

**A STUDY OF PRIVATE HEALTH CLUB MANAGEMENT
IN BANGKOK METROPOLITAN**

SUPINYA BOONNUM

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF ARTS (SPORT MANAGEMENT)
FACULTY OF GRADUATE STUDIES
MAHIDOL UNIVERSITY
2004**

**ISBN 974-04-4779-1
COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY**

การศึกษาการจัดการศูนย์สุขภาพเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร (A STUDY OF PRIVATE HEALTH CLUB MANAGEMENT IN BANGKOK METROPOLITAN)

สุกัญญา บุญนำ 4237802 SHSM/M

ศศ.ม. (การจัดการทางการกีฬา)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : ประเสริฐไชย สุขสอาด, ค.ด.(พลศึกษา), พราม อินพรม, ค.ด.(พลศึกษา), วิฑูร ยุตตานนท์, ค.ม.(พลศึกษา)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาการจัดการและความคิดเห็นในการจัดการศูนย์สุขภาพเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่และขนาดพื้นที่ ด้านอุปกรณ์ออกกำลังกายและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมที่ให้บริการ ด้านการเงิน กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าหน้าที่ของศูนย์สุขภาพเอกชน จำนวน 211 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ศูนย์สุขภาพขนาดกลางและขนาดใหญ่ มีระดับความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนศูนย์สุขภาพขนาดเล็กมีระดับความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านการเงิน ด้านสถานที่และขนาดพื้นที่ อยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ ควรมีการจัดกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ศูนย์สุขภาพให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และเป็นการเพิ่มจำนวนสมาชิกให้กับศูนย์สุขภาพ เช่น การจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์สุขภาพ และการจัดโปรโมชั่นใหม่ๆ

127 หน้า ISBN 974-04-4779-1

A STUDY OF PRIVATE HEALTH CLUB MANAGEMENT IN BANGKOK METROPOLITAN.

SUPINYA BOONNUM 4237802 SHSM/M

M.A. (SPORT MANAGEMENT)

THESIS ADVISORS : PRASERTCHAI SUKSA-ARD, Ph.D. (Physical Education), PRAM INPROM, Ph.D. (Physical Education), WITON YUTTANON, M.Ed. (Physical Education)

ABSTRACT

This study was a survey research to investigate the opinions of private health club management in Bangkok. Five dimensions were studied: personnel, place and space, exercise equipment and facilities, activities, and finances. Samples were 211 personnel of the private health clubs and a questionnaire was the instrument in data collection.

Clubs of all sizes - large, medium, or small - placed great importance on all dimensions except for finances which were seen as only of moderate importance and size which was only of moderate importance for the small size clubs.

It is recommended that marketing activities should be organized consistently to publicize the clubs and to increase membership, e.g. new promotions and sports competitions could be organized among different health clubs. Also, staff should be trained to be versatile and able to cover a range of positions.

KEY WORDS : HEALTH CLUB / MANAGEMENT / FITNESS CENTER /
FITNESS CLUB

127 pp. ISBN 974-04-4779-1