

**การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคล้อยตามผู้มีชื่อเสียงในการออกกำลังกาย  
ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล**

**Factors that Affected the Conformity Toward Celebrities' Exercise,  
Studied on Bangkok Metropolitan Population**

วลัยจุฑา ธารจันท์สานนท์<sup>1</sup> และ บุญสม เกษะประดิษฐ์<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการคล้อยตามผู้มีชื่อเสียงในการออกกำลังกายของประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ติดตามสื่อต่าง ๆ โดยมีปัจจัยพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์ การติดตามผู้มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักในด้านการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน การศึกษาพฤติกรรมการใช้ช่องทางในการติดตามผู้มีชื่อเสียงด้านการออกกำลังกายจะส่งผลอย่างไรต่อการคล้อยตามในการออกกำลังกาย เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีผู้ออกกำลังกายมากขึ้น ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถาม และทัศนคติต่อการออกกำลังกายของบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 442 คน ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 60 ของประชากรตัวอย่างทั้งหมด ทางผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

ผลจากการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา มีผลกระทบต่อ การคล้อยตามผู้มีชื่อเสียงในด้านของการตั้งเป้าหมายในการออกกำลังกาย โดยมีแรงจูงใจและมีเป้าหมายที่จะมีรูปร่างตามผู้มีชื่อเสียง ซึ่งส่งผลทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายจากคำแนะนำของผู้มีชื่อเสียง จากการศึกษาช่องทางการติดตามผู้มีชื่อเสียงต่อผลลัพธ์ของการคล้อยตามพบว่า ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Instagram และ Youtube มีผลทำให้ผู้ติดตามสามารถคล้อยตามผู้มีชื่อเสียงในด้านข้อมูลของผลิตภัณฑ์สำหรับการออกกำลังกาย และการได้มาซึ่งแรงบันดาลใจในการออกกำลังกายมากกว่าผู้ที่ติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทางช่องทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ สิ่งพิมพ์

**คำสำคัญ:** ผู้มีชื่อเสียง, อิทธิพล, การออกกำลังกาย, การคล้อยตาม

<sup>1</sup>ปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา ผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง มหาวิทยาลัยรังสิต

<sup>2</sup>สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

### Abstract

This independent study was a quantitative research and had purposes: 1) examine demographic factors of celebrities affect the intensity of conformities on exercisers of celebrities' followers, 2) examine channels to follow the celebrities result in different level of conformity toward exercise of the celebrities' followers, and 3) make a conclusion on specific roles of celebrities that could promote exercise to their followers. The researcher had conducted a quantitative research by implementing a set of survey questionnaires. The data that were collected are demographic data, behaviors of exercise of the population and attitude toward the exercised influencers. 442 sets of questionnaires had been collected from samples who lived in Bangkok Metropolitan area.

The results of statistical testing showed that demographic factors including gender, age and level of education had influence on the significant of the conformities toward exercise of celebrities. In addition, the channels which followers do followed the celebrities affected levels of conformity. The followers who followed celebrities via Instagram, Youtube and Facebook significantly had greater level of conformity than those who followed celebrities via television, radio and printed media.

**Keywords:** celebrity, influencer, exercise, conformity

## 1. บทนำ

ปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่ได้หันมาสนใจเกี่ยวกับปัญหาทางด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้น เนื่องมาจากการเจ็บป่วยที่เพิ่มมากขึ้นจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือ Non communicable diseases (NCDs) ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี ทำให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพ ทั้งด้านการออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร หรือการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน จากรายงานของกระทรวงสาธารณสุข จากสถิติตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2555 จนถึง ปีพุทธศักราช 2559 เฉพาะในกรุงเทพมหานครมีจำนวนผู้ที่ป่วยที่เสียชีวิตก่อนวัยอันควรจาก โรคหลอดเลือดสมองเพิ่มขึ้นจาก 2215 คน เป็น 3175 คน ต่อประชากรหนึ่งแสนคน ซึ่งมากขึ้นถึงร้อยละ 43 ภายในระยะเวลาเพียง 5 ปี นอกจากนั้นสถิติของการเสียชีวิตจากโรค NCDs ชนิดอื่นก็เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เช่น โรคหัวใจขาดเลือด เบาหวาน ความดันโลหิตสูง ทางเดินหัวใจอุดตันเรื้อรัง ซึ่งมีสถิติการเสียชีวิตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 38.4, 74.4, 51.5 และ 32.9 ตามลำดับ (กรมควบคุมโรค สำนักโรคไม่ติดต่อ, 2560) ผู้เสียชีวิตจากโรค NCDs ส่วนใหญ่คือกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 30 - 69 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มแรงงานสำคัญของประเทศ นักวิชาการสาธารณสุขและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยมีนายรัฐมนตรีเป็นประธานกองทุนและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องจึงได้นำเอากลยุทธ์ 6 อ. ประกอบด้วย ออกกำลังกาย อาหาร อนามัยสิ่งแวดล้อม อารมณ์ อโรครยา และอบายมุข มาเป็นเครื่องมือในการสร้างเสริมสุขภาพที่ดี ในส่วนของการออกกำลังกายมีงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมายได้กล่าวถึงประโยชน์ของการออกกำลังกายเอาไว้ อันได้แก่ ลดความเสี่ยงของการเกิดของโรคหลอดเลือดหัวใจ โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคเส้นเลือดในสมองแตกหรืออุดตัน โรคเบาหวาน โรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ โรคมะเร็งเต้านม โรคที่เกี่ยวข้องกับระบบเผาผลาญ และ โรคซึมเศร้า การออกกำลังกายสามารถลดความเป็นไปได้ของการเกิดกระดูกสะโพกหรือกระดูกสันหลังหักหรือแตกได้ การออกกำลังกายยังทำให้ระบบหัวใจและปอดทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้กล้ามเนื้อแข็งแรง การออกกำลังกายมีส่วนช่วยให้ควบคุมน้ำหนักได้ดีขึ้นและมีสัดส่วนของร่างกายที่สมส่วน

ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีงานวิจัยของมหาวิทยาลัย Santa Clara โดย Thomas G. Plante และคณะ ทำการทดลองเปรียบเทียบการออกกำลังกายระหว่างคนที่ออกกำลังกายโดยไม่มองกระจกและ โปสเตอร์ของผู้มีชื่อเสียงที่หุ่นดีเทียบกับคนที่ออกกำลังกายโดยมีโปสเตอร์ของผู้มีชื่อเสียงที่มีหุ่นที่ดี พบว่าเมื่อมีโปสเตอร์ของผู้ที่หุ่นดีติดอยู่จะทำให้ผู้ที่ออกกำลังกายเกิดความตึงเครียด ทำให้ออกกำลังกายมากขึ้นแบบมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในเพศหญิง (Plante et al., 2014) ซึ่งจากงานวิจัยก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นว่าการกระทำของผู้มีชื่อเสียง ดารา นักร้องหรือเซเลบริตี้ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจะมีผลต่อการทำตามของผู้ที่สนใจเซเลบริตี้เหล่านั้นและติดตาม เอาตามอย่างพฤติกรรมจนเกิดเป็นกระแสขึ้นในสังคม การศึกษาเรื่องราวเหล่านี้ในเชิงวิชาการจึงมีผลต่อการสร้างผู้นำเพื่อเป็นส่วนช่วยผลักดันให้ผู้ที่สนใจด้านสุขภาพมีความสนใจและทำตามมากยิ่งขึ้น จากรายงานทางการแพทย์มีการศึกษาออกมาชี้ชัดแล้วว่า โรคที่ไม่ติดต่อเกิดจากพฤติกรรมการใช้ชีวิต ซึ่งการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอสามารถช่วยทำให้การเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง NCDs มีแนวโน้มลดลงได้

ดังนั้นพฤติกรรมในด้านสุขภาพของผู้ที่มีชื่อเสียงจึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อความรู้ ทศนคติ และการตัดสินใจด้านสุขภาพที่ส่งผลต่อผู้ติดตามผู้มีชื่อเสียงเหล่านั้น ปีพุทธศักราช 2558 มีงานวิจัยที่ได้ศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้ผู้มีชื่อเสียงสามารถโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสุขภาพ ซึ่งสามารถสรุปกลไกของการเกิดการโน้มน้าวโดยผู้มีชื่อเสียงออกมาได้เป็น 5 กลไกใหญ่ได้แก่ กลไกด้านเศรษฐศาสตร์ กลไกด้านการตลาด กลไกด้านประสาทวิทยา กลไกด้านจิตวิทยา และ กลไกทางด้านสังคมศาสตร์ (Hoffman, S. J., & Tan, C., 2015) ผลจาก

งานวิจัยก่อนหน้านี้หลายงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น พฤติกรรมการกิน พฤติกรรมการออกกำลังกาย หรือ พฤติกรรมการออกกำลังกาย เช่น งานวิจัยของสถาบันวิจัยโรคมะเร็งของรัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย โดยมี Dixon H และคณะ เป็นผู้ทำการศึกษาผลกระทบของผู้มีชื่อเสียงต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมในกลุ่มผู้ปกครอง ผลลัพธ์ของการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้มีชื่อเสียงที่เป็นนักกีฬาสามารถโน้มน้าวจิตใจของผู้ปกครองให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น (Dixon H, et al., 2011) งานวิจัยของมหาวิทยาลัยนิวคาสเซิลในประเทศออสเตรเลียโดย Melinda J Hutchesson, Clare E Collins, Philip J Morgan, and Robin Callister ที่ได้ทำการศึกษาโปรแกรมลดน้ำหนัก 8 สัปดาห์โดยมี Shannon Ponton เทรนเนอร์ที่มีชื่อเสียงในการเป็นเทรนเนอร์ในรายการ The Biggest Loser Australia และเป็นเทรนเนอร์ที่ช่วยในการออกกำลังกายของผู้มีชื่อเสียงในประเทศออสเตรเลีย ผลลัพธ์ของการศึกษาเรื่องการลดน้ำหนักพบว่า การลดน้ำหนักโดยมี Shannon Ponton พบว่าประสบความสำเร็จมากกว่าโปรแกรมการลดน้ำหนักทั่วไป ผลลัพธ์ของการศึกษาพบว่ามีจำนวนคนที่เข้าร่วม โปรแกรมลดน้ำหนักมากขึ้นและมีผู้ที่ลดน้ำหนักได้ถึงเป้าหมายเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (Hutchesson, M. J., Collins, C. E., Morgan, P. J., & Callister, R., 2013) ผู้มีชื่อเสียงสามารถส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและลบในพฤติกรรมทางสุขภาพได้ กรณีตัวอย่างที่ผู้มีชื่อเสียงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมสุขภาพคือ แองเจลินา โจลี ที่ประกาศว่าตัวเองว่าได้ทำการผ่าตัดเต้านมเพื่อป้องกันโรคมะเร็งเต้านม เนื่องจากแองเจลินา โจลีตรวจพบ ยีนส์ที่ทำให้ตัวของเธอมีความเสี่ยงที่จะเกิดเซลล์มะเร็งได้มากกว่า และหลังจาก แองเจลินา โจลี ประกาศเรื่องนี้ออกมา เดือนถัดไปมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนของผู้หญิงที่มาตรวจหา ยีนส์เสี่ยงดังกล่าว ในทางตรงข้าม เจนนี่ แม็คคาร์ธี ผู้มีชื่อเสียงอีกคนที่กลับออกมาต่อต้านการฉีดวัคซีนกลายเป็นทำให้ภาคสาธารณสุขของประเทศสหรัฐอเมริกาทำงานหนักขึ้นในการให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการฉีดวัคซีน (Hoffman, S. J., & Tan, C., 2015) จากตัวอย่างดังกล่าวเป็นการเน้นย้ำว่าการกระทำหรือพฤติกรรมของผู้มีชื่อเสียง เช่น ดาราหรือเซเลบริตี้มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ติดตาม ดาราหรือเซเลบริตี้เหล่านั้น ซึ่งถือเป็นประเด็นทางสังคม

