

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามปั่นจักรยาน

เจริญสุขมงคลจิตด้านความภักดี

FACTORS AFFECTING SATISFACTION OF USER CYCLING IN LOYALTY
: SKY LANE SUVARNABHUMI BICYCLE TRACK

พัชณูช ยูทธหัตถ์ชัยชาญ

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Patchanudh Yutthahatchaichan

E-mail : patchanudh.tai@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management,

Ramkhamhaeng University

Corresponding Author

บทคัดย่อ

ผู้วิจัยจัดทำงานวิจัยนี้ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยแต่ละด้านที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ สนามปั่นจักรยานด้านความภักดี ได้แก่ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการนำเสนอทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ที่มีต่อความพึงพอใจด้านความภักดี ต่อผู้ใช้บริการ โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดในช่วงเดือนกันยายน 2562 เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท และรับจ้าง มีรายได้ประมาณ 20,001 – 40,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการน้อยกว่า 2 วันต่อสัปดาห์ และมีระยะเวลาในการใช้บริการ 2 ชั่วโมงขึ้นไป ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ามี 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจผู้ใช้บริการ สนามปั่นจักรยาน โดยมีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : นำเสนอทางกายภาพ, ความน่าเชื่อถือ, ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ABSTRACT

The researcher attempted to study the factors affecting user satisfaction service of Happy and Healthy Bike Lane, services include personalities, process services, facilities services. physical demonstration, reliability, social Interaction affecting loyalty intentions in using service of Happy and Healthy Bike Lane. Data were collected from 400 copies of questionnaires during September 2019. The researcher found that the most of the respondents to the questionnaires were males at the ages 31-40 years old, graduated with the master degree levels, career company staff and freelancers, having the average income of 20,001-40,000 baht per month. Normally, they also went around 2 times per week. So they staying in that around over 2 hours. The survey showed that only services include personalities, Process services, reliability and social Interaction had positive relationship with loyalty intentions with statistical significance level of 0.05

Keywords: Physical Demonstration, Reliability, Social Interaction,

บทนำ

ปัจจุบันคนหันมาสนใจการรักสุขภาพโดย การปั่นจักรยานกันมากขึ้น หลังจากกิจกรรม Bike for Mom ผลักให้เทรนการปั่นจักรยานนี้เป็นที่นิยม โดยจำนวนผู้ใช้จักรยานในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ อุตสาหกรรมและธุรกิจเกี่ยวกับจักรยานทั่วโลกในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีการเติบโตขึ้นมากทั้งในด้านจำนวนผู้ใช้จักรยานและยอดขาย เช่นเดียวกับประเทศไทยที่มีคนหันมาปั่นจักรยานเพิ่มขึ้น 5-10 เท่า ทำให้ปัจจุบัน มีสถานที่ปั่นจักรยาน เพิ่มขึ้นจำนวนมากทั่วกรุงเทพและเขตปริมณฑล เช่น สวนสาธารณะ ที่มีเลนจักรยานรองรับอยู่หลายแห่ง อาทิ สวน วชิรเบญจทัศ หรือ สวนรถไฟ , บึงหนองบอนสถานที่แข่งกีฬาทางน้ำ ที่มีเลนจักรยานอยู่รอบบึง และ สนามปั่นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต ที่มีการปรับปรุงเพื่อยกระดับให้ได้ตามมาตรฐานสากล ที่ผู้วิจัยสนใจ จึงอยากศึกษาสนามปั่นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิตแห่งนี้ ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ ทำไมคนถึงนิยมที่จะมาใช้บริการสนาม ผู้วิจัยจึงได้นำทุกปัจจัย ต่างๆ มาทำการศึกษาว่า มีปัจจัยใดบ้างที่ อาจส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จึงเป็นที่มีความสำคัญต่องานวิจัยนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามปั่นจักรยานเจริญสุขมงคลจิต
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามปั่นจักรยาน จำแนกตามเพศ อาชีพ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ความถี่ และระยะเวลาในการใช้บริการ

3. เพื่อศึกษาปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามบินจรัญยาน เจริญสุขมงคลจิต

ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษา ปัจจัย ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สถานีผู้โดยสารสนามบินจรัญยาน เจริญสุขมงคลจิต ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตปัจจัยที่จะนำมาใช้ในการวิจัยฉบับนี้ โดยนำเอาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการและปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมาใช้เป็นกรอบแนวความคิด ในการศึกษา

