

ชื่อเรื่อง : การตัดสินใจเลือกและระดับความพึงพอใจ ของผู้รับบริการพัฒนาศูนย์

ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

ผู้วิจัย :นางวราภรณ์ จันทร์พราว

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โรค NCDs (Noncommunicable Diseases หรือโรคไม่ติดต่อ) เป็นปัญหาสุขภาพอันดับหนึ่งของโลกและของประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มโรค NCDs 4 โรคหลัก ได้แก่ กลุ่มโรคหลอดเลือดหัวใจ-โรคหลอดเลือดสมอง, โรคมะเร็ง, โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง และโรคเบาหวาน เป็นสาเหตุหลักของการเสียชีวิตของคนไทย ซึ่งมีปัจจัยมาจากพฤติกรรมเสี่ยง เช่น การสูบบุหรี่ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การบริโภคหวาน มัน เค็ม และมีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอ ข้อมูลจากองค์การอนามัยโลกระบุว่า กลุ่มโรคไม่ติดต่อ หรือ Non-communicable diseases-NCDs เป็นสาเหตุของการเสียชีวิตของประชากรทั่วโลกถึงปีละ 38 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 68 ของการเสียชีวิต (กระทรวงสาธารณสุข, 2561)

โดยในประเทศไทยมีคนป่วยเป็นโรค NCDs ถึง 14 ล้านคนเสียชีวิตปีละกว่า 300,000 คน และคาดว่าแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี ซึ่งส่วนใหญ่เสียชีวิตก่อนอายุ 70 ปี สะท้อนภาพการสูญเสียจากการตายก่อนวัยอันควร ซึ่งเมื่อคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมที่เสียไปแล้ว นับว่าสูงมากถึงร้อยละ 40 ของมูลค่างบประมาณภาครัฐไทยทั้งหมด (ธีระ วรธนารัตน์, 2561) สำหรับประเทศไทยมีข้อมูลชัดเจนแล้วว่าขณะนี้โรคไม่ติดต่อเรื้อรังเป็นสาเหตุหลักของการเสียชีวิตร้อยละ 75 ของการเสียชีวิตทั้งหมด หรือประมาณ 320,000 คนต่อปี โดยในทุก 1 ชั่วโมง จะมีผู้เสียชีวิต 37 ราย ทั้งนี้โรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่พบมากที่สุดคือ โรคหลอดเลือดสมองรองลงมาคือโรคหัวใจขาดเลือด โรคทางเดินหายใจอุดกั้น เบาหวาน และความดันโลหิตสูง ตามลำดับ(กระทรวงสาธารณสุข, 2561) โรคความดันโลหิตสูงเป็น 1 ในสาเหตุสำคัญที่ทำให้ประชากรทั่วโลกตายก่อนวัยอันควร และเป็นปัญหาที่กำลังมีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ ซึ่งภาวะความดันโลหิตสูงจะไม่มีสัญญาณเตือนหรืออาการแสดงให้เห็น จึงมักจะถูกเรียกว่าเป็น “ฆาตกรเงียบ” (Silent killer)

ผู้ป่วยจำนวนมากเป็นโรคนี้โดยที่ไม่รู้ตัวมาก่อนว่ามีภาวะความดันโลหิตสูง หากไม่ได้รับการดูแลรักษาจะทำให้เพิ่มความเสี่ยงของกล้ามเนื้อหัวใจตายเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า และความเสี่ยงของโรคหลอดเลือดสมองเพิ่มขึ้นเป็นสี่เท่าโดยสาเหตุส่วนใหญ่มาจากปัจจัยการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปเช่น การมีกิจกรรมทางกายน้อย การบริโภคอาหารที่มีส่วนประกอบของเกลือ และไขมันสูง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการสูบบุหรี่ ซึ่งนำมาสู่ภาวะโรคที่เพิ่มขึ้นสำหรับสถานการณ์ความดันโลหิตสูงในประเทศไทย(กลุ่มพัฒนาระบบสาธารณสุข กองโรคติดต่อ กรมควบคุมโรค, 2562)

ข้อมูลกรมอนามัย กรมควบคุมโรค สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล สำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา ประชาชนไทยประมาณ 1 ใน 3 มีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอ และสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ที่สำรวจระดับกิจกรรมทางกายโดยเฉพาะ ติดต่อกันทุกปี ใน 5 ปีที่ผ่านมา และยังครอบคลุมตั้งแต่วัยเด็ก พบว่า วัยเด็กและวัยรุ่นมีกิจกรรมทางกายเพียงพอ เพียงร้อยละ 27 วัยผู้ใหญ่ ร้อยละ 71 วัยสูงอายุ ร้อยละ 70 (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล)

ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ใน 5 จังหวัด ที่รับผิดชอบ ประกอบด้วย จังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร มุกดาหาร และอำนาจเจริญ มีการสำรวจข้อมูล H4U (N 1/836) 31 พฤษภาคม 62 พบว่าประชากรวัยทำงาน มีการออกกำลังกายน้อยกว่า 150 นาที/สัปดาห์ ร้อยละ 79.90 และพบว่ามีกิจกรรมทางกายน้อยลง ร้อยละ 44.80

งานส่งเสริมสุขภาพวัยทำงาน มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบเรื่องการส่งเสริมกิจกรรมการออกกำลังกายโดยตรงและมีงานบริการพัฒนาศักยภาพเช่นเตอร์ เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจและชอบการออกกำลังกาย ที่มารับบริการ ได้ออกกำลังกายอย่างถูกต้องเหมาะสมตามบุคคล และแนะนำความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพอย่างคุณภาพ มีสุขภาพที่ดี ป้องกันการเกิดโรค NCDs ชะลอการเกิดโรคแทรกซ้อนเมื่อมีโรคประจำตัวได้ จากผลงานการให้บริการย้อนหลัง ในปี 2561 มีผู้รับบริการ 2,338 คน จำนวน 11,438 ครั้ง และในปี 2562 มีผู้รับบริการ 1,497 คน จำนวน 6,860 ครั้ง จึงเป็นที่มาในการศึกษานี้ เพื่อใช้การปรับปรุงระบบบริการเพื่อให้มีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น และเป็นแนวทางพัฒนารูปแบบบริการด้านการออกกำลังกาย ในโอกาสต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10

อุบลราชธานี

การตัดสินใจเลือกและระดับความพึงพอใจ ของผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบพรรณนา ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการและระดับความพึงพอใจ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี จำนวน 90 คน

นิยามศัพท์

การตัดสินใจเลือก หมายถึง หมายถึง การพิจารณาคงใจชี้ขาดในการเลือกทางเลือกใด ทางเลือกหนึ่ง ที่มีอยู่มากกว่า 1 ทางเลือก มีตัวกำหนดดังนี้ 1) ราคาของการเข้าใช้บริการ 2) สถานที่ตั้ง 3) ความหลากหลายของการให้บริการ 4) รายการส่งเสริมการขาย 5) การให้บริการของเจ้าหน้าที่ 6) ระบบการทำงานหรือกระบวนการบริการ และ 7) สภาพแวดล้อมของฟิตเนสเซ็นเตอร์ การประเมิน

ระดับความพึงพอใจ หมายถึง การวัดระดับความรู้สึกนึกคิด หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งสามารถเป็นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี หรือในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้น สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้น ในที่นี้จะวัด 4 ประเด็นเกี่ยวกับ 1) ด้านการบริการ 2) ด้านราคา 3) ด้านสถานที่ และ 4) ด้านการส่งเสริมการขาย

ผู้รับบริการ หมายถึง ผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ซึ่งผู้รับบริการเป็นผู้ที่ได้ทำการสมัครและใช้บริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ รวมถึงผู้สมัครเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติตามกฎระเบียบ และข้อบังคับของฟิตเนสเซ็นเตอร์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ค้นข้อมูลผลวิจัยให้ผู้บริหาร ผู้รับผิดชอบและผู้ปฏิบัติงาน
2. นำผลวิจัยมาพัฒนาระบบบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ให้มีจำนวนสมาชิก และรายรับเพิ่มขึ้น

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การส่งเสริมสุขภาพ
2. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย,มาตรฐานฟิตเนสเซ็นเตอร์
3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
4. วิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิด

1. การส่งเสริมสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย

ความหมายของการส่งเสริมสุขภาพ

จากการศึกษาเอกสารปรากฏว่ามีนักวิชาการ นักบริหาร และผู้ที่สนใจได้ให้ความหมายของการส่งเสริมสุขภาพไว้แตกต่างกันออกไปดังนี้

สุรเกียรติ์ อาชานุกาฬ (2550) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมสุขภาพในสองประเด็น กล่าวคือประเด็นแรกการสร้างเสริมสุขภาพในประเด็นของการให้บริการสร้างเสริมสุขภาพโดยบุคลากรสาธารณสุขเป็นการบริการการสร้างเสริมสุขภาพแก่ผู้รับบริการ เช่น การให้ความรู้ด้านสุขภาพ ส่วนประเด็นที่สองเป็นการสร้างเสริมสุขภาพโดยกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมในการที่จะทำให้ประชาชนมีความสามารถในการควบคุมปัจจัยที่กำหนดสุขภาพอันจะมีผลดีต่อสุขภาพ สนิท มาประจวบ (2544) ได้ให้ความหมายการสร้างเสริมสุขภาพว่าเป็นกระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนเพิ่มสมรรถนะในการควบคุม และพัฒนาสุขภาพของตนเอง สุขภาพในที่นี้หมายถึงความสุขสมบูรณ์ ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม

Green และ Kreuter (1991) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมสุขภาพ หมายถึงผลรวมของการสนับสนุนทางการศึกษา และการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental supports) เพื่อให้เกิดผลทางการกระทำ /ปฏิบัติ(Action) และสภาพการณ์ (Conditions) ของการดำรงชีวิตที่จะก่อให้เกิดสภาวะสุขภาพที่สมบูรณ์ การกระทำ/ปฏิบัตินั้นอาจเป็นของบุคคล ชุมชน ผู้กำหนดนโยบาย นายจ้างหรือกลุ่มบุคคลอื่นๆ ซึ่งกระทำ /ปฏิบัติเหล่านั้นมีอิทธิพลต่อสุขภาพของบุคคลชุมชนและสังคมส่วนรวม

เคมม์ และ โคลส (Kemmad Close, 1995) ได้กล่าวถึงการส่งเสริมสุขภาพ คือ การรวมทุกกิจกรรมใด ๆ ที่กระทำเพื่อป้องกันโรค หรือทำให้มีภาวะสุขภาพสมบูรณ์

เพนเดอร์ (Pender Murgauh, & Parsons, 201 1) กล่าวว่าความหมายของการส่งเสริมสุขภาพ คือการจูงใจหรือการกระทำใด ๆ ที่มีผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของบุคคล เพนเดอร์ยังให้ความหมายของการสร้างเสริมสุขภาพในมุมที่กว้างขึ้น กล่าวคือ มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ด้วยกัน ได้แก่ การให้ความรู้ (Health Education) การป้องกัน(Health Prevention) และการให้ภูมิคุ้มกันด้านสุขภาพ (Health Protection)

(จากกฎบัตรออกตาวา : แคนาดา : 2529) กล่าวโดยสรุปได้ว่า การส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การปฏิบัติ การกระทำ ผ่านการรับรู้ ของบุคคลในหลากหลายรูปแบบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคคลมีสุขภาพดี ไม่เจ็บป่วย มีความสุข เกิดความพึงพอใจ การได้รับการยอมรับในความสามารถและเกิดความผาสุกในชีวิต การส่งเสริมสุขภาพ เป็นกระบวนการเพิ่มความสามารถของบุคคลในการควบคุมดูแล และพัฒนาสุขภาพของตนเองให้ดีขึ้น เพื่อการบรรลุสุขภาพที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ และสังคมบุคคลและกลุ่มบุคคลจะต้องมีความสามารถและตระหนักถึงความปรารถนาของตนเองที่จะสนองความต้องการต่าง ๆ ของตนเองและสามารถเปลี่ยนแปลงหรือปรับตนให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม

(<http://www.todayhealth.org/daily>) การส่งเสริมสร้างสุขภาพโดยการออกกำลังกาย สุขภาพที่ดี ควรประกอบด้วยสามส่วน ได้แก่ สุขภาพทางกาย สุขภาพทางจิต และความมีคุณธรรม คนส่วนมากมักให้ความสำคัญในการออกกำลังกาย เพียงเพื่อความแข็งแรง หรือการเสริมสร้างสุขภาพเท่านั้น แต่ที่จริงแล้วรูปแบบของการออกกำลังกายที่ดีควรมีวัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพทางจิต และส่งเสริมคุณธรรมในแต่ละบุคคลด้วยการออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างสุขภาพควรเป็นการเคลื่อนไหวของร่างกาย หรือออกกำลังกาย เพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพที่สัมพันธ์กับสุขภาพ (Health-related fitness) ได้แก่ ความแข็งแรงทนทานของกล้ามเนื้อ สมรรถภาพการไหลเวียนและความอ่อนตัว ซึ่ง สมรรถภาพที่กล่าวมาข้างต้น มีส่วนช่วยป้องกันโรคและการบาดเจ็บได้มากวิธีการออกกำลังกายควรคำนึงถึงความหนักเบา ระยะเวลาของการออกกำลังกาย ความถี่ของการออกกำลังกาย ชนิดของการออกกำลังกาย และความคืบหน้าของการออกกำลังกาย ก่อนและหลังออกกำลังกาย ควรมีการอุ่นเครื่อง และเบาเครื่องด้วยการเคลื่อนไหวเบาๆ และยืดกล้ามเนื้อด้วย เพื่อให้การออกกำลังกายเป็นไปด้วยความราบรื่น ไม่มีอาการบาดเจ็บของร่างกายขณะที่ยังไม่พร้อมก่อนจะออกกำลังกาย และป้องกันการคั่งของ

