

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "กลวิธีการสร้างสื่อเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลวิธีการเลือกใช้สื่อ และการสร้างเนื้อหาเพื่อการส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยทฤษฎี และกรอบแนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีพฤติกรรมความเชื่อทางสุขภาพ (Health Belief Model) แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) และแนวคิดเกี่ยวกับการวางตำแหน่งสินค้า (Positioning)

สำหรับแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์เจ้าของกิจการ

แหล่งข้อมูลประเภทเทปโทรทัศน์และวิดีโอ เป็นลักษณะขอสำเนาจากสถานบริหารร่างกาย รวมทั้งวิดีโอที่จัดจำหน่าย

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารที่เผยแพร่สื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ของแต่ละสถานบริหารร่างกาย แผ่นพับแจกฟรี การติดต่อทางไปรษณีย์บทโทรทัศน์และผังการออกอากาศ รวมทั้งหนังสือสอดแทรก (supplement)

ผลการวิเคราะห์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ลักษณะการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย ผลการศึกษาพบว่าสถานบริหารร่างกายแต่ละแห่ง มีลักษณะของการเลือกใช้สื่อที่คล้ายคลึงกัน โดยนิยมใช้สื่อในรูปแบบของการผสมผสานกันหลายประเภท แต่จะมีวิธีการนำเสนอสื่อในลักษณะที่แตกต่างกัน

อันเนื่องมาจากโครงสร้างในการดำเนิน

สถานบริหารร่างกายฟิลิปปิน

โครงสร้างการดำเนินธุรกิจ ฟิลิปปินตั้งขึ้นเมื่อเดือนตุลาคม 2532 ที่สาขาสุขุมวิท เป็นสาขาแรก ต่อมาเปิดสาขาที่สองที่ลาดพร้าวเมื่อเดือนตุลาคม 2536 โดยลักษณะธุรกิจของ ฟิลิปปิน เป็นธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ ในลักษณะของการประกอบการข้ามชาติ ซึ่งมีบริการให้กับลูกค้า เฉพาะกลุ่มสุขภาพสตรี โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมักเป็นสุขภาพสตรีฐานะดี อายุระหว่าง 25-60 ปี ทั้งนี้ ฟิลิปปินมีแผนกต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าสมาชิกพร้อมมูลได้แก่ แผนกนวดหน้า นวดตัว แผนกแอโรบิกซ์ แผนกการบริหารร่างกายโดยใช้อุปกรณ์ (gym room) แผนกโภชนาการ ห้อง ดูดาว

ลักษณะการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกายของสถานบริหารร่างกาย ฟิลิปปิน

1. สื่อมวลชน

1.1 หนังสือพิมพ์

1.1.1 หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่ฟิลิปปินเน้นมากที่สุดเพราะลูกค้ามักจะ รู้จักฟิลิปปินจากหนังสือพิมพ์

1.1.2 นิตยสาร มีทั้งในรูปของการโฆษณา และประชาสัมพันธ์

1.1.3 หนังสือสอดแทรก จะใช้ในกรณีพิเศษของบริษัทเท่านั้น เช่น การฉลองครบรอบปี

1.2 สื่อโทรทัศน์

มีสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์อยู่ขึ้นเดียวซึ่งปัจจุบันได้งดการออกอากาศไปแล้ว นอกนั้นก็ เป็นสื่อในด้านประชาสัมพันธ์

2. สื่อเฉพาะกิจ

2.1 แผ่นพับ มีไว้สำหรับลูกค้าสมาชิกหรือผู้สนใจที่เดินเข้ามาในบริษัท

2.2 การติดต่อทางไปรษณีย์ เพื่อเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีและ เป็นกัน

เองกับลูกค้า

สถานบริหารร่างกายเวีร์ลคลับ

โครงสร้างการดำเนินธุรกิจ เวีร์ลคลับตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2519 ที่สาขา ราชดำริ ต่อมาเปิดสาขาที่สองที่เดอะมอลล์ รามคำแหง เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2531 โดยดำเนิน กิจการมานานถึง 18 ปีแล้ว โดยที่ธุรกิจของเวีร์ลคลับเป็นธุรกิจที่ยิ่งใหญ่เช่นเดียวกัน หากถือว่าเป็นธุรกิจลักษณะไทย ๆ โดยมีลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มสุภาพสตรีทั้งแม่บ้าน และผู้หญิงทำ งานที่มีสถานภาพค่อนข้างสูง โดยมีแผนกต่าง ๆ ให้บริการแก่ลูกค้าสมาชิก คือ แผนกแอโรบิคซ์ แผนกห้องอบเชาว์น่า แผนกนวดหน้า ขัดผิว นวดตัว แผนกบริหารร่างกายด้วยอุปกรณ์

ลักษณะการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกายของสถานบริหารร่างกาย เวีร์ลคลับ

โดยสรุป เวีร์ลคลับใช้สื่อต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. สื่อมวลชน

1.1 สื่อโทรทัศน์ และวิดีโอ เป็นสื่อหลักที่เวีร์ลคลับให้ความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการชีวิต และการออกกำลังกาย ช่อง 9 วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.30 น.