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการสนามบินจรัญยาน เจริญสุขมงคลจิต ซึ่งเป็นการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบ สอบถาม แบบออนไลน์ มาช่วยในการเก็บข้อมูล และมีระยะเวลาในการดำเนินการสำรวจในช่วงเดือนกันยายน 2562

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ความถี่ และระยะเวลา การใช้บริการ ที่ต่างกัน น่าจะทำให้ ความพึงพอใจต่างกัน

สมมติฐาน 2 ปัจจัยด้านการให้บริการ ได้แก่ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านความน่าเชื่อถือ น่าจะมีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามบินจรัญยาน เจริญสุขมงคลจิต

สมมติฐาน 3 ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม น่าจะมีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามบินจรัญยาน เจริญสุขมงคลจิต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

งานวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัย ใดบ้าง ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามบินจรัญยาน เจริญสุขมงคลจิต ซึ่งจะเป็นประโยชน์ กับ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และ ธนาकारไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สามารถนำเอาข้อมูลที่ได้ไป พัฒนาศักยภาพด้านการให้บริการ และต่อยอดในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและความรักดี ให้ดียิ่งขึ้นไป

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

อุทิส ศิริวรรณ (2549 : 33-37) กล่าวว่า เป็นการศึกษาการเติบโตของตลาดโดยอาศัย ปัจจัยส่วนบุคคลมาเป็นตัวกำหนดตลาด ได้แก่ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา เพื่อนำมาวิเคราะห์ ความสนใจของคน จากช่วงอายุ หรือ ระดับการศึกษา ที่มีแตกต่างกัน

พิบูล ทีปะपाल (2549) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นเรื่อง สิ่งแวดล้อมทางมหภาคซึ่ง ที่ไม่สามารถควบคุมลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ เช่น อายุ รายได้ สถานภาพ อาชีพ เชื้อชาติ การศึกษา สถานที่ และประเภทที่อยู่อาศัย เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

Tanford, Montgomery และ Nelson (2012) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ อารมณ์หรือความรู้สึก ที่ผู้บริโภครับรู้ได้ หลังจากการได้รับบริการ หรือใช้บริการ

Karolina Ilieska (2013) กล่าวว่า ความพึงพอใจคือการตอบสนองการปฏิบัติตามของผู้บริโภค มันเป็นการตัดสินใจคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือผลิตภัณฑ์ของบริการเองให้ระดับที่พึงพอใจของการบริโภคการปฏิบัติตามรวมถึงระดับที่ต่ำกว่าหรือสูงกว่าการบรรลุเป้าหมาย ความพึงพอใจของลูกค้า

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการให้บริการ

Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2549) กล่าวว่า การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่เป็นกระบวนการ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น จากการมีปฏิสัมพันธ์กัน ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ หรือที่เราเรียกว่า ผู้บริโภค, ลูกค้า, ผู้รับบริการ กับส่วนที่ เป็นผู้ให้บริการ ที่เรียกว่า เจ้าของกิจการ, พนักงานงานบริการ,ระบบการจัดการบริการ ในทางตรงกันข้าม ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ

แนวคิดและทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

Victoria Ateca-Amestoy และคณะ (2013) ได้กล่าวไว้ว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ การวัดความพึงพอใจทางการเงิน ความสัมพันธ์ทางสังคมและการเปรียบเทียบทางสังคมกลายเป็นปัจจัย

สำคัญที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างกัน ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในชีวิตของบุคคล ในทางกลับกัน หากเกิดการเปรียบเทียบทางด้านความเหลื่อมล้ำ ก็จะมีผลกระทบในทางลบได้เช่นกัน

Luszczyska, Gibbons, Piko & Tekozel (2004) กล่าวว่า อิทธิพลทางสังคมกระตุ้นพฤติกรรมสุขภาพอย่างไร เช่น การออกกำลังกาย การรับรู้พฤติกรรมของเพื่อนมีผลต่อพฤติกรรมของคนอื่น ๆ เช่นการที่บุคคลต่างๆ มีแนวโน้มที่จะเลียนแบบพฤติกรรมของคนรอบข้าง เพื่ออยากมีส่วนร่วมในพฤติกรรมที่สังคมยอมรับ เมื่อสังเกตคนอื่น ๆ ทำ ในลักษณะเดียวกัน