ของเสียที่ร่างกายต้องกำจัดออกมาในระยะท้ายของการออกกำลังกาย การออกกำลังกายเพื่อเพิ่มความแข็งแรงทนทานของกล้ามเนื้อ ประโยชน์ของความแข็งแรงทนทานของกล้ามเนื้อ มีส่วนช่วยคงสภาพมวลกระดูกและข้อต่อ และอาจช่วยป้องกันการหกล้มได้มากขึ้น ถ้าร่วมกับฝึกการทรงตัวซึ่งเป็นสมรรถภาพทางกายที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหว เราสามารถออกกำลังกายเพื่อเพิ่มความแข็งแรงทนทานของกล้ามเนื้อได้ โดยการออกแรงต้านน้ำหนัก สปริง หรือวัตถุที่ไม่เคลื่อนที่ หรือแม้กระทั่งกล้ามเนื้อส่วนอื่น ๆ ของตนเอง โดยกระทำเป็นประจำ ซ้ำ ๆ กัน เลือกแรงต้านที่พอดีต้านได้ ประมาณ 8-20 ครั้งต่อชุด จึงเมื่อยพอดี สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ครั้งละ 2-5 ชุด ถ้าต้องการฝึกแรงกล้ามเนื้อมากกว่าความทนทาน ควรใช้น้ำหนักที่ค่อนข้างมาก สามารถออกแรงต้านซ้ำได้น้อยครั้ง ถ้าต้องการความทนทานมากกว่า การฝึกแรงกล้ามเนื้อ ควรเลือกน้ำหนักที่ค่อนข้างน้อย สามารถออกแรงต้านซ้ำได้มากครั้ง อย่าลืมว่า ต้องเป็นการกระทำหรือออกแรงด้วยตนเองจนถึงขั้นที่มีความรู้สึกเมื่อยล้าพอสมควรร่างกายจะได้มีการปรับตัวไปในทางที่ดีขึ้นขณะเกร็งกล้ามเนื้อไม่ควรกลั้นลมหายใจเพราะอาจมีผลกระทบต่อระบบการไหลเวียนได้การออกกำลังกายเพื่อเพิ่มความทนทานของระบบไหลเวียนสมรรถภาพที่ดีของระบบไหลเวียน มีประโยชน์มากมายต่อสุขภาพแทบจะทุกระบบ เช่น ช่วยควบคุมน้ำหนักตัวให้เหมาะสม ปรับสมดุลของไขมันในร่างกาย ช่วยป้องกันโรคหลอดเลือดหัวใจและสมอง โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง เพิ่มสมรรถภาพการหายใจ ลดอาการเหนื่อย อ่อนเพลีย นอนไม่หลับ ฯลฯ เราสามารถออกกำลังกายเพื่อเพิ่มความทนทานของระบบไหลเวียนได้ โดยใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่ เช่น แขนขาให้ทำงานอย่างต่อเนื่อง เช่น การเดิน ถีบจักรยาน วิ่งเหยาะๆ ว่ายน้ำ เดินร่า เดินแอโรบิก เป็นต้น ระยะเวลาของการออกกำลังกายในแต่ละครั้ง ประมาณ 20-60 นาที ขึ้นกับสภาพของร่างกาย ประมาณ 3-5 ครั้งต่อสัปดาห์ ปรับความหนักของการออกกำลังกาย ให้ได้เหนื่อยพอประมาณ สังเกตง่ายๆคือ ยังสามารถพูดได้เป็นประโยคไม่ขาดเป็นห้วงๆ หรือเหนื่อยจนเกินไป การออกกำลังกายเพื่อฝึกความอ่อนตัวความอ่อนตัว คือ ความสามารถของร่างกายในการเคลื่อนไหวไปตามพิสัยของข้อต่อไปยังจุดที่ต้องการ ประโยชน์ของความอ่อนตัวที่ดีคือ การป้องกันการบาดเจ็บในระบบกล้ามเนื้อ เส้นเอ็น ข้อต่อ และเพิ่มประสิทธิภาพในการเคลื่อนไหวแนวทางการฝึกเพื่อเพิ่มความอ่อนตัว ได้แก่ การยืดกล้ามเนื้อและเส้นเอ็นอย่างช้า ๆ โดยไม่กระตุก ยืดแต่ละครั้งนานประมาณ 6-30 วินาที ในปัจจุบัน การรำมวยจีน การฝึกโยคะ (บางท่า) ก็อาจนับเป็นการฝึกความอ่อนตัวได้เช่นกัน หรืออาจใช้เครื่องมือ แรงโน้มถ่วงโลก ร่างกายส่วนอื่นหรือบุคคลอื่น ยึดจนถึงจุดของความรู้สึกตึงมาก แต่ยังไม่เจ็บ ควรกระทำทุกวันๆละหลายครั้ง การประคบด้วยความร้อน จะทำให้ยืดกล้ามเนื้อได้ดีขึ้น แต่เป็น

มัดที่อยู่ตื้นๆเท่านั้น ส่วนกล้ามเนื้อที่อยู่ลึก ควรใช้วิธีการบริหารร่างกาย เพื่อให้อุณหภูมิร่างกายเพิ่มขึ้นก่อนทำการยืด และควรกระทำในช่วงที่กล้ามเนื้อเริ่มจะเย็นลงอีกครั้งหนึ่ง

2.ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย (<http://topvs2538.blogspot.com/>)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการออกกำลังกายและการออกกำลังกายที่มีประสิทธิภาพ การมีสุขภาพดีเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา ซึ่งประกอบด้วย การดูแลสุขภาพของตัวเราเองอย่างเหมาะสม ถูกต้อง เช่น การรับประทานอาหาร อาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย การพักผ่อนที่เพียงพอ การป้องกันโรค การใช้ไลฟ์สไตล์ (Life Style) ที่ถูกต้องไม่ทำลายสุขภาพของตัวเราทั้งระยะสั้นและระยะยาว และที่สำคัญคือ การออกกำลังกายที่สม่ำเสมอ ซึ่งจะส่งผลให้ร่างกาย(กล้ามเนื้อ)มีความแข็งแรง มีความสดชื่น กระฉับกระเฉง เป็นต้น ซึ่งวิธีการออกกำลังกายนั้นทำได้หลายวิธีแตกต่างกันเช่น การเดินเร็ว ๆ การวิ่งเหยาะ ๆ การเดินแกว่งแขน ยกขา อยู่กับที่ ในบ้าน ในสนามหน้าบ้าน การรำมวยจีน ไทเก๊ก การใช้ไม้พลองประกอบ การทำโยคะ การเดินแอโรบิกที่ถูกต้อง และที่สำคัญมาก ๆ คือ จะต้องดูตัวเราเองว่า อายุ สุขภาพ ของเราเหมาะกับการออกกำลังกายแบบไหนดีที่จะมีประโยชน์เหมาะกับร่างกายของเรา มากที่สุด ไม่ใช่ออกกำลังกายตามคนอื่น ๆ

วิธีการออกกำลังกาย

การออกกำลังกายที่ถูกต้องเหมาะสมนั้น นายแพทย์ พิชัย ดิษฐสถาพร จาก โรงพยาบาลบาลเกษมราษฎร์ จังหวัดสระบุรี ได้กล่าวให้ความรู้ไว้ จะต้องให้กล้ามเนื้อหลัก ๆ หรือกล้ามเนื้อชุดใหญ่ได้เคลื่อนไหวหรือที่เรามักจะพูดกันว่า ให้กล้ามเนื้อหลัก ๆ ได้ทำงาน เช่น กล้ามเนื้อที่ แขน ขา ท้องคอ รวมทั้งปอดและหัวใจ

ประโยชน์ของการออกกำลังกาย

1. ทำให้กล้ามเนื้อได้ทำงาน เพิ่มความแข็งแรงให้กล้ามเนื้อ หรือร่างกายนั่นเอง การทำงานของกล้ามเนื้อ การเคลื่อนไหวกล้ามเนื้อคล่องแคล่วขึ้น
2. ช่วยขับของเสียที่เกิดจากระบวนการ เมแทบอลิซึม (Metabolism) ของเซลล์ ออกจากร่างกาย เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ ที่ออกมาพร้อมลมหายใจออก ของเสียที่ออกมาพร้อมเหงื่อ และ ปัสสาวะ เป็นต้น
3. กล้ามเนื้อหัวใจมีความแข็งแรงขึ้น สูบฉีดโลหิตไปเลี้ยงส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้ดี รวมทั้งไปเลี้ยงกล้ามเนื้อหัวใจด้วยเช่นกัน

4. ช่วยในการทำงานของต่อมไร้ท่อดีขึ้น เช่น ต่อมไธสมอง ต่อมหมวกไต ระบบต่าง ๆ ในร่างกายทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ลดไขมันในเลือด กล้ามเนื้อ และ กระดูกแข็งแรง ช่วยให้เอ็นที่ยึดข้อต่อต่าง ๆ ทำงานได้ดีขึ้น

6. ช่วยให้ ระบบภูมิคุ้มกัน หรือ ระบบ อิมมูน (Immune System) ของร่างกายแข็งแรงดีขึ้น

7. ที่สำคัญอย่างยิ่ง คือ เป็นการลด ความเครียด ของร่างกาย เพราะถ้าเรามีความเครียดมาก ๆ จะนำไปสู่โรคร้ายต่าง ๆ หลายอย่าง เช่น ความดันโลหิตสูง ปวดศีรษะ ปวดไมเกรน โรคหัวใจ การขับถ่ายผิดปกติ และ ที่สำคัญยิ่งคือ ความเครียดจะนำไปสู่การเป็น โรคมะเร็งได้

เวลาที่เหมาะสมในการออกกำลังกาย

เนื่องจากการดำรงชีวิตของคนเราในสังคมยุคปัจจุบัน ทั้งในเมืองเล็กเมืองใหญ่ ในแต่ละวันจะต้องตื่นแต่เช้ามืดรีบเร่งไปทำงาน ตอนเย็นเลิกงานแล้วต้องรีบกลับบ้าน การจราจรที่ติดขัด ดังนั้นการที่จะบอกว่า ออกกำลังกายเวลาไหนที่ดีที่สุดนั้นคงบอกชัดเจนไม่ได้ ขึ้นอยู่กับเวลา และความพร้อมของแต่ละคน

ตอนเช้าอากาศค่อนข้างดี มีมลภาวะน้อย ก็เหมาะในการออกกำลังกาย ตอนเย็นหลังจากเลิกงาน ช่วงเวลา 16:00 - 18:00 น. ก็เหมาะสม ไม่ต้องกังวลเรื่องไปทำงาน และเป็นช่วงที่ระบบกล้ามเนื้อที่ได้เคลื่อนไหวมาในตอนกลางวันแล้ว ทำให้การยืดหยุ่นของกล้ามเนื้อดีขึ้นที่จะออกกำลังกายในตอนเย็น

ดังนั้นจึงขึ้นอยู่กับเวลาที่เหมาะสมของแต่ละคนที่จะต้องพิจารณาตัวเอง ว่าควรจะออกกำลังกายเวลาไหนที่ดีที่สุดสำหรับตัวเอง คงไม่มีกฎตายตัวสำหรับการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน แต่ที่สำคัญอย่างยิ่งคือร่างกายของคนเราต้องมีการออกกำลังกาย เพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงให้ร่างกายมีสุขภาพดี

ระยะเวลาในการออกกำลังกาย

ระยะเวลาในการออกกำลังกาย จะออกกำลังกายนาน กี่นาที กี่ชั่วโมง เรื่องนี้ก็เช่นกัน ทางด้านการแพทย์ก็ไม่ได้กล่าวไว้ตายตัวว่าออกกำลังกายนานแค่ไหน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ อายุ สุขภาพ ความแข็งแรงของร่างกาย มีโรคประจำตัวอะไรบ้าง เช่นความดันโลหิต โรคหัวใจ ฯลฯ แต่โดยทั่วไปทางการแพทย์แนะนำให้ ออกกำลังกายนานประมาณ 10 – 30 นาทีต่อวัน สัปดาห์ละ 3 วัน หรือ วันเว้นวัน หรือ ออกกำลังกาย 10 นาที แล้วรู้สึกเหนื่อยก็ให้หยุดพักก่อน แล้วจึงออกกำลังกายต่ออีก จนครบเวลา 30 นาที ก็ได้

การออกกำลังกายอย่างปลอดภัย

รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ อภิชาติ อัสวมงคลกุล ภาควิชาศัลยศาสตร์ ออร์โธปิดิกส์และกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยมหิดล ได้กล่าวว่า ผู้ที่ออกกำลังกายควรเลือกการออกกำลังกายตามแบบที่ชอบและสะดวกที่สุด แต่สำหรับผู้ที่มิโรครประจำตัว เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน ไขมันในเลือดสูง หรือมีประวัติคนในครอบครัวเป็นโรคหัวใจ ควรปรึกษาแพทย์ก่อนเลือกวิธีออกกำลังกาย นอกจากนี้การออกกำลังกายในครั้งแรก ๆ ไม่ควรหักโหมมาก การออกกำลังกายที่ดี ควรเป็นการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่ทำเป็นครั้งคราวแต่หักโหม

ในขณะที่ออกกำลังกายให้ท่านสังเกตอาการของตัวเองในขณะที่ออกกำลังกายด้วย โดยสังเกตอาการดังต่อไปนี้

1. หัวใจเต้นมาก เต้นแรง จนรู้สึก
2. หายใจเหนื่อยจนพูดไม่เป็นประโยค
3. เหนื่อย ใจหวิว ๆ จนเป็นลม

หากมีอาการดังกล่าวก็ให้หยุดออกกำลังกาย พักร่างกายสัก 2 วัน และเวลาออกกำลังกายครั้งต่อไปให้ลดระดับการออกกำลังกายลงการเตรียมตัวสำหรับการออกกำลังกาย

1. ก่อนออกกำลังกายทุกครั้ง ควรรับประทานอาหารรองท้อง เช่น คีมันม โอวัลติน หรือน้ำเต้าหู้ 1 แก้ว (ไม่ใช่รับประทานเป็นอาหารหลัก) หากไม่กินอะไรเลยเวลาออกกำลังกายมีโอกาสเป็นลมได้

2. ต้องทำการอบอุ่นร่างกายก่อนทุกครั้ง เช่นเดินภายในบ้าน รอบ ๆ บ้าน ในสนาม หรือที่ ๆ เหมาะสม ประมาณ 5 - 10 นาที เพื่อให้เลือดไปเลี้ยงส่วนต่าง ๆ ได้มากขึ้น หลอดเลือดมีการเตรียมความพร้อมมากขึ้น

3. เริ่มออกกำลังกายตามปกติ

4. หลังจากออกกำลังกายตามปกติแล้ว อย่าหยุดออกกำลังกายทันที ควรผ่อนการออกกำลังกายลงจนกระทั่งชีพจรหรือการหายใจจะเข้าสู่ภาวะปกติ จึงหยุดการออกกำลังกาย การออกกำลังกายสัมพันธ์กับการหายใจ

วิธีการหายใจที่ถูกต้อง เวลาหายใจเข้าพยายามหายใจเข้าทางจมูกเท่านั้น เพราะภายในจมูกมีเครื่องกรองอากาศ คือ ขนจมูก และมีเยื่อเมือก ๆ เหนียว ๆ ช่วยจับฝุ่นละอองในอากาศที่เข้ามาพร้อมลมหายใจเข้า ให้สูดลมหายใจเข้าในปอดให้มากที่สุดให้ปอดพองโต กลั้นหายใจไว้โดยนับ 1 ถึง 3 ซ้ำ

ๆ แล้วจึงค่อย ๆ หายใจออกทางปากให้มากที่สุดให้ปอดแฟบลง หรือท้องแฟบลง เพื่อให้คาร์บอนไดออกไซด์ซึ่งเป็นของเสียจากเซลล์ออกมาให้มากที่สุด นั่นคือออกซิเจนจะเข้าไปในปอดเต็มที่ และ คาร์บอนไดออกไซด์ออกมาจากปอดเต็มที่ เช่นกัน ปอดเรามีความจุ 2 ข้าง ประมาณ 3.5 – 4.5 ลิตร แต่ที่เราหายใจตามปกติอยู่ทุกวันนี้ อากาศเข้าปอดเพียงครึ่งลิตรเท่านั้นเอง ของเสียหรือคาร์บอนไดออกไซด์ก็ออกมาไม่มาก เราจึงต้องฝึกการหายใจให้ถูกต้องเพื่อสุขภาพของเราเอง

