



รายงานวิจัย

เรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่ออะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ

โดย

นายรัฐวัฒน์ พนมหอม รหัสนักศึกษา 6340211228

นายพีระเดช จันทร์โพธิ์ รหัสนักศึกษา 6340211233

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

รายงานการวิจัยเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปีการศึกษา 2566

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ เพื่อสำเร็จ การศึกษาของนักศึกษาปริญญาตรี สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับ ความอนุเคราะห์และสนับสนุนเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ กนกวรรณ รัตมีรวงทอง รวมถึงนายณรงค์ฤทธิ์ สุขบำรุงรัตน์ เจ้าหน้าที่ Fitness Manager Thewinfitness & studios. และเจ้าหน้าที่ประจำสถานประกอบการทุกท่านที่ Thewinfitness & studios. กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้คำปรึกษาแนะนำในการวิจัยในครั้งนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาทุกท่าน และสถานประกอบการ Thewinfitness & studios. ที่ได้ให้ความรู้ต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ รวมถึงการได้รับคำแนะนำข้อเสนอแนะ จากเพื่อนๆ รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้สละเวลาในการใช้บริการในการตอบแบบสอบถามนี้

อ นึ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจบริการด้านสถานออกกำลังกาย ซึ่งหากงานวิจัยฉบับนี้ มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นายณัฐวัฒน์ พนมหอม

นายพีระเดช จันทร์โพธิ์

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะ วินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ
ชื่อผู้เขียน	นายณัฐวัฒน์ พนมหอม และ นายพีระเดช จันทร์โพธิ์
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี/มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครราชสีมา
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์กนกวรรณ รัชมีbungทอง
ปีการศึกษา	2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ในด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่มีารับบริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ระหว่างเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้รับบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ความพึงพอใจในการใช้บริการ, ฟิตเนส

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ	6
แนวความคิดเกี่ยวกับการออกกำลังกาย	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	9
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	15
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	15
การเก็บรวบรวมข้อมูล	16
การวิเคราะห์ข้อมูล	16
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	17
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	17
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	21
อภิปรายผลการวิจัย	22
ข้อเสนอแนะ	24
บรรณานุกรม	25
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	29
ประวัติย่อของผู้วิจัย	33

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง	17
2	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวิน ฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ โดยรวมและรายด้าน	18
3	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวิน ฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ด้านการให้บริการโดยรวมและรายข้อ	18
4	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวิน ฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ด้านราคาโดยรวมและรายข้อ	19
5	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวิน ฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ด้านสถานที่โดยรวมและรายข้อ	19
6	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวิน ฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและรายข้อ	20

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการขยายตัวของธุรกิจฟิตเนสเริ่มมีแนวโน้มสูงขึ้นจากอเมริกาและยุโรป ขยายออกมาสู่อาเซียนมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากผลการสำรวจพบว่าประชากรในประเทศต่างๆ ได้หันมาออกกำลังกาย ดูแลใส่ใจสุขภาพและรูปร่างมากขึ้น ทำให้มีการเติบโตของธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นสถานออกกำลังกาย (ฟิตเนสเซ็นเตอร์) อุปกรณ์และเสื้อผ้าในการออกกำลังกาย เช่น สปอร์ตคลับ ฟิตเนส สปา เป็นต้น โดยในปี 2560 ที่ผ่านมารัฐกิจฟิตเนส เซ็นเตอร์ในประเทศไทย มีมูลค่าตลาดประมาณ 6,000 ล้านบาท ขยายตัวจากปี 2550 ที่มีมูลค่าตลาดประมาณ 5,600 ล้านบาท (ประชาชาติออนไลน์, 2561)

รูปแบบการให้บริการของฟิตเนส ในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก จากเดิมที่เน้นการให้บริการอุปกรณ์เครื่องเล่นออกกำลังกายเป็นหลัก ได้เพิ่มรูปแบบในการออกกำลังกายให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น คลาสสอนเต้น คลาสปั่น จักรยาน ต่อยมวย ปั่นเขา โยคะพลาย พิลาทิส การออกกำลังกายบน

แทรมโพลีน เป็นต้น สร้างความแปลกใหม่และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ด้วยความแปลกใหม่นี้ ช่วยให้ธุรกิจขยายตลาดและเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มได้มากขึ้น สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย ให้สามารถค้นหาการออกกำลังกายที่ตนชื่นชอบและเหมาะสมกับตนเอง นอกจากนี้คนไทยมักชอบทำกิจกรรมกลุ่ม และชอบออกกำลังกาย

กายกับเพื่อน การมีคลาสต่างๆ ที่หลากหลายเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ฟิตเนสเลือกใช้ เพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกและความถี่ในการเข้าใช้งานของลูกค้า ความท้าทายของธุรกิจนี้จะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่าย การเพิ่มจำนวนสมาชิกให้มากขึ้น และการรักษาลูกค้าไม่ให้ไปใช้บริการของผู้อื่น เพื่อให้กิจการสามารถดำเนินไปได้ในระยะยาว ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจนี้จึงควรต้องมีการวางแผนการบริหารที่ดี มีประสิทธิภาพควบคู่ไปกับการรักษาคุณภาพของฟิตเนส ซึ่งธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนจะง่ายต่อการวางแผนกลยุทธ์ สร้างจุดเด่นของธุรกิจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี นอกจากนี้การออกแบบโปรแกรมออกกำลังกายสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความภักดีในตราสินค้าในกลุ่มลูกค้า และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งของธุรกิจ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562)

สาเหตุหลักที่ทำให้ธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ เติบโตได้อย่างต่อเนื่องมาจากกระแสการรักสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการ การขยายสาขาและสถานที่บริการให้ครอบคลุมเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน ตามหมู่บ้านและตามคอนโด ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด การใช้กลยุทธ์หรือโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าสนใจมากขึ้น แต่สิ่งที่จะรักษาลูกค้าไว้ได้ดีที่สุดคือคุณภาพให้ให้บริการ การให้ความ

ใส่ใจกับสมาชิกทุกระดับชั้นอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับสมาชิกในการมาใช้บริการ (กฤษฎา วัดประตุมอญ, 2561)

นอกจากนี้กระแสรักสุขภาพยังเป็นแรงผลักดันธุรกิจการกีฬาให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2561 ธุรกิจการกีฬามีมูลค่าตลาดรวมไม่ต่ำกว่า 100,000 ล้านบาท และในแต่ละปีจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องร้อยละ 4 ถึง 5 ในจำนวนนี้ยังไม่รวมถึงธุรกิจอาหารเสริมสำหรับผู้ออกกำลังกาย คนดูแลสุขภาพที่มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 50,000 ล้านบาท ปัจจัยสนับสนุนของความนิยมการกีฬาที่มีมากขึ้นทั้งฟุตบอล วอลเลย์บอล การวิ่งและกีฬาประเภทอื่น ๆ ทำให้คนไทยให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็นความนิยมจนทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องของมีอัตราการเจริญเติบโตตามพฤติกรรมดังกล่าว (ประชาชาติธุรกิจ, 2562)

