โครงการการประชุมวิชาการทางบริหารธุรกิจ และศิลปศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 2

เรื่อง "การเสนอผลงานประชุมวิชาการ"

วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2559

ณ ศูนย์ประชุมแสดงสินค้านานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่

THE 2ND CONFERENCE
Business Administration and Liberal Arts
OF RMUTL
2016

Business Administration and Liberal Arts
OF RMUTL

คำสั่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ที่ ๑๗๙/๒๕๕๘
เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกและภายใน งานประชุมวิชาการ
คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ ๒

เพื่อให้การดำเนินงานงานประชุมวิชาการคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ ๒ (Proceeding) เป็นไปด้วยความเรียบร้อยเหมาะสมและบรรลุวัตถุประสงค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จึงแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกและภายในเพื่อตรวจพิจารณาผลงาน ดังนี้

๑.	ศาสตราจารย์มนัส	สุวรรณ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๒.	รองศาสตราจารย์สมเดช	มุงเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๓.	รองศาสตราจารย์ปาจรีย์	ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
๔.	รองศาสตราจารย์ธเนศ	ศรีวิชัยลำพันธ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๕.	รองศาสตราจารย์ธีรภัทร	วรรณฤมล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๖.	รองศาสตราจารย์จำเนียร	บุญมาก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๗.	รองศาสตราจารย์อารีย์	เชื้อเมืองพาน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๘.	รองศาสตราจารย์อภินันท์	จันตะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย
๙.	รองศาสตราจารย์อรัญญา	ตุ้ยคัมภีร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
๑๐.	รองศาสตราจารย์พรหทัย	ตัณฑ์จิตานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๑๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อมรรัตน์	ท้วมรุ่งโรจน์	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
๑๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญฑวรรณ	วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๑๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วีรศักดิ์	สมยานะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๑๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิ่งดาว	จินดาเทวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
๑๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นงลักษณ์	เรื่องวิทยาภรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
๑๖.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทริกา	มณีพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
๑๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์	อินต๊ะขัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๑๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อโนดาษ์	รัชเวทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๑๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนันตกุล	อินทรผดุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
๒๐.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัดพงศ์	อวิโรธนานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๒๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยยศ	สัมฤทธิ์สกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๒๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อายุส	หมู่เย็น	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๒๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิชาภพ	พันธุ์แพ	มหาวิทยาลัยพายัพ
๒๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูษณิศา	เตชเถกิง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๒๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชนีวรรณ	บุญอนนท์	มหาวิทยาลัยกำแพงเพชร
๒๖.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสรี	ปานซาง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปานฉัตร	อาการักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัฒนา	ยืนยง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรา	บุดสีทา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

๓๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประยุทธ...

๓๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประยุทธ	วรรณอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๓๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จตุรภัทร	วงศ์สิริสถาพร	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๓๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กรวีร์	ชัยอมรไพศาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๓๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลทิพย์	คำใจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๓๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลณัฏฐ์	พลวัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๓๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุษยากร	ตีระพฤติกุลชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
๓๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นวพร	ประสมทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
๓๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วริศรา	เหล่าบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
๓๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิราวัฒน์	ชมระกา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
๓๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา	สุระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๔๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัลลภ	บัวชุม	มหาวิทยาลัยรังสิต
๔๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสนีย์	พวงยาณี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
๔๒. นายวรวิทย์	เลาหะเมทนี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๔๓. นายรัฐนันท์	พงศ์วิริทธิ์ธร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๔๔. นางสาวลัดดา	ปินตา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๔๕. นายตะวัน	วาทกิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๔๖. นางสาวเทียน	เลรามัญ	มหาวิทยาลัยพายัพ
๔๗. นางสาวฐติกุล	ไชยวรรณ์	มหาวิทยาลัยพายัพ
๔๘. นางสาวปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๔๙. นางสาวกัญญ์พัสวี	กล่อมธงเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๕๐. นางสุภาวดี	ขุนทองจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
๕๑. นางสาวจุรี	วิชิตธนบดี	มหาวิทยาลัยพายัพ
๕๒. นายนพดล	พันธุ์พานิช	มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น
๕๓. นายอุเทน	เลานำทา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
๕๔. นายวรรณโณ	ฟองสุวรรณ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง
๕๕. นางสาวกาญจนา	สุระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๕๖. นางสาวพรรณิภา	เภสัชพิพัฒน์กุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๕๗. นายนิติศักดิ์	เจริญรูป	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๕๘. นางวรีวรรณ	เจริญรูป	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๕๙. นางณภัทร	ทิพย์ศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๖๐. นางสาวอัจฉราพร	แปลงมาลย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑๘ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๘