ปัจจุบันมีการรวมกลุ่มออกกำลังกายโดยการ เต้นแอโรบิก (aerobic) กันมากมาย มีผู้นำเต้นพร้อมกับเปิดเพลงจังหวะเร้าร้อน รีบเร่ง และเราก็ต้องเดินให้เข้าจังหวะตามคนนำซึ่งอยู่บนพื้นสูง คนที่ร่วมเต้นบางคน บางครั้ง ก็เครียด เกร็งกลัวจะไม่ถูกจังหวะ ไม่เข้ากับกลุ่ม ไม่เข้ากับคนที่เต้นนำ ทำให้มีความเครียดเกิดขึ้นโดยที่ไม่รู้ตัว ซึ่งเป็นการเดินที่ไม่ถูกต้อง การเต้นแอโรบิกที่ถูกต้องร่างกายจะเกิดค้างเพราะได้ออกซิเจนมาก แต่ที่เต้นอย่างเร่งรีบเร้าร้อนนั้น เป็น อันแอโรบิก (anaerobic) คือกลับได้คาร์บอนไดออกไซด์มากขึ้น ทำให้ร่างกายเกิดกรด มาก ๆ เข้าก็กลับเป็นโทษแก่ร่างกายอีก

ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่เราจะต้องฝึกการหายใจให้ถูกต้อง ก็เพื่อสุขภาพที่ดีของเราเอง ขอแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกายต่าง ๆ ตามที่กล่าวมานี้เป็นข้อแนะนำทางการแพทย์ทั่วไป ไม่เป็นกฎหมาย ผู้ที่จะออกกำลังกายต้องพิจารณาตัวเอง อายุ สุขภาพ โรคภัยที่กำลังเป็นอยู่ จะออกกำลังกายอย่างไร แค่วัน เมื่อไหร่ บางครั้งอาจจะต้องปรึกษาแพทย์ ขอคำแนะนำก่อนออกกำลังกาย มาตรฐานฟิตเนสเซ็นเตอร์

ตามที่กรมอนามัย โดยกองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมีบทบาทในการส่งเสริมให้คนไทยเห็นความสำคัญและความจำเป็นของการออกกำลังกาย ได้ใช้สถานที่ออกกำลังกายที่ได้มาตรฐาน เหมาะสม และปลอดภัย ตลอดจนสร้างองค์ความรู้ วัฒนธรรมและประชาสัมพันธ์ ข่าวสารการออกกำลังกาย เพื่อส่งเสริมให้คนไทยใส่ใจในการออกกำลังกายเพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) โดยได้ศึกษาข้อมูลทั้งในและต่างประเทศ ร่วมกับภาคีเครือข่าย ภาครัฐและเอกชน ที่อยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานบริการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพขึ้น โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ สถานประกอบกิจการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ หรือ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ และสวนสาธารณะเพื่อการออกกำลังกาย นั้น ซึ่งในปีพ.ศ.2507 กรมอนามัย โดยกองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ได้นำเกณฑ์มาตรฐานฯ ดังกล่าว มาพัฒนาคุณภาพสถานบริการออกกำลังกาย โดยการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาต้นแบบสถานบริการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีสถานประกอบกิจการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ จำนวน 18 แห่ง เข้าร่วม และสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา จัดอบรมหลักสูตรผู้

ฝึกสอนการออกกำลังกาย (Exercise Instructo) เพื่อพัฒนาบุคลากรสถานประกอบการฯ ให้ได้ตามมาตรฐานในปี 2558 กรมอนามัย ได้แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินสถานบริการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพในกรจัดทำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานสถานประกอบการฯ และลงตรวจเยี่ยม ประเมินและให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาสถานประกอบการฯ ผู้มาตรฐานกรมอนามัย แก่สถานประกอบการฯ ที่เข้าร่วม 18 แห่ง เพื่อเป็นต้นแบบในการดำเนินงาน และเป็นสถานที่ศึกษาเรียนรู้ให้แก่สถานบริการออกกำลังกายอื่นๆ และเพื่อการยกระดับคุณภาพ ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานสถานบริการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ซึ่งในส่วนของกรผลักดันการบังคับใช้กฎหมายควบคุมสถานประกอบการฯ ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕ นั้น ขณะนี้กระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ลงวันที่ ๓ มิถุนายน ๒๕๕๘ และประกาศในราชกิจจานุเบกษาเรียบร้อยแล้ว โดยพิตเนส ถูกจัดอยู่ในประเภทกิจการที่ต้องควบคุมตามกฎหมายประเภทที่ ๕ กิจการเกี่ยวกับการให้บริการ ชื่อ ๑๒ การประกอบการสถานออกกำลังกายเพื่อให้การดำเนินงานพัฒนาสถานประกอบการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมีประสิทธิภาพครอบคลุมทั่วประเทศและต่อเนื่องในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ กองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ จะดำเนินการจัดทำข้อเสนอแนะมาตรการการใช้กฎหมายควบคุมสถานประกอบการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการสาธารณสุข เพื่อออกข้อเสนอแนะให้หน่วยงานท้องถิ่นออกเป็นกฎหมายควบคุม และการขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนามาตรฐานสถานประกอบการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โดยร่วมมือกับศูนย์อนามัยทั้งหมด โดยควบคุมและติดตามกรพัฒนามาตรฐานแก่สถานประกอบการฯ อย่างต่อเนื่อง และผลิตองค์ความรู้การเลือกใช้อุปกรณ์ออกกำลังกายในพิตเนสและคู่มือการพัฒนาสถานประกอบการฯ ผู้มาตรฐานกรมอนามัยให้แก่เจ้าหน้าที่และสถานประกอบการฯ เพื่อนำไปใช้ในพัฒนาสถานประกอบการฯ ให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐานต่อไป

ข้อกำหนดมาตรฐานสถานประกอบการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

คำจำกัดความ

สถานประกอบการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ หมายถึง สถานประกอบการฯ ที่มีสถานที่ อุปกรณ์หรือเครื่องมือสำหรับการออกกำลังกาย บุคลากรผู้ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มุ่งให้ การเสริมสร้างสุขภาพและการป้องกันโรค (Promotion and Prevention)

บุคลากรผู้ให้บริการ หมายถึง บุคลากรของสถานประกอบการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เฉพาะผู้รับผิดชอบในการจัด โปรแกรมการออกกำลังกาย ให้คำปรึกษา แนะนำ คุ้มครอง ควบคุม กำกับ และติดตาม โปรแกรมการออกกำลังกายแก่สมาชิกที่ต้องใช้หรือไม่ใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือออกกำลังกายในสถานประกอบการฯ

องค์ประกอบของข้อกำหนดมาตรฐานสถานประกอบการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

ประกอบด้วยข้อกำหนดมาตรฐาน 5 ด้าน ดังนี้

1. อาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม
2. ห้องออกกำลังกาย
3. การให้บริการ
4. บุคลากรผู้ให้บริการ
5. ความปลอดภัยและมาตรการกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

กรมอนามัย
ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

ข้อกำหนดมาตรฐานที่ 1 ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์ เพื่อความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย และป้องกันความเสี่ยงหรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับ ผู้มารับบริการ ผู้ปฏิบัติงาน ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

ข้อกำหนดมาตรฐาน
<p>1. อาคารและคุณลักษณะภายในอาคารต้องเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1 มีเอกสารใบอนุญาตให้ใช้อาคารและใบอนุญาตให้ตัดแปลงอาคาร 1.2 อาคารทำด้วยวัสดุที่มั่นคง แข็งแรง ไม่มีรอยแตกร้าว 1.3 ฝ้าผนัง ฝ้าเพดาน ทำด้วยวัสดุที่แข็งแรง ไม่มีรอยแตกร้าว 1.4 พื้นผิวมีความแข็งแรง ไม่มีรอยแตกร้าว 1.5 มีทางเข้า-ออก และทางหนีไฟ 1.6 ตั้งอยู่ในทำเลที่เข้า-ออกได้ง่าย
<p>2. แผนผัง และป้ายสัญลักษณ์ โดยจัดให้มีดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1 ป้ายแผนผังสถานที่ให้บริการ 2.2 ป้ายสัญลักษณ์ทางหนีไฟ หรือทางออกฉุกเฉิน 2.3 ป้ายห้ามสูบบุหรี่ 2.4 ป้ายระเบียบการใช้บริการ
<p>3. อุปกรณ์ดับเพลิง</p> <p>3.1 อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องมีตู้เก็บสายยางดับเพลิง (Fire hose) และถังดับเพลิงแบบมือถือ 1 ถัง (หนักไม่น้อยกว่า 4 กิโลกรัม) ในพื้นที่อาคารทุกๆ 1,000 ตารางเมตร และแต่ละถังต้องติดตั้งห่างกันไม่เกิน 45 เมตร อยู่สูงจากระดับพื้นอาคารไม่เกิน 1.5 เมตร สามารถมองเห็นได้ง่าย นำไปใช้ได้โดยสะดวกและมีการตรวจสอบสภาพอุปกรณ์ดับเพลิงให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน อย่างน้อย 6 เดือนต่อครั้ง</p> <p>3.2 อาคารขนาดเล็ก ต้องติดตั้งถังดับเพลิงแบบมือถือ 1 ถัง (หนักไม่น้อยกว่า 4 กิโลกรัม) ในพื้นที่อาคารทุกๆ 100 ตารางเมตรแต่ละถังต้องติดตั้งห่างกันไม่เกิน 45 เมตร อยู่สูงจากระดับพื้นอาคารไม่เกิน 1.5 เมตร สามารถมองเห็นได้ง่าย นำไปใช้ได้โดยสะดวกและมีการตรวจสอบสภาพอุปกรณ์ดับเพลิงให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน อย่างน้อย 6 เดือนต่อครั้ง</p>

ข้อกำหนดมาตรฐาน(ต่อ)
4. แสงสว่าง ความเข้มแสงสว่างภายในห้องออกกำลังกาย ไม่น้อยกว่า 200 ลักซ์
5. การระบายอากาศ 5.1 ห้องออกกำลังกายที่มีเครื่องปรับอากาศ มีอุณหภูมิอยู่ระหว่าง 20 - 25 องศาเซลเซียสและไม่มีกลิ่นอันไม่พึงประสงค์ 5.2 ห้องออกกำลังกายที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ มีอากาศถ่ายเท ไม่มีกลิ่นอันไม่พึงประสงค์
6. ตัวอาคาร สิ่งก่อสร้างและสภาพแวดล้อม เช่น ต้นไม้ สายไฟ ได้รับการตรวจสอบสภาพ และมีการดูแลให้มีความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ
7. มีการจัดการสิ่งปฏิกูลมูลฝอยและน้ำเสียที่ถูกหลักสุขาภิบาล
8. มีการควบคุมสัตว์และแมลงพาหะนำโรค และทำความสะอาดอาคาร สถานที่ตามหลักสุขาภิบาล
9. อุปกรณ์ที่ใช้ไฟฟ้าที่เปลือกนอกเป็นโลหะ จะต้องติดตั้งสายดินตามมาตรฐานการไฟฟ้า และเครื่องตัดไฟฟ้า กรณีไฟฟ้าลัดวงจร
10. ระดับเสียงในห้องออกกำลังกายมีค่าสูงสุดไม่เกิน 90 เดซิเบล (เอ)
11. ห้องน้ำ ห้องส้วม มีห้องส้วมแยกชาย-หญิง ดังนี้ 11.1 ผู้ใช้บริการไม่เกิน 15 คน มี 1 ห้อง 11.2 ผู้ใช้บริการ 16 - 40 คน มี 2 ห้อง 11.3 ผู้ใช้บริการ 41-80 คน มี 3 ห้อง 11.4 ผู้ใช้บริการมากกว่า 80 คน มีห้องส้วมเพิ่มขึ้นตามอัตราส่วน 1 ห้องต่อจำนวนผู้ให้บริการ ไม่เกิน 50 คน
12. สิ่งอำนวยความสะดวก ดังนี้ 12.1 ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าแยกชาย-หญิง 12.2 ห้องอาบน้ำแยกชาย-หญิง

<p>12.3 ล็อกเกอร์เก็บของแยกชาย-หญิง โดยจัดให้เพียงพอต่อปริมาณผู้ใช้บริการสูงสุด</p> <p>12.4 อ่างล้างมือแยกชาย-หญิง</p>
ข้อกำหนดมาตรฐาน(ต่อ)
<p>13. พื้นที่ให้บริการออกกำลังกาย มีการแบ่งเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน ดังนี้</p> <p>13.1 พื้นที่ต้อนรับหรือ พื้นที่เนกประสงค์</p> <p>13.2 พื้นที่สำหรับติดตั้งอุปกรณ์ออกกำลังกาย</p> <p>13.3 พื้นที่กิจกรรมการออกกำลังกายกลุ่ม (กรณีให้บริการออกกำลังกายกลุ่มร่วมด้วย)</p>
<p>14. กรณีที่มีกิจกรรมหรือการให้บริการเสริมอื่นๆ ที่อาจเข้าข่ายต้องขออนุญาตตามกฎหมายอื่น ต้องปฏิบัติตามกฎหมายนั้นด้วย เช่น ชวนำ อบไอน้ำ อบสมุนไพร สปา เป็นต้น</p>

ข้อกำหนดมาตรฐานที่ 2 ด้านห้องออกกำลังกาย

วัตถุประสงค์ เพื่อจัดพื้นที่และอุปกรณ์ออกกำลังกายให้เหมาะสม เพียงพอ สะอาด และปลอดภัย

