

# การวิเคราะห์จัดกลุ่มลูกค้าสถานออกกำลังกายวัยหนุ่มสาวในพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี

## The cluster analysis of young fitness customers in Pathum Thani

ศทวาทู เจียมบัว<sup>1\*</sup>, ประสพชัย พสุนนท์<sup>2</sup>

Katawoot Jeambua<sup>1</sup>, Prasopchai Pasunon<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup>อาจารย์ที่ปรึกษา, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>1</sup>A Ph.D. (Management) Student, Faculty of Management Science, Silpakorn University

<sup>2</sup>Advisor, Faculty of Management Science, Silpakorn University

\*ผู้นิพนธ์หลัก e-mail: jeambua\_k@su.ac.th katawoot.j@gmail.com, katawoot\_j@rmutt.ac.th

Received: May 07, 2020; Revised: June 14, 2020; Accepted: June 17, 2020

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สองประการ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออกกำลังกายกลุ่มลูกค้าสถานออกกำลังกายวัยหนุ่มสาว และ 2) เพื่อจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมการออกกำลังกาย ซึ่งการศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 340 ราย สถิติพรรณนาใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ด้วยเทคนิค K-Means Clustering ผลจากการวิจัยพบว่า 1) สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย อายุเฉลี่ย 20 ปี ส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี พฤติกรรมการออกกำลังกายที่เห็นว่าเป็นประโยชน์ให้ร่างกายแข็งแรงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .871 2) การจัดกลุ่มตามคุณลักษณะตามพฤติกรรมการออกกำลังกาย วิเคราะห์ได้ 6 ปัจจัยและสามารถแบ่งกลุ่มได้เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ “กลุ่มเป้าหมายชัดเจนจัดสภาพลักษณะดี” “กลุ่มจงใจตนเอง ครั้นเคร่งกับเพื่อน” “กลุ่มยิมดีแบรนต์เด่นเลือกเฟ้นสังคม” “กลุ่มขาดแรงจูงใจ ไม่ฝึกไฝหาเพื่อน” “กลุ่มไม่ต้องการดันฉันไปยิมเอง” และ “กลุ่มดูดีมีระดับเท่ากับออกกำลังกาย” และการต่อยอดงานวิจัยชิ้นนี้สามารถศึกษาทางด้านกลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่ม การวางแผนทางการตลาด ภาวะความเครียด แรงกดดันจากสังคม ตลอดจนใช้เทคนิคทางสถิติเพื่ออธิบายความสัมพันธ์และแตกต่างระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม

---

**คำสำคัญ:** ออกกำลังกาย, ลูกค้าสถานออกกำลังกายวัยหนุ่มสาว, การจัดกลุ่ม, การวิเคราะห์ปัจจัย, ปทุมธานี

---

## ABSTRACT

This research has two objectives which are to study youth fitness customer's exercise behaviors, and to categorize and identify the work-out characteristics of the youth. This research employ quantitative research methods by survey research. The 340 questionnaires were distributed at the respond rate of 85 percent. The descriptive which are percentage, mean, and standard deviation, as well as the inferential statistics were shown. Also, the factor analysis and cluster analysis, K-Means Clustering were utilized at the end of this paper.

The result shows that the most among sample are female at the average age of 20 as well as at the bachelor degree level. The exercise behavior mostly relates to being healthy at the means of 4.20 and .871 standard deviations. Additionally, there are 6 factors influence youth exercise. Lastly, the groups can be categorized into 6 groups namely "Clear-cut goal and impressive image", "Self-influence with friends" "Brand and socialize are my type", "I need some friends", "I love the gym, you do not need to force me", "High-end are us, we love exercise". The further studies suggest that to explore the marketing strategies in the specific groups or even niched market, marketing planning, stress, social pressure factors as well as using statistical techniques to explain the relationship and differences among groups of study.

---

**Keywords:** Exercise, Young fitness customer, Cluster analysis, Factor analysis, Pathum Thani

---

### บทนำ

ปัจจุบันแนวโน้มการรักษาสภาพและการออกกำลังกายกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากท่ามกลางสภาพสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้น หนึ่งในรูปแบบการออกกำลังกายที่กำลังได้รับความนิยมคือการออกกำลังกายในสถานออกกำลังกาย (fitness) โดยกระแสความนิยมการออกกำลังกายยังได้สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับธุรกิจต่อเนื่องอีกเป็นจำนวนมาก

ธุรกิจสถานออกกำลังกาย (Fitness Business) มีโอกาสขยายได้อีกมากจากพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่นิยมใช้บริการสถานออกกำลังกายมากขึ้น โดยจากแบบสำรวจของสำนักงาน

สถิติแห่งชาติ (2554) พบว่าสัดส่วนของประชากรไทยในช่วงอายุ 15-59 ปี ออกกำลังกาย เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2 ในปีพุทธศักราช 2550 เป็นร้อยละ 16 ในปีพุทธศักราช โดยถือเป็นกระแสนิยม (trend) ซึ่งสอดคล้องกับแบบสอบถามของอีไอซีพบว่ากลุ่ม Gen Y (อายุ 15-35 ปี) ระบุว่าใช้บริการฟิตเนสอยู่ที่ร้อยละ 17 อย่างไรก็ตามตลาดฟิตเนสมีศักยภาพในการขยายตัวอีกมากและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2559 ถึงปีพุทธศักราช 2561 มีการขยายตัวของการจัดตั้งใหม่อยู่ที่ร้อยละ 20.69 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และเมื่อพิจารณาการจัดตั้งฟิตเนสในปี 2562 มีจำนวน

เพิ่มมากขึ้น โดยมีจำนวนการจัดตั้งเฉลี่ยอยู่ที่ 150 รายต่อปี (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562)