คนไทยในปัจจุบันมีความเสี่ยงสูงกับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคอ้วน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคเบาหวาน และโรคมะเร็งต่างๆ (กรมอนามัย, 2556) ดังนั้น การดูแลเอาใจใส่ร่างกาย จึงเป็นเรื่องสำคัญ นอกจากนี้การออกกำลังกาย ทำให้รูปร่างดูดีกล้ามเนื้อแข็งแรง ลดไขมันที่สะสมตามส่วนต่างๆของร่างกาย ลดโอกาสเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ระบบขับถ่ายดีขึ้น ลดความเครียด และช่วยให้ผ่อนคลายสันทนาการ (ชุตินา ศิริกุลชยานนท์, 2564) อย่างไรก็ตามการที่ผู้บริโภคหันมาออกกำลังกายและรักสุขภาพมากขึ้น ก่อให้เกิดภาวะการแข่งขันทางการตลาดสูงตามไปด้วย ดังนั้น สถานประกอบการออกกำลังกายแต่ละที่จึงต้องปรับตัวและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจในหลากหลายด้านให้กับผู้รับบริการ

จากข้อความข้างต้น เห็นได้ว่าธุรกิจฟิตเนสเป็นหนึ่งในธุรกิจการให้บริการซึ่งมีแนวโน้มและโอกาสในการเจริญเติบโตของธุรกิจสูง ผู้ประกอบการในธุรกิจฟิตเนสต่างๆ พยายามหากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ตอบสนองตรงกับความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ซึ่งในปัจจุบันนี้มีสภาพการแข่งขันภายในธุรกิจบริการค่อนข้างสูง และในขณะเดียวกันผู้บริโภคเองมีทางเลือกในการรับบริการมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสจึงต้องมีการนำเสนอจุดเด่นของสถานประกอบการฟิตเนสในด้านต่าง ๆ และสร้างความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เลือกเข้ามาใช้บริการฟิตเนสของตนเอง (กัญญาพัชร อารุงสุข และเสาวลักษณ์ จิตต์น้อม, 2566)

ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ ของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ เพื่อให้ผู้ประกอบการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ หรือแนวทางการในการดำเนินการในการจัดการปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการด้านการออกกำลังกายให้มีประสิทธิภาพตอบสนองต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการได้มากยิ่งขึ้นต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ในด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านของผู้ที่มารับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนส แอนด์สตูดิโอ
2. เพื่อนำข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการมาเป็นแนวทางในการพัฒนาวางแผนการดำเนินงาน ในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้อย่างเหมาะสมและเป็นที่น่าพอใจ

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ของผู้ที่เคยมาใช้บริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ระหว่างเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มารับบริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ระหว่างเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มารับบริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ระหว่างเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 จำนวน 30 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น แบ่งได้ดังนี้

1.1 เพศ แบ่งเป็น

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ แบ่งเป็น

1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

1.2.2 20 – 30 ปี

1.2.3 31 – 40 ปี

1.2.4 41 – 50 ปี

1.2.5 51 ปีขึ้นไป

1.3 อาชีพ

1.3.1 นิสิต/นักศึกษา

1.3.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

1.3.3 พนักงานบริษัทเอกชน

- 1.3.4 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
- 1.3.5 รับจ้างทั่วไป
- 1.3.6 อื่น ๆ
- 1.4 รายได้ต่อเดือน
 - 1.4.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท
 - 1.4.2 10,000 – 15,000 บาท
 - 1.4.3 15,000 – 20,000 บาท
 - 1.4.4 มากกว่า 20,000 บาท
- 2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจที่มีต่อเดอะวินพีตเนสแอนด์สตูดิโอ ในด้านต่างๆ ดังนี้
 - 2.1 ด้านการให้บริการ
 - 2.2 ด้านราคา
 - 2.3 ด้านสถานที่
 - 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **เดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ** หมายถึง สถานที่ออกกำลังกาย ที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และบุคลากรในการให้บริการด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ที่เปิดให้บริการด้านการออกกำลังกายแก่ผู้ที่มารับบริการ มีคลาสออกกำลังกายเช่น แอโรบิก ซุมบ้า มวย และสรวายน้ำ

2. **ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ หลังจากที่ได้มีการใช้บริการด้านการออกกำลังกายแล้วเกิดความรู้สึกที่ดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการที่คาดหวังไว้หรือไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการที่คาดหวังไว้

3. **ผู้รับบริการ** หมายถึง บุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ

4. **ด้านการให้บริการ** หมายถึง ความพึงพอใจเกี่ยวกับลักษณะบริการที่เดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ จัดไว้บริการแก่ผู้รับบริการที่มาใช้บริการ เช่น อุปกรณ์ที่ทันสมัย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการออกกำลังกายในรูปแบบต่างๆ และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เป็นต้น

5. **ด้านราคา** หมายถึง ความพึงพอใจเกี่ยวกับอัตราค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ หรืออัตราค่าสมาชิกรายเดือน ตามที่เดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอกำหนด

6. **ด้านสถานที่** หมายถึง ความพึงพอใจเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ความปลอดภัยต่อทรัพย์สินให้กับผู้มารับบริการ

7. **ด้านการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง ความพึงพอใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ และบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การกระจายข่าวในรูปแบบต่างๆ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ
- 2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการออกกำลังกาย
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
- 2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

ความหมายและแนวคิดความพึงพอใจ

น้ำลีน เทียมแก้ว (2558) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจ ส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง

Shelly (1995) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กัน อย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Parasuraman, Zaithamal & Berry (1994) กล่าวว่า หลักการบริการที่ดี ต้องประกอบด้วย

1. ความเชื่อมั่นไว้วางใจ บริการนั้นจะต้องมีความถูกต้องมีความถูกต้องแม่นยำและเหมาะสม ตั้งแต่ครั้งแรก รวมทั้งต้องมีความสม่ำเสมอ คือบริการทุกครั้งจะต้องได้ผลเช่นเดิม ทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกได้ว่า ผู้ให้บริการเป็นที่พึ่งได้ เช่น มีความถูกต้องแม่นยำในการวินิจฉัย
2. สมรรถภาพในการให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีทักษะและความรู้ความสามารถในการบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้ มีความรู้ความสามารถในสาขาของตนและสามารถนำมาใช้ในการบริการได้อย่างเต็มที่

3. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้มารับบริการ ให้ทันที่

4. ความมีอัธยาศัยไมตรี บุคลากรทุกคนในสถานบริการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุภาพ มีการเอาใจใส่และเห็นใจผู้มารับบริการ รวมทั้งต้องมีกิริยามารยาทการแต่งกาย และการใช้วาจาที่เหมาะสมด้วย

