังกาย, สรีรวิทยา, โภชนาการการออกกำลังกาย และการควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น	3.94	0.79	เห็นด้วยมาก
4. จบการอบรมหลักสูตรประกาศนียบัตรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ เช่น เช่น วิทยาลัยเวชศาสตร์การกีฬาแห่งอเมริกา, คณะสหการการออกกำลังกายแห่งสหรัฐอเมริกา เป็นต้น	3.65	1.00	เห็นด้วยมาก
รวม	3.74	0.70	เห็นด้วยมาก

ส่วนที่ 2.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านบุคลิกภาพภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต่อการเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านบุคลิกภาพภาพที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีการรักษารูปร่าง หน้าตาให้สะอาดอยู่เสมอ	4.17	0.68	เห็นด้วยมาก
2. มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และดูแลรูปร่างให้เหมาะสมกับการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	4.23	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด
3. กริยาท่าทางดูดี ส่างผ่าเผย และคล่องแคล่วว่องไว	4.23	0.67	เห็นด้วยมากที่สุด
4. การแต่งกายที่ดูดี เหมาะสมกับกาลเทศะ	4.22	0.70	เห็นด้วยมากที่สุด
5. พูดจาด้วยถ้อยคำที่สุภาพ เหมาะสมกับกาลเทศะ และบุคคล	4.44	0.63	เห็นด้วยมากที่สุด
6. ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมาปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	4.37	0.64	เห็นด้วยมากที่สุด
7. มีความเชื่อมั่นในตนเอง	4.33	0.63	เห็นด้วยมากที่สุด
8. มีทักษะการนำเสนอ และทักษะในการสื่อสารที่ดี	4.45	0.60	เห็นด้วยมากที่สุด
9. เป็นผู้รักษาความลับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี	4.46	0.67	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.32	0.50	เห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนที่ 2.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต่อการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เอาใจใส่ต่อลูกค้าในการให้บริการ รวมถึงการให้คำปรึกษา	4.51	0.56	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ใช้เวลาในการสอน และให้คำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	4.44	0.61	เห็นด้วยมากที่สุด
3. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง อ่อนน้อม ให้เกียรติและเป็นมิตร	4.53	0.56	เห็นด้วยมากที่สุด
4. มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ	4.54	0.56	เห็นด้วยมากที่สุด
5. มีริยาบมารยาทที่ดีในขณะปฏิบัติงาน	4.51	0.58	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.50	0.48	เห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ ความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. คุณได้วางแผนว่าจะซื้อคอร์สออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอีกในอนาคต	3.79	0.83	เห็นด้วยมาก
2. คุณตั้งใจที่จะซื้อคอร์สออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในอนาคต	3.80	0.83	เห็นด้วยมาก
3. คุณคาดว่าจะซื้อคอร์สออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในอนาคต	3.78	0.83	เห็นด้วยมาก
รวม	3.80	0.80	เห็นด้วยมาก

ตอนที่ 4 ทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือการหาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตารางที่ 14

สมมติฐานงานวิจัยที่ 1 ความรู้ความสามารถมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานงานวิจัยที่ 2 บุคลิกภาพมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานงานวิจัยที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับ (Adjusted R^2) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ส่งต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

Model	R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate
Enter	0.390	0.152	0.146	0.746

Predictors: (Constant), X_1 , X_2 , X_3

จากตารางที่ 14 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.390 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) มีค่า 0.152 แสดงว่าตัวแปรปัจจัยบุคลิกภาพทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ (x_1) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (x_2) และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (x_3) สามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคได้ร้อยละ 15.2 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์มีค่าเท่ากับ 0.746

ตารางที่ 15 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ระหว่างปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ด้านบุคลิกภาพ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการ

Source of variation	SS	Df	MS	F	p
Regression	39.664	3	13.221	23.727	.000
Residual	220.663	396	.557		
Total	260.326	399			

* ที่มึนัยสำคัญทางสถิติ < .05

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ พบว่ามีค่า p มีค่าน้อยกว่า 0.05 ($p = .000$) แสดงว่าปัจจัยบุคลิกภาพทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ (x_1) และ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (x_2) และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (x_3) ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่าง ($n=400$)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	B	Std. Error	T	Sig.
ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ (x_1)	.276*	.057	4.842	.000
ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (x_2)	-.056	.099	-5.58	.577
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (x_3)	.451*	.101	4.455	.000

R = 0.390, Adjusted R² = 0.152, F = 23.727 (p=0.000)

ค่าระดับนัยสำคัญที่ .05 (* $p < .05$)

จากตารางที่ 16 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในรูปของคะแนนมาตรฐาน (β) มีค่าเป็นบวก 0.276 ถึง 0.451 และมีค่าเป็นลบ ในด้านบุคลิกภาพ -0.056 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร

ความตั้งใจในการเลือกให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่มีค่าทางบวกสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (X3) รองลงมาคือปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ (x1) ส่วนปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (x2) ได้ค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ

ตอนที่ 7 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

ตารางที่ 17 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐาน	ผลการทดสอบ
1.ความรู้ความสามารถมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	สอดคล้อง
2.บุคลิกภาพมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	ไม่สอดคล้อง
3.ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	สอดคล้อง

ผลการทดสอบสมมุติฐานตามตารางที่ 17

จากผลการศึกษาสมมุติฐานงานวิจัยสามารถสรุปได้ว่า สมมุติฐานที่ 1 และสมมุติฐานที่ 3 คือ ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นมีแนวโน้มส่งผลความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยในด้านที่มีแนวโน้มส่งผลมากที่สุดคือด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รองลงมาคือด้านความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ส่วนสมมุติฐานงานที่ 2 คือปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล นั้นไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จากสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้น ร้อยละ 100.00 มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาช (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.928 ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

การตรวจสอบเครื่องมือผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ค่าความตรงจากการตรวจสอบด้วยการหาค่า IOC เท่ากับ 0.99 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความเที่ยง (Reliability Test) โดยทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.91 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามและจะรับแบบสอบถามกลับคืนที่กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อย ใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 1 เดือน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองพร้อมกับผู้ช่วยการวิจัยอีก 2 คน จากฟิตเนสเซ็นเตอร์ทั้ง 8 แห่ง ที่ได้กำหนดไว้ทีละ 50 ชุด รวมทั้งสิ้น 400 ชุด ผู้วิจัยเสนอผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