การออกกำลังกายของวัยรุ่นนั้นเนื่องจากแต่ละช่วงวัยจะมีการเติบโตของร่างกายแตกต่างกัน ทั้งฮอร์โมนของแต่ละวัย การเจริญเติบโตต่างๆ ที่ไม่เท่ากัน ดังนั้น การออกกำลังกายจึงควรเลือกออกให้เหมาะสมแต่ละช่วงวัย (วารสารณ์ คาร์ศ, 2562) เมื่อพิจารณาจากวรรณกรรมพบว่า สำหรับช่วงอายุวัยรุ่น เป็นวัยที่พร้อมจะออกกำลังกายได้อย่างเต็มที่และหลากหลาย เพราะมีการเติบโตของร่างกายอย่างสมบูรณ์ในหลายๆ ด้านแล้ว จึงสามารถออกกำลังกายแบบหนักได้ แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลด้วย ซึ่งกีฬาที่แนะนำสำหรับออกกำลังกายในวัยรุ่น ก็คือ ยิมนาสติก และว่ายน้ำ เพราะทั้งสองสิ่งนี้จะช่วยให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น กระตุ้นการเจริญเติบโตได้เป็นอย่างดี และดีต่อสุขภาพอย่างมาก

พฤติกรรมกรรมการออกกำลังกายนั้นได้เสนอแบบจำลองการส่งเสริมสุขภาพนี้พัฒนาโดย Pender NJ & Pender AR. (1986) ตั้งแต่ ค.ศ. 1980 เป็นต้นมาโดยผสมผสานศาสตร์ทางการแพทย์และพฤติกรรมศาสตร์ เพื่ออธิบายและทำนายพฤติกรรมกรรมการส่งเสริมสุขภาพของบุคคลทุกวันเป็นแบบจำลองซึ่งมุ่งเน้นที่ความสามารถของบุคคล (competence or approach-oriented model) และเชื่อว่าพฤติกรรมกรรมการส่งเสริมสุขภาพเกิดจากความตั้งใจที่ต้องการยกระดับสุขภาพของตนเอง แตกต่างจากแบบจำลองความเชื่อด้านสุขภาพ (Health Belief Model) ที่เชื่อว่าแรงจูงใจของบุคคลในการปฏิบัติพฤติกรรมสุขภาพ เกิดจากความตั้งใจจะหลีกเลี่ยงจากความเจ็บป่วยหรือการได้รับบาดเจ็บซึ่งคุกคามต่อสุขภาพ

(Pender, 1996) ความเชื่อที่เป็นพื้นฐานของแบบจำลองการส่งเสริมสุขภาพตามแนวคิดดังกล่าวมีด้วยกัน 7 ประการ โดยกล่าวถึงทั้งแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง คุณค่าในตน ตลอดจนปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

## การทบทวนวรรณกรรม

### ธุรกิจสถานออกกำลังกาย

ธุรกิจสถานออกกำลังกาย (Fitness Center) หมายถึง ธุรกิจบริการด้านการออกกำลังกายที่ดำเนินการโดยรัฐบาลและเอกชน มีอาคารพื้นที่ อุปกรณ์ การฝึกสอน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้ในการออกกำลังกายหลากหลายรูปแบบ (เพชร พันธวิทย์โกศล, 2558) นอกจากนี้ ยังให้นิยามไว้ใกล้เคียงกันเพียงแต่มีจุดเน้นทางด้านเป็นการดำเนินงานโดยเอกชน มีอาคารพื้นที่ อุปกรณ์ การฝึกสอนจากผู้ที่มีความรู้ มีการให้คำแนะนำในการออกกำลังกาย ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (เดชา เดชานพวงศ์, 2559) ส่วน Ramos, A. (2019) ระบุว่า เป็นบริษัทที่ให้บริการที่มีผู้คนเข้าถึงพื้นที่ ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่มีการควบคุมดูแลและให้บริการที่มุ่งเน้นสมรรถภาพทางกายและสุขภาพ โดยมีการจ่ายค่าธรรมเนียม โดยสรุปแล้ว สถานออกกำลังกายจึง หมายถึง สถานที่ประกอบธุรกิจพร้อมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับออกกำลังกายและปรับปรุงสมรรถภาพ

### การจัดกลุ่มลูกค้าสถานออกกำลังกาย

การจัดกลุ่มโดยวิธีการทางสถิตินั้นมีหลายวิธี แต่วิธีที่ใช้ในงานวิจัยนี้เลือกใช้ การวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคในการแบ่งกลุ่มหน่วยข้อมูลโดยไม่ทราบ

มาก่อนว่าควรมีจำนวนกลุ่มมากขึ้นเพียงใด อย่างไรก็ตาม งานวิจัยให้หัวข้อดังกล่าวนี้ที่เกี่ยวข้องในช่วง 5 ปีย้อนหลัง เช่น การศึกษาโดยพัทธ์ธนนันท์ ธนประกอบกุล (2558) โดยกล่าวถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางการตลาด ซึ่งนำไปสู่การทำแผนธุรกิจสถานออกกำลังกาย ส่วนจิราภา พึ่งบางกรวย (2552) ระบุว่า ได้ทำการแบ่งขนาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ วิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดที่สถานออกกำลังกายใช้ และแบ่งประเภทของออกกำลังกาย ในสถานที่ดังกล่าวเป็น 5 ประเภท ส่วน Voráček et al. (2016) ระบุว่ากลุ่มลูกค้ามีทั้งสิ้น 6 กลุ่ม โดยจำแนกเป็นย่อยในเพศชายและกลุ่มย่อยในเพศหญิง เพศละ 3 กลุ่มเท่า ๆ กัน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มแฝง (latent class analysis) อย่างก็ตาม Teixeira & Correia (2009) ใช้ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจ ด้วยการวิเคราะห์การแบ่งกลุ่ม (Cluster analysis) และแบ่งลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้าที่มีความสุข ลูกค้าที่ไม่มีความสุขและลูกค้าที่เป็นคนโสด