5. การเข้าถึงบริการ ผู้มารับบริการจะต้องเข้าถึงการบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการบริการ รวมถึงการบริการนั้นจะต้องมีการกระจายไปอย่างทั่วถึง เช่น การบริการที่เป็นระเบียบ รวดเร็ว ไม่ต้องนั่งรอนาน การให้บริการเป็นไปอย่างเสมอภาค

6. ความน่าเชื่อถือ เกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

7. การสื่อสาร ผู้ให้บริการควรมีการให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้มารับบริการ ฟังทราบและประสงค์จะทราบ

8. ความมั่นคงปลอดภัย เป็นความรู้สึกที่มั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน รวมทั้งชื่อเสียงปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ

9. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการรับรู้ถึงการบริการนั้นได้อย่างชัดเจนและง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังมีสิ่งอื่นที่ช่วยสร้างรูปธรรมของการบริการได้อีก เช่น การใช้รอยยิ้มเป็นสื่อที่แสดงอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

10. ความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการ ผู้ให้บริการควรมีความเข้าใจ และรู้จักผู้มารับบริการของตนเอง เช่นการที่แพทย์หรือพยาบาลสามารถจำชื่อผู้ป่วยได้ ผู้ให้บริการสามารถจำลูกค้าของตนเองได้ ฯลฯ

ทฤษฎีการจูงใจของ Maslow (Maslow's general theory of human motivation)

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow, 1970) มาสโลว์ (Maslow) ได้เรียงลำดับสิ่งจูงใจ หรือความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ โดยเรียงลำดับขั้นของความต้องการไว้ตามความสำคัญ ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการทางด้านนี้ถือเป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้แก่ อาหาร ยา เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม และที่อยู่อาศัย บุคคลโดยทั่วไปจะใช้เวลาส่วนใหญ่

เพื่อแสวงหาสิ่งเหล่านี้ ใตราบใดที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองบุคคลจะยังไม่สนใจความต้องการด้านอื่น แต่เมื่อใดก็ตามที่ได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลจะมีความต้องการด้านอื่นตามมา

2. ความต้องการทางด้านความมั่นคงปลอดภัย (Security Needs) ความต้องการด้านนี้ได้รวมเอาความมั่นคง ปลอดภัย ความรู้สึกที่ปราศจากการขู่เข็ญ คุกคาม ความวิตกกังวล เป็นต้น เมื่อ

บุคคลยังไม่ได้รับการตอบสนองหรือยังไม่ได้รับความพึงพอใจบุคคลมักจะมีคามวิตกกังวล หมกมุ่น แต่ถ้าเมื่อใดก็ตามที่ได้รับการตอบสนอง บุคคลจะยุติหรือเลิกที่จะหมกมุ่นกับความต้องการนี้

3. ความต้องการทางด้านความรัก (Affiliation of Social Needs) ความต้องการทางด้านนี้ ได้รวมเอามิตรภาพ ความรัก และการเป็นเจ้าของไว้ด้วย โดยทั่วไปเมื่อความต้องการในขั้นที่หนึ่งและขั้นที่สองได้รับการตอบสนอง บุคคลก็จะมีความต้องการทางด้านความรักตามมา และกรณีที่ไม่ได้รับการตอบสนอง ก็มักจะมีปัญหาทางด้านจิตใจ รู้สึกถูกทอดทิ้ง รู้สึกเหงา ว้าเหว่ เปล่าเปลี่ยว

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การยกย่อง และความเคารพตัวเอง (Esteem of Recognition Needs) ความต้องการนี้ได้รวมเอาความรู้สึกส่วนตัวในความสำเร็จ การตระหนัก หรือ การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น บุคคลใดมีความต้องการในเรื่องนี้ มักจะต้องการให้บุคคลอื่นยอมรับในความสามารถ และถ้าทำให้บุคคลอื่นยอมรับในความสามารถหรือประสบความสำเร็จในความต้องการอันนี้ จะมีความรู้สึกว่าตนมีคุณค่า มีความสามารถและมีความเชื่อมั่นในตนเอง ถ้าไม่สามารถทำให้บุคคลอื่นยอมรับในความสามารถบุคคลนั้นจะมีความรู้สึกหมกมุ่น ไม่สบายใจ และในที่สุดจะนำไปสู่ความรู้สึกท้อแท้ใจ

5. ความต้องการความสำเร็จสมหวังในชีวิต (Self-Actualization Needs) ความต้องการนี้เป็นความต้องการขั้นสุดยอดของมนุษย์หลังจากได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว โดยทั่วไปบุคคลที่บรรลุความต้องการนี้จะรู้สึกยอมรับตัวเองและคนอื่น จะพบความสามารถในการแก้ไขปัญหาเพิ่มขึ้น จะรู้สึกว่าตัวเองมีความไม่ลำเอียงเพิ่มขึ้น และมีความปรารถนาในเรื่องความสันโดษ

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการออกกำลังกาย

ความหมายของการออกกำลังกาย

กวิน บุญประโคน (2560) พฤติกรรมการออกกำลังกาย หมายถึง กิจกรรมการเคลื่อนไหวร่างกายอย่างมีแบบแผน โดยการใช้ปฏิบัติในยามว่างนอกเหนือจากการงานและการเรียน โดยมีการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ทั้งคนเดียวหรือเป็นหมู่คณะ ในแต่ละวันและช่วงเวลาตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคล ทั้งการออกกำลังกายที่ไม่มีอุปกรณ์ เช่น การเดิน การวิ่ง แอโรบิก ฯลฯ และการออกกำลังกายแบบมีอุปกรณ์ เช่น

แบดมินตัน เทเบิลเทนนิส ฟุตบอล เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายและรูปร่างที่ดี

สุนันทา ธงทอง (2561) กล่าวว่า การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอและถูกต้องตามหลักการออกกำลังกาย จะทำให้ร่างกายได้รับประโยชน์มีสุขภาพแข็งแรง และมีสมรรถภาพทางกายที่ดี โรคภัยไข้เจ็บก็จะไม่บังเกิดกับร่างกาย และยังมีส่วนช่วยให้ขณะออกกำลังกายจะไม่ได้รับบาดเจ็บ ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของแต่ละบุคคล และสภาพของร่างกาย หลักการออกกำลังกายที่ดีจะต้องคำนึงถึงคือ ความหนัก ความนาน และความบ่อยของการออกกำลังกาย โดยไม่เคร่งเครียดหรือไม่มี

การแข่งขัน และต้องมีระยะเวลาการอบอุ่นร่างกาย ระยะเวลาฝึกฝน และระยะเวลาผ่อนคลาย ให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายของแต่ละบุคคล รวมทั้งเวลาที่เหมาะสม