ข้อกำหนดมาตรฐาน
<p>1. ห้องอุปกรณ์ออกกำลังกาย</p> <p>1.1 จัดให้มีอุปกรณ์ออกกำลังกายที่มีคุณภาพ โดยมีครบทั้ง 3 ประเภท ดังนี้</p> <p>1.1.1 อุปกรณ์การเสริมระบบหายใจและไหลเวียนโลหิต</p> <p>1.1.2 อุปกรณ์การเสริมระบบกล้ามเนื้อ</p> <p>1.1.3 อุปกรณ์หรือสถานที่การเสริมการยืดเหยียดกล้ามเนื้อ</p> <p>1.2 พื้นที่จัดวางอุปกรณ์ออกกำลังกาย</p> <p>1.2.1 มีระยะห่างระหว่างอุปกรณ์ไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร</p> <p>1.2.2 มีช่องทางเดินร่วมระหว่างอุปกรณ์ ห่างกันไม่น้อยกว่า 1.50 เมตรเมื่อวัดจากส่วนที่กว้างที่สุดของเครื่องนั้น ๆ</p> <p>1.3 การตรวจเช็คอุปกรณ์ออกกำลังกาย กำหนดให้มีการตรวจเช็คอุปกรณ์ออกกำลังกาย ให้มีความแข็งแรง สะอาด พร้อมใช้งานทุกวัน โดย</p> <p>1.3.1 จัดทำบันทึกการตรวจเช็คอุปกรณ์ออกกำลังกาย</p> <p>1.3.2 จัดทำตารางการทำความสะอาดอุปกรณ์ออกกำลังกาย</p> <p>1.4 ป้ายคำแนะนำ คำเตือน</p> <p>1.4.1 สำหรับอุปกรณ์ออกกำลังกาย อย่างน้อย 2 ภาษา ติดไว้ที่ตัวเครื่องให้ชัดเจน</p> <p>1.4.2 องค์กรความรู้เกี่ยวกับหลักการ วิธีการ ขั้นตอนการออกกำลังกาย รวมทั้งข้อควรระวังหรือคำเตือนสำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงในการออกกำลังกาย ติดไว้บริเวณผนังห้อง มองเห็นชัดเจน</p> <p>1.5 อุปกรณ์ออกกำลังกายทุกตัว มีคู่มือการใช้งาน โดยมีเอกสารรับรองหรืออ้างอิง และสามารถนำมาให้ดูได้เมื่อมีการร้องขอ</p> <p>1.6 อุปกรณ์การเสริมระบบหายใจและไหลเวียนโลหิตมีอย่างน้อย 2 ชนิด</p> <p>1.7 อุปกรณ์การเสริมระบบกล้ามเนื้อ มีอย่างน้อย 2 ชนิด ได้แก่ อุปกรณ์อยู่กับที่ (Weight Machine) และอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Free Weight)</p> <p>1.8 จัดให้มีจำนวนของอุปกรณ์ออกกำลังกายอย่างเพียงพอ ดังนี้</p> <p>1.8.1 มีการบริหารจัดการการใช้อุปกรณ์ออกกำลังกายให้เพียงพอแก่สมาชิก</p> <p>1.8.2 จัดให้มีอุปกรณ์ออกกำลังกายอย่างน้อยร้อยละ 20 ในช่วงที่มีสมาชิกใช้บริการสูงสุด (กรณีไม่มีการบริการกิจกรรมกลุ่มในเวลาดังกล่าว)</p>

ข้อกำหนดมาตรฐาน (ต่อ)
1.8.3 จัดให้มีอุปกรณ์ออกกำลังกายอย่างน้อยร้อยละ 10 ในช่วงที่มีสมาชิกใช้บริการสูงสุด
1.9 ควรเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ออกกำลังกายที่ชำรุดเสียหายออกจากพื้นที่ หรือติดป้ายอุปกรณ์ที่ชำรุดจนกว่าจะได้รับการซ่อมแซม และทดสอบการใช้งานจนใช้ได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ
2. ห้องกิจกรรมการออกกำลังกายกลุ่ม พื้นที่สำหรับการให้บริการกิจกรรมออกกำลังกายกลุ่ม มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 2x2 ตรม./คน
3. พื้นผิวห้องออกกำลังกาย มีลักษณะเรียบ สะอาด รองรับแรงกระแทกได้
4. อุปกรณ์บริการด้านสุขภาพโดยจัดให้มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ดังนี้ 4.1 เครื่องชั่งน้ำหนัก-วัดส่วนสูง 4.2 เครื่องวัดความดันโลหิต 4.3 สายวัดรอบเอว

ข้อกำหนดมาตรฐานที่ 3 ด้านการให้บริการ

วัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบขั้นตอนการให้บริการที่ครบถ้วน ถูกต้องและปลอดภัย

ข้อกำหนดมาตรฐาน
1. การตรวจคัดกรองภาวะสุขภาพแก่สมาชิกก่อนการให้บริการครั้งแรก โดยมีการตรวจคัดกรองภาวะสุขภาพและการประเมินสมรรถภาพทางกายแก่สมาชิก ดังนี้ 1.1 การตรวจคัดกรองภาวะสุขภาพ ได้แก่ - การชั่งน้ำหนักและวัดส่วนสูงการวัด BMI - การวัดรอบเอว - การวัดความดันโลหิต - วัดไขมันในกล้ามเนื้อ - ประเมินสุขภาพสมาชิก - การประเมินปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพ (Par Q) 1.2 การประเมินสมรรถภาพทางกายได้แก่ ความอดทนของระบบหายใจและไหลเวียนโลหิต สมรรถภาพกล้ามเนื้อ และความอ่อนตัว

ข้อกำหนดมาตรฐาน
2. แจ้งผลการประเมินสุขภาพแก่สมาชิก โดยระบุข้อดีและความเสี่ยงของอันตรายอันอาจเกิดจากการออกกำลังกาย
3. สมาชิกที่มีปัญหาด้านสุขภาพ เช่น ความดันโลหิตสูง เบาหวาน โรคหัวใจ ที่อาจจะมีความเสี่ยงจากการออกกำลังกาย ต้องมีใบรับรองแพทย์จากแพทย์ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนรับใบอนุญาตให้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ที่รับรองให้สามารถออกกำลังกายได้ มายื่นก่อนใช้บริการ
4. การให้คำแนะนำ กำหนดโปรแกรมการออกกำลังกายให้สมาชิกทุกคนดังนี้ 4.1 ให้คำแนะนำคำปรึกษาหลักการและขั้นตอนการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของสมาชิกพร้อมบันทึกการให้คำแนะนำอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร 4.2 กำหนดโปรแกรมการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับเพศ วัย และสภาพร่างกาย โดยใช้ข้อมูลจากการคัดกรองสุขภาพและการประเมินสมรรถภาพทางกายก่อนกำหนดการจัดโปรแกรมการออกกำลังกายพร้อมบันทึกการจัด โปรแกรมการออกกำลังกายของสมาชิกอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร 4.3 บันทึกการประเมินสมรรถภาพทางกายของสมาชิกทั้งก่อนและหลังการรับบริการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร
5. ให้คำแนะนำเรื่องสถานที่ ทางหนีไฟ และทางออกฉุกเฉินแก่สมาชิกรายใหม่ เพื่อความปลอดภัย
6. การบริการน้ำดื่ม 6.1 จัดให้มีการให้บริการน้ำดื่มที่สะอาดและมีปริมาณเพียงพอ โดยไม่คิดค่าบริการ 6.2 จุดน้ำดื่มอยู่ใกล้บริเวณออกกำลังกายที่เหมาะสม
7. แสดงรายการบริการและอัตราค่าบริการไว้ในที่เปิดเผย มองเห็นได้ง่าย และสามารถตรวจสอบได้

ข้อกำหนดมาตรฐานที่ 4 ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

วัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ

ข้อกำหนดมาตรฐาน
<p>1. คุณสมบัติ</p> <p>จบการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรีทาง วิทยาศาสตร์การกีฬา, วิทยาศาสตร์สุขภาพ, พลศึกษาโดยมีใบรับรองคุณวุฒิสามารถตรวจสอบได้ และผ่านการอบรมหลักสูตรผู้ฝึกสอนการออกกำลังกาย (Instructor Exercise) ที่จัดโดยกรมอนามัย หรือใช้หลักสูตรที่สอดคล้องกับหลักสูตรกรมอนามัยเป็นขั้นต่ำ โดยมีเอกสารใบรับรองสามารถตรวจสอบได้</p>
<p>2. บุคลากรทุกคนผ่านการอบรมช่วยชีวิตหรือกู้ชีพขั้นพื้นฐานจากหน่วยงานที่ได้มาตรฐานและได้รับการฟื้นฟู 1 ครั้งต่อปี</p>
<p>3. การฟื้นฟูวิชาการ</p> <p>ได้รับการฟื้นฟูวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาพ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และมีหลักฐานการอบรม เช่น ใบผ่านการอบรมหรือเกียรติบัตร เป็นต้น จากหน่วยงานภายนอกหรือหน่วยงานภายในองค์กรสามารถตรวจสอบได้</p>
<p>4. จำนวนบุคลากรต่ออุปกรณ์ออกกำลังกาย</p> <p>4.1 มีบุคลากรรับผิดชอบให้คำแนะนำการใช้อุปกรณ์ออกกำลังกาย 1 คนต่ออุปกรณ์ออกกำลังกายทุกชนิดไม่เกิน 15 เครื่อง</p> <p>4.2 กรณีการออกกำลังกายกลุ่ม มีบุคลากรรับผิดชอบให้คำแนะนำ 1 คน ต่อผู้ใช้บริการไม่เกิน 30 คน</p>

ข้อกำหนดมาตรฐานที่ 5 ด้านความปลอดภัยและมาตรการกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

วัตถุประสงค์ เพื่อป้องกันและบรรเทาการเกิดอุบัติเหตุ ที่อาจทำให้เกิดการบาดเจ็บ หรือเสียชีวิต

ข้อกำหนดมาตรฐาน
<p>1. ความพร้อมสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน</p> <p>1.1. มีแผนเตรียมความพร้อมสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน (แผนการช่วยชีวิต แผนระงับอัคคีภัย) และดำเนินการซ้อมแผน อย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี และมีการจัดทำบันทึกการซ้อมแผนฉุกเฉินไว้เป็นลายลักษณ์อักษร</p> <p>1.2. มีผังงาน (Flow chart) ระบบการส่งต่อผู้ป่วยและหมายเลขโทรศัพท์สถานพยาบาลใกล้เคียง คิดไว้ในที่มองเห็นชัดเจน</p> <p>1.3. มีป้ายทำเนียบรายชื่อเจ้าหน้าที่ที่ผ่านการอบรมการช่วยชีวิตพื้นฐาน หรือการปฐมพยาบาลเบื้องต้น พร้อมเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน</p>
<p>2. อุปกรณ์ปฐมพยาบาล</p> <p>2.1. มีห้องหรือพื้นที่เป็นสัดส่วนสำหรับปฐมพยาบาลและชุดอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ครบถ้วน พร้อมใช้ตลอดเวลา เช่น ยาล้างแผล(แอลกอฮอล์) ยาฆ่าเชื้อ ผ้าทำแผล(ผ้าก๊อช) พลาสเตอร์เทปปิดแผลกรรไกร เทปติดแผล สำลี ยาอม แอมโมเนีย เป็นต้น</p> <p>2.2. มีการตรวจสอบชุดอุปกรณ์ปฐมพยาบาลอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ให้พร้อมใช้เสมอ</p>
<p>3. ควรมีเครื่องกระตุกหัวใจอัตโนมัติ (Automate External Defibrillation : AED) และมีผู้ใช้เครื่องมือ โดยต้องผ่านการฝึกอบรม CPR และการใช้เครื่อง AED ก่อน</p>

กรมอนามัย
ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการใช้บริการสุขภาพของ Aday&Anderson

อเดย์และแอนเดอร์เซน (Aday & Andersen, 1978) กล่าวถึงทฤษฎีที่ขึ้นพื้นฐาน 6 ประเภทที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการและความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการได้รับจากบริการเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่า ได้มีการเข้าถึงผู้ใช้บริการความพึงพอใจ 6 ประเภทนั้น คือ

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (Convenience) ซึ่งแยกออกเป็น

1.1 การใช้เวลารอคอยในสถานที่บริการ (Office Waiting Time)

1.2 การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ (Availability of Care When Needs)

1.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ (Base of Getting to Care)

2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co - ordination) ซึ่งแยกออกเป็น

2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง คือ ผู้ใช้บริการสามารถขอรับบริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ (Getting All Needs Met at One Place)

2.2 ผู้ให้บริการให้ความสนใจผู้ใช้บริการ

2.3 ได้มีการติดตามผลงาน (Follow -up)

3. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่รับจากบริการ (Information)

4. ความพึงพอใจต่ออหยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอหยาศัยท่าทางที่ดี เป็นกันเองของผู้ให้บริการ และความสนใจ ห่วงใยต่อผู้ใช้บริการ

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการ (Quality of Care) ได้แก่ คุณภาพของการบริการต่อผู้ใช้บริการ

6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Output - off - Pocket Cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ

ลักษณะของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์

นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่แสดงออกมาในระดับมากน้อยได้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้

ทฤษฎีความพึงพอใจ

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ ได้มีนักวิชาการหลายท่านทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทยได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้ คอตเลอร์ (วารุณี ตันติวงศ์วิเศษ และคณะ. 2546 : 7; อ้างอิงจาก Kotler. 2003) กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงข้ามกันหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจพอใจ

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความสำคัญของความพึงพอใจ นักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจ จิตตินันท์ เชชะคุปต์ (2543 : 21) ได้กล่าวว่า ความสำคัญสามารถแบ่งออกเป็น

1. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการที่องค์กรต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการต่อไปนี้ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ จำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการ และลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึก และความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการ และวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่าง ในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่รูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญ ในการประเมินคุณภาพของการบริการการนำเสนอที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการความคาดหวัง และมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อ ๆ ไปคุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น (ได้แก่สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องใช้ บุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของ การบริการความเต็มใจที่จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่นความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ เป็นตัวชี้คุณภาพ และความสำเร็จของงานบริการ ที่ให้ความสำคัญกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่องจำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้ความสำคัญกับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการ

ยอมทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ อันจะนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และส่งผลให้กิจการบริการประสบความสำเร็จ

2. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์กรตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการผู้รับบริการย่อมได้รับบริการที่มีคุณภาพและสามารถตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้การดำเนินที่ต้องพึงพาการบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ เพราะการบริการในหลาย ๆ ด้านช่วยอำนวยความสะดวก และแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการ และอาชีพบริการงานเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตของคนเรา เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อภาระเพิ่มประสิทธิภาพของงานในแต่ละองค์กร เมื่อองค์กรให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการ ทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทนสวัสดิการ และความก้าวหน้าในชีวิตการงาน เพื่อเป็นการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป ในกรตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อไปความพึงพอใจในงานบริการ หรือคุณภาพการให้บริการ (John D.Millet. 1954 : 397) ได้กล่าวว่าเป็นสิ่งสำคัญหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจบริการที่ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้คือการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ (Consistency)
 - 1.2 ความพึ่งพาได้ (Dependability)
2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่ให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
3. ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย
 - 3.1 สามารถในการให้บริการ
 - 3.2 สามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรซับซ้อนเกินไป
 - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
 - 4.3 เวลาที่ใช้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ
 - 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะบริการ
 - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (Creditability) คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วย
 - 8.1 ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย

9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ

9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ

9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย

10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ

10.2 การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

คณัย เทียนพุด (2543 : 26) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะช่วยส่งผลต่อกำไรกับธุรกิจ 4 หนทางด้วยกัน คือ

1. เพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ
2. สร้างการส่งเสริมการขายเชิงบวกแบบปากต่อปาก
3. เพิ่มการจ่ายเพิ่มขึ้นในขณะที่ทำการซื้อของลูกค้า
4. มีผลต่อกระแสเงินสดหมุนเวียน

กระบวนการตัดสินใจ

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ และคณะ (2541) อธิบายถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ ประกอบด้วย ขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเล็งเห็นถึงปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) ลำดับแรก เป็นเรื่องของการตัดสินใจ จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเกิดความรู้สึกในความแตกต่างระหว่างสถานะที่เป็นจริง ความสำคัญของการเห็นถึงปัญหา คือ เมื่อความต้องการเกิดกระตุ้นขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อความต้องการนั้นเกี่ยวข้องกับตัวผู้บริโภคเอง และจะถูกจูงใจด้วยปัจจัยต่าง ๆ จากผู้ขายสินค้าหรือบริการ นอกจากนั้นยังมีอิทธิพลด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภคด้วยโดยปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาของผู้บริโภคอาจเกิดขึ้นจากสาเหตุต่อไปนี้