### **พฤติกรรมการออกกำลังกายของวัยหนุ่มสาว**

การทบทวนวรรณกรรมทางด้านพฤติกรรม การออกกำลังกายของ สรัลรัตน์ พลอินทร์ (2542) ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้หลายด้าน เช่น พัฒนาการและพฤติกรรมสุขภาพของวัยรุ่น การรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย สภาพแวดล้อม ทฤษฎีความสามารถในตนเอง และมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออกกำลังกายของ นักศึกษาพยาบาลศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ความสามารถของตนเองในการออกกำลังกายการรับรู้ประโยชน์ของ

การออกกำลังกาย และสภาพแวดล้อมของ วิทยาลัย กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของ นักศึกษา ส่วนงานวิจัยทางด้านพฤติกรรม การออกกำลังกายของวัยรุ่นนั้น ปรากฏในงานวิจัยของ ชาญชลักษณ์ เยี่ยมมิตร (2556) มุ่งศึกษา พฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้วยกัน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านปฏิบัติการ เกี่ยวกับการออกกำลังกาย โดยมีการเปรียบเทียบ ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ส่วนงานวิจัยของ วราภรณ์ คำสและคณะ (2556) ศึกษา พฤติกรรมด้านการออกกำลังกาย การเข้าถึงการออกกำลังกาย ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและการเข้าถึงการออกกำลังกายของคนชุมชนในเขตภาษีเจริญและเสนอแนะแนวทางเพื่อการวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่สุขภาวะในประเด็นการออกกำลังกายของคนในเขตภาษีเจริญ นอกจากนี้ อโนทัย ผลิตนนท์เกียรติ และคณะ (2561) ศึกษา พฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษา กายภาพบำบัด และศึกษาความสัมพันธ์ของ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยนำปัจจัยเชื้อ และปัจจัย เสริมแรงที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม การออกกำลังกายของนักศึกษา ส่วน Feehan, K. et al. (2012) ศึกษาปัจจัยทางด้านสุขภาพ นอกจากนี้ Lisa M. Quintiliani, et al. (2012) ยังให้ความสนใจกับรายละเอียดทางด้านโรงเรียนและบ้าน ส่วน Pooanapas & Thawichai (2016) ทำการ ศึกษาในบริบทของไทย

### **ปัจจัยทางการออกกำลังกาย**

ในงานวิจัยมุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยที่มีผล ต่อการออกกำลังกายทั้งสิ้น 3 ปัจจัย ได้แก่

### **ปัจจัยทางการตลาด พบใน**

งานวิจัยของ จิราภา พึ่งบางกรวย. (2552, น. 80) โดยแบ่งเป็นกล่าวว่าเป็นกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ซึ่งอ้างอิงตามแนวคิด ทฤษฎีการตลาดบริการประยุกต์ ของ Grönroos, C. (1993) และประยุกต์ในบริบทของการออกกำลังกายในงานวิจัยของ Arora, R. et al. (2006) ซึ่งระบุถึงส่วนผสมทางการตลาดบริการมีผลต่อทัศนคติ ความพึงพอใจตลอดจนความตั้งใจในการออกกำลังกายและใช้สถานออกกำลังกาย

**ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา** ในการออกกำลังกาย ได้รับความนิยมาจากการศึกษาของ Ryan, R. M. et al. (1997) และ Hagger, M. S. & Chatzisarantis, N. L. D. (Eds.). (2007) ซึ่งมุ่งเน้นการศึกษาทางด้านปัจจัยแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) และปัจจัยแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) ตลอดจนกล่าวถึงทฤษฎีแรงจูงใจในตน (Self-determinant theory) อีกด้วย Wilson, P. M. et al. (2008)

**ปัจจัยทางด้านสังคม** โดยงานวิจัยของ McCormack, J. B. & Chalip, L. (1988) ระบุว่า การออกกำลังกายว่าเป็นการเข้าสังคม โดย ต่อมางานวิจัยของ Courneya, K.S. & McAuley, E. (1995) ใช้การวิเคราะห์เส้นทางเพื่อสนับสนุนแนวคิดอิทธิพลของการเข้าสังคมไปสู่การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ทางด้าน Devecioglu, S. et al. (2012) เพื่อศึกษาระดับการขาดแคลนทางสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีส่วนร่วมในกีฬาประเภทบุคคลและแบบกลุ่ม ส่วน Thomas, E. F. et al. (2014) นำทฤษฎีทั้งในรัฐศาสตร์และ

จิตวิทยาแสดงให้เห็นว่าการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีบทบาทสำคัญ

### **การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)**

การวิเคราะห์ปัจจัย Factor analysis มีชื่อเรียกในภาษาไทย หลายคำ เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์ตัวประกอบ เป็นต้น (นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์, ม.ป.ป.) และบุญอ้อม โฉมทิ (ม.ป.ป.) ระบุว่า การวิเคราะห์ปัจจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดจำนวนตัวแปรจำนวนมาก โดยการจับกลุ่มของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากทั้งทางบวกและทางลบ ไว้ในปัจจัย (factor) เดียวกัน เพื่อกำหนดจำนวนของปัจจัยที่มีอิทธิพลเพียงพอที่จะอธิบาย กลุ่มของตัวแปรเดิมที่ถูกนำมาพิจารณา และเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยและความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้น ได้แก่ ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีความแปรผันเนื่องมาจากองค์ประกอบร่วมและองค์ประกอบเฉพาะ องค์ประกอบร่วมและองค์ประกอบเฉพาะของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวเป็นอิสระต่อกัน และ ความแปรปรวนที่สังเกตได้มีผลจากการรวมกันของความแปรปรวนขององค์ประกอบร่วมและความแปรปรวนขององค์ประกอบเฉพาะ (Ellis, J. L., 2017) นอกจากนี้ยังใช้การพิจารณาการวิเคราะห์องค์ประกอบตามแนวทางของ (Hair et al., 1014 อ้างถึงใน ณัฐพล พุ่มศิริ, 2562)

### **การวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster Analysis)**

การวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis: CA) เป็นเทคนิคทางสถิติสำหรับจัดกลุ่มคน/สิ่งของ ออกเป็นกลุ่มๆ ที่คล้ายกัน ตามตัวแปรที่นำมาจัดกลุ่ม เป้าหมายของ CA คือ เพื่อแบ่งกลุ่ม