5.1.1 สรุปข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 และเพศหญิงจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 ช่วงอายุแบ่งเป็นช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ช่วงอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และช่วงอายุที่มากกว่า 45 ปีขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24

โดยอาชีพประกอบด้วยนักศึกษา 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 อาชีพข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 อาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ในเรื่องรายได้ประกอบด้วยกลุ่มที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 กลุ่มที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 กลุ่มที่มีรายได้ 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 100,000 บาทจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และกลุ่มที่ไม่ขอให้คำตอบจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8

ระดับการศึกษาประกอบด้วยกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอกจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

จำนวนโปรแกรมออกกำลังกายที่ได้ทำการซื้อประกอบด้วยกลุ่มที่ซื้อเป็นโปรแกรมแรกจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 กลุ่มที่ซื้อมาแล้ว 2-3 โปรแกรม จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 กลุ่มที่ซื้อมาแล้วมากกว่า 3 โปรแกรม จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0

เป้าหมายในการออกกำลังกายของผู้ใช้บริการประกอบด้วยกลุ่มที่เพิ่มสมรรถภาพในการเล่นกีฬา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 กลุ่มที่รักษารูปร่าง ลดน้ำหนัก จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 กลุ่มที่มีเป้าหมายเพื่อสุขภาพที่แข็งแรง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และกลุ่มที่มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2

ความบ่อยในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลประกอบด้วยกลุ่มที่ออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลน้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 กลุ่มที่ออกกำลังกาย

กายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล 3-5 วัน ต่อสัปดาห์ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 และกลุ่มที่มีออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมากกว่า 5 วัน ต่อสัปดาห์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ระยะเวลาในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในแต่ละครั้งประกอบด้วยกลุ่มที่ใช้เวลาในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลครั้งละน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 กลุ่มที่ใช้เวลาในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลครั้งละ 1 ชั่วโมง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 และกลุ่มที่ใช้เวลาในการออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลครั้งมากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 เมื่อพิจารณาวิจัยพบว่า

5.1.2 ความคิดเห็นปัจจัยด้านความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต่อการเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Expertise) ทั้ง 4 ปัจจัย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ 1. ผ่านการอบรมหลักสูตรที่สำคัญเกี่ยวกับการออกกำลังกายไม่ต่ำกว่า 4 หลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 3.94) 2. จบการศึกษาในระดับระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) 3. จบการอบรมหลักสูตรประกาศนียบัตรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ 4. ประสบการณ์ในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่น้อยกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.60) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74) เมื่อพิจารณาวิจัยพบว่า

5.1.2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยมีความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง ผ่านการอบรมหลักสูตรที่สำคัญเกี่ยวกับการออกกำลังกายไม่ต่ำกว่า 4 หลักสูตร เช่น กายวิภาคศาสตร์, ชีวกลศาสตร์, การจัดโปรแกรมการออกกำลังกาย, สรีรวิทยา, โภชนาการการออกกำลังกายและการควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ จบการศึกษาในระดับระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) และน้อยที่สุดคือประสบการณ์ในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่น้อยกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีความคิดเห็นทุกข้ออยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

5.1.3 ความคิดเห็นต่อด้านบุคลิกภาพภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต่อการเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Personality) ทั้ง 9 ปัจจัย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่

1. เป็นผู้รักษาความลับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.46) 2. มีทักษะการนำเสนอและทักษะในการสื่อสารที่ดีค่าเฉลี่ย (ค่าเฉลี่ย 4.45) 3. พุดจาด้วยถ้อยคำที่สุภาพเหมาะสมกับกาลเทศะและบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.44) 4. ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมาปฏิบัติงานตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.37) 5. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.33) 6. มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และดูแลรูปร่างให้เหมาะสมกับการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.23) 7. กริยาท่าทางดูดี สง่าผ่าเผย และคล่องแคล่วว่องไว (ค่าเฉลี่ย 4.23) 8. การแต่งกายที่ดูดีเหมาะสมกับกาลเทศะ (ค่าเฉลี่ย 4.22) 9. มีการรักษารูปร่าง หน้าตาให้สะอาดอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.32) เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่า

5.1.3.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านปัจจัยบุคลิกภาพภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นมากที่สุดประเด็นของ เป็นผู้รักษาความลับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ มีทักษะการนำเสนอและทักษะในการสื่อสารที่ดีค่าเฉลี่ย (ค่าเฉลี่ย 4.45) และน้อยที่สุดคือ มีการรักษารูปร่าง หน้าตาให้สะอาดอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

5.1.4 ความคิดเห็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต่อการเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล (Interpersonal Relationships) ทั้ง 5 ปัจจัย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ 1. มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) 2. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง อ่อนน้อม ให้เกียรติและเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.53) 3. เอาใจใส่ต่อลูกค้าในการให้บริการ รวมถึงการให้คำปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.51) 4. มีกริยามารยาทที่ดี ในขณะที่ปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.51) และ 5. ให้ความสำคัญในการสอน และให้คำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.44) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.50) เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่า

5.1.4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล โดยมีความคิดเห็นมากที่สุดเรื่อง มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมาคือการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเองอ่อนน้อม ให้เกียรติและเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.53) และน้อยที่สุดคือ ให้ความสำคัญในการสอน และให้คำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.44) มีความคิดเห็นทุกข้ออยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

5.1.4 ความคิดเห็นต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมากที่สุดในส่วนของการคิดว่าซื้อคอร์สออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในอนาคต โดยมีค่าเฉลี่ย 3.82 หมายถึงเห็นด้วยมาก รองลงมาคือ ตั้งใจที่จะซื้อคอร์สออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในอนาคต โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 หมายถึงเห็นด้วยมาก และน้อยสุดคือ ได้วางแผนว่าจะซื้อคอร์สออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอีกในอนาคต โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 หมายถึงเห็นด้วยมาก