(รองศาสตราจารย์นำยุทธ สงค์ธนาพิทักษ์)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

พฤติกรรมผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Customer Behavior effect to Expectations and Satisfaction of Service Exercise Facilities in Hua-Hin District, Prachuap Khiri Khan

ธีระวัฒน์ จันทึก*, อภิรักษ์ กิจถาวรภักดี และ ณัฐวุฒิ ใจประเทศ

Thirawat Chantuk*, Apirak Kittavonpakdee and Nadtawut Chaipratet

สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Marketing Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University

*Corresponding author E-mail: nadtawut.c@gmail.com.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย 2) เพื่อศึกษาการความหวังและความพึงพอใจในปัจจัยด้านการบริการ ได้แก่ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่ ด้านการบริการลูกค้า ด้านการดำเนินการให้บริการ และด้านความพึงพอใจ 3) เพื่อศึกษาการความหวังและความพึงพอใจในปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย การศึกษานี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 405 คนโดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยคือการใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติพรรณนาใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ทดสอบสมมติฐาน คือค่าสถิติไค-สแควร์ (CHI-Square Test :^{2}- «st) ตัวแปรอิสระ คือพฤติกรรมการเข้าใช้บริการ และตัวแปรตามคือความคาดหวังและความพึงพอใจในปัจจัยด้านการบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านเครื่องมือ ด้านสถานที่ ด้านการบริการลูกค้า ด้านการดำเนินการบริการ และด้านความพึงพอใจการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่ ด้านการบริการลูกค้า ด้านการดำเนินการให้บริการ และด้านความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย แบบเบ็ดเสร็จครบวงจร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และนี่จะเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณาและให้ความสำคัญมากถ้าหากจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการสถานออกกำลังกายแบบเบ็ดเสร็จครบวงจรที่ดีขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านการบริการ, ความคาดหวัง, ความพึงพอใจ

Abstract

The purposes of this research were 1) To study the behavior of users to access the service exercise facilities. 2) To study the expectations and satisfaction of services, including tools and equipment, place, customer service and satisfaction 3) To study the expectations and satisfaction in the services that affect access to the service exercise facilities. The study was quantitative research and consisted of 405 respondents from users to access the service exercise facilities in Hua-Hin District, Prachuap Khiri Khan. The research instrument was questionnaire while data were analyzed by using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation, and Chi-square Test (CHI-Square Test : ^{2}- test). Independent Variables is about behavioral access, divided into the frequency and length of time. Dependent Variables included Service factor included material, place, people, process and satisfaction. The result found that expectation and satisfaction included material, place, people, process and satisfaction effect to behavior of Service Exercise Facilities In Hua-Hin District, Prachuap Khiri Khan. It is important to consider and provide important if users will be satisfied in the gym turnkey integrated better in the future.

Key Words: Service factor, Expectation, Satisfaction.

บทนำ

สถานออกกำลังกายหรือฟิตเนส เซนเตอร์ คือ สถานออกกำลังกายที่รวบรวมการออกกำลังกายรูปแบบต่างๆ ให้เลือกมากมายไว้ในพื้นที่ที่จำกัด เช่น การวิ่งบนลู่วิ่ง การออกกำลังกายโดยการใช้อุปกรณ์เพื่อช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ และการขจัดไขมันส่วนเกิน (มาร์ค บูคานันท์, 2558)

จากพฤติกรรมของคนไทยที่หันมาออกกำลังกายมากขึ้น โดยเฉพาะวัยทำงานที่มีกำลังซื้อสูง ทำให้ตลาดสถานออกกำลังกายมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะกระแสนิยมรักสุขภาพที่มาแรง จึงทำให้ร่างกายของมนุษย์เองถูกมองเป็น "สินค้า" ชนิดหนึ่ง สอดรับกับความจริงในช่วงหลายปีหลังมานี้ ที่มีการขยายตัวของธุรกิจด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น สถานออกกำลังกาย เสื้อผ้าออกกำลังกาย อาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารเสริม รวมทั้งคนในปัจจุบันก็มีแนวโน้มที่จะจ่ายเงินมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อการมี "สุขภาพดี" (ณัฏฐวัฒน์ ดนัยดุษฎีกุล, 2554)

การเติบโตนี้มาพร้อมกับกระแสการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เปลี่ยนไป จากเดิมที่ผู้บริโภคนิยมออกกำลังกายกับเครื่องออกกำลังกาย ลู่วิ่ง จักรยาน อุปกรณ์สร้างกล้ามเนื้อ กระชับสัดส่วน และปรึกษาแนวการออกกำลังกายอย่างถูกวิธีจากเทรนเนอร์กล้ามปูเพียงอย่างเดียวเป็นการออกกำลังกายเป็น ห้องต่างๆ อย่างเช่น โยคะ, Cardio, Body balance Gym ball และอื่นๆ มากขึ้น เนื่องจากความสนุกในการเล่นและได้สังคมกับเพื่อนร่วมฟิตเนสไปในตัว จึงไม่แปลกเลยที่ในวันนี้ฟิตเนสต่างๆ เริ่มนำห้องการเรียนรู้ต่างๆ มาเป็นกลยุทธ์หนึ่งนอกเหนือจากเทรนเนอร์ อุปกรณ์ ทำเลสถานที่ ราคาสมาชิก สิทธิพิเศษอื่น ที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องมากขึ้น เพราะนี่คือโอกาสที่ผู้ใช้บริการจะควักกระเป๋าจ่ายสมาชิกในปีต่อไป (เจค็อบ วาทักกันเชรี, 2553)

สถานออกกำลังกาย ไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ออกกำลังกายเพียงเท่านั้น แต่กลายเป็นเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสมัยใหม่ในปัจจุบัน นอกจากปัจจัยด้านอื่นๆแล้ว ยังเป็นสถานที่สำหรับพักผ่อน จึงทำให้สถานที่พักผ่อนหรือสถานท่องเที่ยวกำลังได้รับความนิยม โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวอย่างเช่นหัวหิน ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากจึงส่งผลให้ธุรกิจสถานออกกำลังกายได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง (กำพล โรจน์จรัสไพศาล, 2557)

จากการที่สถานออกกำลังกายและผู้ใช้บริการมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นที่น่าสนใจว่า ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายมีพฤติกรรมการใช้บริการอย่างไร และมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการสถานบริการมากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการสถานออกกำลังกาย ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาถึงพฤติกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย
2. เพื่อศึกษาการความหวังและความพึงพอใจในปัจจัยด้านการบริการ ได้แก่ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่ ด้านการบริการลูกค้า ด้านการดำเนินการให้บริการ และด้านความพึงพอใจ
3. เพื่อศึกษาการความหวังและความพึงพอใจในปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานการวิจัย

ความคาดหวังในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่ ด้านการบริการลูกค้า ด้านการดำเนินการให้บริการ และด้านความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย แบบเบ็ดเสร็จครบวงจร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการศึกษา

1. ศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในด้านการบริการที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

2. สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัย แบบสอบถาม 1 ชุด แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถามในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย

ส่วนที่3 เพื่อศึกษาปัจจัยความคาดหวังในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่ ด้านการบริการลูกค้า ด้านการดำเนินการให้บริการ และด้านความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มาใช้บริการสถานออกกำลังกายในสถานบริการออกกำลังกาย ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการสุ่มแบบตามสะดวก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ในสถานบริการออกกำลังกาย ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Non population) โดยมีค่าระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ .05 (กัลยา วานิชย์บัญชา,2548:28)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (Z score) ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ คือ 95% นั่นคือความคลาดเคลื่อน (α) = 0.05 หรือ 1- $\alpha/2$ = 0.975 เปิดตารางค่า Z ได้ 1.96

E = ระดับของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% หรือ 0.05

แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{(4)(0.05)^2}$$

= 384.16 หรือประมาณ 385 คน

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้เท่ากับ 385 คน และสำรองความผิดพลาดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ไว้ที่ 5% ของกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 20 คน รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 405 คนโดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% โดยในจำนวนตัวอย่าง 405 คนนี้ มีการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ทั้งนี้แบบสอบถามความหวังและความพึงพอใจ โดยศึกษาด้านการบริการของสถานออกกำลังกาย

ลักษณะของคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert (Method of summated ratings: Likert Scale) โดยประมวลเป็นการกำหนดลักษณะตัววัดด้านความคาดหวังและความพึงพอใจ ได้แก่

คุณลักษณะ	ข้อคำถาม
ด้านอุปกรณ์และเครื่องออกกำลังกาย	จำนวน 5 ข้อ
ด้านสถานที่	จำนวน 5 ข้อ
ด้านการบริการลูกค้า	จำนวน 5 ข้อ
การดำเนินการให้บริการ	จำนวน 5 ข้อ
ด้านความพึงพอใจ	จำนวน 5 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้(Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha Coeffcient โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (α – Coefficient) สูตรของครอนบราคา (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549: 35) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ค่าแอลฟ่า ที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง โดยมีผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น สำหรับงานวิจัยนี้ได้จำแนกค่าความชื่อมั่นเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. ด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ
ค่าแอลฟ่า เท่ากับ 0.749
2. ด้านสถานที่
ค่าแอลฟ่า เท่ากับ 0.729
3. ด้านการบริการลูกค้า
ค่าแอลฟ่า เท่ากับ 0.616
4. ด้านการดำเนินการให้บริการ
ค่าแอลฟ่า เท่ากับ 0.737
5. ด้านความพึงพอใจ
ค่าแอลฟ่า เท่ากับ 0.696

4. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้มีจำนวน 405 ตัวอย่าง โดยนำ

แบบสอบถามไปแจก 405 ชุด และได้รับกลับมา 405 ชุด คิดเป็น 100%

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามส่วนที่ 1ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเข้าใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลการคาดหวังและความพึงพอใจในด้านการบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (กัลยา วานิชย์บัญชา,2548) (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบค่าไค-สแควร์ (CHI-Square Test $:^2$- test) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยจัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Normimal Scale) สำหรับข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบความถี่ สัดส่วน ร้อยละและตัวแปรแต่ละตัวแบ่งกลุ่มย่อยๆ ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป (นราศรี ไววนิชกุล, ชูศักดิ์ อุดมศรี, 2538)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 405 คน จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	212	52.3
หญิง	193	47.7
รวม	**405**	**100.0**

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 และเพศหญิงจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า20 ปี	41	10.1
21-30 ปี	83	20.5
31-40 ปี	141	34.8
41-50 ปี	92	22.7
51-60 ปี	25	6.2
60 ปีขึ้นไป	23	5.7
รวม	**405**	**100.0**

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 ผู้มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 ผู้มีอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	229	56.5
สมรส	92	22.7
หย่าร้าง	84	20.7
รวม	**405**	**100.0**

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ ผู้มีสถานภาพสมรส จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และผู้มีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	40	9.9
ระดับปริญญาตรี	231	57.0
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	134	33.7
รวม	**405**	**100.0**

จากตารางที่ 4 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 และผู้ที่มี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทรัฐฯ	127	31.4
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	124	30.6
พนักงานเอกชน	106	26.2
เกษียณอายุ	48	11.9
รวม	**405**	**100.0**

จากตารางที่ 5 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทรัฐฯ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมาเป็นธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 พนักงานเอกชนจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 เกษียณอายุจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	62	15.3
15,001 – 25,000 บาท	103	25.4
25,001 – 35,000 บาท	92	22.7
35,001 – 45,000 บาท	52	12.8
45,000 บาทขึ้นไป	96	23.7
รวม	**405**	**100.0**

จากตารางที่ 6 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 รองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 ผู้ที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และผู้ที่มีรายได้ 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามโรคประจำตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

โรคประจำตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีโรคประจำตัว	140	34.6
ไม่มีโรคประจำตัว	265	64.5
รวม	**405**	**100.0**

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามโรคประจำตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 และมีโรคประจำตัวจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเป็นสมาชิก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นสมาชิก	342	84.4
ไม่เป็นสมาชิก	63	15.6
รวม	**405**	**100.0**

จากตารางที่ 8 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามการเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ส่วนใหญ่เป็นสมาชิก จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 84.4 และไม่ได้เป็นสมาชิก จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลา 2 – 6 เดือน	127	31.4
ระยะเวลา 6 – 12 เดือน	39	9.6
ระยะเวลา 1 – 2 ปี	134	33.1
ระยะเวลามากกว่า 2 ปี	48	11.9
ไม่เป็นสมาชิก	63	15.6
รวม	**405**	**100.0**

จากตารางที่ 9 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกระยะเวลา 1 – 2 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาเป็นสมาชิกระยะเวลา 6 – 12 เดือน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อย

ละ 29.9 ไม่เป็นสมาชิก จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 เป็นสมาชิกระยะเวลามากกว่า 2 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และเป็นสมาชิกระยะเวลา 2 – 6 เดือน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเข้าใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 405 คน จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

เหตุผลการเข้าใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้บริการเพื่อออกกำลังกาย จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 65.90 รองลงมาเข้าใช้บริการตามเพื่อนร่วมกลุ่ม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10 เข้าใช้บริการเพื่อสุขภาพที่ดี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 เข้าใช้บริการเพื่อรูปร่างสวยงาม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 เข้าใช้บริการเพื่อเล่นเป็นอาชีพ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 และเข้าใช้บริการเพื่อพักผ่อน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

บุคคลที่มาเข้าใช้บริการด้วย พบว่า มาเข้าใช้บริการคนเดียว จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 รองลงมาเข้าใช้บริการกับครอบครัว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 มาเข้าใช้บริการกับเพื่อน/คณะ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.70 และมาเข้าใช้บริการกับคนรัก 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20

ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ 2 – 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 66.40 รองลงมาคือเข้าใช้บริการ 4 – 5 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.10 เข้าใช้บริการ 6 – 7 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 และเข้าใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 รองลงมาเข้าใช้บริการในช่วงเวลา 10.01 - 14.00 น. จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 เข้าใช้บริการในช่วงเวลา 14.01 – 18.00 น. จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และเข้าใช้บริการในช่วงเวลา 06.00 – 10.00 น. จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30

ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้บริการครั้งละ 1 – 2 ชั่วโมง จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 65.90 รองลงมาคือเข้าใช้บริการครั้งละ 2 – 3 ชั่วโมง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 เข้าใช้บริการครั้งละ 3 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และเข้าใช้บริการครั้งละน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

การรับรู้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงสถานออกกำลังกายจากเพื่อน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมารับรู้ถึงสถานออกกำลังกายจากสื่อโฆษณา จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รับรู้ถึงสถานออกกำลังกายจากใบปลิว 64 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และรับรู้ถึงสถานออกกำลังกายจากอินเตอร์เน็ต จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในปัจจัยการบริการการเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อสถานออกกำลังกาย ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความคาดหวังด้านการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคาดหวัง
ด้านอุปกรณ์และเครื่องออกกำลังกาย (Material)			
1.สถานบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้ล็อคเกอร์ ห้องเปลี่ยนหรือแต่งตัว ห้องอาบน้ำเป็นต้น	3.97	0.729	มาก
2. มีเครื่องออกกำลังที่ทันสมัย ใช้งานง่าย	3.29	1.069	ปานกลาง
3. เครื่องออกกำลังกายมีความสะอาด	3.56	1.141	มาก
4. เครื่องออกกำลังกายมีความปลอดภัย ไว้วางใจได้	4.23	1.024	มากที่สุด
5. สถานที่มีการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ	3.88	1.029	มาก
รวม	**3.92**	**0.809**	**มาก**
ด้านสถานที่ (Place)			
1. สถานที่มีพื้นที่พียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	3.28	1.292	ปานกลาง
2. สถานที่ตั้งสามารถเดินทางไปสะดวก	2.90	1.117	ปานกลาง
3. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับที่พักอาศัย	3.68	0.768	มาก
4. สถานที่มีความปลอดภัย	3.69	0.900	มาก
5. มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ	4.26	1.019	มากที่สุด
รวม	**3.43**	**0.595**	**มาก**
ด้านการบริการลูกค้า (People)			
1. พนักงานมีการแจ้ง โปรโมชั่น หรือ บริการใหม่แก่ลูกค้าเสมอ	4.10	0.700	มาก
2. พนักงานมีความรู้ในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.54	1.023	มาก
3. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	2.13	1.115	น้อย
4. พนักงานมีเวลาในการตอบคำถามลูกค้าอย่างเต็มที่	3.88	1.126	มาก
5. พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดี	2.91	0.768	ปานกลาง
รวม	**3.34**	**0.622**	**ปานกลาง**
การดำเนินการให้บริการ (Process)			
1. มีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว	4.10	0.700	มาก
2. สามารถชำระค่าบริการได้สะดวก	4.21	0.663	มากที่สุด
3. สถานบริการมีความรับผิดชอบของลูกค้า เช่น รักษาข้อมูลลูกค้า รักษาทรัพย์สินของลูกค้า	2.14	1.115	น้อย
4. เมื่อลูกค้าพบปัญหาสามารถเข้าถึงพนักงานในการแก้ปัญหาได้สะดวกและรวดเร็ว	3.87	1.126	มาก
5. สถานบริการให้ความสำคัญเรื่องปัญหาด้านเอกสาร เช่น เอกสารการสมัครเข้าเป็นสมาชิก การยกเลิกสมาชิก สัญญาต่างๆ	2.91	0.768	ปานกลาง

รวม	**3.41**	**0.503**	**มาก**
ด้านความพึงพอใจ (Satisfaction)			
1. สถานบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้งานง่าย	3.88	1.126	มาก
2. สภาพแวดล้อมในสถานบริการ มีผลต่อการดึงดูดลูกค้า	4.21	0.663	มากที่สุด
3. สถานบริการที่ลูกค้าใช้บริการ สามารถสร้างความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้บริการ	2.13	1.115	น้อย
4. เมื่อพบปัญหาในสถานบริการ ทางสถานบริการมีการแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.88	1.126	มาก
5. ท่านได้รับประโยชน์จากการออกกำลังกายที่สถานบริการ	2.91	0.768	ปานกลาง
รวม	**3.34**	**0.578**	**ปานกลาง**

ผลจากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านการบริการโดยเรียงลำดับจากความคาดหวังสูงสุดอันดับ 1 คือ ด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ รองลงมาเป็นด้านสถานที่ ด้านการดำเนินการให้บริการ ซึ่งมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก และ ด้านความพึงพอใจด้านการบริการลูกค้า มีความคาดหวังในระดับปานกลางซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 , 3.43 , 3.41 , 3.34 และ 3.34 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

งานวิจัยครั้งนี้มีสมมติฐานทั้งหมด 6 ข้อ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจด้านการบริการ สถานออกกำลังกาย

พฤติกรรม	สถิติ	ความคาดหวัง		
		ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์	ด้านสถานที่	ด้านการบริการลูกค้า
เหตุผลในการเข้าใช้บริการ	Pearson Chi-Square	36.729[a]	35.894[a]	35.811[a]
	Sig.	0.001	0.002	0.000
	การยอมรับสมมติฐาน	H_1	H_1	H_1
บุคคลที่มาใช้บริการด้วยกัน	Pearson Chi-Square	43.540[a]	12.668[a]	16.846[a]
	Sig.	0.000	0.178	0.010
	การยอมรับสมมติฐาน	H_1	H_0	H_1
ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์	Pearson Chi-Square	17.621[a]	10.291[a]	13.496[a]
	Sig.	0.040	0.327	0.036
	การยอมรับสมมติฐาน	H_1	H_0	H_1
ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการ	Pearson Chi-Square	24.135[a]	13.434[a]	11.788[a]
	Sig.	0.004	0.144	0.067
	การยอมรับสมมติฐาน	H_1	H_0	H_0
ระยะเวลาในการเข้าใช้บริการต่อครั้ง	Pearson Chi-Square	99.523[a]	108.409[a]	15.502[a]
	Sig.	0.000	0.000	0.017
	การยอมรับสมมติฐาน	H_1	H_1	H_1

การรับรู้ถึงสถานบริการออกกำลังกาย	Pearson Chi-Square	17.415[a]	14.028[a]	9.082[a]
	Sig.	0.043	0.121	0.169
	การยอมรับสมมติฐาน	H_1	H_0	H_0

พฤติกรรม	สถิติ	ความคาดหวัง	
		ด้านการดำเนินการ	ด้านความพึงพอใจ
เหตุผลในการเข้าใช้บริการ	Pearson Chi-Square	29.245[a]	25.861[a]
	Sig.	0.001	0.004
	การยอมรับสมมติฐาน	H_1	H_1
บุคคลที่มาใช้บริการด้วยกัน	Pearson Chi-Square	3.367[a]	2.967[a]
	Sig.	0.762	0.813
	การยอมรับสมมติฐาน	H_0	H_0
ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์	Pearson Chi-Square	4.748[a]	6.872[a]
	Sig.	0.577	0.333
	การยอมรับสมมติฐาน	H_0	H_0
ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการ	Pearson Chi-Square	15.000[a]	10.655[a]
	Sig.	0.020	0.100
	การยอมรับสมมติฐาน	H_1	H_0
ระยะเวลาในการเข้าใช้บริการต่อครั้ง	Pearson Chi-Square	21.626[a]	5.566[a]
	Sig.	0.001	0.474
	การยอมรับสมมติฐาน	H_1	H_0
การรับรู้ถึงสถานบริการออกกำลังกาย	Pearson Chi-Square	4.203[a]	9.316[a]
	Sig.	0.649	0.157
	การยอมรับสมมติฐาน	H_0	H_0

หมายเหตุ

H_0 : ปัจจัยด้านการบริการไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสถานอออกกำลังกาย

H_1 : ปัจจัยด้านการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในด้านการบริการที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยทำการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านการบริการ คือ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการลูกค้า ด้านการดำเนินการให้บริการ และด้านความพึงพอใจในการบริการโดยมุ่งหวังว่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ให้บริการสถานออกกำลังกาย ให้ทราบถึงความคาดหวังและความพึงพอใจในการบริการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด

อภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่า 31 – 40 ปี โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรัฐฯ มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท ต่อ เดือน ส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว และเป็นสมาชิกสถานออกกำลังกาย ระยะเวลา 1 – 2 ปี

2. พฤติกรรมการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย ผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่มีเหตุผลการเข้าใช้บริการเพื่อออกกำลังกาย โดยเข้าใช้บริการคนเดียว มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 2 – 3 ครั้ง/สัปดาห์ มักเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายในช่วง 18.01 – 22.00 น. ระยะเวลาที่เข้าใช้บริการ 1 – 2 ชั่วโมง/ครั้ง และรับรู้ถึงสถานบริการจากเพื่อน

3. ความคาดหวังและความพึงพอใจในด้านการบริการ ได้แก่ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการลูกค้า ด้านการดำเนินการให้บริการ และด้านความพึงพอใจในการบริการ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการบริการ ได้แก่ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการลูกค้า ด้านการดำเนินการให้บริการ และด้านความพึงพอใจในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior Model) (Kotler, 1993) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ (นรเศรษฐ กมลสุทธิและคณะ, 2550) เป็นการทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในด้านการบริการที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกาย ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากงานวิจัยจะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อการเข้าใช้บริการมากกว่าความพึงพอใจซึ่งทางผู้ให้บริการควรสร้างความพึงพอใจในทุกๆด้านเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการมี เพื่อตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ

2. จากงานวิจัยพบว่าการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการอยู่ในระดับต่ำ ทางผู้ให้บริการควรมีการสร้างความสัมพันธ์ที่สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเข้าใช้บริการให้กับผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาถึงความต้องการสูงสุดของผู้ที่เข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างตรงจุด เพื่อเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2. ควรศึกษาถึงปัจจัยหลังแท้จริงของการเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการ เพื่อพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545,2549,2550). **การวิเคราะห์สถิติ** . สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพมหานคร.โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

กุลธน ธนาพงศธร. (2530). **ประโยชน์และการบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 7. นนทบุรี. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

กฤษฎา กิจฉลอง.(2553). **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่มีต่อ สินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. วิจัยศิลปากรศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพมหานคร. เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร. เทพเนรมิตการพิมพ์.

นพคุณ ดิลกภากรณ์. (2546). **การประเมินผลการบริการประชาชน : กรณีศึกษาเฉพาะเทศบาลตำบลแหลมฟ้าผ่า จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิต วิทยาลัยรามคำแหง.

นราศรี ไววนิชกุล. ชูศักดิ์ อุดมศรี. (2538). **ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

นราศรี ไววนิชกุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร. วี พริ้น.

พัชรี มาสิม และ มาริสา พระวังก่ำ. (2555). **ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่ม น้ำอัดลมยี่ห้อเอส ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. จุลนิพนธ์หลักสูตรปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ศิลปากร.

พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต. (2548). **การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ**. กรุงเทพมหานคร. แม็ค.

พิไลวรรณ จันเทรสุกรี. (2540). **ความคาดหวังในงานของนักศึกษาพยาบาลปีสี่ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีในเขตภาคเหนือ**. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตร์มหาบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2549). **การตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูล. (2526). **พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม**. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2548). **คุณภาพในการบริการ**. กรุงเทพมหานคร. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2548). **การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพมหานคร. เอสเอ็มเซอร์คิท เพรส.

สกาวเดือน ปธนสมิทร์. (2540). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการรื้อปรับระบบของพนักงานธนาคาร**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สาโรช ไสยสมบัติ. (2543). **ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรม สามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด**. วิทยาศาสตร์นิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.

อริยา คูหา. (2546). **แรงจูงใจและอารมณ์**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนวคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี.

Kotler and Phillip.(1997). *Marketing Management.* New jersey. Prentice Hall.