ประเทศไทยจึงได้มีการจัดกิจกรรมทางสุขภาพหลายอย่างโดยให้ผู้มีชื่อเสียงมีส่วนช่วยในการรณรงค์ ได้แก่ โครงการงดเหล้าเข้าพรรษาที่จัดโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), โครงการลดการสูบบุหรี่, และโครงการออกกำลังกายทุกวันพุธของนายกรัฐมนตรีนายกรัฐมนตรีประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อลดการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง หรือ Non communicable diseases (NCDs) โดยมีกระบวนการโรคที่เกิดจากการสะสมของพฤติกรรมที่ไม่เป็นประโยชน์และเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งอาการของโรคมักจะรุนแรงขึ้นและอันตรายขึ้นเมื่อไม่ได้รับการรักษาหรือมีการควบคุม การศึกษาดังกล่าวพบว่าผู้มีชื่อเสียงไม่ว่าจะเป็นดารา เซเลบริตี้หรือนายกรัฐมนตรีซึ่งเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงสนใจในเรื่องของสุขภาพได้ลงมือกระทำใดๆ ที่ทำให้มีผู้ทำตาม เช่น การออกกำลังกาย ซึ่งเมื่อหันมามองกระแสในประเทศไทยพบว่ากระแสของการทำตามอย่างผู้มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักกันดีคือการวิ่งเพื่อหาทุนสนับสนุนโรงพยาบาลของอาทิราห์ คงมาลัยหรือตูน บอดี้สแลมจนเกิดเป็นกระแสดังไปทั่วประเทศ ตูน บอดี้สแลม เป็นนักร้องที่มีชื่อเสียง มีผลงานคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป เมื่อตูน บอดี้สแลม หันมาวิ่งออกกำลังกายและผนวกการวิ่งกับการทำบุญเพื่อหาทุนสนับสนุนซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ให้โรงพยาบาลเพื่อช่วยชีวิตผู้ป่วย การกระทำของตูน บอดี้สแลม และทีมงานได้รับความสนใจและการเอาตามอย่างจนเกิดเป็นกระแสสังคมไปทั่วประเทศ การกระทำของตูน บอดี้สแลม มีผลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่าปัจจัยหรือคุณลักษณะแบบใดของผู้มีชื่อเสียงที่มีผลต่อผู้ติดตามใน

พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย อันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของประชาชนส่วนใหญ่ของสังคม

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ติดตามมีความคล้อยตามผู้มีชื่อเสียงในด้านพฤติกรรมออกกำลังกาย
2. เพื่อศึกษาถึงช่องทางของการติดตามผู้มีชื่อเสียงในการออกกำลังกาย
3. เพื่อหาแนวทางที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้มีส่วนออกกำลังกายมากขึ้น

## 3. การดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาเหตุผลของการออกกำลังกายและอิทธิพลที่ผู้มีชื่อเสียงมีต่อการออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 25-30 ปี รวมถึงศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันว่าส่งผลให้เกิดการรับข้อมูลข่าวสารจากผู้มีชื่อเสียงที่แตกต่างกันหรือไม่ และมีการคาดคะเนการเลือกรับข้อมูลข่าวสารจากผู้มีชื่อเสียงว่าจะมีแนวโน้มไปในทิศทางใด

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นประชากรที่ออกกำลังกายอย่างน้อยภายใน 6 เดือน ไม่จำเป็นต้องมีสัญชาติไทยแต่จำเป็นต้องฟังพูดและอ่านภาษาไทยได้ การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) คือกลุ่มตัวอย่างที่ออกกำลังกาย ซึ่งอาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แต่เนื่องจากไม่สามารถประมาณจำนวนประชากรทั้งหมดได้ จึงได้นำสมการของ Yamane's formula of sample size ของ Yamane (1967) ในการหาจำนวนของกลุ่มประชากรตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ด้วยสมมุติฐานที่กำหนดว่าข้อมูลมีการกระจายตัวแบบปกติ (Normal Distribution) ที่ระดับความเชื่อมั่น (Confident Interval) ที่ระดับ 95% ระดับ ความแปรปรวนสูงสุด คือ  $p = 50\%$  หรือ 0.5 และ  $q = 50\%$  หรือ 0.5 และยอมรับความ คลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่างที่ 5% ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

N	=	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
Z	=	ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% (Z มีค่าเท่ากับ 1.96)
p	=	โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์หรือมีสัดส่วนคุณลักษณะที่สนใจจากกลุ่มตัวอย่าง
q	=	โอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์หรือมีสัดส่วนคุณลักษณะที่สนใจจากกลุ่มตัวอย่าง และเนื่องจาก $p = 0.5$ ดังนั้นแล้ว $q$ ในสมการนี้จึงมีค่าเท่ากับ $1 - p$ ซึ่งเท่ากับ 0.5
$e^2$	=	ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ โดยต้องการ

ให้ผลการศึกษามีความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ดังนั้น ค่า  $e$  ในสมการนี้จึงเท่ากับ 0.05 เมื่อแทนค่าต่าง ๆ ลงในสมการของ Yanmane เพื่อหาจำนวนประชากรตัวอย่าง จะได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$
$$= 384.16$$

จากสมการการหาประชากรกลุ่มตัวอย่าง งานศึกษานี้จึงจำเป็นต้องใช้ประชากรทั้งหมด 385 คน แต่เนื่องจากการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถามอาจมีการคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างเพิ่มอีก 15 เปอร์เซ็นต์จากกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้จากสมการของ Yanmane ดังนี้