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งการอภิปรายออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผลจากการศึกษาพบว่า ความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เนื่องจากในการดูแลสุขภาพนั้นจำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องของทฤษฎีและปฏิบัติที่ถูกต้องจึงจะทำให้การออกกำลังกายนั้น ๆ สมฤทธิ์ผล อีกทั้งความรู้ในเรื่องของการดูแลสุขภาพนั้นมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่หมั่นศึกษาหาความรู้ และฝึกพัฒนาความสามารถของตนเองตลอดเวลา ก็เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค โดยมีการศึกษาที่สนับสนุนงานวิจัยดังนี้ 1) D. I. Melton et al. (2011) กล่าวว่าเหตุผลในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลของลูกค้าคือ ความรู้ด้านวิชาการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ผ่านการพิจารณาจากการศึกษา ประกาศนียบัตร ผลลัพธ์ที่ได้จากการออกกำลังกาย ดังนั้นความรู้ความสามารถจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่จะประสบความสำเร็จ 2) เกษศิริพันธ์ กิตติพงษ์ภากรณ์ และ จุฑา ดิงศภัทย์ (2555) กล่าวว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรที่จะเพิ่มพูนความรู้และหมั่นศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพ 3) สิริวิชัย สิริศักดิ์เกษมพร (2558) กล่าวว่าความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล นั้นส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล การออกกำลังกาย จำเป็นจะต้องออกกำลังกายภายใต้การดูแลของผู้ที่มีความรู้เฉพาะด้านเพื่อให้เกิดความปลอดภัยและให้ได้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น และมีความมั่นใจในการใช้บริการ 4) Malek, Nalbone, Berger, and Coburn (2002) ที่กล่าวว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลควรมีพื้นฐานความรู้ที่ดีในด้านวิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย โดยสามารถทำงาน

ที่สุดผ่านทางการศึกษาจากระดับมหาวิทยาลัย นอกจากนี้การออกไปประกาศนียบัตรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จะพบได้ว่าแต่ละองค์กรนั้นมีมาตรฐานที่ไม่เท่ากัน ในการออกไปรับรอง โดย American College of Sport Medicine (ACSM) หรือ National Strength and Conditioning Association (NSCA) จะรับผู้สมัครที่จบจากทางมหาวิทยาลัยในสาขาที่เกี่ยวข้องมาอบรมเท่านั้น จึงทำให้มีระดับความรู้เรื่องการออกกำลังกายที่ดีกว่าการรับรองจากองค์กรที่อื่น ๆ และการสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรที่ออกไปประกาศนียบัตรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ควรกำหนดหลักสูตรตามระดับมหาวิทยาลัยให้มีวิชาหลักขั้นต่ำ 4 วิชาเช่น กายวิภาคศาสตร์, ชีวกลศาสตร์, การจัดโปรแกรมการออกกำลังกาย, สรีรวิทยา, โภชนาการการออกกำลังกายและการควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น โดยจากงานวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากที่สุดและมีผลสำคัญในการที่จะเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

2. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล อาจเนื่องมาจากในการคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในฟิตเนสเซ็นเตอร์ต่าง ๆ นั้นมีมาตรฐานในการคัดเลือกพนักงานที่ใกล้เคียงกัน ทั้งทางด้านทัศนคติและบุคลิกภาพที่คล้ายคลึงกัน จึงทำให้ในเรื่องบุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อนั้นไม่แตกต่างกัน และในการสอนของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นอาจมีการจูงใจทั้งในทางลบ การใช้น้ำเสียงที่ดัง หรือมีคำพูดที่ใช้กระตุ้นในทางลบ โดยในการศึกษาของ ณัฐฐา จันทร์จรัสวงษ์ (2558) กล่าวว่า บุคลิกภาพที่แตกต่างกันของพนักงานขายนั้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ผลในลักษณะเดียวกัน แต่ผลที่ได้นั้นไปขัดแย้งกับการศึกษาในหลายงานวิจัยดังนี้ 1) สิริวิชญ์ สิริศักดิ์เกษมพร (2558) ที่กล่าวว่า บุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล บุคลิกภาพที่ดีจะทำให้ลูกค้ารู้สึกมีแรงจูงใจในการออกกำลังกายเพราะหวังว่าจะมีรูปร่างที่ดีอย่างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล และมีความมั่นใจในการใช้บริการ 2) Melton, Dail, Katula, and Mustian (2011) ที่กล่าวว่า เหตุผลในการเลือกใช้งานผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลของลูกค้าคือรูปร่างและรูปร่างของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล 3) Hutson (2013) กล่าวว่า บุคลิกภาพนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ในการสร้างโอกาสในสังคม ชื่อเสียง เงินทอง และรางวัลต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับบุคคลที่มีสุขภาพดี มีร่างกายแข็งแรง รูปร่างหน้าตาดี หรือมีรูปร่างที่เหมาะสม

เนื่องจากการมีรูปร่างที่ดีเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจ การมีวินัยในตนเอง ความรู้และการปฏิบัติตัวที่ดีของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

3. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ผลจากการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เนื่องจากเป็นอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการบริการ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รวมถึงความกระตือรือร้นเต็มในการให้บริการนั้น มีความสำคัญอย่างมีที่ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และอยากกลับที่จะมาใช้บริการอีก โดยผลการศึกษาที่สนับสนุนงานวิจัยมีดังต่อไปนี้ 1) Melton, Katula, and Mustian (2008) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทำให้เกิดคุณภาพที่ดีในการให้บริการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล เป็นการสร้างความจงรักภักดีให้กับลูกค้า จึงสามารถรักษารฐานลูกค้าที่มาใช้บริการไว้ได้ 2) Brotherton and Evans (2010) ที่กล่าวว่าลูกค้าควรได้รับการบริการที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดความพึงพอใจ โดยใช้ความเป็นมืออาชีพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลและความรู้ที่มีอยู่ ควบคู่ไปกับระบบการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลกับลูกค้า คือปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้เกิดความต่อเนื่องในการฝึกสอน มากกว่าความต้องการของลูกค้าที่จะใช้บริการจากชื่อเสียงของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาลูกค้าเอาไว้ และเป็นสิ่งสำคัญมากที่ทำให้ธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ประสบความสำเร็จในระยะยาว 3) D. Melton, Dail, Katula, and Mustian (2011) กล่าวว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลคือการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้า และจะทำให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการในที่สุด

งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล จากสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอย่างแท้จริง เป็นแนวทางของผู้ที่ต้องการจะเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล สามารถนำผลวิจัยไปพัฒนาตนเองให้มีคุณลักษณะที่เหมาะสมตาม มอบให้กับฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่สนใจ ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มาใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกบุคคลากรเข้าทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และการแข่งขันที่สูงขึ้นได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ และสุดท้ายนำไปมอบให้กับสถาบันการศึกษาที่สนใจ ในการสร้างบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา หรือด้านการออกกำลังกาย ออกไปปรับใช้สังคมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1. สถาบันการศึกษาและสถาบันการอบรมผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในด้านความรู้ความสามารถ ควรจะให้ความสำคัญในการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย เช่น กายวิภาคศาสตร์, ชีวกลศาสตร์, การจัดโปรแกรมการออกกำลังกาย, สรีรวิทยา, โภชนาการการออกกำลังกายและการควบคุมน้ำหนัก เพื่อที่จะให้ผู้เรียน มีความรู้ในการทำงาน ในการพัฒนาความรู้ของตนเอง และที่สำคัญเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทยให้มีสุขภาพที่แข็งแรง ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ควรจะเพิ่มเวลาในการฝึกปฏิบัติในการดูแลลูกค้า และมีการฝึกอบรมในเรื่องของเต็มใจในการให้บริการ เพื่อที่จะผลิตบุคลากรตามที่ผู้บริโภคต้องการ

2. ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในการคัดเลือกพนักงานควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงานที่ได้ผ่านการอบรมหลักสูตรที่สำคัญเกี่ยวกับการออกกำลังกายอย่างน้อย 4 หลักสูตร เช่น กายวิภาคศาสตร์, ชีวกลศาสตร์, การจัดโปรแกรมการออกกำลังกาย, สรีรวิทยา หรือคัดเลือกจากนิสิต นักศึกษา ที่ได้จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดหลักสูตรการสอนที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การพิจารณาคัดเลือกผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลของลูกค้านั้น ลูกค้านั้นจะพิจารณาว่าผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง อ่อนน้อม ให้เกียรติและเป็นมิตรหรือไม่ และให้ความสำคัญในเรื่องของ ความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ เนื่องจากการทำงานในอาชีพผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลนั้นเป็นงานบริการ ลูกค้านั้นจึงควรได้รับการบริการที่ดีที่สุด สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในการคัดเลือกพนักงานควรให้ความสำคัญในเรื่องของการดูแลและให้บริการลูกค้าเป็นสำคัญ โดยสังเกตจากการแสดงออกที่อยู่ต่อหน้าลูกค้า และเวลาในการปฏิบัติงานจริง

3. ผู้ที่สนใจจะประกอบอาชีพผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ควรให้ความสำคัญในการศึกษาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายให้ และควรศึกษาหาความรู้จาก ในมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย ก็จะเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือได้อีกด้วย ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลผู้ที่ต้องการจะเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ควรจะให้ความสำคัญในเรื่องของการให้บริการ

ลูกค้า มีความเป็นมิตรให้เกียรติลูกค้ามีความกระตือรือร้นในการทำงาน และที่สำคัญจะต้องมีจิตใจที่รักในงานบริการอย่างเต็มเปี่ยม เพื่อที่จะให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกด้วยความเต็มใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในงานในงานวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาในเรื่องคุณภาพในการให้บริการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ว่ามีความสำคัญอย่างไรต่อการซื้อซ้ำ หรือพิจารณาในเรื่องของราคาค่าสมาชิก และค่าบริการของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลว่ามีความสัมพันธ์อย่างไรกับสถานที่ในการให้บริการ



แบบสอบถาม
เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในเขต
กรุงเทพมหานคร
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
2. แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 2) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล
3. แบบสอบถามฉบับนี้ใช้สำหรับการศึกษาวิจัยเท่านั้น การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่มีการกระทบต่อท่านแต่อย่างใด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง () ที่ตรงกับคุณมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

() ซ้อมมาแล้วมากกว่า

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() 18-25 ปี () 26-35 ปี
 () 36-45 ปี () 45 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

() นักศึกษา () พนักงานบริษัทเอกชน
 () ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ () ธุรกิจส่วนตัว () อื่น ๆ

4. รายได้

- () 10,000 – 30,000 บาท () 30,001 – 50,000 บาท
 () 50,001 – 100,000 บาท () มากกว่า 100,000 บาท () ไม่ขอให้คำตอบ

5. ระดับการศึกษาสูงสุดหรือเทียบเท่าของคุณคือ

- () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
 () ปริญญาโท () ปริญญาเอก

6. จำนวนโปรแกรมการออกกำลังกายที่คุณได้ทำการซื้อกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลทั้งในอดีตและปัจจุบัน

- () ซื้อเป็นโปรแกรมแรก () ซื้อมาแล้ว 2-3 โปรแกรม
 () ซื้อมาแล้วมากกว่า 3 โปรแกรม

7. เป้าหมายในการออกกำลังกายของคุณคือ

- () เพื่อเพิ่มสมรรถภาพในการเล่นกีฬา () เพื่อรักษารูปร่าง ลดน้ำหนัก
 () เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง () เพื่อเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ

8. คุณออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลบ่อยแค่ไหน

- () น้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์
 () 3 -5 วัน ต่อสัปดาห์
 () มากกว่า 5 วัน ต่อสัปดาห์

9. เวลาในการออกกำลังกายของคุณกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในแต่ละครั้ง

- () น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () 1 ชั่วโมง () มากกว่า 1 ชั่วโมง

**ส่วนที่ 2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านทักษะความรู้ความสามารถต่อความตั้งใจ
เลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล**

คำชี้แจง : จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลดังต่อไปนี้ มีส่วน
ทำให้คุณเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ความรู้ความสามารถ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลไม่น้อยกว่า 5 ปี					
2. จบการศึกษาในระดับระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย					
3. ผ่านการอบรมหลักสูตรที่สำคัญเกี่ยวกับการออกกำลังกายไม่ต่ำกว่า 4 หลักสูตร เช่น ภายวิภาคศาสตร์, ชีวกลศาสตร์, การจัดโปรแกรมการออกกำลังกาย, สรีรวิทยา, โภชนาการการออกกำลังกายและการควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น					
4. จบการอบรมหลักสูตรประกาศนียบัตรผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ เช่น เช่น วิทยาลัยเวชศาสตร์การกีฬาแห่งอเมริกา, คณะสหการออกกำลังกายแห่งสหรัฐอเมริกา เป็นต้น					