ของสิ่งของ/คนออกเป็นกลุ่มๆ โดยใช้เกณฑ์ความเหมือน(similarity) ของคุณลักษณะ/ตัวแปรในการแบ่งกลุ่ม (สังวรณี รัตตะโทก, ม.ป.ป.) ส่วนทางด้านกัลยา วาณิชปัญชา (2552) ระบุว่า การวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster Analysis) เป็นเทคนิคการแบ่งกลุ่มหน่วยข้อมูล หรือเป็นการแบ่งคน สัตว์ สิ่งของ องค์กร ฯลฯ ออกเป็นกลุ่มย่อยอย่างน้อย 2 กลุ่ม โดยมีหลักเกณฑ์ในการแบ่งดังนี้ “ให้หน่วยที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันมีลักษณะที่สนใจเหมือนกันหรือคล้ายกัน แต่หน่วยที่อยู่ต่างกลุ่มกันจะมีลักษณะที่สนใจต่างกัน”

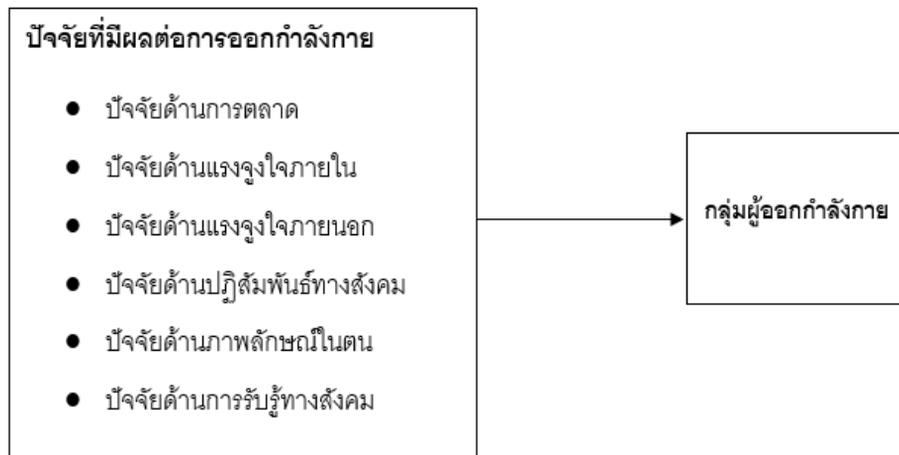
จากการทบทวนวรรณกรรม ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้มุ่งเน้นการศึกษาไปที่กลุ่มลูกค้าผู้ออก

กำลังกายวัยหนุ่มสาว โดยการจัดกลุ่มรูปแบบโดยคำนึงถึงปัจจัยการออกกำลังกาย 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการตลาด ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยทางด้านสังคม

### วัตถุประสงค์การวิจัย (objectives)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออกกำลังกายกลุ่มลูกค้าสถานออกกำลังกายวัยหนุ่มสาว
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการออกกำลังกายกลุ่มลูกค้าสถานออกกำลังกายวัยหนุ่มสาว
3. จัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มลูกค้าสถานออกกำลังกายวัยหนุ่มสาว

### กรอบแนวคิดในงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

### นิยามคำศัพท์

**พฤติกรรมการออกกำลังกาย** หมายถึง การกระทำใด ๆ ที่มีการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเพื่อสุขภาพ เพื่อความสนุกสนาน และเพื่อ

สังคมโดย กฎ กติกาการแข่งขันต่าง ๆ พฤติกรรม **การออกกำลังกาย** หมายถึง การที่ร่างกายได้ใช้งาน เคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง หรือกำลังที่มีอยู่เพื่อให้ส่วนใด ส่วนหนึ่งของร่างกาย

เกิดการเคลื่อนไหว (การกีฬาแห่งประเทศไทย (2545) และ(กุลธิดา เหมหาเพชร และคณะ, 2555)

**วัยหนุ่มสาว (youth)** หมายถึง ผู้ที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 15-24ปี

**กลุ่มลูกค้าสถานออกกำลังกาย (fitness customer/ fitness member)** หมายถึง กลุ่มคนที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการสถานออกกำลังกาย

### ระเบียบวิธีวิจัย (Methodology)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากประชากรปทุมธานี จำนวน 1,129,115 คน โดยเป็นกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มลูกค้าสถานออกกำลังกายวัยหนุ่มสาวในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากตารางสำเร็จรูปที่กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ของ Arkin & Colton (1950 & 1963) จากประชากรที่มีจำนวนมากกว่า 100,000 คน ได้ร่างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้แนวคิดระบบการบริหารงานและประเมินผลทั่วทั้งองค์กรเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) จากค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Consistency: IOC) มากกว่า 0.05 (ประสพชัย พสุนนท์, 2553) มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน มีเพียงจำนวน 340 คนที่สมบูรณ์ อัตราการตอบกลับร้อยละ 85 จึงใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประมวลผล ต่อมา นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่ม

ลูกค้าสถานออกกำลังกายวัยหนุ่มสาว จำนวน 30 ราย พบว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) ของสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) ทั้งฉบับ เท่ากับ 0.939 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีมาก (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) และจัดทำตารางวิเคราะห์สถิติ ได้แก่ สถิติพรรณนาและสถิติอนุมานซึ่งประกอบด้วยค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของข้อมูลทั่วไป ข้อมูลพฤติกรรม การออกกำลังกาย ตลอดจน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยกำหนดพฤติกรรม การออกกำลังกาย ตามแนวคิดลิเคิร์ต 5 ระดับ (เสาวนารถ เล็กเลขสินธุ์, 2562) หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ด้วยเทคนิค K-Means Clustering ดังปรากฏในงานวิจัยของ Rovniak, L. S., et al., (2010) และ Bock H. H. (2007)