ประโยชน์ของการออกกำลังกาย

ซูติมา ศิริกุลชยานนท์ (2564) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการออกกำลังกาย ไว้ดังนี้

1. การออกกำลังกายจะทำให้รูปร่างดูดี กล้ามเนื้อแข็งแรง ลดไขมันที่สะสมตามส่วนต่างๆ ของร่างกายช่วยลดน้ำหนัก
2. ป้องกันโรคหัวใจ หัวใจแข็งแรงขึ้น ลดโอกาสเกิดโรคเส้นเลือดหัวใจตีบ และกล้ามเนื้อหัวใจตาย
3. ความดันโลหิตลดลง ลดโอกาสเกิดความดันโลหิตสูง และเส้นเลือดในสมองแตกหรือตีบตัน
4. ป้องกันโรคอ้วน
5. ป้องกันโรคกระดูกพรุน เสริมสร้างกระดูกให้แข็งแรงขึ้น
6. ป้องกันและรักษาโรคเบาหวาน
7. ป้องกันโรคภูมิแพ้
8. เพิ่มภูมิคุ้มกันโรค
9. ลดไขมัน ในเลือด ทำให้โคเลสเตอรอล, ไตรกลีเซอไรด์, LDLลดลง
10. เพิ่มไขมันดี ในเลือด คือ HDL ที่ช่วยป้องกันโรคหัวใจ
11. ทำให้ร่างกายสดชื่น ลดความเครียด จากการที่สมองผลิตฮอร์โมนชนิดหนึ่งชื่อ เอนดอร์ฟิน ออกมาในขณะที่ออกกำลังกาย ฮอร์โมนนี้มีลักษณะคล้ายมอร์ฟิน จึงทำให้รู้สึกเป็นสุข
12. ช่วยให้นอนหลับสบายและหลับสนิท
13. ระบบย่อยอาหารดีขึ้น ระบบขับถ่ายดีขึ้น ช่วยให้ท้องไม่ผูก เพราะลำไส้มีการขยับตัวดีขึ้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณสมบัติที่เหมาะสมของผู้ให้บริการ

นวลอนงค์ วิเชียร, (2549) กล่าวว่า คุณสมบัติที่เหมาะสมของผู้ให้บริการที่ดี ควรมีลักษณะดังนี้

1. บุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการ ควรมีบุคลิกภาพที่ควรคำนึงถึง ดังนี้
 - 1.1 มีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ ความแข็งแรงของร่างกายจะบ่งบอกถึงท่าทางที่คล่องแคล่ว กระตือรือร้น และการมีชีวิตชีวา ผู้ให้บริการจะต้องมีพื้นฐานความสมดุลของสุขภาพ และสุขภาพจิตที่ดี จึงจะสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเต็มที่ เพราะงานบริการเป็นงานหนักที่ต้องใช้แรงกาย และแรงใจอย่างมาก ในการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ และช่วยเหลือให้เขาได้รับในสิ่งที่ต้องการ

1.2 มีอัธยาศัยที่ดี บุคลิกของผู้ให้บริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และทำที่สุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกเป็นมิตร นำคบหา และอยากปฏิสัมพันธ์ด้วย ซึ่งเป็นผลดีต่อกระบวนการนำเสนอบริการต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการ เพราะเมื่อผู้รับบริการยอมรับหรือเชื่อถือไว้วางใจผู้ให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการก็ย่อมเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 มีจิตสำนึกของการบริการ ผู้ที่จะปฏิบัติงานบริการได้ดีจำเป็นต้องมีค่านิยมหรือเจตคติที่ดีต่อการให้บริการ และมีความรู้สึกภูมิใจต่ออาชีพบริการไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการระดับใดก็จะต้องมีความภาคภูมิใจในบทบาท หน้าที่การงาน ที่ได้รับมอบหมายด้วยความตั้งใจ และความพยายามที่จะทำให้งานนั้นบรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.4 มีความสามารถในการปรับตัว งานบริการเป็นงานที่ต้องพบปะผู้คนจำนวนมากอยู่ตลอดเวลา ผู้ให้บริการจะต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้ได้ในทุกๆสถานการณ์ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ ด้วยเหตุผลนี้เองผู้ให้บริการจึงต้องเป็นผู้ที่รู้จักควบคุมตัวเอง มีความอดทนอดกลั้น มีความยืดหยุ่น เป็นคนช่างสังเกต และมีดุลยพินิจ ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบมีไหวพริบ

2. ความรู้ความสามารถที่เหมาะสม ผู้ให้บริการควรมีพื้นฐานความรู้ และทักษะที่ควรคำนึงดังนี้

2.1 มีความสามารถตามระดับการศึกษาของรัฐ ผู้ปฏิบัติงานบริการควรมีพื้นฐานความรู้อย่างน้อยสำเร็จการศึกษาตามมาตรฐานการศึกษาภาคบังคับ ซึ่งความรู้ดังกล่าวมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต ในสังคม และการประกอบอาชีพต่าง ๆ

2.2 มีความรู้จากประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมา ผู้ที่เคยปฏิบัติงานมาก่อนย่อมมีประสบการณ์ และความชำนาญในงานที่รับผิดชอบมากกว่าผู้ที่ไม่เคยทำงานที่ใดเลย

2.3 มีทักษะทางมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพราะงานบริการส่วนใหญ่เป็นงานที่ต้องติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่นตลอดเวลา ผู้ที่จะประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงานบริการ จะต้องมีความสามารถที่จะเข้ากับผู้อื่นได้ดี กล่าวคือ มีการแสดงออกทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกในด้านบวก รวมทั้งมีความสามารถในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4 มีทักษะเฉพาะทางงานบริการบางประเภทจำเป็นต้องใช้ความสามารถเฉพาะด้านที่ตรงกับลักษณะงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงไปตามกระบวนการบริการ

เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ

Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) ได้ทำการพัฒนารูปแบบของการบริการโดยนำแนวคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ คำนึงถึงการยอมรับของผู้รับบริการในคุณภาพบริการที่ดีที่สุด โดยมีเกณฑ์บ่งชี้คุณภาพการบริการ (Determinant of Service Quality) 10 ประการ ได้แก่

1. ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้นั้นจะต้องมีความถูกต้องแม่นยำและเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก รวมทั้งต้องมีความสม่ำเสมอ (Consistency) คือ บริการทุกครั้งต้องได้ผลเช่นเดิม ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าคุณให้บริการพึงได้

2. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันเวลาที่ เช่น โรงพยาบาลมีความพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ มีความพร้อมที่จะรับผู้ป่วยฉุกเฉินต่างๆได้อย่างรวดเร็ว สามารถจัดบริการได้ตามความต้องการของผู้ป่วยให้เหมาะสม มีการสื่อสารที่ดีในการชี้แจงรายละเอียดการให้บริการทุกครั้ง เป็นต้น

3. สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) ผู้ให้บริการต้องมีทักษะ และมีความรู้ความสามารถในการบริการ สามารถแสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการได้ประจักษ์ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ เช่น แพทย์มีความเชี่ยวชาญ มีความสามารถในการรักษาโรค ในขณะที่บุคคลอื่นๆในทีมสุขภาพต้องมีความรู้ ความสามารถในการสาขาของตน และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกันในการให้บริการอย่างเต็มที่

4. การเข้าถึงบริการ (Access) ผู้รับบริการจะต้องเข้าถึงบริการที่ให้ได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ การให้บริการนั้นจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง เช่น การคมนาคมที่สะดวก การบริการเป็นระเบียบ รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้รับบริการ การบริการเป็นไปอย่างเสมอภาค เป็นต้น

5. ความสุภาพอ่อนโยน มีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุภาพ ใช้งานที่เหมาะสม มีบุคลิกภาพดี

6. การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารมีความสำคัญมากต่อคุณภาพบริการนอกจากจะเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการให้บริการแล้ว ยังจัดเป็นการบริการอีกลักษณะหนึ่ง ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ผู้รับบริการ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการรักษา และทางเลือกในการรักษา เป็นต้น ซึ่งต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจน เหมาะสม และเข้าใจง่ายตามสภาพของผู้รับบริการ โดยอาจอยู่ในรูปของการสนทนา หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์

7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถืออันเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดประการหนึ่ง สำหรับการให้บริการทางสุขภาพ และส่งผลให้มีผู้รับบริการมากขึ้น มีการพูดปากต่อปาก ความเชื่อถือของผู้มารับบริการที่มีผลต่อผู้ให้บริการนั้น อาจเกิดปัจจัยเสริมอื่น ๆ เช่น ชื่อเสียงของโรงพยาบาล และบุคลากรต่าง ๆ ในทีมสุขภาพ

8. ความปลอดภัยมั่นคง (Security) ได้แก่ ความรู้สึกที่มั่นใจว่าความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน รวมทั้งชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ เช่น การรักษาความปลอดภัยของผู้ป่วย การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

9. ความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding/knowing The Customer) ผู้ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจ และรู้จักผู้มารับบริการ เช่น พยาบาลสามารถจำ ชื่อผู้ป่วยที่มารับบริการได้ การมีระบบเก็บรักษาข้อมูลในอดีตของผู้ป่วย ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้ในการรักษาอย่างรวดเร็ว

10. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) เป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ รวมถึงลักษณะทางกายภาพ คุณภาพของบริการจะถูกประเมิน โดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ผู้รับบริการ ได้รับจริง บริการที่นำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นๆ ได้ชัดเจน และง่ายขึ้น

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กานต์นภัส สุรพงษ์รักเจริญ (2557) ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ และลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ในประเทศไทย จำนวน 401 คน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ น้อยที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์นั้น พบว่า ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ไม่แตกต่างกัน

บดินทร์ เจริญประดับกุล และภักดี มานะหิรัญเวท (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ จากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนส เฟิร์สท์ ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพโสด มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน

น้ำลิน เทียมแก้ว (2560) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้รับบริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 450 คน พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$) ด้านที่ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ($\bar{x} = 4.21$) รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{x} = 4.07$) ด้านประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.04$) และด้านทรัพยากรสารสนเทศ ($\bar{x} = 3.92$)

ยลวรรณ ฐิติจิรชตกรณ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยต้นผลิตภัณท์เครื่องออกกำลังกายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี การศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท นอกจากนี้ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมธาพัฒน์ เดชะเศรษฐศิริ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ของคนกรุงเทพฯ พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ แตกต่างกันไป มีเพียงระดับการศึกษาที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ของคนกรุงเทพฯ

พรรณราย พินิจ (2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสของคนกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เข้าใช้บริการฟิตเนส และปัจจัยที่เกี่ยวกับการใช้บริการฟิตเนสของคนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฟิตเนส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการฟิตเนส และปฏิสัมพันธ์ของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.015, p = 0.036$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ

อรไท ชั่วเจริญ, พรมนัส สิริธรรังศรี และกิตติ ชุมทศวีวงศ์ (2562) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการบริหารจัดการฟิตเนสของประชาชนในเขตพื้นที่ลาดกระบัง จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่าความพึงพอใจในการบริหารจัดการฟิตเนสในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก (Physical Evidence) และในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งหมด

จักรพงษ์ ครุฑปักซี่ และอัศวิน ปสุธรรม (2563) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้สถานออกกำลังกายฟิตเนสเฟิร์สท์ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าระดับคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความไว้วางใจอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนด้านการดูแลเอาใจใส่ อยู่ระดับเห็นด้วย ด้านความสะอาดที่ได้รับจากการบริการ และด้านอัธยาศัย ความสนใจของผู้รับบริการอยู่ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนด้านการประสานงานของการบริการ ปลอดภัย ค่าใช้จ่าย เมื่อใช้บริการอยู่ในระดับเห็นด้วย

ประภาวดี อันวงศ์, ศรีณยา เลิศพุทธรักษ์ และวิไลลักษณ์ คำลอย (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายแบบฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในเขตบางแสน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 361 คน พบว่าองค์ประกอบของฟิตเนสเซ็นเตอร์ ได้แก่ บรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ราคา โปรแกรมการออกกำลังกาย ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรลาลี ธีรสุขาภรณ์ (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการเข้าใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ของคนในกรุงเทพมหานคร และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อความภักดีของ

ลูกค้าในการใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ของคนในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คนพบว่า กลุ่มคนที่มีเพศ อายุ สถานภาพที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความภักดีของลูกค้าต่อการเข้าใช้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดความภักดีของลูกค้าต่อการเข้าใช้บริการแตกต่างกัน และปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการเข้าใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์มากที่สุด ได้แก่ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า รองลงมาคือด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจตามลำดับ

กัญญาพัชร อารุงสุข และเสาวลักษณ์ จิตต์น้อม (2566) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยไปใช้บริการฟิตเนสอย่างน้อย 5 ครั้ง และมีอายุระหว่าง 20 ปีขึ้นไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาจำนวน 385 คน พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามมีค่าเท่ากับร้อยละ 68.30

นรินทร์ ยุติเนต (2566) ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้รับบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในจังหวัดอุบลราชธานีซึ่งเป็นงานวิจัยด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่าผู้รับบริการให้ความสำคัญสูงสุด คือ ปัจจัยด้านราคา การรับรู้คุณภาพบริการ ให้ความสำคัญสูงสุด คือ ความรู้และทักษะการบริการ ความพึงพอใจ ให้ความสำคัญสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และความภักดี ให้ความสำคัญสูงสุด คือ ความเชื่อมั่นในฟิตเนสเซ็นเตอร์ (ค่าสถิติ Chi square/df=1.16, P-value=0.08699, RMSEA=0.020, GFI=0.96, AGFI=0.94)