1.1 สิ่งของที่ใช้อยู่เดิมหมดไป เมื่อสิ่งของเดิมที่ใช้ในการแก้ปัญหาเริ่มหมดลง จึงเกิดความต้องการใหม่จากการขาดหายของสิ่งของเดิมที่มีอยู่ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องหาสิ่งใหม่มาทดแทน

1.2 ผลของการแก้ปัญหาในอดีตนำไปสู่ปัญหาใหม่ เกิดจากการที่การใช้ผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งในอดีตอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมา เช่น เมื่อสายพานรถยนต์ขาดแต่ไม่สามารถหาสายพานเดิมได้ จึงต้องใช้สายพานอื่นทดแทนที่ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้รถยนต์เกิดเสียงดัง จึงต้องไปหาสเปร์ย์มาฉีดสายพานเพื่อลดการเสียดทาน

1.3 การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล การเจริญเติบโตของบุคคลทั้งด้านวุฒิภาวะและคุณวุฒิหรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนแปลงในทางลบ เช่น การเจ็บป่วย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ การเจริญเติบโตหรือแม้กระทั่งสภาพทางจิตใจที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและความต้องการใหม่ๆ

1.4 การเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว เช่น การแต่งงาน การมีบุตร ทำให้มีความต้องการสินค้าหรือบริการเกิดขึ้น

1.5 การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงินทั้งทางด้านบวกหรือด้านลบ ย่อมส่งผลให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลง

1.6 ผลจากการเปลี่ยนกลุ่มอ้างอิง บุคคลจะมีกลุ่มอ้างอิงในแต่ละวัย แต่ละช่วงชีวิต และแต่ละกลุ่มสังคมที่แตกต่างกัน ดังนั้น กลุ่มอ้างอิงจึงเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค

1.7 ประสิทธิภาพของการส่งเสริมทางการตลาด เมื่อการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การลด แลก แจก แถม การขายโดยใช้พนักงานหรือการตลาดทางตรงที่มีประสิทธิภาพ ก็จะสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาและเกิดความต้องการขึ้นได้ เมื่อผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เขาอาจจะหาทางแก้ไขปัญหานั้นหรือไม่ก็ได้ หากปัญหาไม่มีความสำคัญมากนัก ก็จะแก้ไขหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าหากปัญหาที่เกิดขึ้นยังไม่หายไป ไม่ลดลงหรือกลับเพิ่มขึ้นแล้ว ปัญหานั้นก็จะกลายเป็นความเครียดที่กลายเป็นแรงผลักดันให้พยายามแก้ไขปัญหา ซึ่งเขาจะเริ่มหาทางแก้ไขปัญหาโดยการเสาะหาข้อมูลก่อน

2. การแสวงหาข่าวสารหรือการค้นหาข้อมูล (Search for Information) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือข่าวสาร เพื่อการตัดสินใจ โดยผู้บริโภคจะแสวงหาข่าวสารเพื่อการกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ การแสวงหาข่าวสารนั้นสามารถหาได้จากแหล่งภายในและภายนอก ต่อไปนี้

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็นบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว

2.2 แหล่งธุรกิจ (Commercial Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้ ณ จุดขายสินค้า บริษัทหรือร้านค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย หรือจากพนักงานขาย

2.3 แหล่งข่าวทั่วไป (Public Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2.4 จากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง (Experimental Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้รับจากการลองสัมผัส ตรวจสอบ การทดลองใช้ผู้บริโภคบางคนก็ใช้ความพยายามในการเสาะแสวงหาข้อมูลอื่นๆ ในการใช้ประกอบการตัดสินใจซื้ออย่างมากแต่บางคนก็น้อย ทั้งนี้ อาจขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลที่มีอยู่เดิม ความรุนแรงของความปรารถนา หรือความสะดวกในการสืบเสาะหา (แคเรีย ภูพัฒน์, 2551)

3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ (Pre-Purchase Alternative Evaluation) เป็นการประเมินในด้านประโยชน์ของผู้บริโภคที่คาดหวังว่าจะได้รับ และยังทำให้ลดช่องว่างทางเลือกของผู้บริโภคเช่นกัน ในการประเมินในลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการเปรียบเทียบถึงราคาความแตกต่างของผลิตภัณฑ์หรือการบริการ เป็นต้น ซึ่งสามารถใช้โมเดลที่เกี่ยวข้องกับการประเมินทางเลือกของผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

3.1 โดมิแนนซ์ โมเดล (Dominance Model) ผู้บริโภคจะมีการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์หลายๆอย่างแล้วผู้บริโภคจะค่อยๆตัดผลิตภัณฑ์ที่คุณสมบัติด้อยกว่าออกไปจนเหลือผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคคิดว่าดีที่สุด

3.2 คอนจังก์ทีฟ โมเดล (Conjunctive Decision Model) เป็นการตัดสินใจแบบไม่ทดแทนกัน ผู้บริโภคจะกำหนดจุดต่ำสุดที่ยอมรับได้ของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แล้วประเมินคุณสมบัติของตราสินค้าต่าง ๆ ตราสินค้าที่ต่ำกว่าจุดต่ำสุดที่ยอมรับได้จะถูกตัดออกไป

3.3 ดิสจังก์ทีฟโมเดล (Disjunctive Model) เป็นกฎการตัดสินใจแบบไม่ทดแทนกันซึ่งผู้บริโภคกำหนดจุดต่ำสุดของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ แล้วเปรียบเทียบกับตราสินค้าต่าง ๆ ตราสินค้าใดที่มีคุณสมบัติเลยจุดที่ยอมรับได้ก็จะเป็นตราที่ยอมรับได้

3.4 เล็กซิโคกราฟฟิก โมเดล (Lexicographic Model) เป็นการตัดสินใจในแบบไม่ทดแทนกันซึ่งผู้บริโภคจัดลำดับความสำคัญของคุณสมบัติก่อนแล้วเปรียบเทียบตราสินค้ากับคุณสมบัติที่สำคัญสูงสุดก่อนถ้าตราสินค้าใดมีคะแนนสูงพอราคาสินค้านั้นก็จะได้รับเลือกถ้าคะแนนไม่เพียงพอก็จะมี การเปรียบเทียบคุณสมบัติที่สำคัญประการที่สอง และใช้วิธีการเช่นนี้ต่อไปจนกว่าจะเหลือทางเลือกที่มีความสามารถสูงสุดทางเดียว

3.5 โมเดลการคาดคะเนมูลค่า (Expectancy-Value Model) เป็นโมเดลที่ใช้หลักทฤษฎีความน่าจะเป็นเข้ามาช่วยเพื่อคาดคะเนว่าผลิตภัณฑ์แต่ละอย่างว่ามีมูลค่าเท่าใด ผลิตภัณฑ์ใดที่มีการคาดคะเนว่ามีมูลค่าสูงสุดก็จะเลือกผลิตภัณฑ์นั้น

3.6 โมเดลผลิตภัณฑ์ในอุดมคติ (Ideal Product Model or Ideal Point Model) เป็นโมเดลที่ผู้บริโภคกำหนดรูปแบบภาพลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดที่ผู้บริโภคต้องการ เป็นการกำหนดผลิตภัณฑ์ในอุดมคติของผู้บริโภคจากโมเดลที่กล่าวมาข้างต้นแสดงว่าผู้บริโภคแต่ละคนจะมีวิธีการประเมินผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ดังนั้น ควรมีการศึกษาให้ทราบว่าผู้บริโภคใช้กลยุทธ์ใดในการประเมินทางเลือกในการซื้อ เพื่อจะได้เลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ในการตัดสินใจนี้เป็นการได้มาซึ่งทางเลือกที่ผู้บริโภคนิยม หรือสิ่งทดแทนที่ผู้บริโภคสามารถยอมรับได้ ซึ่ง (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550) อธิบายถึงรูปแบบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ตามระดับของความพยายามในการแก้ปัญหา คือ

4.1 พฤติกรรมการแก้ปัญหาย่างเต็มรูปแบบ (Extended Problem Solving: ESP) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในการตัดสินใจซื้อครั้งแรก ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง และการซื้อเกิดขึ้นไม่บ่อย นาน ๆ ถึงจะซื้อสักครั้งหนึ่ง มักเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคยังไม่มี ความคุ้นเคย จึงต้องการศึกษารายละเอียดของข้อมูลมากและใช้เวลาในการตัดสินใจนานกว่าผลิตภัณฑ์ที่คุ้นเคยแล้ว

4.2 พฤติกรรมการแก้ปัญหาแบบจำกัด (Limited Problem Solving :LPS) เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่ทางเลือกที่มีไม่ได้แตกต่างกันมากนัก มีเวลาในการตัดสินใจไม่มาก หรืออาจไม่คิดว่ามี ความสำคัญมาก จึงไม่ใส่ความพยายามในการหาข้อมูลและตัดสินใจอย่างจริงจัง

4.3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อตามความเคยชิน เป็นลักษณะของการซื้อซ้ำ ที่เกิดมาจากความเชื่อมั่นในการตัดสินใจจากการแก้ไขในครั้งก่อนๆ จึงท าการแก้ปัญหาเหมือนเดิมที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้ จนท าให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์เดิม ๆ เกิดเป็นความเคยชิน กลายเป็นพฤติกรรมของความภักดีในตราผลิตภัณฑ์ (Brand Loyally) หรืออีกสาเหตุหนึ่งอาจมาจากการเกิด ความเฉื่อย (Inertia) ของผู้บริโภค ที่จะต้องเริ่มศึกษาหรือแก้ปัญหาใหม่ทุกครั้ง จึงใช้วิธีการใช้ความเคยชิน แต่ถึง กระนั้น หากผู้บริโภคถูกกระตุ้นก็สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ทำการตัดสินใจใหม่ได้

4.4 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบทันที เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจาก เหตุการณ์ที่เกิดกะทันหันหรือจากการถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าทางการตลาดให้ตัดสินใจในทันที รวมถึง

ถ้าผลลัพธ์ที่ตามมามีความเสี่ยงต่ำหรือมีประสบการณ์จากการใช้สินค้านั้นอยู่แล้ว ทำให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบทันทีได้

4.5 พฤติกรรมที่ไม่ยึดติดและแสวงหาความหลากหลาย เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่ผู้บริโภคจะทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคต้องการแสวงหาสิ่งที่ดีที่สุดจึงทดลองหาสิ่งใหม่ๆ อยู่เรื่อย ๆ

5. การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ (Post-Purchase Alternative Evaluation) ในลำดับสุดท้ายหลังจากที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือการบริการเรียบร้อยแล้ว ผู้บริโภคจะทำการประเมินทางเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้น ๆ



ภาพที่ 1 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค จากพฤติกรรมผู้บริโภค (น.10), โดย บุญเกียรติ ชีวะ

ตระกูลกิจ, 2541, นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

4. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทินกร โรงคำ (2558) วิจัยเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย ในการเลือกฟิตเนสในอำเภอเมืองเชียงใหม่ = Services marketing mix affecting generation Y consumers towards selecting fitnesses in Mueang Chiang Mai district พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอันดับสูงสุดในแต่ละด้านมีดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์คือ ปัจจัยย่อยด้านอุปกรณ์สำหรับออกกำลังกายอยู่ในสภาพดีและมีความปลอดภัย ด้านการ

กำหนดราคาบริการคือ มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่าที่ต้องการต่ออายุสมาชิก ด้านการจัดจำหน่ายบริการ คือ สถานที่ให้บริการกว้างขวางสามารถรองรับปริมาณผู้ใช้บริการได้อย่างเพียงพอ ด้านสื่อสารการตลาดบริการคือ มีการทดลองเล่นฟรีก่อนสมัคร ด้านกระบวนการในการบริการคือ มีกระบวนการสอนอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ คือ ความสะอาดในฟิตเนส ห้องน้ำและห้องอาบน้ำ และด้านบุคลากร ในส่วนของเจ้าหน้าที่ในฟิตเนส คือ มีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดี ผู้ฝึกสอนออกกำลังกายเฉพาะบุคคลคือ มีความสามารถในการสื่อสารเพื่อกระตุ้นใจผู้เล่น และครูผู้สอนคลาส คือ มีความรู้ความสามารถในคลาสที่สอน

เทศมณี ใจจันทร์(2551) วิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ = Services marketing mix factors affecting consumers selection of fitness services in Mueang district, Chiang Mai province ; Services marketing mix factors affecting consumers selection of fitness services in Mueang district, Chiang Mai province พบว่าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการฟิตเนสบริเวณที่ตั้งใกล้บ้าน ที่พักและใช้บริการฟิตเนส ช่วงระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 17.01- 18.00 น. 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์โดยสมัครสมาชิกประเภทรายบุคคลแบบราย 1 ปี พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ด้านคนหรือบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านนำเสนอทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในระดับมากที่สุดในแต่ละด้าน ได้ผลการศึกษาดังนี้ ปัจจัยด้านคนหรือบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีใจรักงานบริการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และครูผู้สอนต้องมีความชำนาญ สามารถแนะนำวิธีการออกกำลังกายและวิธีการใช้เครื่องออกกำลังกายได้อย่างถูกต้อง ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่ กระบวนการสอนมีความปลอดภัยไม่มีอันตราย มีการสอนการใช้งานอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกาย และพนักงานมีการทักทาย ต้อนรับเสมอ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ที่ตั้งของสถานบริการฟิตเนสอยู่ใกล้ สถานที่ทำงาน บ้าน หรือโรงเรียน ที่ตั้ง มีที่จอดรถสะดวกปลอดภัยและเพียงพอ และที่ตั้งอยู่บนถนนที่มีการคมนาคมสะดวก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีเครื่องออกกำลังกายที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย มีเครื่องออกกำลังกายครบครันเพียงพอแก่ผู้ใช้ บริการและมีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ล็อกเกอร์ ห้องน้ำและห้องอาบน้ำ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่าที่ต้องการต่ออายุ มีการลดราคาเมื่อสมัครสมาชิกเป็นกลุ่ม และมีการลดราคาสำหรับค่า

สมัครสมาชิกแรกเข้า ปัจจัยด้านนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ สถานที่ ห้องน้ำและห้องอาบน้ำสะอาด และมีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในสถานบริการฟิตเนส ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการแจกคู่มือให้ทดลองใช้ บริการฟรี มีการแจกของแถม เช่น กระเป๋าดินทาง ให้กับผู้ที่สมัครสมาชิกใหม่และมีการแจกใบปลิวแผ่นพับ ปัญหาที่พบในการใช้บริการฟิตเนส ได้แก่ เครื่องออกกำลังกายไม่เพียงพอกับผู้ใช้บริการ เครื่องออกกำลังกายล้าสมัย ชำรุด และไม่มีการลดราคาในการสมัครสมาชิก

นิราพร บุคคา(2551) วิจัยเรื่องความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ ของผู้ใช้บริการ Fitness ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า 1. สถานบริการ Fitness ผู้ใช้บริการจะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมีอายุ 18-30 ปี โดยผู้ใช้บริการจะมีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2.ผู้ใช้บริการมีเหตุผลในการเลือกสถานบริการ Fitness เป็นที่ออกกำลังกายเพราะใกล้บ้าน โดยจะใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ ป้ายโฆษณา จุลสาร และแผ่นพับ 3. รูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีเนื้อหาของการประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ โดยผู้ใช้บริการความพึงพอใจกิจกรรมพิเศษที่สถานบริการ Fitness คือ ทดสอบความฟิตของร่างกาย ผู้ใช้บริการจะมีความประทับใจรูปแบบตัวอักษรที่อ่านง่ายไม่ซับซ้อนของการประชาสัมพันธ์ 4. สถานบริการ Fitness ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะมาออกกำลังกายในช่วงเวลา 18.00-21.00 น. โดยผู้ใช้บริการ Fitness จะใช้โปรแกรมลดน้ำหนัก มีครูฝึกของสถานบริการ Fitness คอยดูแล แนะนำให้ความรู้และการใช้อุปกรณ์ ความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการ Fitness พบว่าการจัดทำประชาสัมพันธ์ ของสถานบริการ Fitness อยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจระดับปานกลาง

บดินทร์ เจริญประดับกุล และ ภักดี มานะหิรัญเวท(2558) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษาผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนส เฟิร์สท์ พบว่า ด้านพฤติกรรมส่วนใหญ่มีเวลามาใช้สถานออกกำลังกายประมาณ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์โดยมีระยะเวลาในการออกกำลังกายต่อวันส่วนใหญ่อยู่ใน ระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่คนมาออกกำลังกายส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเย็น จุดประสงค์หลักของการออกกำลังกายส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อการลดน้ำหนัก ส่วนรูปแบบการออกกำลังกายส่วนใหญ่ที่ผู้ใช้บริการชื่นชอบคือ Cardio ริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางสาวยุวพาศีวดวงตา (2553) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการออกกำลังกายของ

ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลช้างเผือกอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่แสดงให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายมากเพราะมีการใช้เวลาในสถานออกกำลังกายค่อนข้างมาก ช่วงเวลาที่คนมาออกกำลังกายมากคือช่วงเย็นเป็นช่วงที่เลิกงานแสดงให้เห็นว่าการออกกำลังกายกลายเป็นงานอดิเรกอย่างหนึ่งผลการศึกษาด้านการตัดสินใจทางด้านส่วนประสมทางการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนส เฟิร์สท์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการ และกายภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือความหลากหลายของอุปกรณ์ในส่วนปัจจัยด้านราคานั้น จะมีความคิดเห็นในเรื่องราคาหลายระดับในส่วนของด้านการจัดจำหน่ายนั้น พบว่า ระยะเวลาในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าการจัดส่วนลดค่าบริการรายเดือน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านกระบวนการพบว่า มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารและข้อมูลต่างๆ สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และส่วนสุดท้ายการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า สภาพแวดล้อมภายในที่ดีเช่น อากาศเสียง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางสาวศิวารวรรณ เจริญชัยวานิชย์ (2548) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มของการใช้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนส เฟิร์สท์ ประเทศไทย

มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณ(2558) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยทางด้านบุคลากรผู้ให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านความสะดวกและความเหมาะสมของค่าสมาชิก, ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ, ปัจจัยด้านคลาสออกกำลังกายและ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (ศึกษาเฉพาะ Fitness First, Virgin Active, True Fitness, We Fitness) ที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศและ อายุ มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีการตัดสินใจใช้บริการสถานออก

กำลังกายขนาดใหญ่ที่มากกว่าเพศหญิง และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-35 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่มากที่สุด

สาวิตต์ ดันดิศิลปานนท์(2560) วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของธุรกิจ sport club กรณีศึกษาสโมสรเร็กเกตคลับ ผลพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการSport club โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยคั่นผลิตภัณฑ์ และคั่นราคา อยู่ในระดับมาก ในขณะที่คั่นการส่งเสริมการตลาดและคั่นสถานที่อยู่ระดับปานกลาง 2) คุณภาพการให้บริการของสโมสรเร็กเกตคลับโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านความเชื่อมั่นและคั่นความเข้าใจลูกค้าอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสิ่งที่สัมผัสได้ คั่นการตอบสนองและความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง และ 3) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการสโมสรเร็กเกตคลับโดยรวม อยู่ในระดับปานกลางผลจากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า 1) อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการของสโมสรเร็กเกตคลับแตกต่างกัน โดยแม่บ้าน มีความพึงพอใจมากที่สุด 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสโมสรเร็กเกตคลับ 3) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเข้าใจลูกค้าก็มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสโมสรเร็กเกตคลับ จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสโมสรเร็กเกตคลับสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยควรจัดส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านให้เหมาะสมและให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการ เช่น กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความทันสมัย อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบในการออกกำลังกาย ต้องมีมาตรฐานและคุณภาพ และควรพัฒนาศักยภาพการทำงานของพนักงานให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจลูกค้ามากขึ้น รวมถึงการดูแลรักษาความสะอาดและภาพลักษณ์ของสถานที่ให้ดูสวยงาม

อรุณี จิระพลังทรัพย์(2558) วิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการจัดการกีฬาเชิงนันทนาการของกรุงเทพมหานคร พบว่า 1. ชนิดกีฬาหรือการออกกำลังกายที่ผู้ใช้บริการชอบเล่นส่วนใหญ่ 5 อันดับ ได้แก่ 1) วิ่ง 2) ฟิตเนส 3) เดิน 4) แบดมินตัน 5) ว่ายน้ำ เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการส่วนใหญ่ 5 อันดับ ได้แก่ 1) อัตราค่าบริการถูก 2) เจ้าหน้าที่ยินดีให้บริการอย่างดี 3) มีกิจกรรมกีฬาและ/หรือการออกกำลังกายให้เลือกหลายชนิด 4) ที่ตั้งของสถานที่อยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน 5) ที่ตั้งของสถานที่

สะดวกต่อการเดินทาง และมีความต้องการได้รับการบริการเรียงจากด้านที่มากที่สุดถึงน้อยสุด ได้แก่ 1) ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ด้านงบประมาณ 3) ด้านเครือข่าย 4) ด้านประชาสัมพันธ์ 5) ด้านบุคลากร ตามลำดับ 2. รูปแบบการจัดการกีฬาเชิงนันทนาการในองค์กรกีฬาของกรุงเทพมหานคร มีลักษณะส่วนประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ประกอบด้วย 1) สิ่งนำเข้า 2) กระบวนการ 3) สิ่งนำออก 4) ผลสะท้อนกลับ และประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อองค์กร องค์ประกอบที่ 2 ทรัพยากรการจัดการ องค์ประกอบที่ 3 ความต้องการของผู้ใช้บริการ องค์ประกอบที่ 4 บทบาทหน้าที่ของการจัดการ POLE และองค์ประกอบที่ 5 ผลผลิตและผลลัพธ์ขององค์กร

สรายทศ เกศโสภาสฤณี(2558) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดี ในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร The Factors Positively Relating and Influencing Loyalty Intentions in Using Services of Fitness Centers of Consumers in Bangkok Area พบว่ามีเพียงปัจจัยบุคลิกภาพ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยความปลอดภัย ปัจจัยสุขภาพและสมรรถภาพทางร่างกาย ปัจจัยปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดีในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างที่นัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และมีเพียงส่วนปัจจัยปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ($3=0.583$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ(2555) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย ออนไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย ออนไลน์ ฟิตเนส มีความถี่ในการใช้บริการ 4-5 ครั้งสัปดาห์ โดยเลือกประเภทการออกกำลังกายแบบบริหารกล้ามเนื้อ ส่วนมากเข้ามาใช้บริการในวันธรรมดา ช่วงเวลา 19.01-22.00 และมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ตั้งมากกว่าด้านอื่น ผู้ซื้อให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการในระดับมากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า 1. ความถี่ในการมาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับ ช่องทางการจัดจำหน่าย

การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ 2. ประเภทของบริการที่ใช้ มีความสัมพันธ์กับ เพศ และช่องทางการจัดจำหน่าย 3. วันที่เข้ามาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา อาชีพ ราคา และการส่งเสริมการตลาด 4. ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับ อายุ อาชีพ รายได้ และการส่งเสริมการตลาด 5. ความพึงพอใจในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับอาชีพ ผลผลิตภักดิ์ ราคา ช่องทางการ จัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

พัชพันธ์ ใจงาม(2559) วิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของผู้บริโภค : กรณีศึกษาฟิตเนสไทยแลนด์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลผลิตภักดิ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านกระบวนการ ตามลำดับ และอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาปัจจัยทางการตลาดเป็นรายด้าน พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านบุคลกรมากที่สุด ได้แก่ เทรนเนอร์มีจำนวนเพียงพอ ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่สถานที่ออกกำลังกายกว้างขวาง สะดวกสบาย ด้านผลผลิตภักดิ์ ได้แก่มีเครื่องออกกำลังกายที่ทันสมัย ด้านราคา ได้แก่มีการลดราคาสำหรับสมาชิกแรกเข้า ด้านสถานที่ ได้แก่มีที่จอดรถสะดวกปลอดภัย เพียงพอต่อการใช้งาน และด้านกระบวนการ ได้แก่ มีกระบวนการสอนมีความปลอดภัยไม่มีอันตราย ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าเพศของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกันในด้านผลผลิตภักดิ์ ในส่วนอายุของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกันในด้านผลผลิตภักดิ์ ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลกร ด้านลักษณะทางกายภาพ และรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกันในด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลกร และด้านลักษณะทางกายภาพ

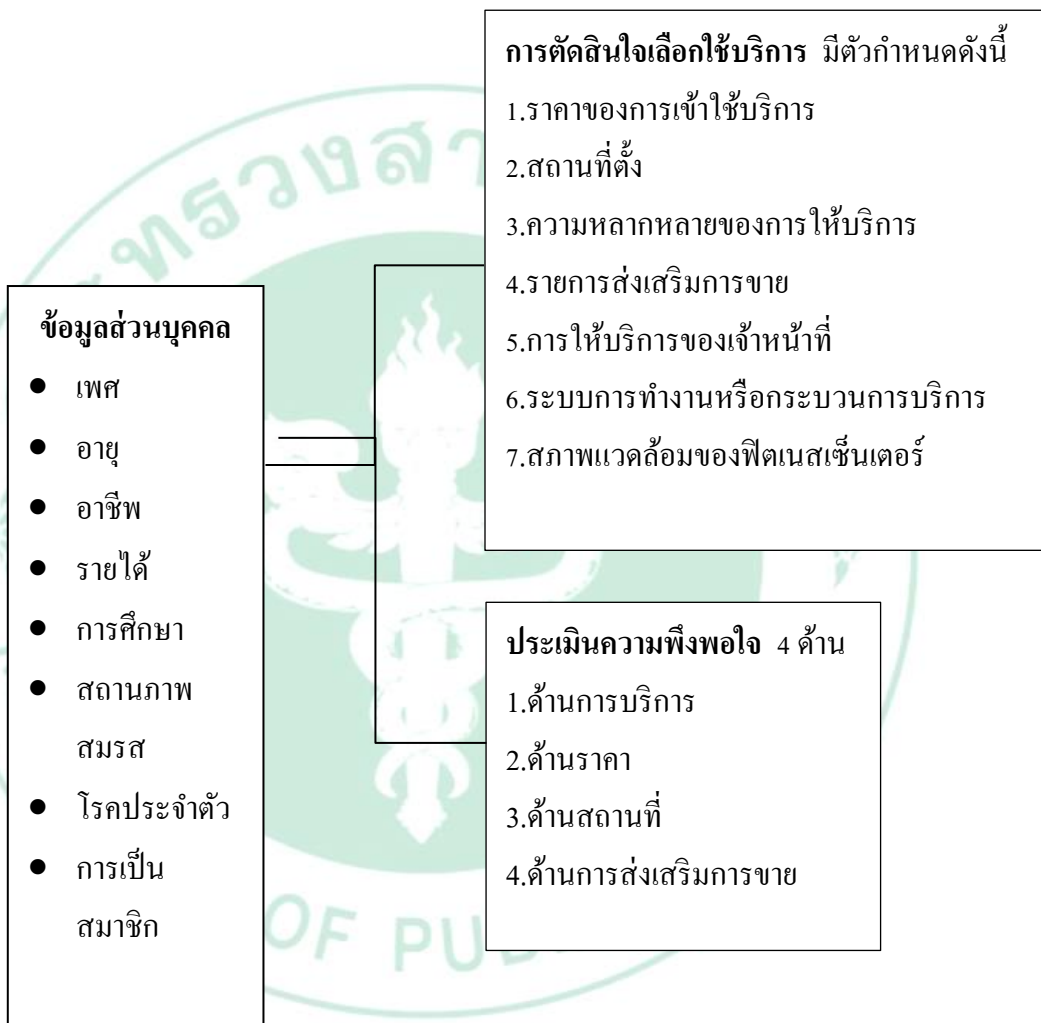
รุ่งทิวา มุสิทธิมณี(2558) วิจัยเรื่องความคาดหวังของผู้บริโภคชาวไทยต่อการใช้บริการฟิตเนสเช่นเตอร์ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังในการใช้ฟิตเนสเช่นเตอร์ 3 อันดับแรก คือความคาดหวัง ด้านการกระตุ้น ด้านความสะดวกสบาย ความคาดหวังด้านสภาพแวดล้อมภายในฟิตเนสเช่นเตอร์และความคาดหวังด้านทัศนคติที่มีต่อพนักงานเมื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันทำให้ความคาดหวังต่อฟิตเนสเช่นเตอร์ของผู้บริโภคชาวไทยที่แตกต่างกัน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อฟิตเนสเช่นเตอร์ที่ไม่แตกต่างกัน แต่พบความแตกต่างกันใน

ด้าน อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตั้งแต่ระดับ 0.05-0.001

ผศ.ดร.อรไท ชั่วเจริญ(2554)วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจฟิตเนสในเขตพื้นที่ลาดกระบัง Influencing Factors of Fitness Business Management in LAT KRABANG Area พบว่าผลวิจัยพบว่า. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการฟิตเนสกับเพื่อน สำหรับกิจกรรมที่นิยมเล่นคือ การวิ่งหรือการออกกำลังกายแบบคาร์ดิโอ โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะใช้บริการฟิตเนสสัปดาห์ละ 3-5 วัน และนิยมมาใช้บริการในช่วงเวลาค่ำ (17.00 น.) ซึ่งการเข้าใช้บริการฟิตเนสในแต่ละครั้งจะใช้เวลาเฉลี่ย 1-1.5 ชั่วโมง ส่วนเหตุผลที่ต้องการมาออกกำลังกายที่ฟิตเนส เพราะความสะดวกและต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง2. ความพึงพอใจในการบริหารจัดการฟิตเนสในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก (Physical Evidence) และในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งหมด3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจฟิตเนส ประกอบด้วย 1) ทำการตลาดเชิงรุกโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่รักษาสภาพเป็นสำคัญ 2) ให้ความสำคัญกับความพร้อมของสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมให้บริการตลอดเวลา 3) สร้างกลยุทธ์ให้เกิดความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจที่จะทำให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืน

กรมอนามัย
ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

กรอบแนวคิด



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกและระดับความพึงพอใจ ของผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ที่มาใช้บริการเฉลี่ยย้อนหลัง 5 ปี จำนวน 2,473 คน (ข้อมูลรายงานสรุปผลงานประจำปี)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ใช้สูตร Cohen(1983:84)

$$n = 10k$$

$$k = 9$$

$$n = 10(9)$$

$$n = 90$$

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เลือกเฉพาะผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ที่เป็นสมาชิกที่ใช้บริการแล้วตั้งแต่ 6 ครั้งขึ้นไป และไม่น้อยกว่า 2 สัปดาห์ โดยการแบบสอบถามการตัดสินใจเลือกและระดับความพึงพอใจ ของผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี 987 เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2564 – 25 กุมภาพันธ์ 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

แบบสอบถามการตัดสินใจเลือกและระดับความพึงพอใจ ของผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ครั้งนี้มี 3 ส่วน 1)คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ 2)คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ และ3)คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีรายละเอียดดังนี้

1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานะภาพ รายได้ การศึกษา โรคประจำตัว

2) คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด มี 7 ด้าน ดังนี้ ด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 3 ข้อ ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 3 ข้อ ด้านความหลากหลายของบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ 4 ข้อ 4. ส่งเสริมการตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 4 ข้อ ด้านบุคลากรที่ให้บริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 6 ข้อ ด้านกระบวนการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 4 ข้อ และด้านสภาพแวดล้อมของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 6 ข้อ จำนวนรวม 30 ข้อ เป็นข้อคำถามเชิงบวกทั้งหมด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด	ให้	5 คะแนน
มาก	ให้	4 คะแนน
ปานกลาง	ให้	3 คะแนน
น้อย	ให้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยใช้เกณฑ์การแปลความหมายแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 5.01 – 5.00 หมายถึง ตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 4.99 หมายถึง ตัดสินใจใช้บริการมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.01 – 3.99 หมายถึง ตัดสินใจใช้บริการปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 2.99 หมายถึง ตัดสินใจใช้บริการน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.01 – 1.99 หมายถึง ตัดสินใจใช้บริการน้อยที่สุด

3) คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด มี 4 ด้าน ดังนี้ ด้านของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 10 ข้อ ด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 7 ข้อ ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 3 ข้อ และด้านส่งเสริมการตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ 3 ข้อ จำนวนรวม 23 ข้อ เป็นข้อคำถามเชิงบวกทั้งหมด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด	ให้	5 คะแนน
มาก	ให้	4 คะแนน
ปานกลาง	ให้	3 คะแนน
น้อย	ให้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยใช้เกณฑ์การแปลความหมายแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	5.01 – 5.00	หมายถึง ฟังพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.01 – 4.99	หมายถึง ฟังพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.01 – 3.99	หมายถึง ฟังพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.01 – 2.99	หมายถึง ฟังพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.01 – 1.99	หมายถึง ฟังพอใจน้อยที่สุด

ขั้นตอนการดำเนินการ

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เลือกเฉพาะผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ที่เป็นสมาชิกที่มาใช้บริการแล้วตั้งแต่ 6 ครั้งขึ้นไป และไม่ต่ำกว่า 2 สัปดาห์ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

- 1) วางแผนและเตรียมการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 2) เก็บรวบรวมข้อมูล
- 3) วางแผนเพื่อวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล
- 4) วิเคราะห์ข้อมูล
- 5) สรุปผลและรายงานผล

มีรายละเอียดดังนี้

1) วางแผนและเตรียมการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มจากศึกษาข้อมูลและเครื่องมือ ประชุมทีมงานเพื่อวางแผนดำเนินการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่การออกแบบการเก็บข้อมูล (Table Data) ที่จะใช้ในการลงข้อมูล

2) เก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูล มี 3 ส่วน รายละเอียดการเก็บข้อมูล ดังนี้ การรวบรวมการตัดสินใจเลือกและระดับความพึงพอใจ ของผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี จะเป็นการเก็บแบบประเมินฯ เกี่ยวกับการให้บริการ 3 ส่วน 1)คำถามเกี่ยวกับข้อมูล

ทั่วไปของผู้ใช้บริการ 2) คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ และ 3) คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยเป็นการขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่เป็นจริง โดยผู้วิจัยจะไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉพาะผู้รับบริการพิเศษเช่นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ที่เป็นสมาชิกที่มาใช้บริการแล้วตั้งแต่ 6 ครั้งขึ้นไป และไม่ต่ำกว่า 2 สัปดาห์

3) วางแผนเพื่อวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาลงข้อมูลตามแบบการเก็บข้อมูล (Table Data)

4) วิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้นำมาตรวจสอบความถูกต้อง หากข้อมูลที่ได้มาไม่ครบถ้วนจะเข้าไปตรวจสอบอีกครั้งหาไม่มีหรือไม่ครบถ้วนจะดำเนินการตัดข้อมูลชุดนั้นทิ้ง หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มา กำหนดค่าตัวแปร เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

5) สรุปผลและรายงานผล นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ มาประมวลผลและสรุปรายงานการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ดังนี้

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ตอบเรียบร้อยแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ โดยแบ่งการวิเคราะห์ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

กรมอนามัย
ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการตัดสินใจเลือกและระดับความพึงพอใจ ของผู้รับบริการพัฒนเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ใช้กระบวนการทางสถิติ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไป
2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการพัฒนเนสเซ็นเตอร์
3. ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการพัฒนเนสเซ็นเตอร์

1. ข้อมูลทั่วไป

ผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.9 อายุน้อยกว่า 25 ปี ร้อยละ 62.7 ประกอบอาชีพ นิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 58.8 มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 41.2 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.7 มีสถานภาพสมรสโสด ร้อยละ 74.5 ไม่โรคประจำตัว ร้อยละ 93.1 สถานการณ์เป็นสมาชิก ร้อยละ 94.1 ดังรายละเอียดตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้รับบริการจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	56	54.9
	หญิง	46	45.1
อายุ	น้อยกว่า 25	64	62.7
	25-34	14	13.7
	≥ 35	24	23.5
	$\bar{X} = 26.69$ S.D.=9.00		
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	23.5
	พนักงาน/ลูกจ้างหน่วยงาน	8	7.8
	เอกชน		
	ผู้ประกอบการอิสระ	9	8.8
	นิสิต/นักศึกษา	60	58.8
อื่นๆ	1	1	

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้(ต่อเดือน)	ต่ำกว่า 5,000 บาท	15	14.7
	5,000-10,000 บาท	42	41.2
	10,001-15,000 บาท	4	3.9
	15,001-20,000	16	15.7
	20,001-25,000 บาท	5	4.9
	สูงกว่า 25,000 บาท	20	19.6
การศึกษา	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	32	31.4
	ระดับปริญญาตรี	66	64.7
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4	3.9
สถานภาพสมรส	โสด	76	74.5
	สมรส	24	23.5
	หม้าย/หย่าร้าง	2	2.0
โรคประจำตัว	มี	7	6.9
	ไม่มี	95	93.1
การเป็นสมาชิก	เป็น	96	94.1
	ไม่เป็น	6	5.9

2.การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

ผู้รับบริการเลือกตัดสินใจจากการพิจารณา โดยเลือกจากปัจจัยรวมทุกด้านอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$ S.D. = 0.45) แยกเป็นรายด้าน พบผู้รับบริการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด 3 ลำดับที่มากที่สุด

ปัจจัยด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ และด้านสภาพแวดล้อมของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ดังนี้ ($\bar{X} = 4.41$ S.D. = 0.57) ($\bar{X} = 4.40$ S.D. = 0.56) และ ($\bar{X} = 4.21$ S.D. = 0.56) และที่พิจารณาตัดสินใจเลือกน้อยที่สุดคือปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ($\bar{X} = 3.21$ S.D. = 0.76)

ตารางที่ 2 แสดงระดับรายด้านในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

ข้อ	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลค่า
1	ด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์	4.41	0.57	มาก
2	ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์	4.40	0.56	มาก
3	ด้านความหลากหลายของบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์	4.12	0.54	มาก
4	ด้านส่งเสริมการตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์	3.21	0.76	ปานกลาง
5	ด้านบุคลากรที่ให้บริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์	4.05	0.55	มาก
6	ด้านกระบวนการของฟิตเนสเซ็นเตอร์	4.08	0.59	มาก
7	ด้านสภาพแวดล้อมของฟิตเนสเซ็นเตอร์	4.21	0.56	มาก
ภาพรวมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ		4.07	0.45	มาก

ผู้รับบริการเลือกตัดสินใจ จากการพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านเป็นรายชื่อ พบว่าปัจจัยด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ตัดสินใจเลือกจากได้สมรรถภาพของร่างกายที่เพิ่มขึ้นคุ้มค่าเงินที่เสียไปมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$ S.D. = 0.57) ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ตัดสินใจเลือกจากมีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย เพียงพอต่อการใช้บริการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$ S.D. = 0.60) ด้านความหลากหลายของบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ตัดสินใจเลือกจากมีเครื่องกำลังกายที่ทันสมัยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$ S.D. = 0.51) และตัดสินใจเลือกจากมีเทรนเนอร์ให้คำแนะนำ / มีโปรแกรมการออกกำลังกายน้อยสุด ($\bar{X} = 3.73$ S.D. = 0.84) ด้านส่งเสริมการตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ตัดสินใจเลือกระดับปานกลางทุกข้อ และตัดสินใจเลือกจากมีการแจกคู่มือให้ทดลองใช้บริการฟรีมากที่สุด ($\bar{X} = 3.42$ S.D. = 0.86) ด้านบุคลากรที่ให้บริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ตัดสินใจเลือกจากพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมและเป็นมิตรมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$ S.D. = 0.60) และตัดสินใจเลือกจากมีเทรนเนอร์เพียงพอต่อความต้องการน้อยสุด ($\bar{X} = 3.69$ S.D. = 0.80) ด้านกระบวนการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ตัดสินใจเลือกจากกระบวนการสอนมีความปลอดภัยไม่มีอันตรายมากที่สุด ($\bar{X} = 4.13$ S.D. = 0.56) และด้านสุดท้ายด้านสภาพแวดล้อมของฟิตเนสเซ็นเตอร์ตัดสินใจเลือกจากมีสถานที่ออกกำลังกายกว้างขวาง สะดวกสบาย ทันสมัยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$ S.D. = 0.63)

ตารางที่ 3 แสดงระดับรายข้อในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

ข้อ	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{x}	S.D.	แปลค่า
1	ด้านปัจจัยด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	1.1 มีค่าสมาชิกสูงกว่าสถานออกกำลังกายอื่น	4.39	0.71	มาก
	1.2 มีค่าสมาชิกเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	4.38	0.69	มาก
	1.3 ได้สมรรถภาพของร่างกายที่เพิ่มขึ้นคุ้มค่าเงินที่เสียไป	4.48	0.57	มาก
2	ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	2.1 มีที่ตั้ง อยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน บ้าน มหาวิทยาลัย	4.39	0.58	มาก
	2.2 มีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย เพียงพอต่อการใช้บริการ	4.48	0.60	มาก
	2.3 มีทำเลที่ตั้งที่ดี เดินทางสะดวก เข้าถึงได้ง่าย	4.35	0.65	มาก
3	ด้านความหลากหลายของบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	3.1 มีเครื่องออกกำลังกายที่ทันสมัย	4.35	0.51	มาก
	3.2 มีเครื่องออกกำลังกายครบครันเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ	4.32	0.58	มาก
	3.3 มีการแบ่งห้องออกกำลังกาย แต่ละประเภท	4.06	0.63	มาก
	3.4 มีเทรนเนอร์ให้คำแนะนำ / มีโปรแกรมการออกกำลังกาย	3.73	0.84	ปานกลาง
4	ด้านส่งเสริมการตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	4.1 มีการประชาสัมพันธ์การจัด โปรโมชั่นผ่านสื่อ	3.25	0.86	ปานกลาง
	4.2 มีการโฆษณาโดยใช้ป้ายโฆษณานอกสถานที่	3.08	0.93	ปานกลาง
	4.3 มีการแจกคู่มือให้ทดลองใช้บริการฟรี	3.42	0.86	ปานกลาง
	4.4 มีการจัดทำใบปลิวแผ่นพับ	3.08	0.95	ปานกลาง
5	ด้านบุคลากรที่ให้บริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	5.1 มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.09	0.65	มาก
	5.2 มีความยินดีและความเต็มใจในการให้บริการ	4.20	0.61	มาก
	5.3 มีทักษะและความรู้ในการให้บริการ	4.19	0.56	มาก
	5.4 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อมและเป็นมิตร	4.25	0.60	มาก
	5.5 มีผู้สอนที่มีความชำนาญ	3.90	0.73	ปานกลาง
	5.6 มีเทรนเนอร์เพียงพอต่อความต้องการ	3.69	0.80	ปานกลาง
ข้อ	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{x}	S.D.	แปลค่า

6	ด้านกระบวนการของฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	6.1 กระบวนการสอนมีความปลอดภัยไม่มีอันตราย	4.13	0.56	มาก
	6.2 มีกระบวนการสอนอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน	4.11	0.61	มาก
	6.3 มีการแจ้งข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการอยู่เสมอ	4.01	0.71	มาก
	6.4 ความรวดเร็วในการขอรับบริการ	4.05	0.65	มาก
7	ด้านสภาพแวดล้อมของฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	7.1 มีสถานที่ออกกำลังกายกว้างขวาง สะดวกสบาย ทันสมัย	4.43	0.63	มาก
	7.2 มีมุมความรู้ หรือมุมพักผ่อน	4.11	0.70	มาก
	7.3 มีเสียงเพลงภายในฟิตเนสเข้าบรรยากาศ	4.07	0.72	มาก
	7.4 มีการจัดแบ่งโซนเครื่องออกกำลังกายได้เหมาะสม	4.23	0.63	มาก
	7.5 มีบรรยากาศภายในสร้างความรู้สึกระฉับกระเฉง	4.24	0.65	มาก
	7.6 มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำมีความสะอาด	4.15	0.65	มาก

3.ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

ผู้รับบริการที่มาใช้บริการออกกำลังกายที่ฟิตเนสเซ็นเตอร์มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$ S.D. = 0.43) แยกเป็นรายด้านมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการดังนี้ ด้านบริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ($\bar{X} = 4.06$ S.D. = 0.47) ด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ($\bar{X} = 4.47$ S.D. = 0.57) ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ($\bar{X} = 4.20$ S.D. = 0.50) และด้านการส่งเสริมการขายของฟิตเนสเซ็นเตอร์ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$ S.D. = 0.75)

ตารางที่ 4 แสดงระดับความพึงพอใจการให้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

ข้อ	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลค่า
1	ด้านบริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์	4.06	0.47	มาก
2	ด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์	4.47	0.57	มาก
3	ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์	4.20	0.50	มาก
4	ด้านการส่งเสริมการขายของฟิตเนสเซ็นเตอร์	3.26	0.75	ปานกลาง
ภาพรวมระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		4.00	0.43	มาก