1.2.1 นิตยสาร ในช่วงแรก ๆ เวีร์ลคลับเน้นหนักการใช้สื่อนิตยสารมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งนิตยสารเกี่ยวกับผู้หญิง

1.2.2 หนังสือพิมพ์ ระยะเวลาต่อมา เวีร์ลคลับเปลี่ยนการใช้สื่อจากนิตยสารไป เป็นหนังสือพิมพ์ เพราะเห็นว่า ครอบคลุมผู้รับได้กว้างกว่า

2. สื่อเฉพาะกิจ

2.1 แผ่นพับ มีไว้ให้ลูกค้าสมาชิก และบุคคลทั่วไปที่เดิน เข้ามาในบริษัท

2.2 การติดต่อทางไปรษณีย์ถึงสมาชิก (direct mail) ปีละครั้ง เมื่อถึง ช่วงฉลองครบรอบปีของเวีร์ลคลับทั้งสองสาขา และการติดต่อทางไปรษณีย์โดยตรงถึงสมาชิกใน ลักษณะที่เป็นส่วนตัว

สถานบริการร่างกาย สุนีย์ โยคะสถาน

โครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจ สุนีย์ โยคะสถาน ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2515 โดยการดำเนินงานของคุณสุนีย์แต่เพียงผู้เดียว มีลักษณะธุรกิจขนาดเล็ก ๆ คล้ายห้างร้าน โดยมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มสุภาพสตรีทั้งแม่บ้านและผู้หญิงทำงานที่มีฐานะปานกลาง

การใช้สื่อของสุนีย์ โยคะสถาน จะเกิดจากแนวความคิดของคุณสุนีย์ บวรจิตติ เจ้าของกิจการ โดยมีวัตถุประสงค์เป็นวิทยาทาน มีใช้ในรูปแบบของการค้า

ลักษณะการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกายของสถานบริการร่างกาย สุนีย์โยคะสถาน

1. สื่อมวลชน

1.1 สื่อวิทยุ เป็นสื่อแรกที่ใช้และมีรายการวิทยุเป็นของตนเอง

1.2 สื่อสิ่งพิมพ์

1.2.1 นิตยสาร : ให้ความสำคัญมาก

นิตยสารเป็นสื่อเดียวที่สุนีย์ โยคะสถานใช้ในการ

โฆษณาได้แก่ ลลนา สตรีสาร

1.2.2 หนังสือพิมพ์ : เป็นรูปแบบของการสัมภาษณ์คุณสุนีย์ บวรจิตติ
เจ้าของกิจการ

1.3 สื่อโทรทัศน์ เป็นไปในแง่ของการให้สัมภาษณ์รายการต่าง ๆ

2. สื่อเฉพาะกิจ

2.1 แผ่นพับ มีไว้สำหรับลูกค้าสมาชิกและผู้ที่สนใจที่เดินเข้ามาใน

สุนีย์โยคะสถาน

2.2 การติดต่อทางไปรษณีย์ เป็นไปในลักษณะตอบปัญหาสมาชิกทางสุภาพ

วิเคราะห์เปรียบเทียบการใช้สื่อของสถานบริหารร่างกายทั้งสามแห่ง โดยพิจารณาจาก

การให้ความสำคัญในการใช้สื่อ

ฟิลิปเวน และเวิร์ลคลับ ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อโฆษณาในขณะที่ สุนีย์ โยคะสถานให้ความสำคัญน้อยกว่ามาก แต่สื่อที่สุนีย์ โยคะสถานใช้ มักมุ่งไปที่การสัมภาษณ์ คุณสุนีย์ บัวจิตติ ซึ่งเป็นลักษณะของการประชาสัมพันธ์

ก. ชนิดหรือประเภทของสื่อที่เลือกใช้

สถานบริหารร่างกายทั้งสามมีชนิดของสื่อใกล้เคียงกันคือสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ หากทว่าฟิลิปเวนให้ความสำคัญกับสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์สำหรับ สุนีย์โยคะสถาน ให้ความสำคัญกับนิตยสาร ส่วนเวิร์ลคลับ ให้ความสำคัญกับสื่อโทรทัศน์ อีกทั้ง เวิร์ลคลับ และสุนีย์โยคะสถานใช้สื่อวิทยุ ในขณะที่ฟิลิปเวนไม่เคยใช้สื่อวิทยุเลย

ข. ลักษณะเนื้อหาของสื่อที่เผยแพร่ไปยังลูกค้า

ฟิลิปเวน และเวิร์ลคลับ เน้นเนื้อหาไปในแง่ เครื่องอำนวยความสะดวก หากทว่า เวิร์ลคลับจะเน้นประเด็นทางสุขภาพมากกว่า ส่วนสุนีย์ โยคะสถานจะเน้นเนื้อหาในแง่ของประเด็นทางสุขภาพมากที่สุด

2. กลวิธีการ เลือกใช้สื่อ และการสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย

โดยใช้หลัก แรงจูงใจ 3 ประการ ดังนี้

1. การจูงใจโดยใช้ตัวบุคคล (Ethos) เป็นวิธีการสร้างความน่าเชื่อถือ ให้กับสถานบริหารร่างกาย โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง ได้แก่ เจ้าของกิจการ บุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงสังคม บุคคลในแง่ของความชำนาญงานและ ประสบการณ์ของบริษัท

2. การจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Pathos) จุดดึงดูดในลักษณะนี้ที่นิยมมาใช้ในการสร้างความน่าสนใจให้กับสถานบริหารร่างกายนั้น ๆ ได้แก่ ความน่าสนใจให้กับสถานบริหารร่างกายนั้น ๆ ได้แก่ ความน่าสะพึงกลัวของโรคอ้วน ผลสำเร็จที่คาดหวังได้ การใช้แรงดึงดูดทางเพศ การโฆษณาเกินจริง การอ้างชื่อสนับสนุน การใช้จิตวิทยาทางภาษา การให้รางวัล การลากเข้าพวก หรือพวกมากลากไป

3. การจูงใจโดยใช้เหตุผล (Logos) เห็นได้ชัดเจนในเนื้อหาของสื่อที่เกี่ยวข้อง บัจฉัยทางสุขภาพ

ทั้งนี้ การคัดเลือกสื่อ ตลอดจนการสร้างเนื้อหาบางครั้งอาจจะไม่ได้ใช้แรงจูงใจประการใดประการหนึ่งโดยเฉพาะ แต่อาจมีการใช้แรงจูงใจหลายประการร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จสูงสุด

บัจฉัยที่มีผลต่อกลวิธีการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาสาร

จากการศึกษา พบว่า บัจฉัยที่มีผลต่อการกำหนด กลวิธีการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย มีดังนี้

1. บัจฉัยที่เกี่ยวกับสถานบริหารร่างกาย แต่ละแห่ง
 - ลักษณะโครงสร้าง
 - งบประมาณ
 - นโยบายหรือแผนการหลักในการใช้สื่อ
2. บัจฉัยที่เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากการศึกษาบัจฉัยที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธี การคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย พบว่า แต่ละสถานบริหารร่างกายมีกลวิธีแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ลักษณะโครงสร้างการดำเนินธุรกิจ และนโยบายการใช้สื่อ

สถานบริหารร่างกาย ฟิลิปเวน จะมีการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหาโดยได้รับ
แนวปฏิบัติมาจากบริษัทแม่ที่ฮ่องกงทั้งสิ้น เพื่อแสดงให้เห็นความเป็น สถานบริหารร่างกาย
ระดับอินเตอร์

สถานบริหารร่างกายเวสต์คลับ จะมีการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหา ในลักษณะ
แบบไทย ๆ แต่ก็ให้ความสำคัญในการเลือกใช้สื่อและการสร้างเนื้อหา ไม่แพ้ฟิลิปเวน

สำหรับศูนย์ โยคะสถาน ไม่ค่อยมีนโยบายในการคัดเลือกสื่อและการสร้างเนื้อหา
แน่นอนเท่าใดนัก ไม่เห็นความจำเป็นในการใช้สื่อเท่าใดนัก สื่อเป็นเพียงสิ่งที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์
เท่านั้น

ข้อจำกัดของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับกลวิธีการสร้างสื่อเพื่อส่งเสริม
ธุรกิจด้านการบริหารร่างกาย ซึ่งเป็นเรื่องของการแข่งขันกันทางธุรกิจ ซึ่งสถานบริหาร
ร่างกายบางแห่ง มีนโยบายค่อนข้างจะเคร่งครัดในการให้ข้อมูลแก่บุคคลภายนอกดังนั้นผู้วิจัยจึง
ไม่สามารถทราบข้อมูลลึก ๆ บางอย่างได้ เพราะเป็นความลับของบริษัท

นอกจากนี้ ในขั้นตอนของการสัมภาษณ์ก็มีอุปสรรคอยู่บ้าง ในแง่ที่ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่
ว่าง ไม่มีเวลาให้สัมภาษณ์ จนผู้วิจัยต้องตัดสินใจสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ จึงได้ข้อมูลที่ต้องการ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากการวิจัย เรื่อง กลวิธีการสร้างสื่อเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหาร
ร่างกาย เป็นการศึกษาที่เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร เน้นที่ตัวสาร ดังนั้น จึงควรต้องมีการศึกษาถึง
ตัวผู้รับสาร ที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาของสื่อที่นำเสนอ เพื่อจะได้ นำผลการศึกษาดังกล่าวมา
ปรับปรุงการเลือกใช้สื่อ และการสร้างเนื้อหาสารได้ถูกต้องสอดคล้องกับการส่งเสริมธุรกิจ
ประสิทธิภาพดี บังขึ้น

2. เนื่องจากการวิจัยเรื่องนี้ เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริหารร่างกาย

จึงควรมีการศึกษาต่อเกี่ยวกับเรื่องทิศทางและแนวโน้มของผลกระทบของสื่อที่มากระดับนี้
ความต้องการในการให้บริการของผู้รับสาร โดยไปกระตุ้นเร้าให้คนรุ่นใหม่เห็นความสำคัญของ
การออกกำลังกาย (Health awareness) เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการสร้าง
สื่อเพื่อส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารร่างกายต่อไป