รสนันท์ ทิพรัักษ์ และรัชฎาภรณ์ แก้วกาหลง (2566) ได้ศึกษาพึงพอใจของผู้รับบริการศูนย์ฟิตเนสมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดด้านการบริการเจ้าหน้าที่สิ่งอำนวยความสะดวก และศึกษาคุณภาพการให้บริการของฟิตเนสมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ พบว่ามีความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X}=4.00$, S.D. = 0.95) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ($\bar{X}=3.99$, S.D. = 0.90) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=4.56$, S.D. = 0.49) ส่วนคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=4.00$, S.D. = 0.49) ด้านคุณภาพการให้บริการ ($\bar{X}=4.12$, S.D. = 0.93) ด้านอุปกรณ์/เครื่องมือในการให้บริการ ($\bar{X}=4.19$, S.D. = 0.89) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X}=4.21$, S.D. = 0.90)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มารับบริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ระหว่างเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มารับบริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ระหว่างเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 จำนวน 30 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้ศึกษาวิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ประกอบไปด้วยแบบสอบถามจำนวน 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1: แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลสร้างขึ้นโดยผู้วิจัย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ผู้วิจัยได้ดัดแปลงแบบสอบถามที่พัฒนาโดย สิทธิชัย ชุมแวงวาปี (2551) โดยจำแนก 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ จำนวน 10 ข้อ ด้านราคา จำนวน 3 ข้อ ด้านสถานที่ จำนวน 7 ข้อ และด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 4 ข้อ รวมทั้งสิ้น 24 ข้อ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค เท่ากับ 0.95 โดยผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการกำหนดน้ำหนักคะแนนของข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้

พึงพอใจระดับมากที่สุด	ให้คะแนน	5 คะแนน
พึงพอใจระดับมาก	ให้คะแนน	4 คะแนน
พึงพอใจระดับปานกลาง	ให้คะแนน	3 คะแนน
พึงพอใจระดับน้อย	ให้คะแนน	2 คะแนน
พึงพอใจระดับน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1 คะแนน

ตอนที่ 3: เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แนะนำตัวเพื่อสร้างสัมพันธภาพ และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากผู้รับบริการ เดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ระหว่างเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2567 พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

2. แจกแบบสอบถามผ่าน Google form และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามโดยละเอียด และเปิดโอกาสให้สอบถามข้อสงสัย

3. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้องและความสอดคล้องของข้อมูล จัดหมวดหมู่ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. นำข้อมูลตอนที่ 1 มาทำการวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. นำข้อมูลตอนที่ 2 มาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง โดยการแปลความหมายใช้เกณฑ์ในการประเมินผล โดยอ้างอิงเกณฑ์หาค่าเฉลี่ยเมื่อทำการวิเคราะห์แปลผล (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2540) ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	ผู้รับบริการพึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	ผู้รับบริการพึงพอใจในระดับมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ผู้รับบริการพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	ผู้รับบริการพึงพอใจในระดับน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	ผู้รับบริการพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สถิติพื้นฐาน

1. ค่าความถี่ (Frequency)
2. ค่าร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ย (Mean)
4. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ ของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	15	50
หญิง	15	50
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-
21 – 30 ปี	16	53.3
31 – 40 ปี	11	36.7
41 – 50 ปี	3	10
50 ปีขึ้นไป	-	-
3. อาชีพ		
นิสิต/นักศึกษา	-	-
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	16	53.3
พนักงานบริษัทเอกชน	11	36.7
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	3	10
รับจ้างทั่วไป	-	-
อื่น ๆ	-	-
4. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4	13.3
10,000 – 15,000 บาท	7	23.3

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15,000 – 20,000 บาท	16	53.4
มากกว่า 20,000 บาท	3	10

ตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชายและเพศหญิง ร้อยละ 50 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 50 และมีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.4

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ในด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ โดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนส	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการให้บริการ	4.4	0.7	มาก
ด้านราคา	4.1	0.8	มาก
ด้านสถานที่	4.2	0.8	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.9	0.9	มาก
รวม	4.3	0.9	มาก

ตาราง 2 พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้รับบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ด้านการให้บริการโดยรวมและรายข้อ

ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	4.6	0.6	มากที่สุด
2. ฟิตเนสมีกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือก	4.4	0.7	มาก
3. อุปกรณ์มีความทันสมัยและมีคุณภาพ	4.4	0.7	มาก
4. ปริมาณของอุปกรณ์ออกกำลังกายมีความเพียงพอ	4.2	0.9	มาก
5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานต่อผู้มาใช้บริการ	4.6	0.6	มากที่สุด
6. ความสนใจและความใส่ใจของพนักงานต่อผู้มาใช้บริการ	4.5	0.7	มากที่สุด
7. พนักงานมีความรู้สามารถให้คำแนะนำที่เหมาะสมและถูกต้องแก่ผู้รับบริการ	4.6	0.6	มากที่สุด

ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
8. การให้บริการผู้เก็บอุปกรณ์ส่วนตัวมีความเพียงพอ	4.3	0.8	มาก
9. ความสะดวกที่ให้บริการใช้บริการที่ฟิตเนส	4.4	0.8	มาก
10. ระยะเวลาเปิด-ปิดมีความเหมาะสม	4.5	0.8	มากที่สุด
รวม	4.4	0.8	มาก

ตาราง 3 พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในด้านการให้บริการต่อเดอะวินฟิตเนสแอนดส์สตูดิโอ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากและมากที่สุด

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนดส์สตูดิโอ ด้านราคาโดยรวมและรายข้อ

ความพึงพอใจด้านด้านราคา	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของค่าสมัครสมาชิก	4.0	1.0	มาก
2. ความเหมาะสมของค่าสมัครสมาชิกเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ	4.1	0.9	มาก
3. ความสะดวกและรวดเร็วในการชำระค่าบริการ	4.5	0.7	มากที่สุด
รวม	4.1	0.8	มาก

ตาราง 4 พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านราคาต่อเดอะวินฟิตเนสแอนดส์สตูดิโอ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนดส์สตูดิโอ ด้านสถานที่โดยรวมและรายข้อ

ความพึงพอใจด้านด้านสถานที่	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสะดวกในการเข้าถึงของสถานที่ตั้งฟิตเนส	4.3	0.6	มาก
2. ความปลอดภัยของฟิตเนส	4.5	0.6	มากที่สุด
3. สภาพแวดล้อมในการออกกำลังกายของฟิตเนส	4.4	0.8	มาก
4. ห้องน้ำในฟิตเนสมีอากาศและเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	4.3	0.8	มาก
5. สถานที่จอดรถของฟิตเนสมีความสะดวกและเพียงพอ	3.8	1.1	มาก
6. ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ	4.0	1.0	มาก
7. ความปลอดภัยต่อทรัพย์สินเมื่อใช้บริการฟิตเนส	4.2	0.8	มาก
รวม	4.2	0.8	มาก