จากการศึกษา พบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเป็นรายข้อในแต่ละด้าน ดังนี้ ระดับความพึงพอใจด้านบริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์พบระดับความพึงพอใจมากมี 2 ข้อคือมีความยินดีและ

ความเต็มใจในการให้บริการ และพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อมและเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.26$ S.D. = 0.52) และพึงพอใจปานกลาง 3 ข้อ คือมีการแจ้งข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.99$ S.D. = 0.63) ผู้สอนมีความชำนาญ ($\bar{X} = 3.89$ S.D. = 0.70) และพึงพอใจปานกลางน้อยสุดมี เทรนเนอร์เพียงพอ ($\bar{X} = 3.62$ S.D. = 0.74)

ด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ พบระดับความพึงพอใจมากเรื่องมีสมรรถภาพของร่างกายที่เพิ่มขึ้น คุ่มค่าเงินที่เสียไป ($\bar{X} = 4.49$ S.D. = 0.59) ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์พบระดับความพึงพอใจ มากเรื่องมีความสะดวกของสถานที่จอดรถ ($\bar{X} = 4.44$ S.D. = 0.55) และด้านการส่งเสริมการขาย ของฟิตเนสเซ็นเตอร์พบระดับความพึงพอใจปานกลางเรื่องมีการประชาสัมพันธ์การจัดโปร โมชันผ่าน สื่อ ($\bar{X} = 3.17$ S.D. = 0.77)

ตารางที่ 5 แสดงระดับความพึงพอใจการให้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์รายข้อ

ข้อ	ระดับความพึงพอใจในการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลค่า
1	ด้านบริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	1.1 กระบวนการสอนมีความปลอดภัยไม่มีอันตราย	4.12	0.65	มาก
	1.2 มีกระบวนการสอนอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐานใดต	4.13	0.54	มาก
	1.3 มีการแจ้งข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ	3.99	0.63	ปานกลาง
	1.4 ความรวดเร็วในการขอรับบริการ	4.10	0.61	มาก
	1.5 มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.09	0.60	มาก
	1.6 มีความยินดีและความเต็มใจในการให้บริการ	4.26	0.52	มาก
	1.7 มีทักษะและความรู้ในการให้บริการ	4.12	0.55	มาก
	1.8 มีพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อมและเป็นมิตร	4.26	0.52	มาก
	1.9 มีผู้สอนมีความชำนาญ	3.89	0.70	ปานกลาง
	1.10 มีเทรนเนอร์เพียงพอ	3.62	0.74	ปานกลาง
2	ด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	2.1 มีค่าสมาชิกถูกกว่าสถานออกกำลังกายอื่น	4.47	0.67	มาก
	2.2 มีค่าสมาชิกเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	4.47	0.57	มาก
	2.3 มีสมรรถภาพของร่างกายที่เพิ่มขึ้นคุ่มค่าเงินที่เสียไป	4.49	0.59	มาก
ข้อ	ระดับความพึงพอใจในการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลค่า

3	ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	3.1 มีสถานที่ออกกำลังกายกว้างขวาง สะดวกสบาย ทันสมัย	4.30	0.65	มาก
	3.2 มีมุมความรู้ หรือมุมพักผ่อน	4.04	0.66	มาก
	3.3 มีเสียงเพลงภายในฟิตเนสเข้าบรรยากาศ	4.05	0.67	มาก
	3.4 มีการจัดแบ่งโซนของเครื่องออกกำลังกายได้อย่างเหมาะสม	4.22	0.56	มาก
	3.5 มีบรรยากาศภายในสร้างความรู้สึกระงับกระเฉง	4.19	0.59	มาก
	3.6 มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำมีความสะอาด	4.15	0.60	มาก
	3.7 มีความสะดวกของสถานที่จอดรถ	4.44	0.55	มาก
4	ด้านการส่งเสริมการขายของฟิตเนสเซ็นเตอร์			
	4.1 มีการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย	3.23	0.84	ปานกลาง
	4.2 มีการประชาสัมพันธ์การจัดโปรโมชั่นผ่านสื่อ	3.17	0.77	ปานกลาง
	4.3 มีการแจกคู่มือให้ทดลองใช้บริการฟรี	3.37	0.92	ปานกลาง



กรมอนามัย
ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผล

การวิจัยเชิงพรรณานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์และวัดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ที่มาใช้บริการเฉลี่ย ย้อนหลัง 5 ปี จำนวน 2,473 คน นำกลุ่มตัวอย่างที่ได้ ใช้สูตร Cohen (1983:84) ได้ $N = 90$ คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไป การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงโดยผู้เชี่ยวชาญ และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธีอัลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด 0.987 เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2564 – 25 กุมภาพันธ์ 2564 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลวิจัยมีดังต่อไปนี้

ผู้รับบริการเลือกตัดสินใจจากการพิจารณาโดยเลือกจากปัจจัยรวมทุกด้านอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$ S.D. = 0.45) แยกเป็นรายด้าน พบผู้รับบริการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด 3 ลำดับที่มากที่สุด ปัจจัยด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ และด้านสภาพแวดล้อมของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ดังนี้ ($\bar{X} = 4.41$ S.D. = 0.57) ($\bar{X} = 4.40$ S.D. = 0.56) และ ($\bar{X} = 4.21$ S.D. = 0.56) และที่พิจารณาตัดสินใจเลือกน้อยที่สุดคือปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ($\bar{X} = 3.21$ S.D. = 0.76) ในด้านระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$ S.D. = 0.43) แยกเป็นรายด้านมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการดังนี้ ด้านบริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ($\bar{X} = 4.06$ S.D. = 0.47) ด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ($\bar{X} = 4.47$ S.D. = 0.57) ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ($\bar{X} = 4.20$ S.D. = 0.50) และด้านการส่งเสริมการขายของฟิตเนสเซ็นเตอร์ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$ S.D. = 0.75)

ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

อภิปรายผล

ผู้วิจัยขออภิปรายผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่ เป็นเพศชายร้อยละ 54.9 อายุน้อยกว่า 25 ปี มากที่สุด ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ วิจัยเรื่องความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ ของผู้ใช้บริการ Fitness ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า 1. สถานบริการ Fitness ผู้ใช้บริการจะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมีอายุ 18-30 ปี (นิราพร บุคดา, 2551) เมื่อพิจารณารายละเอียดรายด้านแล้วมีการศึกษาไม่สอดคล้องกับวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของผู้บริโภค : กรณีศึกษา ฟิตเนสไทยแลนด์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านกระบวนการ (พัชชนันท์ ใจงาม, 2559)ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ และด้านสภาพแวดล้อมของฟิตเนสเซ็นเตอร์ดังนี้ ($\bar{X} = 4.41$ S.D. = 0.57) ($\bar{X} = 4.40$ S.D. = 0.56) และ ($\bar{X} = 4.21$ S.D. = 0.56) มีผลพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการมากกว่า การศึกษายังพบว่าด้านส่งเสริมการตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระดับปานกลางทุกข้อ
2. ด้านระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$ S.D. = 0.43) ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับ วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของธุรกิจ sport club กรณีศึกษาสโมสรเร็กซ์เกิดคลับผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการสโมสรเร็กซ์เกิดคลับโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง (สาวิตต์ ตันดิศลิปานนท์, 2560) จากการศึกษาแยกเป็นรายด้านมีระดับความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายของฟิตเนสเซ็นเตอร์ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$ S.D. = 0.75) ซึ่งต่ำที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการ ส่วนใหญ่มี อายุ น้อย เป็นเพศชาย และเป็นกลุ่มนักศึกษา จึงตัดสินใจเลือกใช้บริการจากปัจจัยด้านราคาของฟิตเนสเซ็นเตอร์ และด้านสถานที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์สูงสุดผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี เป็นหน่วยงานของราชการ เน้นบริการส่งเสริมสุขภาพประชาชน ทุกกลุ่มวัย จึงควรมีการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ ประชาชนกลุ่มอื่นๆ เข้ามารับบริการเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นด้วย

2. เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพและฝึกทักษะการให้คำแนะนำ การออกกำลังกาย ให้มีความมีความรู้ความชำนาญและให้คำแนะนำได้ถูกต้องเหมาะสม เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้รับบริการตัดสินใจเลือกใช้บริการและมีระดับความพึงพอใจมากขึ้น

3. จากการศึกษาครั้งนี้พบ หน่วยงานราชการมีจุดอ่อนในเรื่องการส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกมารับบริการ และพึงพอใจใช้บริการต่อเนื่อง จึงควรที่จะพัฒนาองค์ความรู้เรื่องการตลาดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในองค์กร เพื่อสนับสนุนผู้รับผิดชอบหลักในการวางแผนพัฒนางานร่วมกัน

4. ควรมีการจัดโปรแกรมชั้นต่างๆ ให้หลากหลาย เหมาะกับทุกกลุ่มอายุ และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้หลายช่องทางมากขึ้น



กรมอนามัย
ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

บรรณานุกรม

- กองโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.(2562).ข้อมูลป่วย-ตาย.(ออนไลน์).
สืบค้นจาก www.thaincd.com.(24 ตุลาคม 2563)
- กระทรวงสาธารณสุข.(2562).สธ.ห่วงคนไทยเสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อ.(ออนไลน์).สืบค้นจาก
https://www.khaosod.co.th/monitornews/news_1421769.(13 ตุลาคม 2563)
- การส่งเสริมสร้างสุขภาพ โดยการ ออกกำลังกาย .(ออนไลน์). สืบค้นจาก
<http://www.todayhealth.org/daily>. (24 ตุลาคม 2563)
- เกษมณี ใจจันทร์.(2551).ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนส ของ
ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.(ออนไลน์).สืบค้นจาก<https://dric.nrct.go.th/>.
(25 ตุลาคม 2563)
- ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย.(ออนไลน์)สืบค้นจาก
<http://topvs2538.blogspot.com/2014/11/blog-post.html>. (13 ตุลาคม 2563)
- แคเรีย ภูพัฒน์.(2551).ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ โตโยต้า นีวี่ออส ของ
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ.(ออนไลน์).สืบค้นจาก
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Careeya_B.pdf. (25 ตุลาคม 2563)
- จิตตินันท์ เชชะคุปต์.(2543).เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. เอกสารประกอบการเรียนการ
สอน.นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิพริ้นท์ (1991).
- ธีระ วรรณรัตน์.(2561).รู้เท่าทัน-ปรับพฤติกรรม-เสริมสร้างสุขภาพะ ป้องกันกลุ่มโรคไม่ติดต่อ
NCDs. (ออนไลน์). สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/1374821>.
(5ธันวาคม 2561)
- ทินกร โรงคำ.(2558).ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในการเลือกฟิต
เนสในอำเภอเมืองเชียงใหม่ = Services marketing mix affecting generation Y consumers
towards selecting fitnesses in Mueang Chiang Mai district.(ออนไลน์).สืบค้นจาก.
<http://library.cmu.ac.th/>.(25 ตุลาคม 2563)
- दनัย เทียนพุด. (2543). นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ: บิ๊กแบงก์.

- บดินทร์ เจริญประดับกุล และ ภักดี มานะหิรัญเวท.(2558).วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกา
เลือกใช้บริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษาผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนส
เฟิร์สท.(ออนไลน์).สืบค้นจาก. <https://rsujournals.rsu.ac.th>.(25 ตุลาคม 2563)
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ.(2541).พฤติกรรมผู้บริโภค.พิมพ์ครั้งที่ 8.นนทบุรี: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วารุณีตันตวิงศ์วณิช และนิภา นิรุตติกุล.(2554). หลักการตลาด Principles of Marketing. พิมพ์ครั้งที่
2.กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์บริษัทเพียร์สันเอดดูเคชั่นอินโดไชน่า จำกัด.
- มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณะ.(2558).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย
ขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.(ออนไลน์).สืบค้นจาก <https://doi.nrct.go.th>.(25 ตุลาคม 2563)
- รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ.(2555) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย
อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.(ออนไลน์).สืบค้นจาก
<http://thesis.swu.ac.th/>. (25 ตุลาคม 2563)
- รุ่งทิวา มุลิตธิมณี.(2558) วิจัยเรื่องความคาดหวังของผู้บริโภคชาวไทยต่อการใช้บริการ ฟิตเนส
เซ็นเตอร์.มหาวิทยาลัยบูรพา.(ออนไลน์).สืบค้นจาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th.
(25 ตุลาคม 2563)
- ผศ.ดร.อรไท ชั่วเจริญ.(2554).วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจฟิตเนสในเขตพื้นที่
ลาดกระบัง Influencing Factors of Fitness Business Management in LAT KRABANG
Area. สืบค้นจาก <http://journal.ssru.ac.th/>.(25 ตุลาคม 2563)
- พัชชนันท์ ใจงาม.(2559).วิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่
ออกกำลังกายของผู้บริโภค : กรณีศึกษาฟิตเนสไทยแลนด์ จังหวัดเชียงใหม่.(ออนไลน์).
สืบค้นจาก <http://mdc.library.mju.ac.th/>.(25 ตุลาคม 2563)
- สนิท มาประจวบ.(2544). การดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.
กรุงเทพฯ :องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- สุรเกียรติ อาชานุกาพ.(2550).การสร้างเสริมสุขภาพ:แนวคิด หลักการและบทเรียนของไทย.กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.

- สถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล.รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์กิจกรรมทางกาย 2 พฤติกรรมเนือยนิ่ง และภาวะโภชนาการในเด็กไทย.(ออนไลน์) สืบค้นจาก <http://dopah.anamai.moph.go.th/>.(25 ตุลาคม 2563)
- สชาติตต์ ดันติสิลปานนท์.(2560).ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของธุรกิจ sport club กรณีศึกษาสโมสรแร็กเกตคลับ.(ออนไลน์) . สืบค้นจาก <https://dric.nrct.go.th>. (25 ตุลาคม 2563)
- สรายุทธ เกศโสภาสถยคี.(2558).วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดี ในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร.(ออนไลน์).สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/>.(25 ตุลาคม 2563)
- อรุณี จิระพลังทรัพย์(2558) วิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดการกีฬาเชิงนันทนาการของกรุงเทพมหานคร..(ออนไลน์).สืบค้นจาก<http://cuir.car.chula.ac.th>.(25 ตุลาคม 2563)
- Aday , L.N., & Andersen, R. (1978). “Theoretical and Methodological Issues in Sociological Studies of Consumer Satisfaction with Medical Care,” *Social Science and Medicine*.
- Cohen, J and Cohen,P.1983. *Applied multiple regression/correlation.Analysis for the behavioral sciences*.(2 nd ed.) New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Green, L. W., & Kreuter, M.W. (2005). *Health Program Planning an Educational and Ecological Approach*. New York: Quebecor World Fairfield.
- Kemm, J. & Close, A. (1995). *Health Promotion Theory and Practice*. London: Mac Millian Press.
- Pender, N.J., Murdaugh. CL., & Parsons, MA. (2011). *Health Promotion in Nursing Practice*. (4rd ed.). USA: Appleton & Lange.