### ผลการวิจัย (Research Result)

#### ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 คน เป็นเพศชาย ร้อยละ 27.60 และเพศหญิง ร้อยละ 72.40 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ อายุ 20 ปี จำนวน 228 คน ร้อยละ 67.10 รองลงมาอายุ 19 ปี จำนวน 51 คน ร้อยละ 15 และ อายุ 21 ปี จำนวน 44 คน ร้อยละ 12.90 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 331 คน ร้อยละ 97.40 รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 6857.35 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีรายได้เสริม จำนวน 290 คน ร้อยละ 85.30

### ข้อมูลทางด้านสุขภาพและการออกกำลังกาย

กลุ่มตัวอย่างมีส่วนสูงมากที่สุดและน้อยที่สุด เท่ากับ 187 และ 145 เซนติเมตร ตามลำดับ โดยมีส่วนสูงเฉลี่ยเท่ากับ 163.95 เซนติเมตร และมีน้ำหนักมากที่สุดและน้อยที่สุดเท่ากับ 135 และ 33 กิโลกรัม ตามลำดับ โดยมีน้ำหนักเฉลี่ยเท่ากับ 58.69 กิโลกรัม ส่วนใหญ่ออกกำลังกายเดือนละ 1-3 ครั้ง จำนวน 100 คน ร้อยละ 29.40 ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิกสถานออกกำลังกาย จำนวน 311 คน ร้อยละ 91.50 ส่วนใหญ่ไม่มีโรคจำนวนตัว จำนวน 286 คน ร้อยละ 84.10

ส่วนใหญ่มีลักษณะที่จำเป็นต้องไปพบแพทย์หรือซื้อยารับประทานเองจำนวน 193 คน ร้อยละ 56.80 ส่วนใหญ่ไม่ดื่มเครื่องดื่มให้พลังงาน ในช่วงที่ออกกำลังกาย จำนวน 292 คน ร้อยละ 85.90 ส่วนใหญ่สนใจการออกกำลังกาย ในร่วมจำนวน 195 คน ร้อยละ 57.40 โดยส่วน

ใหญ่คิดว่าตนเองเป็นผู้ออกกำลังกายไม่ประจำ จำนวน 216 คน ร้อยละ 63.50 ส่วนใหญ่เห็นว่าตนเองดูกีฬาเป็นครั้งคราว นาน ๆ ครั้ง จำนวน 153 คน ร้อยละ 45 ส่วนใหญ่รับรู้ว่าตนเองมีร่างกายสมส่วนจำนวน 176 คน ร้อยละ 51.80

### ข้อมูลปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกาย

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นทางปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกายมากที่สุดที่ประเด็นการออกกำลังกายทำให้ท่านแข็งแรงโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .871 ในทางตรงกันข้ามกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นทางปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกายน้อยที่สุดที่ประเด็นการถูกบังคับหรือกดดันโดยคนรอบข้างให้ไปออกกำลังกายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.143

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและองค์ประกอบหลักของปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจออกกำลังกาย

ชื่อปัจจัย	คำถาม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ปัจจัย						Communality
				1	2	3	4	5	6	
	ex_1	3.13	1.048		.678					.618
	ex_2	2.75	1.228		.784					.703
<b>ปัจจัยด้าน</b>	ex_3	2.94	1.095		.778					.721
<b>การตลาด</b>	ex_4	3.83	.985		.586					.625
	ex_5	3.52	1.023		.659					.658
	ex_6	3.65	.980		.619					.656

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและองค์ประกอบหลักของปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกา  
ตัดสินใจออกกำลังกาย (ต่อ)

ชื่อปัจจัย	คำถาม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ปัจจัย						Communality
				1	2	3	4	5	6	
ปัจจัยด้าน	ex_7	3.66	1.003					.756		.782
แรงจูงใจ	ex_8	3.67	1.020					.790		.772
ภายใน	ex_9	3.76	1.020					.737		.743
ปัจจัยด้าน	ex_10	2.64	1.143						.834	.777
แรงจูงใจ	ex_11	2.77	1.130						.820	.791
ภายนอก	ex_12	2.86	1.168						.815	.748
	ex_13	3.59	.912				.417			.639
	ex_14	3.54	.926				.512			.683
ปัจจัยด้าน	ex_15	3.71	.928				.592			.707
ปฏิสัมพันธ์	ex_16	3.48	.955				.750			.766
ทางสังคม	ex_17	3.63	.958				.707			.690
	ex_18	3.42	.952				.765			.782
	ex_19	4.20	.871	.817						.746
ปัจจัยด้าน	ex_20	4.06	.893	.844						.802
ภาพลักษณ์	ex_21	4.10	.877	.852						.808
ในตน	ex_22	3.90	.895	.780						.752
	ex_23	3.67	.939	.628						.698
	ex_24	3.66	.934	.647						.768
ปัจจัยด้าน	ex_25	3.34	1.025			.794				.795
การรับรู้	ex_26	3.25	1.007			.853				.813
ทางสังคม	ex_27	2.96	1.163			.831				.751
Cronbach's				.921	.855	.887	.897	.868	.845	.936
Alpha Reliability										
Coefficients										
Eigen Values				10.743	3.021	2.527	1.340	1.203	.963	19.797
% of Variance				39.788	11.190	9.358	4.961	4.454	3.568	73.319

## การจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของ กลุ่มจากตัวแปรทั้ง 27 ตัวแปร

งานวิจัยนี้มีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล เริ่มต้นจากการวิเคราะห์จัดกลุ่มข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกายของวัยรุ่นไทยจำนวน 27 ข้อ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) หลังจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มย่อยด้วยเทคนิคการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Cluster Analysis)

### การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักของ ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกาย

ส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกายจำนวน 27 ข้อ ให้เป็นกลุ่มๆ เพื่อเป็นการสรุปข้อมูลให้มีความกระชับและง่ายต่อการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Principle Component Analysis) และหมุนแกนโดยใช้วิธีแวนิแมกซ์ (Varimax) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าดัชนี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) ของการวิเคราะห์ข้อมูลมีค่าเท่ากับ .914 (Sig. = .000) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่สำรวจมาได้นี้มีความเหมาะสมสามารถวิเคราะห์ได้ด้วยเทคนิคนี้

ผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ตามตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าคำถามทั้งสิ้น 27 ข้อ สามารถจัดกลุ่มได้เป็น 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจภายใน ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอก ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ปัจจัยที่ 5 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ในตน และปัจจัยที่ 6 ปัจจัยด้านการรับรู้ทางสังคม

ค่า Community ของทั้ง 27 ข้อคำถาม มีค่ามากกว่า .400 แสดงถึงความเหมาะสมของข้อคำถาม ส่วนค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loadings) ของข้อคำถามนั้นมีค่าระหว่าง .417 - .853 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือแอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Reliability Coefficients) ของแต่ละปัจจัยแล้วจะพบว่ามีความระหว่าง .845 - .921 และมีค่าสัมประสิทธิ์รวมของทั้ง 27 ข้อคำถามเท่ากับ .936 แสดงให้เห็นความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัดในภาพรวม (Overall Reliability) และความน่าเชื่อถือภายในแต่ละปัจจัย (Internal Reliability)

### การวิเคราะห์ดัชนีจัดกลุ่ม

ค่าคะแนนปัจจัย (Factor Scores) ของทั้ง 6 ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ในขั้นแรกจะถูกคำนวณขึ้นมาโดยวิธีการเฉลี่ยคะแนนของทุกข้อคำถามในปัจจัยนั้น ซึ่งคะแนนปัจจัยที่ได้นี้จะถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่าง 340 ตัวอย่าง ให้เป็นกลุ่มย่อยด้วยเทคนิคการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (Nonhierarchical Cluster Analysis) ด้วยวิธี K-means Clustering ซึ่งเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ที่สามารถใช้จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

โดยตัวแปรทั้ง 27 ตัวแปร สามารถแบ่งกลุ่มได้เป็น 6 กลุ่มปัจจัย แต่ละปัจจัยมีลักษณะของกลุ่มตัวแปรที่ความเหมาะสมและมีจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มที่เหมาะสมด้วย โดยในการประมวลผลทำการคำนวณค่าเฉลี่ยของแต่ละ Cluster ที่เปลี่ยนไปในแต่ละรอบของการคำนวณรวม 9 รอบ (Iteration) จึงไม่พบการเปลี่ยนแปลงของค่ากลาง และได้จำนวนสมาชิก

ของแต่ละกลุ่ม ดังตารางที่ 3 โดยกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ กลุ่มที่ 2 มีสมาชิกรวม 103 คน ร้อยละ 30.29

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบหลัก จำนวนและร้อยละของปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกาย

กลุ่ม (Cluster) ปัจจัย	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 4	กลุ่มที่ 5	กลุ่มที่ 6	F	Sig.
ปัจจัยด้านการตลาด	3.99	3.18	3.70	3.22	2.41	1.91	62.920	.000
ปัจจัยด้านแรงจูงใจภายใน	4.42	3.36	4.23	4.10	2.61	1.98	102.996	.000
ปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอก	3.93	3.16	2.04	1.94	1.89	1.73	135.792	.000
ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	4.25	3.28	4.05	3.47	3.09	1.90	81.175	.000
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ในตน	4.42	3.48	4.55	4.11	3.81	2.19	79.081	.000
ปัจจัยด้านการรับรู้ทางสังคม	4.04	3.10	3.58	2.00	3.36	1.62	83.615	.000
จำนวนและร้อยละของสมาชิกในแต่ละกลุ่ม (Cluster Members)							รวม	
จำนวน	76	103	53	52	41	15	340	
ร้อยละ	22.35	30.29	15.59	15.29	12.06	4.41	100	

จากการทดสอบตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างพบว่า การกำหนดการแบ่งกลุ่มจำนวน 6 กลุ่มโดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกาย

หลังจากการแบ่งกลุ่มได้ทำการตรวจสอบค่า Mean Square ระหว่าง Cluster (Between – cluster Mean Square) และ Mean Square Error หรือ Within – Cluster Mean Square ด้วยค่าสถิติ F ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของแต่ละตัวแปรเมื่ออยู่ต่าง Cluster กัน พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรของทุกกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.00 โดย

ปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอก เมื่อมีอยู่ในกลุ่มต่างกันจะมีความแตกต่างกันมากที่สุด ( $F = 135.792$ ) รวมทั้งทำการวิเคราะห์ลักษณะประชากรของที่เป็นสมาชิกของแต่ละกลุ่ม เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยภายในกลุ่มจำแนกทั้ง 6 กลุ่มดังตารางที่ 4 หากใช้เกณฑ์ค่าคะแนน 3.30 เป็นหลักในการกำหนดความสำคัญแล้ว จะสามารถอธิบายลักษณะของแต่ละกลุ่มได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 มีจำนวนสมาชิก 76 คน ร้อยละ 22.35 มีค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบหลักนั้นสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ทั้งสิ้น โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านแรงจูงใจภายใน ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และ

ภาพลักษณะในตน จึงขอตั้งชื่อกลุ่มว่า “**กลุ่มยิมดี แบรินต์เด่นเลือกฟันสังคม**”

กลุ่มที่ 2 จำนวนสมาชิก 103 คน ร้อยละ 30.29 มีค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านทั้งด้านการตลาด ด้านแรงจูงใจภายนอก และการรับรู้ทางสังคม จึงขอตั้งชื่อกลุ่มที่ 2 ว่า “**กลุ่มเป้าหมายชัดเจน ภาพลักษณ์ดี**”

กลุ่มที่ 3 มีจำนวนสมาชิก 53 คน ร้อยละ 15.59 ค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบหลักทางด้านปัจจัยทางด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมสูงโดดเด่นเท่ากับ 4.55 และปัจจัยทางด้านแรงจูงใจภายใน เท่ากับ 4.10 ยกเว้นค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบหลักทางด้านปัจจัยแรงจูงใจภายนอกที่มีค่าเพียง 2.04 จึงขอตั้งชื่อกลุ่มว่า “**ไม่ต้องกดดันฉันไปยิมเอง**”

กลุ่มที่ 4 มีจำนวนสมาชิก 52 และร้อยละ 15.29 เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบหลักของปัจจัยด้านภาพลักษณะในตนและปัจจัยด้านแรงจูงใจค่อนข้างสูง แม้ว่ากลุ่มที่ 4 มีค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบหลักใกล้เคียงกับกลุ่มที่ 2 แต่ค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบหลักของปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมสูงกว่าเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ ตลอดจนค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบหลักของปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอกมีค่าเพียง 1.94 จึงทำให้มีค่าแตกต่างจากกลุ่มที่ 2 อย่างชัดเจน จึงขอตั้งชื่อกลุ่มว่า “**กลุ่มจูงใจตนเองครั้นเคร่งกับเพื่อน**”

กลุ่มที่ 5 มีจำนวนสมาชิก 41 คน ร้อยละ 12.06 เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีเอกลักษณ์ขององค์ประกอบหลักทางด้านปัจจัยปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการรับรู้ทางสังคมเท่านั้นที่สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น จึงขอตั้งชื่อกลุ่มว่า “**กลุ่มคู่มือมีระดับเท่ากับออกกำลังกาย**”

และกลุ่มที่ 6 มีจำนวนสมาชิก 15 คน

ร้อยละ 4.41 มี ค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบหลักของปัจจัยด้านแรงจูงใจภายในและการรับรู้ทางสังคม น้อยมาก จึงขอตั้งชื่อตามลักษณะโดยย่อของกลุ่มว่า “**กลุ่มขาดแรงจูงใจ ไม่ฝึกไฝหาเพื่อน**”

## อภิปรายผล (Discussion)

จากผลการวิจัยข้างต้น จำนวนกลุ่มแตกต่างจากงานวิจัยของ และแม้ว่ามีจำนวน 6 กลุ่มเท่ากับงานวิจัยจำนวนกลุ่มที่แบ่งได้จะเท่ากับ 6 กลุ่มตามผลของ Voráček, J. et al. (2016) และใช้เทคนิคเดียวกับ Teixeira, M. & Correia, A. (2009) แต่ในรายละเอียดของตัวแปรยังคงมีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาผลที่ได้จากงานวิจัยนี้จึงสามารถนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกกำลังกาย นั้นมุ่งเน้นไปที่ภาพลักษณะในตน กล่าวคือ ประเด็นทางด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายที่สะท้อนในข้อคิดเห็นทางด้าน การออกกำลังกาย ทำให้แข็งแรง กระฉับกระเฉง นำไปสู่การมีเรือนร่างที่สมส่วน ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นจากการออกกำลังกาย ตัวตนของเด่นชัดขึ้นเมื่อออกกำลังกาย ตลอดจนการออกกำลังกายส่งเสริมให้ผู้ที่ออกกำลังกายดูดีมีระดับ ล้วนแต่เป็นองค์ประกอบหลักของการออกกำลังกายหลายด้าน ทั้งในแง่มุมมองด้านประชากรศาสตร์ จากการศึกษาทางด้านตัวแปรเพศ อายุ รายได้ หรือตัวแปรทางด้านพฤติกรรม ตลอดจนตัวแปรทางด้านจิตวิทยาแล้วนั้น โดยอาศัยแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยของ สวัสดิ์รัตน์ พลอินทร์ (2542) และขยายรายละเอียดและเพิ่มเทคนิคทางด้านสถิติลงในงานวิจัยนี้ พบว่า

2. ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจภายใน มีผลกับกลุ่มวัยหนุ่มสาว ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ วราภรณ์ คำรศ (2562) กล่าวคือ คนกลุ่มนี้มีการวางแผนเป้าหมายในการออกกำลังกายชัดเจน สามารถไปการออกกำลังกายได้ด้วยตนเอง ตลอดจนทราบความต้องการและแรงบันดาลใจในการเปลี่ยนแปลงตนเอง ประกอบกับการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม อาทิ มุมมองทางด้านการออกกำลังกายเป็นการฝึกจิตใจ ทำให้รู้จักตนเอง อีกทั้งยังเห็นว่าการออกกำลังกายเป็นการเข้าสังคมหรือมีเพื่อนใหม่ และยังพบว่าการมีเพื่อนมีส่วนในการที่ทำให้ท่านไปออกกำลังกาย เมื่อได้เข้าสังคมนั้นเป็นเหตุให้ออกกำลังกายเป็นต้น

3. ปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยทางด้านรับรู้ทางสังคม ในปัจจัยแรกนั้น Arora, R. et al. (2006), กล่าวถึงไว้โดยภาพรวมแต่ ปัจจัยทางด้านราคา เช่น ค่าอุปกรณ์กีฬา เสื้อผ้า รองเท้า ค่าสมาชิกสถานออกกำลังกาย ค่าเช่าร่วมสถานออกกำลังกาย ค่าเช่าประเภทต่าง ๆ ค่าบำรุงสมาชิกชมรม การจัดโปรโมชั่น การโฆษณาผ่านสื่อของสถานออกกำลังกาย สถานออกกำลังกายและสปอร์ตคลับ หรือการจูงใจของสถานประกอบการสุขภาพ สถานี่ออกกำลังกาย สะดวก สะอาด ปลอดภัย การบริการและพนักงานของสถานี่ออกกำลังกายดีเป็นที่พึงพอใจ ตลอดจนความหลากหลายของประเภทใน

การออกกำลังกาย เช่น อุปกรณ์ พื้นที่ ยังสามารถจูงใจให้คนออกกำลังกายไม่มากนัก ใกล้เคียงกับปัจจัยที่สอง การรับรู้ทางสังคม ตลอดจนข้อคิดเห็นทางด้านการมีชื่อเสียงและก้าวหน้าในงานและอาชีพจากการออกกำลังกาย ยังมีน้ำหนักไม่มากนัก

### ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาบางส่วน เช่น แรงจูงใจภายนอก ไม่มีค่าน้ำหนักในการพิจารณาเพื่อจัดกลุ่มลูกค้าผู้ออกกำลังกายวัยหนุ่มสาวในงานศึกษาวิจัยครั้งนี้ แต่ในงานวิจัยที่ศึกษาทางด้าน กลยุทธ์ทางการตลาดเฉพาะกลุ่ม (niched market) ภาวะความเครียด แรงกดดันจากสังคม ปัญญาทางด้านสุขภาพจิตของคนทางด้านรูปร่าง ยังคงสามารถทำการค้นคว้าศึกษาเพิ่มเติมในโอกาสถัดไปได้

2. กลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยนี้ที่จะนำไปสู่การวางแผนทางการตลาด ตลอดจนการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานทั้งสถานศึกษาภาครัฐที่จะเข้ามาช่วยบริหารจัดการออกกำลังกายและผลักดันนโยบายให้ตอบสนองได้ถูกกลุ่มเป้าหมาย

3. ธุรกิจการออกกำลังกายตลอดจนนักวิจัยสามารถใช้งานวิจัยนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาการทดสอบรายคู่เพื่อหาความแตกต่างระหว่างกลุ่ม เป็นต้น

### เอกสารอ้างอิง

- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2545). *แผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (2545 – 2549)*. กรุงเทพฯ: ไทยมิตรการพิมพ์.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *ธุรกิจฟิตเนส: บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำปีเดือน พฤษภาคม 2562*. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2562 จาก <https://www.dbd.go.th>



- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). *การสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของประชากรและสุขภาพจิต พ.ศ. 2554*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2562 จาก <https://www.nso.go.th>
- เสาวนารถ เล็กเลอสินธุ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 8(2), 182-194.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. 2544. *ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อโนทัย ผลิตินนท์เกียรติ และคณะ. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมออกกำลังกายของ นักศึกษากายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. *วารสาร มจร.วิชาการ*, 21(42), 55-64.
- Arkin, H., & Colton, R. R. (1950). *Tables for statisticians (College outline series)*. New York: Barnes & Noble Books.
- Arora, R., Stoner, C. and Arora, A. (2006). Using framing and credibility to incorporate exercise and fitness in individuals' lifestyle. *Journal of Consumer Marketing*, 23(4), 199-207.
- Bock H. H. (2007). Clustering Methods: A History of k-Means Algorithms. In: Brito P., Cucumel G., Bertrand P., de Carvalho F. (eds) *Selected Contributions in Data Analysis and Classification. Studies in Classification, Data Analysis, and Knowledge Organization*. Springer, Berlin: Heidelberg.
- Courneya, K. S., & McAuley, E. (1995). Reliability and discriminant validity of subjective norm, social support, and cohesion in an exercise setting. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 17(3), 325-337.
- Devecioglu, S., Sahan, H., Yildiz, M., Tekin, M. & Sim, H. (2012). Examination of Socialization Levels of University Students Engaging in Individual and Team Sports. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46(2012), 326-330.
- Ellis, J. L. (2017). *Factor analysis and item analysis*. Amsterdam: Boom.
- Grönroos, C. (1993). An Applied Service Marketing Theory. *European Journal of Marketing*, 16(7), 30-41.
- Hagger, M. S. & Chatzisarantis, N. L. D. (Eds.). (2007). *Intrinsic motivation and self-determination in exercise and sport*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- McCormack, J. B., & Chalip, L. (1988). Sport as socialization: A critique of methodological premises. *The Social Science Journal*, 25(1), 83-92.
- Feehan, K. et al. (2012). Factors Influencing Physical Activity in Children and Youth with Special Health Care Needs: A Pilot Study. *International Journal of Pedratic*, 2012(n), 1-11.

- Lisa M. Quintiliani, et. al. (2012). Factors across home, work, and school domains influence nutrition and physical activity behaviors of nontraditional college students. *Nutrition Research*, 32(10), 757-763.
- Pender, N.J. & Pender, A. R. (1986). Attitudes, subjective norms, and intentions of engagement in health behaviors. *Nursing Research*, 35(1), 15-18.
- Pender, N. J. (1996). *Health promotion in nursing practice*. (3rd ed.). Stamford, Conn: Appleton and Lange.
- Poosanapas, S. & Thawichai, K. (2016). Factors Affecting Exercise Adherence Behavior of University Students in Upper Northeastern, Thailand. *Asian Social Science*, 12(12), 205-212.
- Ramos, A.. (2019). *How will demographics influence the fitness market in Spain by 2035?*. April 2019. from <https://www.researchgate.net/publication/332606101>
- Rovniak, L. S., Sallis, J. F., Saelens, B. E., Frank, L. D., Marshall, S. J., Norman, G. J., Conway, T. L., Cain, K. L., & Hovell, M. F. (2010). Adults' physical activity patterns across life domains: cluster analysis with replication. *Health psychology: official journal of the Division of Health Psychology, American Psychological Association*, 29(5), 496-505.
- Ryan, R. M., Frederick, C. M., Lepes, D., Rubio, N., & Sheldon, K. M. (1997). Intrinsic motivation and exercise adherence. *International Journal of Sport Psychology*, 28(4), 335-354.
- Teixeira, M. & Correia, A. (2009). Segmenting fitness centre clients. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 5(4), 396-416.
- Thomas, E. F., McGarty, C., & Louis, W. (2014). Social interaction and psychological pathways to political engagement and extremism. *European Journal of Social Psychology*, 44(1), 15-22.
- Voráček, J., Čáslavová, E. & Šíma, J. (2016). Segmentation in sport services: a typology of fitness customers. *AUC KINANTHROPOLOGICA*, 51(2), 32-47.
- Wilson, P. M., Mack, D. E., & Grattan, K. P. (2008). Understanding motivation for exercise: A self-determination theory perspective. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 49(3), 250–256.