

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การออกกำลังกายเป็นกิจกรรมการเคลื่อนไหวของร่างกายอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้มีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรงสมบูรณ์ มีผลกำลังในการทำงานที่ดี มีจิตใจและอารมณ์ที่สดชื่นเบิกบาน แต่ในปัจจุบันสภาพแวดล้อมเต็มไปด้วยขีดจำกัดทำให้เวลาในการออกกำลังกายลดน้อยลง อีกทั้งสถานที่ออกกำลังกายยังไม่เพียงพอต่อความต้องการและรูปแบบการออกกำลังกายที่หลากหลาย และที่สำคัญยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ถูกต้อง

ในปัจจุบันจึงมีธุรกิจการออกกำลังกายที่มีรูปแบบหลากหลายในสถานบริการร่างกายแบบครบวงจรเปิดให้บริการ เพราะเป็นสถานที่ที่รวบรวมกิจกรรมการออกกำลังกาย และเป็นการเพิ่มทางเลือกในการออกกำลังกายเพื่อรองรับความต้องการของผู้ที่รักการออกกำลังกาย (ธานี ตะกรุดทอง, 2546, หน้า 2) ด้วยเหตุนี้ ศูนย์พัฒนาส การกีฬาแห่งประเทศไทย จึงได้สร้างขึ้นโดยใช้งบประมาณจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ในการให้บริการทางด้านสุขภาพ เพื่อเป็นการพัฒนาทรัพยากรของชาติให้มีคุณภาพ โดยการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสมรรถภาพและการออกกำลังกาย อันเป็นผลให้นักกีฬาทีมชาติ บุคลากร มีสถานที่ในการฝึกสมรรถภาพทางกาย มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ รวมทั้งเป็นศูนย์ออกกำลังกายสำหรับบริการประชาชนที่มาออกกำลังกาย และเป็นการตอบสนองนโยบายของรัฐในการสนับสนุนให้ประชาชนมีสุขภาพพลานามัยที่สมบูรณ์แข็งแรง (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2549 วันที่ค้นข้อมูล 8 พฤศจิกายน 2549, เข้าถึงได้จาก <http://intranet.prd.go.th/journal/content.php?No=1659>)

การให้บริการของศูนย์พัฒนาส การกีฬาแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นลักษณะของการให้บริการโดยไม่หวังผลกำไร (สมิต สัจฉกร, 2548, หน้า 14) ซึ่งแตกต่างจากการให้บริการของภาคเอกชนที่ทำธุรกิจจะต้องหวังผลกำไร เพราะธุรกิจจะอยู่ได้นั้นต้องอาศัยเงินจากลูกค้าและการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและอยู่กับศูนย์ออกกำลังกายนาน ๆ โดยไม่ย้ายไปที่อื่น (ธานี ตะกรุดทอง, 2546, หน้า 3) อีกทั้งผู้วิจัยได้เคยฝึกประสบการณ์ในศูนย์พัฒนาส การกีฬาแห่งประเทศไทย และได้ทำรายงานการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาของผู้มารับบริการศูนย์พัฒนาส การกีฬาแห่งประเทศไทย พบว่า ช่วงเวลาที่มีคนมารับบริการจำนวนมากทำให้การดูแลจากเจ้าหน้าที่และครูฝึกดูแลได้ไม่ทั่วถึง อุปสรรคการออกกำลังกายบางชนิดมีไม่เพียงพอต่อจำนวนคนที่มารับบริการ ทำให้