$$385 + (385 \times 0.15) = 442.75$$

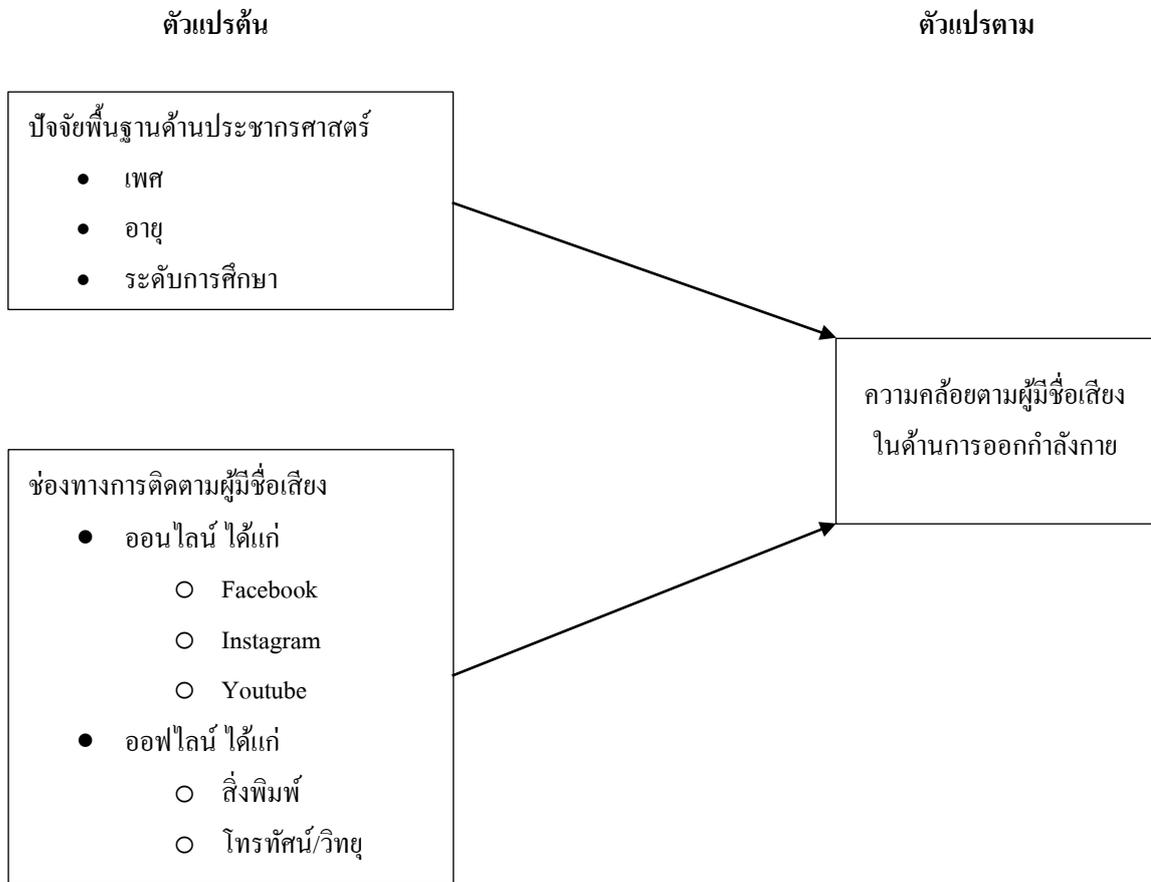
ซึ่งสรุปเป็นจำนวนประชากรได้เป็น 442 ตัวอย่าง การเข้าถึงกลุ่มประชากรตัวอย่าง ทางผู้ศึกษาได้มีอาสาสมัครทำหน้าที่เก็บข้อมูลจากตัวอย่าง โดยใช้อาสาสมัครทั้งหมด 4 คน ทำการเก็บข้อมูลจากบุคคลที่ออกกำลังกายในสวนสาธารณะที่เปิดให้ประชาชนออกกำลังกาย, ฟิตเนส, และผู้ที่ออกกำลังกายจากที่บ้าน หรือที่อื่น ๆ ทำการเก็บข้อมูลทั้งหมด 4 วัน ตั้งแต่วันที่ 30 พฤศจิกายน 2561 ถึง วันที่ 3 ธันวาคม 2561

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและสมมติฐานการศึกษา

#### 3.2.1 สมมติฐานงานวิจัย

1. ผู้ติดตามที่มีปัจจัยพื้นฐานด้านภูมิหลังที่ต่างกัน การติดตามผู้มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักในการออกกำลังกายมีความแตกต่างกัน
2. ช่องทางการติดตามผู้มีชื่อเสียง ส่งผลต่อความคล้อยตามในการออกกำลังกาย

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

**3.2.2 การรวบรวมข้อมูล**

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อศึกษาถึงเหตุผลที่ออกกำลังกายและอิทธิพลที่ผู้มีชื่อเสียงมีต่อการออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็นสองส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์**

เป็นการเก็บข้อมูลของประชากรที่ทำการศึกษา ซึ่งได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพการสมรส เพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายและทัศนคติ รวมถึงการคล้อยตามของบุคคลทั่วไป โดยเป็นการเก็บข้อมูลเป็นตัวเลือกแบบ Checklists

**ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของผู้มีชื่อเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมการออกกำลังกาย**

ข้อมูลที่เก็บในส่วนที่สองได้แก่ข้อมูลเกี่ยวกับ ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อกิจกรรมออกกำลังกายของผู้มีชื่อเสียงที่ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้ติดตามในช่องทางต่าง ๆ รวมถึงเนื้อหาและข้อมูลที่ถูกติดตามต้องการจาก

การติดตามผู้มีชื่อเสียงที่ตน ได้ติดตาม และความเห็นต่อความน่าเชื่อถือต่อผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในเรื่องการออกกำลังกายที่ผู้มีชื่อเสียงนำเสนอ

### 3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บจากตัวอย่างมีการเก็บข้อมูลเชิงอภิปราย (Descriptive analysis) โดยการนำเสนอข้อมูลเชิงอภิปราย หรือ พรรณนาจะกระทำกับข้อมูลที่วัดค่าความถี่ จะนำเสนอแบบอัตราส่วน หรือ เปอร์เซ็นต์หรือการแจกแจงความถี่ โดยใช้กราฟแท่ง หรือ แผนภูมิแสดงอัตราส่วน

ในส่วนของการทดสอบสมมุติฐาน ทางผู้จัดทำใช้โปรแกรม Microsoft Excel ในการทำ t-test ในการทดสอบสมมุติฐานที่ข้อมูลมี 2 ตัวแปร และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการทดสอบแบบ ANOVA ในกรณีที่มีข้อมูลมากกว่า 2 ตัวแปร หากการทดสอบ ANOVA พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างอย่างน้อย 1 ตัวอย่าง ผู้จัดทำจะทำการทดสอบ post hoc เพื่อหาค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## 4. ผลการวิจัย

### ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูล		จำนวน (n)	ร้อยละ
เพศ	หญิง	265	59.95
	ชาย	174	39.37
	ไม่ระบุ	3	3
อายุ	15-18	60	13.57
	19-22	237	53.62
	23-26	93	21.04
	27-30	17	3.85
	31 ขึ้นไป	35	7.92
สถานภาพการสมรส	โสด	417	94.34
	แต่งงาน	25	5.66
	หย่าร้าง	0	0
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	0	0
	มัธยมต้น	9	2.04
	มัธยมปลาย	166	37.56
	อนุปริญญา	28	6.33
	ปริญญาตรี	224	50.68
	ปริญญาโท	9	2.04
	ปริญญาเอก	6	1.36

ผู้จัดทำได้สรุปลักษณะของประชากรกลุ่มตัวอย่างจากทั้งหมด 442 คน พบว่าในจำนวนนี้มีประชากรตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด 265 คน คิดเป็นร้อยละ 59.95 เป็นเพศชาย 174 คน คิดเป็นร้อยละ 39.37 และประชากรที่ไม่ต้องการระบุเพศอีก 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.68 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-22 ปี ซึ่งมีทั้งหมด 237 คน คิดเป็นร้อยละ 53.62 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ประชากรส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 50.68 รองลงมาคือประชากรที่จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าซึ่งมีจำนวน 166 คน คิดเป็นอัตราส่วน 37.56 กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยส่วนมากโสด โดยคิดเป็นร้อยละ 94.34

### ข้อมูลเกี่ยวกับการติดตามผู้มีชื่อเสียงที่มีอิทธิพลทางการออกกำลังกาย

ช่องทางการติดตามผู้มีชื่อเสียงส่วนมากเป็นช่องทางสื่อออนไลน์ ในสองเพศมีการติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทาง Facebook ส่วนตัวของผู้มีชื่อเสียงเหล่านั้น ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ 55% (ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง) และ 45% (ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย) ในเพศหญิงพบว่ามียอดการติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทาง Instagram มากกว่าผู้ชาย โดยคิดเป็น 78% ในเพศหญิง และ 22% ในเพศชาย นอกเหนือจากนั้น เพศหญิงส่วนใหญ่จะติดตามผู้มีชื่อเสียงเพื่อศึกษาวิธีออกกำลังกาย (136 คน) คิดเป็นร้อยละ 51.52 ต่อประชากรตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รองลงมาเพศหญิงจะติดตามผู้มีชื่อเสียงเพื่อรับกำลังใจในการออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 29.55 (78 คน) ข้อมูลอันดับสามที่เพศหญิงติดตามจากผู้มีชื่อเสียงคือข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการที่ผู้มีชื่อเสียงแชร์จากช่องทางต่างๆ ในเพศชาย ส่วนมากผู้ตอบคำถามติดตามผู้มีชื่อเสียงเพื่อติดตามวิธีการออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 43.26 (77 คน) รองลงมาคือติดตามเพื่อให้เกิดกำลังใจในการออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 34.27 (61 คน) และข้อมูลอันดับที่สามที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจะติดตามจากผู้มีชื่อเสียงคือข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.85 (30คน)

ตารางที่ 3 แจกแจงเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านช่องทางต่างๆ จำแนกตามเพศ

หัวข้อ	เพศ			
	หญิง (n)	ร้อยละ	ชาย (n)	ร้อยละ
กำลังใจในการออกกำลังกาย	78	29.55	61	34.27
ข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการ	38	14.39	30	16.85
ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพด้านอื่นๆ	6	2.27	8	4.49
ข้อมูลของแหล่งซื้อสินค้าและบริการเกี่ยวกับการออกกำลังกาย	4	1.52	2	1.12
วิธีการออกกำลังกาย	136	51.52	77	43.26
ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพด้านอื่นๆ	2	0.76	0	0.00
รวม	264	100.00	178	100.00

ในการเก็บข้อมูลด้านความแตกต่างของข้อมูลที่แต่ละช่วงวัยติดตามจากผู้มีชื่อเสียงในช่วงอายุ 15-18 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากติดตามผู้มีชื่อเสียงเพื่อให้ได้กำลังใจในการออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 50 (30 คน) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 19-22 ปี ติดตามผู้มีชื่อเสียงเพื่อให้ได้วิธีการออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 56.12 (133 คน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุช่วง 27-30 ปี โดยส่วนติดตามผู้มีชื่อเสียงเพื่อรับกำลังใจในการออกกำลังกาย โดยคิดเป็นร้อยละ 41.18 (7 คน)

ตารางที่ 4 ตารางแจกแจงข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ติดตามจากผู้มีชื่อเสียงผ่านช่องทางต่างๆ จำแนกตามอายุ

หัวข้อ	ช่วงอายุ (ปี)							
	15-18		19-22 (n)		23-26		27-30	
	n	ร้อยละ	n	ร้อยละ	n	ร้อยละ	n	ร้อยละ
กำลังใจในการออกกำลังกาย	30	50.00	61	25.74	35	37.63	7	41.18
ข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการ	11	18.33	39	16.46	15	16.13	4	23.53
ข้อมูลของแหล่งซื้อสินค้าและบริการเกี่ยวกับการออกกำลังกาย	0	0.00	4	1.69	0	0.00	1	5.88
วิธีการออกกำลังกาย	19	31.67	133	56.12	43	46.24	5	29.41
รวม	60	100.00	237	100.00	93	100.00	17	100.00

#### การทดสอบสมมุติฐาน

ในการแจกแจงผลการทดสอบสมมุติฐานทั้งสอง ผู้จัดกำหนดให้ตัวอักษรเป็นนิยามของข้อความต่อไปนี้

- A หมายถึง การเห็นรูปร่างที่ดีของผู้มีชื่อเสียงเหล่านั้น มีผลให้ท่านอยากออกกำลังกายมากขึ้น
- B หมายถึง ผู้มีชื่อเสียงด้านสุขภาพ เช่น หมอ หรือ นักโภชนาการ มีอิทธิพลทางด้านข้อมูลสุขภาพมากกว่า ผู้มีชื่อเสียงที่ทำอาชีพในวงการบันเทิง
- C หมายถึง วิวผลผลิตจากการออกกำลังกายจากคนทั่วไปสามารถชักจูงให้คุณซื้อได้มากกว่าการที่ผู้มีชื่อเสียงแนะนำ
- D หมายถึง คุณมีแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ผู้มีชื่อเสียงแนะนำ
- E หมายถึง คุณออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมากกว่าออกกำลังกายเพื่อให้ได้รูปร่างที่ต้องการ
- F หมายถึง ผู้มีชื่อเสียงที่ลดน้ำหนักจากเคยอ้วน จน เป็นหุ่นสมส่วน มีส่วนเป็นแรงผลักดันในการออกกำลังกายมากกว่าการที่ผู้มีชื่อเสียงท่านนั้นรูปร่างดีอยู่แล้ว

**สมมุติฐานข้อที่ 1** ผู้ติดตามที่มีปัจจัยพื้นฐานด้านภูมิหลังที่ต่างกัน มีความแตกต่างในการติดตามผู้มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักในการออกกำลังกาย

ผู้จัดทำจำแนกปัจจัยพื้นฐานด้านภูมิหลังออกเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความคล้อยตามในหัวข้อดังต่อไปนี้

- การเห็นรูปร่างที่ดีของผู้มีชื่อเสียงเหล่านั้น มีผลให้ท่านอยากออกกำลังกายมากขึ้น
- ผู้มีชื่อเสียงด้านสุขภาพ เช่น หมอ หรือ นักโภชนาการ มีอิทธิพลทางด้านข้อมูลสุขภาพมากกว่า ผู้มีชื่อเสียงที่ทำอาชีพในวงการบันเทิง
- วิวผลผลิตจากการออกกำลังกายจากคนทั่วไปสามารถชักจูงให้คุณซื้อได้มากกว่าการที่ผู้มีชื่อเสียงแนะนำ
- คุณมีแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ผู้มีชื่อเสียงแนะนำ
- คุณออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมากกว่าออกกำลังกายเพื่อให้ได้รูปร่างที่ต้องการ

- ผู้มีชื่อเสียงที่ลดน้ำหนักจากเคียวอ้วน จน เป็นหุ่นสมส่วน มีส่วนเป็นแรงผลักดันในการออกกำลังกายมากกว่า การที่ผู้มีชื่อเสียงท่านนั้นรูปร่างดีอยู่แล้ว

ตารางที่ 5 ตารางสรุปผล ANOVA และ Post hoc test ในการทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงตาม ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และ สถานภาพการสมรส โดยในตารางแสดงถึงค่า Mean และ ค่า Standard deviation (Mean±SD)

เพศ	A	B	B	D	E	F
หญิง	4.39±0.56	4.05±0.83	3.72±1.05	3.56±0.96*	3.94±1.11*	4.27±0.92
ชาย	4.45±0.59	4.10±0.58	3.79±1.06	3.77±0.94*	4.29±0.66*	4.19±0.66
<b>อายุ (ปี)</b>						
อายุ (ปี)	A	B	B	D	E	F
15-18	4.30±0.77	4.30±0.72	3.72±1.12	3.57±1.05a**	4.03±0.99a**	4.30±0.96
19-22	4.38±0.74	4.02±0.93	3.67±1.06	3.53±1.01a**	3.95±1.07a**	4.24±0.95
23-26	4.51±0.79	4.09±0.80	3.95±0.99	3.77±0.95ab**	4.34±0.76b**	4.32±0.74
27-30	4.41±0.62	4.24±0.56	4.00±0.79	4.41±3.74b**	4.12±0.70ab**	3.65±0.61
31 ขึ้นไป	4.37±0.81	4.03±0.75	3.68±0.88	3.74±0.74ab**	4.31±0.76b**	4.26±0.85
<b>สถานภาพสมรส</b>						
สถานภาพสมรส	A	B	C	D	E	F
โสด	4.40±0.75	4.08±0.86	3.74±1.04	3.62±1.00	4.06±0.98	4.24±0.90
แต่งงาน	4.40±0.88	4.05±0.69	3.84±0.83	3.90±0.85	4.30±0.73	4.25±0.79
<b>การศึกษา</b>						
การศึกษา	A	B	C	D	E	F
ประถม	5.00±0.00a**	4.33±1.15	3.67±1.15	3.00±0.00	5.00±0.00	5.00±0.00
ม.ต้น	4.17±0.98a**	4.00±0.63	3.17±1.72	2.67±1.37	4.00±0.63	4.50±0.55
ม.ปลาย	4.26±0.78a**	4.03±0.93	3.67±1.02	3.55±0.92	3.99±1.05	4.21±0.91
ป.ตรี	4.50±0.72b**	4.18±0.77	3.87±0.98	3.75±1.00	4.15±0.93	4.25±0.88
ป.โท	4.86±0.38a**	3.43±0.53	3.86±0.90	3.71±0.76	4.29±0.49	4.57±0.53
ป.เอก	3.83±0.75a**	3.83±0.41	3.83±0.41	4.33±0.52	4.17±0.41	3.83±0.75
อนุปริญญา	4.61±0.63a**	4.11±0.83	3.70±1.38	3.68±1.22	4.18±0.94	4.32±1.12

\*p-value < 0.05 ซึ่งใช้ t-test ในการทดสอบสมมุติฐาน

\*\*ตัวอักษรหลังค่าเฉลี่ยแสดงถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในแนวดิ่ง โดยหากเป็นตัวอักษรเดียวกัน หมายถึงไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มตัวอักษรที่เหมือนกัน แต่หากเป็นตัวอักษรที่ต่างกัน หมายถึง กลุ่มของตัวอักษรที่ไม่เหมือนกัน มีความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ p < 0.05

จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่าเพศมีผลต่อความคล้อยตามผู้มีชื่อเสียงด้านการออกกำลังกาย ซึ่งอธิบายได้โดยตารางที่ 5 ซึ่งเมื่อพูดถึงการเกิดแรงจูงใจ เพื่อให้ผู้ติดตามซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการออกกำลังกายตามผู้มีชื่อเสียง พบว่าเพศชายมีการเกิดแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ออกกำลังกายที่ผู้มีชื่อเสียงแนะนำมากกว่าเพศหญิง โดยมีค่า p-value เท่ากับ 0.0255 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) นอกเหนือจากนั้น เพศยังส่งผลให้เกิดการตั้งเป้าหมายในการออกกำลังกายต่างกัน โดยเพศชายมีการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมากกว่าออกกำลังกายเพื่อให้ได้รูปร่างที่ต้องการ โดยมีค่า p-value = 0.0001 ซึ่งน้อยกว่าค่า p-value ที่ 0.05

ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถามยังแสดงผลลัพธ์ของการคล้อยตามผู้มีชื่อเสียงที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มอายุ จากตารางที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ช่วงอายุ 23-26 ปี และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 31 ปีขึ้นไป มีเป้าหมายของการออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างสุขภาพมากกว่าออกกำลังกายเพื่อให้มีรูปร่างตามที่ต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ 4.31 ตามลำดับ มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ p-value น้อยกว่า 0.05 อย่างไรก็ตาม ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างกลุ่มที่มีอายุ 23-26 ปี กับ กลุ่มที่อายุ 31 ปีขึ้นไป ในกลุ่มผู้ติดตามที่อายุ 27-30 ปี มีแรงจูงใจในการซื้อสินค้าเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ผู้มีชื่อเสียงแนะนำมากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ที่ p-value น้อยกว่า 0.05

ผลจากการศึกษาพบว่า สถานภาพการสมรส ไม่ส่งผลให้เกิดความแตกต่างในการคล้อยตามผู้มีชื่อเสียงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย

ในตารางที่ 5 พบว่า ระดับการศึกษาส่งผลให้เกิดความแตกต่างในการคล้อยตามของหัวข้อที่กล่าวว่า “รูปร่างของผู้มีชื่อเสียงส่งผลให้อยากออกกำลังกายมากขึ้น” โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีความคล้อยในการออกกำลังกายมากกว่ากลุ่มที่จบการศึกษาในระดับอื่น ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 ที่  $p < 0.05$

**สมมุติฐานที่ 2** ช่องทางการติดตามผู้มีชื่อเสียงที่ต่างกัน ส่งผลต่อความคล้อยตามในการออกกำลังกายที่ต่างกัน ตารางที่ 6 แสดงถึงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของการคล้อยตามต่อการออกกำลังกายจำแนกตามช่องทางของการติดตามผู้มีชื่อเสียง โดยที่ตัวเลขในตารางแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Mean±SD.)