ส่วนที่ 2.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านบุคลิกภาพภาพต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำชี้แจง : จากประสบการณ์ที่ผ่านมา บุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้มีส่วนทำให้คุณเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

บุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. มีการรักษารูปร่าง หน้าตาให้สะอาด อยู่เสมอ					
2. มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และดูแลรูปร่างให้เหมาะสมกับการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล					
3. กริยาท่าทางดูดี สง่าผ่าเผย และคล่องแคล่วว่องไว					
4. การแต่งกายที่ดูดี เหมาะสมกับกาลเทศะ					
5. พูดจาด้วยถ้อยคำที่สุภาพ เหมาะสมกับกาลเทศะและบุคคล					
6. ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมาปฏิบัติงานตรงต่อเวลา					
7. มีความเชื่อมั่นในตนเอง					
8. มีทักษะการนำเสนอ และทักษะในการสื่อสารที่ดี					
9. เป็นผู้รักษาความลับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี					

**ส่วนที่ 2.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อความตั้งใจ
เลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล**

คำชี้แจง : จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้
มีส่วนทำให้คุณเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. เอาใจใส่ต่อลูกค้าในการให้บริการ รวมถึงการให้คำปรึกษา					
2. ใช้เวลาในการสอน และให้คำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน					
3. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง อ่อนน้อม ให้เกียรติและเป็นมิตร					
4. มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ					
5. มีกิริยามารยาทที่ดีในขณะปฏิบัติงาน					

บรรณานุกรม

- Adjei, M. T., & Clark, M. N. (2010). Relationship marketing in A B2C context: The moderating role of personality traits. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(1), 73-79. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2009.10.001>
- American College of Sport Medicine. (2011). Selecting and Effectively Using a Personal Trainer. <https://www.acsm.org/docs/default-source/brochures/selecting-and-effectively-using-a-personal-trainer.pdf>
- American Council on Exercise. (2013). How to Choose the Right Personal Trainer. Retrieved from <https://www.acefitness.org/education-and-resources/lifestyle/blog/6624/how-to-choose-the-right-personal-trainer>
- Brand Buffet. (12 June 2017). Fitness First Success Factors. Retrieved from <https://www.brandbuffet.in.th/2017/06/fitness-first-success-factors>
- Brotherton, J., & Evans, C. (2010). The importance of the trainer: factors affecting the retention of clients in the training services sector. *Industrial and commercial training*, 42(1), 23-31.
- Chiu, W.-Y., Lee, Y.-D., & Lin, T.-Y. (2011). Innovative services in fitness clubs: personal trainer competency needs analysis. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 3(3), 317.
- Das, G. (2014). Linkages of retailer personality, perceived quality and purchase intention with retailer loyalty: A study of Indian non-food retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(3), 407-414.
- Fitzsimons, G. J., & Morwitz, V. G. (1996). The effect of measuring intent on brand-level purchase behavior. *Journal of Consumer Research*, 23(1), 1-11.
- Hjelle, L. A., & Ziegler, D. J. (1992). *Personality theories: Basic assumptions, research, and applications*: McGraw-Hill Humanities, Social Sciences & World Languages.
- Howard, J. A. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy*: Prentice Hall.
- Hutson, D. J. (2013). "Your body is your business card": Bodily capital and health authority in the fitness industry. *Social Science & Medicine*, 90, 63-71. doi:<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2013.05.003>

- Koontz, H. (2012). *Essentials of management*: Tata McGraw-Hill Education.
- Malek, M. H., Nalbone, D. P., Berger, D. E., & Coburn, J. W. (2002). Importance of health science education for personal fitness trainers. *The Journal of Strength & Conditioning Research*, 16(1), 19-24.
- Melton, D., Dail, T. K., Katula, J. A., & Mustian, K. M. (2011). Women's perspectives of personal trainers: a qualitative study. *The sport journal*, 14(1).
- Melton, D. I., Dail, T. K., Katula, J. A., & Mustian, K. M. (2010). The current state of personal training: Managers' perspectives. *The Journal of Strength & Conditioning Research*, 24(11), 3173-3179.
- Melton, D. I., Katula, J. A., & Mustian, K. M. (2008). The current state of personal training: An industry perspective of personal trainers in a small southeast community. *Journal of strength and conditioning research/National Strength & Conditioning Association*, 22(3), 883.
- Pace, R., & Faules, D. (1994). *Organization Communication*. Ed. Ke 3: Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall.
- Reichheld, F. F. (1994). Loyalty and the renaissance of marketing. *Marketing Management*, 2(4), 10.
- United States Department of Labor. (2010). *Occupational Outlook Handbook, 2010-11 Edition*. Retrieved from <http://www.bls.gov>
- เกษศิริรินทร์ กิตติพงษ์ภากรณ์ และจุฑา ดิงศภัฑิย์. (2555). ความคิดเห็นของผู้บริหารและสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำการออกกำลังกาย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กนกเพชร ศิริมณีบุญ. (2551). บุคลิกภาพและค่านิยมในงานบริการการขายของพนักงานขายหน้าร้าน: กรณีศึกษาห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กมลรัฐ อินทรทัศน และพรทิพย์ เย็นจะบก. (2547, 14 พฤศจิกายน 2557). ศิลปะการดำเนินชีวิต. Retrieved from <https://pirun.ku.ac.th/~agrpct/practise/practise.html>
- กษิตติ สุวรรณอำไพ. (13 มิถุนายน 2559). มีเทรนเนอร์ช่วยคิด เพิ่มความฟิตให้สุขภาพการเงิน. Retrieved from <https://www.siamwealthmanagement.com/single-post/2017/06/10/มีเทรนเนอร์ช่วยคิด-เพิ่มความฟิตให้สุขภาพการเงิน>
- กาญจนา คุณารักษ์. (2527). *หลักสูตรและการพัฒนา*. นครปฐม: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). การสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของประชากรและสุขภาพจิต

พ.ศ. 2554.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). การสำรวจกิจกรรมทางกายของประชากร พ.ศ. 2558.

ชมรมฟิตเนส และ สร้างกล้ามเนื้อเพาะกายประเทศไทย. (20 สิงหาคม 2558). 5 เหตุผลดีๆ ที่ทำไมคุณควรฝึกกับ "ฟิตเนสเทรนเนอร์" ส่วนตัว. Retrieved from <http://th-bodybuilding.com/archives/1904>

ณัฐฐา จันทร์จรัสวงษ์. (2558). ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย คุณภาพความสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างคุณค่ามนุษย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ทินวัฒน์ มฤคพิทักษ์. (2548). พุดได้ พุดเป็น. กรุงเทพฯ: ฟาร์โกลีป.

นนทพร ชัยยิ่งยง. (2 มกราคม 2560). เทรนด์ 'เฮลตี้' หนุนฟิตเนสบูม. Retrieved from <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/734269>

นิพนธ์ คันธเสวี. (2540). มนุษย์สัมพันธ์เพื่อการพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.


ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (25 มิถุนายน 2554). สคบ.จัดกม.ลงดาบฟิตเนส"มีวส์ัญญา" สถิติร้องเรียนทะลัก-สั่งคืนค่าเมมเบอร์. Retrieved from

https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1308965726

ปรางทิพย์ ยูวานนท์. (2552). การจัดการกีฬา. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี

พิชัย ไชยสงคราม. (2554). ความเป็นครู. อุบลราชธานี: คณะครุศาสตร์สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ยนต์ ชุ่มจิต. (2531). ความเป็นครู. กรุงเทพฯ: โอเอส พรินต์ติ้งเฮาส์.

รุ่งนภา ชื่นแจ่ม. (2543). ผลการฝึกพฤติกรรมการแสดงออกอย่างเหมาะสมต่อพฤติกรรมการแสดงออกอย่างเหมาะสม และสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลในทีมสุขภาพของพยาบาล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  CHULALONGKORN UNIVERSITY

วรรณโชค ไชยสะอาด. (2560). "มุ่งขายสมาชิก-ใช้เทรนเนอร์หารายได้" ถอดบทเรียนธุรกิจ เมื่อ "ฟิตเนส" ไปไม่รอด.

Retrieved from <https://www.posttoday.com/politic/report/498508>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและเซเท็กซ์ จำกัด.

สรารัฐ ประชาพิชัย. (28 พฤศจิกายน 2560). Personal Trainer อาชีพมาแรงของคนรุ่นใหม่รายได้ดีมีสโตร์แค่กล้ามเนื้อก็ไปได้จริงหรือ. Retrieved from <https://roo-young.com/archives/407>

สลิลทิพย์ จันทะยานี. (2550). ผลการฝึกทักษะการสื่อสารแบบเปิดใจที่มีต่อประสิทธิภาพในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล: กรณีศึกษานักศึกษาชั้นปีที่ 3 และ 4 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สาขาวิชาจิตวิทยาการปรึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). การสำรวจกิจกรรมทางกายของประชากร พ.ศ. 2558.

- สาวิตรี รินวงษ์. (2559). ตลาดฟิตเนส มูลค่าหมื่นล้านบาท บูมจัด แบนด์นอก-แบนด์ไทย เร่งเปิดสาขา. Retrieved from <https://positioningmag.com/1101261>
- สิริวิชญ์ สิริศักดิ์เกษมพร. (2558). บุคลิกภาพภายนอกและทักษะความรู้ความสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ครูฝึกส่วนตัวในสถานออกกำลังกาย. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุทธิมาน สมานธิ. (2549). ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกของศูนย์สุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อนุชิต ทองจินดา. (2557). ความเต็มใจจะจ่ายในการใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล(Personal Trainer)ในศูนย์ออกกำลังกาย. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรรณภูมิ อองกุลนะ. (19 ธันวาคม 2559). เรียกผมว่า “เทรนเนอร์”. Retrieved from <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/732419>
- อรวรรณ เกลียวปฏิพันธ์. (2560). ถอด 5 กลยุทธ์ "ฟิตเนส เฟิร์สท์" ให้สตรีรองในสมรภูมิฟิตเนสในไทย ไม่เทลูกค้า. Retrieved from <http://www.biz-pop.com/business-strategy-fitness-first/>



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

- | | |
|---|---|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล | สังกัด แขนงการจัดการการกีฬา คณะ
วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย |
| 2. รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย | สังกัด แขนงการจัดการการกีฬา คณะ
วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย |
| 3. อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศภัทย์ | สังกัด คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พราม อินพรม | สังกัด ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะ
สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 5. ดร.สมทบ ฐิตะฐาน | สังกัด สาขาวิชาการจัดการการกีฬา
คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล |



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๓๓๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๔ เมษายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ทรงคุณวุฒิ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายประณัฐธร นินปาละ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร” (Factors affecting consumers' intention to employ personal trainer services in Bangkok Metropolis) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.สาริษฐ์ ฤกษ์วิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในงานนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา กลุ่มภารกิจวิชาการ

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง.....
พิมพ์.....
ตรวจ.....
ทาน.....





บันทึกข้อความ



ส่วนงาน คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 โทร.0-2218-3202
 ที่ จว 876 /2561 วันที่ 15 สิงหาคม 2561
 เรื่อง แจ้งผลพิจารณาจริยธรรมการวิจัย ครั้งที่ 1

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ตามที่ นายประณัฐธร นินปาละ นิสิตระดับมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้เสนอโครงการวิจัยที่ 166/61 เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร (FACTORS AFFECTING CONSUMERS' INTENTION TO EMPLOY PERSONAL TRAINER SERVICES IN BANGKOK METROPOLIS) เพื่อให้คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนกลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พิจารณาจริยธรรมการวิจัยความละเอียดแจ้งแล้วนั้น

การนี้ กรรมการฯ ได้พิจารณาแล้ว เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2561 มีมติ ดังนี้

1. โครงการวิจัย ขอให้มีการทบทวน ดังนี้

- 1.1 ขอบเขตการวิจัยควรแบ่งเป็นขอบเขตด้านประชากร ขอบเขตด้านพื้นที่ และขอบเขตด้านเนื้อหา ให้ชัดเจน
- 1.2 การทบทวนวรรณกรรม โดยเฉพาะเรื่องสถานที่ และค่าบริการควรมีรายละเอียดเพิ่มเติม และเป็นวิชาการมากกว่าการเขียนในประเด็นกว้าง ๆ ไม่ควรใช้ภาษาพูด เช่น "...ให้บริการเหมาะสมกับเวลาของท่าน..." หรือ "...บุคคลอิสระที่ต้องมาที่บ้านหรือที่ทำงานของคุณ.."
- 1.3 อธิบายเพิ่มเติมเหตุผลที่คัดเลือก ฟิตเนส เฟิร์ส 4 สาขา เวอร์จิ้น แอ็คทีฟ 2 สาขา และ วี ฟิตเนส 2 สาขา
- 1.4 อธิบายวิธีการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจน
- 1.5 โปรดทบทวนการแจกแบบสอบถามผ่าน personal trainer จะมีอคติหรือไม่ เพราะอาจเป็นการเลือกเฉพาะลูกค้าของตนเองทำให้ไม่ตัวแทนประชากรที่เหมาะสม
- 1.6 การส่งคืนแบบสอบถาม ไม่ควรให้ส่งคืนผ่าน personal trainer โปรดทบทวน และหากต้องส่งผ่านคนอื่น โปรดระบุการรักษาความลับในการส่งคืนแบบสอบถามที่ตอบแล้วว่าทำอย่างไร
- 1.7 ปรับวิธีการเขียนเกณฑ์ให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า ในหน้า 29 ให้ถูกต้อง และควรเขียนแยกเป็นรายด้าน
- 1.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล หน้า 30 โปรดขยายความรายละเอียด "ทีมงาน" ในการเก็บข้อมูล และมีการอบรมก่อนปฏิบัติงาน
- 1.9 ตัดประโยคที่คาดว่าจะได้รับข้อ 1 และปรับภาษาการเขียนประโยคที่คาดว่าจะได้รับใหม่ ไม่ควรขึ้นต้นว่า "เพื่อ" เพราะเหมือนการเขียนวัตถุประสงค์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นต้นว่า แบบสอบถาม

- 2.1 ส่วนที่ 1 ข้อ 6 จำนวนคอร์สที่สื่อหมายถึงกับเฉพาะผู้ฝึกสอนปัจจุบันใจหรือไม่
- 2.2 ส่วนที่ 2 คำชี้แจง จากประสบการณ์ที่ผ่านมา...มีส่วนทำให้ท่านเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนฯ คำถาม ข้อ 3-4 ผ่านการอบรมฯ หรือจบการอบรมฯ ผู้ตอบบางคนอาจตอบไม่ได้ผู้วิจัยจะแนะนำอย่างไรหรือให้ทำอย่างไรควรมีคำแนะนำเพิ่มเติม

3. ข้อมูลสำหรับประชากรตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย (Patient/Participant Information Sheet) ขอให้มีการทบทวน ดังนี้

โปรดทบทวนตามโครงการฯ ที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม

3.1 รายละเอียดของกลุ่มประชากรในการวิจัย ขอให้เขียนเป็นความเรียงที่เข้าใจง่าย โดยหลีกเลี่ยงภาษานักวิจัย เช่น สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และตัดภาษาอังกฤษออก

3.2 ข้อ 5 โปรดทบทวน

3.2.1 เวลาตอบแบบสอบถามควรมากกว่า 5 นาที

3.2.2 โปรดทบทวนการแจกแบบสอบถามและการส่งคืนแบบสอบถามตามความเห็นในโครงการฯ โดยใคร อย่างไร

3.3 ข้อ 6 โปรดระบุ แต่อาจระบุเวลาส่วนตัวของท่าน

3.4 ข้อ 7 โครงการฯ เป็นวิทยานิพนธ์ โปรดเขียนให้ชัดเจนเกี่ยวกับประโยชน์เชิงวิชาการ และผลสรุปของงานวิจัยจะมอบให้พิตเนสแต่ละแห่งที่เข้าไปเก็บข้อมูลด้วยหรือไม่ อย่างไร เพื่อให้เป็นประโยชน์ตามที่เขียนแจ้งไว้

3.5 ให้ระบุว่ามีของที่ระลึกให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม (ตามงบประมาณ) และระบุประเภทของที่ระลึก/คืออะไร

4. ใบยินยอมของประชากรตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย (Informed Consent Form) ขอให้มีการทบทวน ดังนี้

อนุมัติยกเว้นใบยินยอม

5. ข้อสังเกต

5.1 เอกสารอ้างอิงนานเกิน 10 ปี หลายฉบับ น่าจะเพิ่มที่เป็นปัจจุบันให้มากขึ้น

5.2 ประเด็นย่อยทั้งหมด เช่น หน้า 14 ควรใช้เป็นข้อย่อแทนเครื่องหมาย “-”

5.3 การเขียนงบประมาณควรแจกแจง เช่น ค่าของที่ระลึกควรระบุว่าเป็นอะไร จำนวนกี่ชิ้น และค่าเดินทางเป็นค่าเดินทางแบบใดเกี่ยวข้องกับอะไร เพื่อให้เห็นงบในโครงการฯ ที่ชัดเจน

ดังนั้นคณะกรรมการพิจารณา จึงเห็นสมควรให้ผู้วิจัยแจ้งด้วยว่าเห็นชอบกับมติของคณะกรรมการพิจารณา หรือไม่ และมีสิทธิ์โต้แย้งหากไม่เห็นชอบด้วย เมื่อมีการแก้ไขโปรตรระบุดด้วยข้อความหรือประเด็นที่แก้ไขปรากฏอยู่ในหน้าใดของฉบับแก้ไข และพิมพ์เป็นตัวเอนและส่งโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้ว เพื่อประกอบการพิจารณา 3 ฉบับ ภายใน 2 สัปดาห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการตามแต่จะเห็นควร ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

เรียน ศาสตราจารย์ ดร.นันทริ ชัยชนะวงศาโรจน์ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทริ ชัยชนะวงศาโรจน์)

เพื่อโปรด

ทราบ และดำเนินการต่อไป

พิจารณา

ลงนาม

ยกเว้น

ลงชื่อ ศาสตราจารย์ ดร.นันทริ ชัยชนะวงศาโรจน์ กรรมการและเลขานุการ

16 ส.ค. 2561 คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน

กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

16 ส.ค. 61

16 ส.ค. 61





ที่ ศธ 0512.24/1110

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม 1 แขวงวังใหม่
กทม. 10330

25 ตุลาคม 2561

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ผู้จัดการ ฟิตตีฟิตเนส

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์
2. แบบสอบถาม

ด้วย นายประณัฐธร นินปาละ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการการกีฬา สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคำหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ดร.สาริษฐ์ กุลธวัชชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

โดยประโยชน์ของงานวิจัยทำขึ้นเพื่อให้ฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่สนใจ สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นายประณัฐธร นินปาละ เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ สมาชิกผู้ใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในช่วงระหว่างวันที่ 10 ตุลาคม ถึงวันที่ 10 พฤศจิกายน 2561 ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์ทิบูลย์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษาศึกษา กลุ่มภารกิจวิชาการ

โทร.0-2218-1040

โทรสาร 0-2218-1024

วันที่	25/10/61
คนที่
ตรา
พ.น.



ภาคผนวก ง
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสอบถาม

เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง () ที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. อายุ

- () 18-25 ปี () 26-35 ปี
() 36-45 ปี () 45 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

- () นักศึกษา () พนักงานบริษัทเอกชน
() ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ () ธุรกิจส่วนตัว () อื่น ๆ

4. รายได้

- () 10,000 – 30,000 บาท () 30,001 – 50,000 บาท () 50,001 – 100,000 บาท
() มากกว่า 100,000 บาท () ไม่ขอให้คำตอบ

5. ระดับการศึกษาสูงสุดหรือเทียบเท่าของท่านคือ

- () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() ปริญญาโท () ปริญญาเอก



ศูนย์กีฬารองการวิจัย 166-1/61
วันที่รับรอง 21 ก.ย. 2561
บันทึกโดย 20 ก.ย. 2562

6. จำนวนคอร์สการออกกำลังกายที่ท่านได้ทำการซื้อกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลทั้งในอดีตและปัจจุบัน

- () ซื้อเป็นคอร์สแรก () ซื้อมาแล้ว 2-3 คอร์ส
() ซื้อมาแล้วมากกว่า 3 คอร์ส

7. เป้าหมายในการออกกำลังกายของท่านคือ

- () เพื่อเพิ่มสมรรถภาพในการเล่นกีฬา () เพื่อรักษารูปร่าง ลดน้ำหนัก
() เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง () เพื่อเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ

8. ท่านออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลบ่อยแค่ไหน

- () น้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์
 () 3-5 วัน ต่อสัปดาห์
 () มากกว่า 5 วัน ต่อสัปดาห์

9. เวลาในการออกกำลังกายของท่านกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในแต่ละครั้ง

- () น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () 1 ชั่วโมง () มากกว่า 1 ชั่วโมง

ส่วนที่ 2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านทักษะความรู้ความสามารถต่อความตั้งใจเลือกใช้
 บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำชี้แจง : จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลดังต่อไปนี้ มีส่วนทำให้ท่าน
 เลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ความรู้ความสามารถของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ไม่น้อยกว่า 5 ปี					
2. จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย					
3. ผ่านการอบรมหลักสูตรที่สำคัญเกี่ยวกับการออก กำลังกายไม่ต่ำกว่า 4 หลักสูตร เช่น กายวิภาค ศาสตร์, ชีวกลศาสตร์, การจัดโปรแกรมการออก กำลังกาย, สรีรวิทยา, โภชนาการการออกกำลังกาย และการควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น					
4. จบการอบรมหลักสูตรประกาศนียบัตรผู้ฝึกสอน ส่วนบุคคลจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ เช่น เช่น วิทยาลัยเวชศาสตร์การกีฬาแห่งอเมริกา, คณะสภาการออกกำลังกายแห่งสหรัฐอเมริกา เป็น ต้น					



เลขที่โครงการวิจัย..... 166-1/61
 วันที่รับรอง..... 21 ก.ย. 2561
 วันหมดอายุ..... 28 ก.ย. 2562

ส่วนที่ 2.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านบุคลิกภาพภาพต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำชี้แจง : จากประสบการณ์ที่ผ่านมา บุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้มีส่วนทำให้ท่านเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

บุคลิกภาพของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. มีการรักษารูปร่าง หน้าตาให้สะอาดอยู่เสมอ					
2. มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และดูแลรูปร่างให้เหมาะสมกับการเป็นผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล					
3. กิริยาท่าทางดูดี สง่าผ่าเผย และคล่องแคล่วว่องไว					
4. การแต่งกายที่ดูดี เหมาะสมกับกาลเทศะ					
5. พูดจาด้วยถ้อยคำที่สุภาพ เหมาะสมกับกาลเทศะ และบุคคล					
6. ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลมาปฏิบัติงานตรงต่อเวลา					
7. มีความเชื่อมั่นในตนเอง					
8. มีทักษะการนำเสนอ และทักษะในการสื่อสารที่ดี					
9. เป็นผู้รักษาความลับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี					

ส่วนที่ 2.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

คำชี้แจง : จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้มีส่วนทำให้ท่านเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. เอาใจใส่ต่อลูกค้าในการให้บริการ รวมถึงการให้คำปรึกษา					



เลขที่โครงการวิจัย..... 166.1/61
วันที่รับรอง..... 21 ก.ย. 2561
วันหมดอายุ..... 20 ก.ย. 2562

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. ใช้เวลาในการสอน และให้คำแนะนำแก่ลูกศิษย์อย่างเท่าเทียมกัน					
3. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง อ่อนน้อม ให้เกียรติและเป็นมิตร					
4. มีความกระตือรือร้น และเต็มใจในการให้บริการ					
5. มีกิริยามารยาทที่ดีในขณะที่ปฏิบัติงาน					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล

ความตั้งใจในการเลือกใช้บริการผู้ฝึกสอนส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ท่านวางแผนว่าจะซื้อคอร์สออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลอีกในอนาคต					
2. ท่านตั้งใจที่จะซื้อคอร์สออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในอนาคต					
3. ท่านคาดว่าจะซื้อคอร์สออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลในอนาคต					

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

****ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม****

เลขที่โครงการวิจัย 166.1/61
วันที่รับรอง 21 ก.ย. 2561
วันหมดอายุ 20 ก.ย. 2562



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ประณัฐธร นินปาละ
วัน เดือน ปี เกิด	12 กันยายน 2528
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	95/17 ม.5 แขวงสีกันเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210
ผลงานตีพิมพ์	วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY