

ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ
ในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย

วาสนา โนมดี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรการออกกำลังกายและการกีฬา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

กรกฎาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ วาสนา โฉมดี ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤพนธ์ วงศ์สุรภัทร)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรัตน์ วงษ์นาม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐไชย สุขสอาด)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรัตน์ วงษ์นาม)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย)

บัณฑิตวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประทุม ม่วงมี)

วันที่ 21 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2550

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา

จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

ประจำปีการศึกษา 2550

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤพนธ์ วงศ์ตุรภัทร รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรัตน์ วงษ์นาม ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน และเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกทราบบ้างซึ่งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าอย่างยิ่งในการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม รวมทั้งข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงเครื่องมือวิจัย ด้วยความกรุณาจาก ผศ.ดร.ประเสริฐ ไชย สุขสอาด รศ.ดร.วุฒิชิตี สุนทรสมัย ดร.ปรางทิพย์ ยวนานท์ อาจารย์วีรวัชร ทองขอดดี นายถวัลย์ศักดิ์ พิมเสน

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ในศูนย์พัฒนาศึกษาแห่งประเทศไทย ที่เอื้อเฟื้อเวลาในการกรอกแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ด้วยดี รวมทั้งเพื่อน ๆ รุ่นน้องและรุ่นพี่ รวมทั้งท่านอื่น ๆ ที่มีได้เอื้อนนามในที่นี้ ที่มีส่วนช่วยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อสมชาย โคมดี และคุณแม่ปราณี ภูปลื้ม ที่เป็นที่ยกย่อง ที่สนับสนุนให้การศึกษาด้วยความรัก ความห่วงใย ตลอดจนน้องชาย คุณตา คุณยาย คุณปู่ คุณย่า ลุง ป้า น้า อา ครอบครัวคุณรินดา มีสุข ครอบครัวคุณเบ๊ต เลี้ยงหิรัญ ครอบครัวคุณสุชาดิ อรุณพันธุ์ และครอบครัวคุณสมประสงค์ วงศ์สรร ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจอย่างดีเสมอมา ผู้วิจัยขอขอบคุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ เป็นเครื่องบูชาพระคุณพ่อแม่ ครูบาอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน

วาสนา โคมดี

48911650: สาขาวิชา: วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา;

วท.ม. (วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา)

คำสำคัญ: ผู้รับบริการ/ ส่วนประสมการตลาดบริการ/ ศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย

วาสนา โฉมดี: ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย (SATISFACTIONS OF MEMBERS WITH STRATEGIC SERVICE MARKETING MIX IN SPORTS AUTHORITY OF THAILAND FITNESS CENTER.) อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์: สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ, Ph.D., นฤพนธ์ วงศ์จตุรภัทร, Ph.D., ไพรัตน์ วงษ์นาม, ค.ศ., 103 หน้า ปี พ.ศ. 2550.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการและการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้รับบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย จำนวน 355 คน ที่ออกกำลังกายในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย มาแล้วอย่างน้อย 1 สัปดาห์ (ชาย = 169 คน, หญิง = 186 คน) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า มีค่าความเที่ยงตรง .84 และมีค่าความเชื่อมั่น .98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสองกลุ่มด้วยการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทยพบว่ามีความพึงพอใจด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก
2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย พบว่าด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการศึกษามีระดับความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการแตกต่างจากด้านอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

48911650: MAJOR: EXERCISE AND SPORT SCIENCE;
M.Sc. (EXERCISE AND SPORT SCIENCE)

KEYWORDS: MEMBERS/ SERVICE MARKETING MIX/ SPORTS AUTHORITY
OF THAILAND FITNESS CENTER.

WASSANA CHOMDEE: SATISFACTIONS OF MEMBERS WITH STRATEGIC
SERVICE MARKETING MIX IN SPORTS AUTHORITY OF THAILAND FITNESS
CENTER. ADVISORY COMMITTEE: SANTIPONG PLUNGSUWAN, Ph.D., NARUEPON
VONGJATURAPAT, Ph.D., PIRAT WONGNAM, Ph.D., 103 P. 2007.

The purposes of this study were to examine the level and personal factor comparison with satisfactions of members with strategic service marketing mix in sports Authority of Thailand fitness center. The samples were 355 sports Authority of Thailand fitness center members who regular exercised in their fitness center at least 1 week in order to be eligible for participating in the study. There were 169 participants and 186 Female participants. The questionnaires were test and reported its validity value of .84, reliability value of .98 Mean, Standardiviation, t-test and ANOVA and LSD were statistics utilized in this study

The major findings were as follows:

1. The satisfaction with strategic service marketing mix of members on product/service, price, place, promotion, people, process and physical Environment were rated, as a whole, at the high level.
2. The personal factor comparison of satisfactions of members with strategic service marketing mix in sports authority of Thailand fitness center, concerning gender, age, incomes and member type were not different. However there was statistical difference at the .05 when member' s educational levels were compered.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
ศูนย์พัฒนาการกีฬาแห่งประเทศไทย.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's).....	10
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	17
การออกกำลังกายให้สมกับวัย.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
4 ผลการวิจัย.....	42
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	43
ส่วนที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อ กลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ.....	45
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อ กลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ.....	45
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	64
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	66
สรุปผลการวิจัย.....	66
อภิปรายผล.....	67
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	73
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	74
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก.....	79
ภาคผนวก ก	80
ภาคผนวก ข	88
ภาคผนวก ค	90
ภาคผนวก ง	98
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	103

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 สรุปจำนวนนักกีฬาและผู้มารับบริการในศูนย์พัฒนาศึกษา กีฬาแห่งประเทศไทย.....	8
2 สัดส่วนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของผู้รับบริการ ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก ความบอຍในการเข้ารับบริการ การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์พัฒนาศึกษา กีฬาแห่งประเทศไทย.....	43
4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ.....	45
5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการทั้งรายด้านและ โดยรวม จำแนกตามเพศ.....	48
6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการทั้งรายด้านและโดยรวม จำแนกตามอายุ.....	49
7 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการทั้งรายด้านและโดยรวม จำแนกตามอายุ.....	50
8 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาจำแนกตามอายุ.....	51
9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการทั้งรายด้านและโดยรวมจำแนกตามระดับการศึกษา.....	52
10 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการทั้งรายด้านและโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	54
11 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการด้านบริการจำแนกตามระดับการศึกษา.....	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
12 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้าน ส่วนประสมการตลาดบริการด้านประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	55
13 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้าน ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรตามระดับการศึกษา.....	56
14 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้าน ส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา...	56
15 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้าน ส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมจำแนกตามระดับการศึกษา.....	57
16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ทั้งรายด้านและโดยรวมจำแนกตาม.....	59
17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อ กลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านและโดยรวม จำแนกตามรายได้.....	61
18 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้าน ส่วนประสมการตลาดบริการด้านประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	62
19 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้าน ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	63
20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของ ผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ.....	64
21 ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Consistency) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของ ผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย.....	96
22 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discrimination) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬา แห่งประเทศไทย.....	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
23 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการใน ศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามรายชื่อ.....	99

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2 แบบจำลองความพึงพอใจในการบริการ	20
3 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ	22
4 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์	25