	A	B	C	D	E	F
Instagram	4.39±0.79ab*	4.26±0.72a*	3.78±0.95a*	3.64±1.02	3.98±0.98	4.35±0.83a*
Youtube	4.50±0.72a*	4.02±0.86a*	3.89±0.99a*	3.63±0.95	4.10±0.99	4.38±0.79a*
Facebook	4.51±0.74a*	3.99±1.00ab*	3.81±1.05ab*	3.64±0.85	4.25±0.98	4.29±0.80a*
TV or Radio	4.21±0.71b*	3.99±0.89ab*	3.51±1.04b*	3.71±1.10	4.05±0.98	3.86±1.02b*
Printed Media	4.10±0.99b*	3.30±0.48b*	2.50±1.58c*	3.10±1.20	4.00±0.67	3.40±1.65b*

p-value < 0.05 ซึ่งใช้ t-test ในการทดสอบสมมุติฐาน

\*ตัวอักษรหลังค่าเฉลี่ย แสดงถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในแนวตั้งโดยหากเป็นตัวอักษรเดียวกันหมายถึงไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มตัวอักษรที่เหมือนกัน แต่หากเป็นตัวอักษรที่ต่างกัน หมายถึง กลุ่มของตัวอักษรที่ไม่เหมือนกันมีความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ  $p < 0.05$

ข้อมูลในตารางที่ 6 เป็นผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 กล่าวคือ ช่องทางการติดตามผู้มีชื่อเสียงส่งผลให้เกิดความคล้อยตามที่แตกต่างกัน

ผู้ที่ติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทาง Instagram, Facebook, และ Youtube มีความเห็นว่าการเห็นรูปร่างที่ฉีกของผู้มีชื่อเสียงมีผลให้อยากออกกำลังกายมากขึ้น โดยมีค่าความเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มากกว่ากลุ่มที่ติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านช่องทางโทรทัศน์, วิทยุ และ สื่อสิ่งพิมพ์ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่  $p$ -value น้อยกว่า 0.05 แต่ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มผู้ที่ติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทาง Instagram, Facebook และ Youtube

ผู้ที่ติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทาง สื่อสิ่งพิมพ์ มีความคล้อยตามต่ออาชีพของผู้มีชื่อเสียงน้อยที่สุด และแตกต่างจากกลุ่มผู้ติดตามที่ติดตามโดยช่องทางอื่นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.30 ที่  $p$ -value น้อยกว่า 0.05

ผู้ที่ติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทางช่องทาง Instagram และ Youtube รู้สึกคล้อยตามต่อการรีวิวสินค้าเกี่ยวกับการออกกำลังกายมากกว่ากลุ่มผู้ติดตามจากช่องทางโทรทัศน์หรือช่องทางสิ่งพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ผู้ติดตามผู้มีชื่อเสียงจากช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์มีความคล้อยตามต่อการรีวิวสินค้าของผู้มีชื่อเสียงน้อยที่สุด เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกับกลุ่มอื่น ๆ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.50 ที่  $p < 0.05$

ผู้ที่ติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ มีความแตกต่างในการรู้สึกคล้อยตามต่อการที่ผู้มีชื่อเสียงมีรูปร่างที่ดีขึ้นจากการออกกำลังกายมากกว่าผู้ที่ติดตามที่ติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทางวิทยุ โทรทัศน์หรือ สิ่งพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.35 ในกลุ่ม ที่ติดตามทาง Instagram, 4.38 ทาง Facebook และ, 4.29 ทาง Youtube แต่ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ที่ติดตามทางช่องทางออนไลน์ของทั้งสามช่องทาง

## 5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การนำเสนอผลการศึกษเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้มีชื่อเสียงที่มีผลต่อผู้ติดตามในด้านพฤติกรรมด้านสุขภาพมีการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มคนที่มีอายุ 15-30 ปี เพศหญิง และชาย ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล และออกกำลังกายเป็นประจำจำนวน 442 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling method) และ เก็บตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม Macro Excel อภิปรายผลวิเคราะห์โดยการพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ความถี่ (Mode) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วย  $t$ -test และ ANOVA post hoc test โดยโปรแกรม SPSS ได้ผลการศึกษาดังนี้

ผู้จัดทำได้ทำการอภิปรายสรุปโดยแจกแจงตามสมมติฐานเพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ

### 1. ผู้ติดตามที่มีปัจจัยพื้นฐานด้านภูมิหลังที่ต่างกัน มีความแตกต่างในการติดตามผู้มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักในการออกกำลังกาย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยพื้นฐานภูมิหลังมีผลต่อการคล้อยตามผู้มีชื่อเสียง ปัจจัยดังกล่าวได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา โดยเพศมีผลต่อความคล้อยตามในการเกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าตามผู้มีชื่อเสียง ซึ่งในเพศชายมีความคล้อยตามมากกว่าในเพศหญิง

นอกจากนี้ เพศชายยังออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมากกว่าเพศหญิงที่ออกกำลังกายเพื่อรูปร่างมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Craft, et al. (2014) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัย Northwest University และ กลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมที่ไม่ใช่ นักศึกษา รวมทั้งหมด 180 คน เกี่ยวกับ การออกกำลังกายเพื่อ

ลดน้ำหนักและสร้างสัดส่วนของเพศหญิงที่ดีมากกว่าเพศชาย โดย Craft ยังกล่าวเพิ่มเติมในงานศึกษาของเขาว่า โดยส่วนใหญ่เพศชายจะมีการออกกำลังกายเพื่อความสนุกสนานมากกว่าการลดน้ำหนักหรือการสร้างสัดส่วน นอกเหนือจากนั้น ในงานวิจัยดังกล่าวยังเพิ่มเติมในส่วนของการเปรียบเทียบระหว่างผู้หญิงที่ออกกำลังกายและผู้หญิงที่ไม่ออกกำลังกาย พบว่าผู้หญิงที่ออกกำลังกายจะมีความรู้สึกมั่นใจในตัวเองมากกว่าผู้หญิงที่ไม่ได้ออกกำลังกาย ซึ่งเป็นหัวข้อที่น่าสนใจว่าสามารถนำมาใช้ศึกษาเพิ่มเติมในประชากรของจังหวัดกรุงเทพมหานครต่อไปว่ามีผลลัพธ์ที่มีความเหมือนหรือแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างของ Craft หรือไม่

นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านอายุ ที่ต่างกันยังส่งผลต่อการคล้อยตามต่างกันอีกด้วย ในกลุ่มของคนอายุช่วง 23-26 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความคล้อยตามผู้มีชื่อเสียงในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมากกว่าการได้มาซึ่งรูปร่างที่ต้องการมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ และในกลุ่มที่ผู้ติดตามอายุ 27-30 ปี มีความคล้อยตามต่อการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายที่ถูกแนะนำโดยผู้มีชื่อเสียง ซึ่งในงานวิจัยของ Hoffman et al. (2017) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ อายุต่อทัศนคติการคล้อยตามต่อพฤติกรรมทางสุขภาพแสดงให้เห็นว่า ไม่ใช่แค่เพียงอายุของผู้ติดตามเองเท่านั้น แต่อายุของผู้มีชื่อเสียง และความใกล้เคียงกันระหว่างอายุของผู้ติดตามและอายุของผู้มีชื่อเสียงก็สามารถส่งผลให้เกิดการคล้อยตามมากขึ้นเช่นกัน

นอกจากเพศและอายุแล้ว ระดับการศึกษายังส่งผลให้เกิดความคล้อยตามในการออกกำลังกายจากการเห็นรูปร่างที่ดีของผู้มีชื่อเสียง โดยในผู้ติดตามที่ศึกษาในระดับปริญญาตรีมีการคล้อยตามมากที่สุด ซึ่งในงานศึกษาของ Fredriksson et al. (2018) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับความรู้และการศึกษาส่งผลให้คนมีความคล้อยตามและมองเห็นความสำคัญของการออกกำลังกายแตกต่างกันออกไป โดยผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ที่ทำการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นมีแนวโน้มในการออกกำลังกายมากขึ้นเช่นกัน

## 2. ช่องทางการติดตามผู้มีชื่อเสียงที่ต่างกัน ส่งผลต่อความคล้อยตามในการออกกำลังกายที่ต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า ช่องทางการติดตามผู้มีชื่อเสียง มีผล ต่อการคล้อยตาม โดยในกลุ่มของผู้ที่ติดตามผ่านทางช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Instagram, Facebook และ Youtube มีการคล้อยตามในการออกกำลังกายเมื่อเห็นรูปร่างที่ดีของผู้มีชื่อเสียง และในกลุ่มที่ ติดตามผ่านทาง Instagram และ Youtube มีความคล้อยตามต่อการซื้อสินค้าที่ผู้มีชื่อเสียงวิวามากกว่าช่องทางอื่น ๆ และ ผู้ที่ติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทางช่องทางออนไลน์มีความคล้อยตามต่อการออกกำลังกายมากขึ้นเมื่อเห็นผู้มีชื่อเสียงพัฒนารูปร่างให้ดีขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Al-Eisa (2016) ที่ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนของ College of Applied Medical Sciences (CAMS), King Saud University, Riyadh จำนวน 58 คน เกี่ยวกับการติดตามผู้มีชื่อเสียงเพื่อการออกกำลังกายผ่านช่องทาง Instagram ผลจากงานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ช่องทาง Instagram มีส่วนช่วยในการเพิ่มแรงจูงใจในการออกกำลังกายและส่งผลกระทบโดยรวมต่อพฤติกรรมสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ติดตามที่เป็นเพศหญิงที่มีอายุ 18-25 ปี

นอกจากนี้ในงานวิจัยของ Raggatt et al. (2018) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง 180 คน พบว่านอกเหนือจากการออกกำลังกายแล้ว ผู้ติดตามเองยังติดตามผู้มีชื่อเสียงและมีการคล้อยตามต่อพฤติกรรมอย่างอื่นของผู้มีชื่อเสียงอื่นอีก ได้แก่ การทานอาหาร การได้ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย และส่วนมากกลุ่มตัวอย่างของ Raggatt จะติดตามผู้มีชื่อเสียงที่เป็นนักกีฬาอาชีพ และ ครูฝึกสอนออกกำลังกาย (trainer) อย่างไรก็ตาม ในงานศึกษาของ Raggatt ไม่ได้พูดถึงแค่เพียงข้อดีของการติดตามผู้มีชื่อเสียงผ่านทางช่องทางออนไลน์อย่างเดียว แต่งานศึกษาของเขากล่าวถึงผลในทางลบที่ผู้ติดตามได้มาจากผู้มีชื่อเสียงเช่นกัน อันได้แก่ ความตึงเครียดต่อการออกกำลังกาย และ โอกาสที่อาจจะทำให้เกิด

การเสพติดการออกกำลังกายมากเกินไปจนส่งผลเสียต่อร่างกายแทน เนื่องจากการได้มีต้นแบบอาจจะทำให้เกิดการคาดหวังต่อผลลัพธ์ของการออกกำลังกายมากเกินไป

#### เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค สำนักโรคไม่ติดต่อ. (2560). *รายงานประจำปี 2560*. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข
- Al-Eisa, E. et al. (2016). Effect of Motivation by "Instagram" on Adherence to Physical Activity among Female College Students. *BioMed research international*, 2016, 1546013. doi: 10.1155/2016/154601
- Dixon, H., Scully, M., Wakefield, M., Kelly, B., Chapman, K., & Donovan, R. (2011). Parent's responses to nutrient claims and sports celebrity endorsements on energy-dense and nutrient-poor foods: An experimental study. *Public Health Nutrition*, 14(6), 1071-1079. doi: 10.1017/S1368980010003691
- Fredriksson SV et al. (2018) . *How are different levels of knowledge about physical activity associated with physical activity behaviour in Australian adults?* PLOS ONE 13(11)e0207003. //doi.org/10.1371/journal.pone.0207003
- Hoffman, et al. (2015). Biological, psychological and social processes that explain celebrities' influence on patients' health-related behaviors. *Archives of public health* 73(1), 3. doi:10.1186/2049-3258-73-3
- Hoffman, et al. (2017). Celebrities' impact on health-related knowledge, attitudes, behaviors, and status outcomes: protocol for a systematic review, meta-analysis, and meta-regression analysis. *Systematic reviews*, . *Archives of public health* 6(1), 13. doi:10.1186/ s13643-016-0395-1
- Hutchesson, M. J., Collins, C. E., Morgan, P. J., & Callister, R. (2013). An 8-week web-based weight loss challenge with celebrity endorsement and enhanced social support: observational study. *Journal of medical Internet research*, 15(7), e129. doi:10.2196/ jmir.2540
- Plante, et al (2014). The Influence of Exercise Environment and Gender on Mood and Exertion. *International journal of exercise science*, 7(3), 220-227.
- Raggatt M., et al. (2018). "I aspire to look and feel healthy like the posts convey": engagement with fitness inspiration on social media and perceptions of its influence on health and wellbeing. *BMC public health*, 18(1), 1002. doi:10.1186/s12889-018-5930-7
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*. (2nd Ed.). New York: Harper and Row.