ตาราง 5 พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านสถานที่ต่อเดอะวินฟิตเนสแอนดส์สตูดิโอ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและรายข้อ

ความพึงพอใจด้านด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ/ใบปลิว	3.7	1.0	มาก
2. มีการจัดโปรโมชั่นในราคาพิเศษ	3.7	1.0	มาก
3. มีข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ	4.3	0.8	มาก
4. การประชาสัมพันธ์ดึงดูดความสนใจ	4.1	1.0	มาก
รวม	3.9	0.9	มาก

ตาราง 6 พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ในด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ ผู้ที่มารับบริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ระหว่างเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 จำนวน 30 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ จำนวน 24 ข้อ และแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สถิติที่ใช้ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่มาใช้บริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ จำนวน 30 คน โดยการแนะนำตัวเพื่อสร้างสัมพันธภาพ และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล จากนั้นแจกแบบสอบถามผ่าน Google form และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามโดยละเอียด และเปิดโอกาสให้สอบถามข้อสงสัย หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำข้อมูลตอนที่ 1 มาทำการวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง และนำข้อมูลตอนที่ 2 มาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ สรุปผลดังนี้

1. ข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท

2. จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้รับบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.1 ด้านการให้บริการ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการให้บริการต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากและมากที่สุด

2.2 ด้านราคา ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านราคาต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านสถานที่ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านสถานที่ต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอในการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ด้านการให้บริการ ผู้รับบริการ มีความพึงพอใจต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอในการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะฟิตเนสมีกิจกรรมให้เลือกที่หลากหลาย เช่น แอโรบิก ซุมบ้า มวย และสรวายน้ำ อุปกรณ์มีความทันสมัย ตลอดจนพนักงานมีความใส่ใจ มีความรู้ และสามารถให้คำแนะนำผู้รับบริการได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของจักรพงษ์ ครุฑปักษี และอัศวิน ปสุธรรม (2563) ที่ศึกษาคูณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้สถานออกกำลังกายฟิตเนสเฟิร์สท์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจการใช้สถานออกกำลังกายฟิตเนส เฟิร์สท์ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครนั้นจะต้องมีสถานที่ให้บริการที่มีความสะอาด นำ้ใช้บริการ อุปกรณ์เครื่องเล่นมีความสะอาด พนักงานมีความเอาใจใส่ สามารถให้คำแนะนำและสามารถแก้ไขปัญหาและช่วยเหลือผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี และยังไปสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาพัฒน์ เดชะเศรษฐศิริ (2561) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของคนกรุงเทพฯ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ของคนกรุงเทพฯ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานมีมารยาท พุดจาสุภาพ มีความเอาใจใส่ เต็มใจบริการ และมีความรู้ เชี่ยวชาญในการออกกำลังกาย ให้คำแนะนำได้ สามารถแก้ไขปัญหา และช่วยเหลือผู้ใช้บริการได้ดี

1.2 ด้านราคา ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ด้านราคาโดยรวม และรายช้อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้รับบริการได้รับความสะดวกและการบริการที่ดีจากการเข้ามาใช้บริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ทำให้รู้สึกคุ้มค่ากับค่าบริการที่ได้จ่ายไป สอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญาพัชร อารุงสุข และเสาวลักษณ์ จิตต์น้อม (2566) ที่ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าใช้บริการได้ รวมไปถึงการที่มีราคาที่มีความเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับเมื่อเทียบกับเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เพียงพอสำหรับผู้รับบริการซึ่งระดับราคาที่เหมาะสมล้วน ส่งผลต่อความพึงพอใจและ

จะทำให้มีแนวโน้มในการใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นได้ และยังคงคล้องกับงานวิจัยของ ฟาริดา ยูมาติน (2562) ที่ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการ และคุณภาพบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขต อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

1.3 ด้านสถานที่ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ ด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้รับบริการได้รับความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ตั้งของฟิตเนส สถานที่จอดรถ จำนวนของห้องน้ำมีเพียงพอสำหรับผู้ที่มาใช้บริการ มีตู้จัดเก็บอุปกรณ์ส่วนตัวเพียงพอต่อความต้องการ เพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการจะได้เก็บสิ่งของมีค่าก่อนเข้าใช้บริการ สถานที่ออกกำลังกายแต่ละชนิดมีความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมโดยรวมรื่นเริง มีอากาศถ่ายเทสะดวก เหมาะสำหรับการเลือกเข้ามาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของกานต์นภัส สุรพงษ์รักเจริญ (2557) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ผลการวิจัย พบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สถานที่พักผ่อนหลังออกกำลังกายมีความเหมาะสม ความสะอาดของห้องสุขา ห้องอาบน้ำสถานที่มีที่จอดรถเพียงพอ บรรยากาศที่เหมาะสมกับการออกกำลังกาย เช่น เสียงเพลง เป็นต้น และความปลอดภัยในการใช้บริการซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการทั้งสิ้น

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้รับบริการ ได้รับข่าวสารจากทางฟิตเนส ไม่ว่าจะเป็น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การจัดโปรโมชั่นในราคาพิเศษ การจัดกิจกรรมในเทศกาลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก สอดคล้องกับงานวิจัยของกานต์นภัส สุรพงษ์รักเจริญ (2557) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและสิ่งแวดลอมทางกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ไม่ว่าจะเป็นความเหมาะสมของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และการดึงดูดความสนใจจากการประชาสัมพันธ์และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญาพัชร อารุงสุข และเสาวลักษณ์ จิตต์น้อม (2566) ที่ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าด้านการส่งเสริมทางการตลาด เป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกระบวนการสื่อสารทางการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในธุรกิจฟิตเนส สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการใช้บริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอกับฟิตเนสในบริเวณใกล้เคียง
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มของผู้รับบริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ
3. ควรมีการศึกษาความคาดหวังของผู้รับบริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจบริการ

บรรณานุกรม

- กัญญาพัชร อารุงสุข และเสาวลักษณ์ จิตต์น้อม. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 8(2), 1409-1420.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : ประสานมิตร.
- กานต์นภัส สุรพงษ์รักเจริญ. (2557). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กวิณ บุญประโคน. (2560). การศึกษาพฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2562). ธุรกิจฟิตเนส บทวิเคราะห์ธุรกิจประจำเดือน พฤษภาคม 2562. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201905.pdf.
- กรมอนามัย. (2556). กองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ. นนทบุรี : โรงพิมพ์บริษัท.
- กฤษดา วัดประทุมอณู. (2561). แผนธุรกิจฟิตเนส F.T. Center [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จักรพงษ์ คุรุฑปักษ์ และอัศวิน ปสุธรรม. (2563). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้สถานออกกำลังกายฟิตเนส เฟิร์สท์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์]. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชุติมา ศิริกุลชยานนท์. (2564). การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ. <https://hpc11.anamai.moph.go.th/th/sa-suk-11/200024>.
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2558). การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2557. รายงานการวิจัย สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นรินทร์ชยุ วดีนิเวศ. (2566). โมเดลกลยุทธ์การตลาดบริการ และการรับรู้คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 15(4), 155-174.
- บดินทร์ เจริญประดับกุล และภักดี มานะหิรัญเวท. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ กรณีศึกษาผู้ให้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนส เฟิร์สท์. *วารสารวิจัยบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 1(1), 104-117.
- ประชาชาติออนไลน์. (2561). ฟิตเนส แปรนต์นอกแข่งเดือดชิงแชมป์. ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. <https://www.prachachat.net/marketing/news-138962>.

- ประชาชาติธุรกิจ. (2562). **ธุรกิจกีฬาฮั้วฟสะพัดแสนลานฟิตเนสเซ็นเตอร์ สนามเช่าสะพรั่งรับตีมานต์ทะเล็ก**. ประชาชาติธุรกิจออนไลน์.
<https://www.prachachat.net/marketing/news-61764>.
- ประภาวดี อ้นวงศ์, ศรีณยา เลิศพุทธรักษ์ และวิไลลักษณ์ คำลอย. (2563). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายแบบฟิตเนสเซ็นเตอร์ ในเขตบางแสนอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี**. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 4(3), 57-76.
- พรรณราย พินิจ. (2562). **ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการฟิตเนสของผู้ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พาริตา ยุมาดิน. (2562). **ส่วนประสมการตลาดบริการ และคุณภาพบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร**. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิง นวัตกรรม*, 9(2), 53-64.
- เมธาพัฒน์ เดชะเศรษฐศิริ. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ของคนกรุงเทพฯ**[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ยลวรรณัญญ์ จีรัชตกรณ์. (2560). **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เครื่องออกกำลังกายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสยาม.
- รสนันท์ ทิพรัักษ์ และรัชฎาภรณ์ แก้วกาหลง. (2566). **การศึกษาทัศนคติของผู้รับบริการฟิตเนส มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด**. *วารสารราชภัฏสุรินทร์วิชาการ*, 1(2), 57-72.
- สราลี ธีรสุขาภรณ์. (2563). **การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการเข้าใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์**[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุนันทา ธงทอง. (2561). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของบุคลากรโรงพยาบาลวังทรายพูน จังหวัดพิจิตร**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(สุขศึกษา), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สิทธิชัย ชุมแวงวาปี. (2551). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์ออกกำลังกาย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาลัยวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรไท ชั่วเจริญ, พรมนัส สิริธรงค์ และกิตติ ชุณหศรีวงศ์. (2562). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจฟิตเนสในเขตพื้นที่ลาดกระบัง**. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 9(1), 41-51.

Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. L. (1994). **A conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research**. *Journal of Marketing*, 49, pp. 41 - 50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). **SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality**. *Journal of Retailing*, 64(1),12-40

Shelly, D. F. (1995). **Tackling family member compensation**. *American Printer*, 215, p. 2.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดตอบข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 20 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี
<input type="checkbox"/> 41 – 50 ปี	<input type="checkbox"/> 51 ปีขึ้นไป	
3. อาชีพ

<input type="checkbox"/> นิสิต/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน	<input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ
4. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,000 – 15,000 บาท
<input type="checkbox"/> 15,000 – 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 20,000 บาท
5. ท่านเคยมาใช้บริการที่ เดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอกี่ครั้ง/สัปดาห์

<input type="checkbox"/> 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 2 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 3 ครั้ง	<input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ครั้ง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อ แล้วเลือกช่องที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

ในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 คำตอบ

ระดับ 5 หมายถึง ความพึงพอใจระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ความพึงพอใจระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง ความพึงพอใจระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ข้อ ที่	ความพึงพอใจต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ด้านการบริการ						
1	ความเหมาะสมของการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ					
2	ฟิตเนสมีกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือก					
3	อุปกรณ์มีความทันสมัยและมีคุณภาพ					
4	ปริมาณของอุปกรณ์ออกกำลังกายมีความเพียงพอ					
5	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานต่อผู้มาใช้บริการ					
6	ความสนใจและความใส่ใจของพนักงานต่อผู้มาใช้บริการ					
7	พนักงานมีความรู้สามารถให้คำแนะนำที่เหมาะสมและถูกต้องแก่ผู้รับบริการ					
8	การให้บริการตู้เก็บอุปกรณ์ส่วนตัวมีความเพียงพอ					
9	ความสะดวกที่ได้รับการใช้บริการที่ฟิตเนส					
10	. ระยะเวลาเปิด-ปิดมีความเหมาะสม					
ด้านราคา						
1	ความเหมาะสมของค่าสมัครสมาชิก					
2	ความเหมาะสมของค่าสมัครสมาชิกเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ					
3	ความสะดวกและรวดเร็วในการชำระค่าบริการ					

ข้อ ที่	ความพึงพอใจต่อเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ด้านสถานที่						
1	ความสะดวกในการเข้าถึงของสถานที่ตั้งฟิตเนส					
2	ความปลอดภัยของฟิตเนส					
3	สภาพแวดล้อมในการออกกำลังกายของฟิตเนส					
4	ห้องน้ำในฟิตเนสมีความสะอาดและเพียงพอต่อผู้ มาใช้บริการ					
5	สถานที่จอดรถของฟิตเนสมีความสะดวกและ เพียงพอ					
6	ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ					
7	ความปลอดภัยต่อทรัพย์สินเมื่อใช้บริการฟิตเนส					
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
1	มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ/ ใบปลิว					
2	มีการจัดโปรโมชั่นในราคาพิเศษ					
3	มีข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ					
4	การประชาสัมพันธ์ดึงดูดความสนใจ					

ตอนที่ 3 ข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้รับบริการเดอะวินฟิตเนสแอนด์สตูดิโอ

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายรัฐวัฒน์ พนมหอม
รหัสนักศึกษา	6340211228
เบอร์โทรศัพท์	0982239312
E-mail :	6340211228@nrru.ac.th
ประวัติการศึกษา	กำลังศึกษาชั้นที่ 4 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครราชสีมา

ชื่อ-สกุล	นายพีระเดช จันทร์โพธิ์
รหัสนักศึกษา	6340211233
เบอร์โทรศัพท์	0649056770
E-mail :	6340211233@nrru.ac.th
ประวัติการศึกษา	กำลังศึกษาชั้นที่ 4 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครราชสีมา