

ปัทมพันธ์ พลเดช : ปัจจัยการโน้มน้าวใจของสถานออกกำลังกาย.

(PERSUASIVE FACTORS OF FITNESS CENTERS)

อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. อรวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท, 123 หน้า. ISBN 974-53-1265-7.

T167032

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะประชากรของผู้เป็นสมาชิกและไม่ได้เป็นสมาชิกของสถานออกกำลังกาย และเป็นการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจของสถานออกกำลังกายต่อผู้เป็นสมาชิก และผู้ไม่ได้เป็นสมาชิกของสถานออกกำลังกาย เพื่อให้ได้ข้อมูลเป็นแนวทางในการศึกษา แรงจูงใจที่ใช้ในการสื่อสารที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการของสถานออกกำลังกาย โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 256 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ กลุ่มผู้ที่ใช้บริการ และไม่ได้ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย และในแต่ละกลุ่มจะแบ่งเป็น 4 กลุ่มช่วงอายุ โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยเข้าประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อตอบปัญหานำวิจัย คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency), ร้อยละ (Percentage) และการนำเสนอโดยตาราง

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มผู้ใช้บริการและกลุ่มผู้ไม่ได้ใช้บริการของสถานออกกำลังกาย มีลักษณะประชากรแตกต่างกันด้านระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้ โดยพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายจะมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปมากกว่า มีธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด และมีรายได้ที่สูงกว่า
2. กลุ่มผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายมีพฤติกรรมเปิดรับข้อมูลข่าวสารของทางสถานออกกำลังกายที่แตกต่างกัน โดยเปิดรับผ่านทางสื่อบุคคลมากที่สุด แต่กลุ่มผู้ไม่ได้ใช้บริการของสถานออกกำลังกายเปิดรับผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด
3. กลุ่มผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายมีระยะเวลาในการออกกำลังกายน้อยกว่า 1 ปีมากที่สุด และกลุ่มผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการของสถานออกกำลังกายมีระยะเวลา มากกว่า 4 ปีมากที่สุด
4. ปัจจัยในการโน้มน้าวใจให้มีพฤติกรรมใช้บริการของสถานออกกำลังกาย คือ ทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง ตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน สภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี และราคา

4685070628 : MAJOR SPEECH COMMUNICATION

KEY WORD: PERSUASION / FITNESS CENTER

PATTAMANUN POLDEJ : PERSUASIVE FACTORS OF FITNESS CENTERS.

THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. ORAWAN PILUNNOWAD, Ph.D. 123 pp.

ISBN 974-53-1265-7.

TE167032

The purpose of this research is to explore the factors that enhance the persuasion of Thai people in applying for fitness' members. This study aims to identify the characteristics of these people in term of education, career, and income. Two hundred and fifty-six samples were collected in both questionnaires and interviews, which were classified into 2 groups: fitness members and non-fitness members. And, each particular group was divided into 4 categories according to their ages. The results are evaluated qualitatively and quantitatively. The latter part, which includes Frequency and Percentage, were processed by using SPSS.

The results indicate that:

1. There were differences in education, career, and income between fitness members and non-fitness members. The study indicates that fitness' members had their own businesses, higher income, and possessed a bachelor's degree more than the non-fitness members.
2. Fitness members received any information from different sources. Mostly through interpersonal communication. On the other hand, non-fitness members obtained information from mass media such as television.
3. Fitness members had done some physical exercise less than 1 year whereas non-fitness members had been exercising their body for more than 4 years.
4. The factors that motivated Thai people to apply for fitness center membership were location, environment, atmosphere, and price.