ผู้รับบริการได้รับบริการอย่างไม่เต็มที่ และกลุ่มผู้รับบริการสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มบุคคลภายนอกที่เสียค่าใช้จ่ายกลุ่มบุคคลภายในที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย และมีเงื่อนไขในการเข้ารับบริการที่แตกต่างกัน เช่น ช่วงเวลาของการเข้ารับบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในศูนย์พัฒนาศึกษาแห่งประเทศไทย ซึ่งการได้รับบริการที่แตกต่างกันก่อให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญ เพราะเป็นการครองใจผู้รับบริการ และทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการบริการอันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบกับสิ่งที่ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประกอบด้วย ผลลัพธ์/ บริการ ราคาค่าบริการ สถานที่บริการ การส่งเสริมแนะนำบริการ/ ประชาสัมพันธ์ ผู้ให้บริการ/ ผู้ประกอบการ กระบวนการการให้บริการ สภาพแวดล้อมของการบริการ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2545, หน้า 27) ซึ่งสถานบริหารร่างกายต้องใช้เครื่องมือทางการตลาดบริการ เพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ โดยแต่ละสถานบริหารร่างกายพยายามใช้กลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's) เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ และทำให้องค์กรบรรลุถึงเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546, หน้า 10) เช่นเดียวกับคอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 14) ที่กล่าวถึงส่วนประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์การตลาดคือ กลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ

จากเหตุผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าศูนย์พัฒนาศึกษาแห่งประเทศไทย เปิดให้บริการโดยไม่หวังผลกำไร ผู้รับบริการมีทั้งผู้ที่เสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการ จึงส่งผลให้บริการที่ได้รับมีความแตกต่างกัน แต่ศูนย์พัฒนาศึกษาแห่งประเทศไทย ก็จำเป็นต้องเปิดให้บริการตามสภาพดังกล่าวตามนโยบายของการจัดตั้ง ซึ่งการให้บริการที่แตกต่างกันและการให้บริการที่ไม่ทั่วถึงก่อให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกันขณะที่มารับบริการ ซึ่งส่งผลให้ผู้รับบริการมาใช้บริการน้อยลง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการในด้านต่าง ๆ ของส่วนประสมการตลาดบริการซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำธุรกิจบริการ เพื่อแสวงหาข้อมูลที่แท้จริงอันจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการในศูนย์พัฒนาต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย

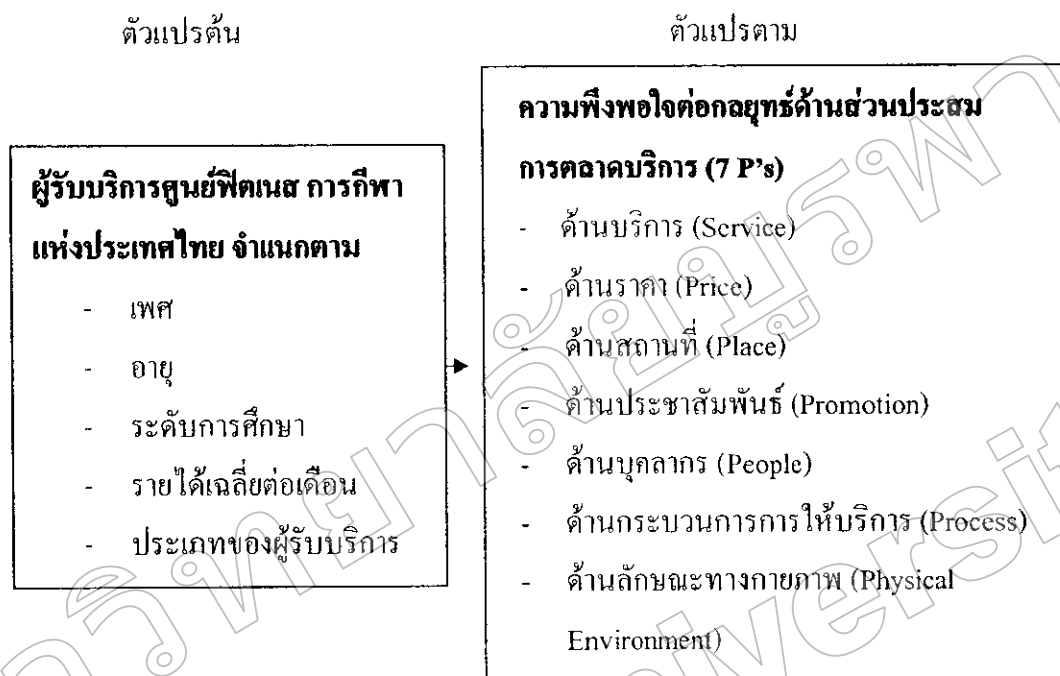
## สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้รับบริการเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน
2. ผู้รับบริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน
3. ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน
4. ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน
5. ผู้รับบริการที่เป็นบุคคลภายในและบุคคลภายนอกมีความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้รับบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย จำนวน 355 คน เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ทั้ง 7 ด้าน (7 P's) ได้แก่ด้านสินค้าและบริการ (Product/ Service) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านประชาสัมพันธ์ (Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ (Management Process) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เนื่องจากผู้รับบริการมาใช้บริการตามความสมัครใจและมาอย่างไม่สม่ำเสมอ ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาดำเนินการในช่วงเดือนพฤษภาคม 2550 ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**ศูนย์พัฒนา การกีฬาแห่งประเทศไทย** หมายถึง สถานที่ซึ่งให้บริการกิจกรรมการออกกำลังกายแก่สมาชิกที่เข้ามาใช้บริการ ในศูนย์พัฒนา การกีฬาแห่งประเทศไทย (หัวหมาก)

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลว่าชื่นชอบหรือผิดหวังต่อกิจกรรมด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's) ของผู้รับบริการในศูนย์พัฒนา การกีฬาแห่งประเทศไทย

**ประเภทของผู้รับบริการ** หมายถึง ผู้ที่มารับบริการศูนย์พัฒนา การกีฬาแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น

**บุคคลภายนอก** หมายถึง ประชาชนชนทั่วไปที่มารับบริการศูนย์พัฒนา การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่เสียค่าสมัครสมาชิกเป็นรายวัน รายเดือน และรายปี

**บุคคลภายใน** หมายถึง นักกีฬาและบุคลากรของการกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มีสิทธิ์เข้ามาใช้บริการในศูนย์พัฒนา การกีฬาแห่งประเทศไทยโดยไม่เสียค่าสมัครสมาชิกรายวัน รายเดือน และรายปี

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่ศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย จัดดำเนินการโดยแยกออกเป็น 7 ด้าน คือ สินค้าและบริการ ราคา สถานที่ ประชาสัมพันธ์ กระบวนการให้บริการ บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

สินค้าและบริการ หมายถึง สินค้า หรือบริการต่าง ๆ ที่ศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย จัดไว้บริการสำหรับผู้รับบริการทั้งที่เป็นรูปธรรม และนามธรรม ที่จะสามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้

ราคา หมายถึง อัตราค่าสมาชิกที่จ่ายเป็นรายวัน รายเดือน รายปี และเงื่อนไขในการเข้ารับบริการ และส่วนลดในการสมัครเข้ารับบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย

สถานที่ หมายถึง ท่าที่ตั้งของศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มีการส่งมอบบริการ และความสะดวกสบายในการเข้ามารับบริการ

ประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการในการสื่อสารกับตลาดต่าง ๆ ได้แก่ การโฆษณา การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างชื่อเสียงที่ดีให้กับศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย

กระบวนการให้บริการ หมายถึง กระบวนการในการดำเนินงานในทุกด้านและการส่งมอบบริการของศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้แก่ ความรวดเร็วในการแก้ปัญหา ความเหมาะสมของช่วงเวลาการให้บริการ การรับสมัครสมาชิก

บุคลากร หมายถึง เจ้าหน้าที่ให้บริการ และอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย

ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ส่วนประกอบที่ถูกค้าสัมผัสได้และเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจเข้ามารับบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้แก่ สภาพแวดล้อม บรรยากาศ แสง สี เสียง

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย**

1. ทราบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย
2. ทราบผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย
3. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย และเป็นแนวทางให้กับผู้บริหารในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของศูนย์ฟิตเนส