แนวคิดและทฤษฎีกับความภักดี

Bloemer & Kasper (1995) และ Ballester & Aleman (2001) กล่าวว่า ความจงรักภักดีต่อแบรนด์ อาจบ่งบอกถึงทัศนคติและนิสัยของแบรนด์ และความคิดนี้แตกต่างจากทัศนคติหรือนิสัย เป็นที่ยอมรับกัน โดยทั่วไปว่าความภักดีเป็นหนึ่งในวิธีที่ผู้บริโภคแสดงออกถึงความพึงพอใจของตนต่อผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับ

Chaudhuri & Holbrook (2001) กล่าวว่า ความภักดีของแบรนด์คือความชอบของผู้บริโภคในการซื้อชื่อแบรนด์เดียวในกลุ่มผลิตภัณฑ์ มันเป็นผลมาจากการรับรู้คุณภาพของแบรนด์ไม่ใช่ราคาของมัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สรายุทธ เกศโสภาสฤษดี (2558) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดี ในการใช้บริการฟิตเนสเซนเตอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของ ปัจจัยความน่าเชื่อถือ ปัจจัยบริการหลัก ปัจจัยบุคลิกภาพ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยความปลอดภัย ปัจจัยสถานที่จอดรถ ปัจจัยสุขภาพและสมรรถภาพทางร่างกาย ปัจจัยปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ณัฐพงษ์ กิจรุ่งรัตนชัย (2558) ศึกษาโครงการจัดตั้งการบริหารร้านจักรยานเพื่อประโยชน์จากสังคมโดยองค์รวม (Option Bike) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศ หญิง โดยอยู่ในช่วงอายุ 31 ถึง 40 ปี และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรี และมีรายได้ระหว่าง 25,001 บาท ถึง 30,000 บาท พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าเกี่ยวข้องกับจักรยานและอุปกรณ์เสริมจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีเหตุผลในการที่เลือกใช้บริการร้านค้าบริการดีหรือครบถ้วน สถานที่ปลอดภัย และอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งเหตุผลมีการลดหลั่นการตามลำดับ

กรอบแนวคิดการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ความถี่ และ ระยะเวลาการใช้บริการ

1.2 ปัจจัยด้านการบริการ ได้แก่ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านความน่าเชื่อถือ

1.3 ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ความสามารถในการเข้าถึงของผู้ใช้บริการ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามบินจรัญยาน เจริญสุขมงคลจิต ด้านความภักดี

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างวิจัยที่ศึกษาจากกลุ่มที่เฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) คือ ผู้ใช้บริการสนามบินจรัญยาน เจริญสุขมงคลจิตโดยเลือกสุ่มแบบสะดวก (Convenient Sampling) ไปยังกลุ่มนักบิน และผู้มาใช้บริการในสนามบินซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถที่จะทราบจำนวนผู้ใช้ บริการ สนามบินที่แน่นอนได้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน หรือ ∞ (Infinity) จากค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามแบบปลายเปิดและปิด โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ลักษณะปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สนามบินจรัญยาน เจริญสุขมงคลจิต เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการให้ บริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และ ด้านความน่าเชื่อถือ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 24 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สนามปั่นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สนามปั่นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความภักดี มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 อะไรบ้าง ที่ทำให้ท่านมีความพึงพอใจ สนามปั่นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิตเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สนามปั่นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต จำนวนข้อคำถาม 1 ข้อ เป็นคำถามในลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ในการใช้บริการ และระยะเวลาการปั่น

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการ และปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) (ทดสอบสมมุติฐาน) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 ปัจจัย ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริการ สนามปั่นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต โดยจำแนกตาม เพศ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test

2.2 ปัจจัย ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริการ สนามปั่นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต โดยจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ และระยะเวลาที่ใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ LSD

2.3 ปัจจัยด้านการให้บริการ และปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริการ สนามปั่นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการ สนามปั้นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิตด้านความภักดี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการ สนามปั้นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต โดยภาพรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็น รายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4 ด้านอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญ โดยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และ ด้านบุคลากรให้บริการ

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริการ สนามปั้นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต ด้านปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ และระยะเวลาที่ใช้บริการ โดยสามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการสนามปั้นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความถี่ และระยะเวลาที่ใช้บริการ แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยภาพรวมต่างกัน

2.2 ผู้ใช้บริการสนามปั้นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยภาพรวมไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการ สนามปั้นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต ด้านความภักดี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรให้บริการ และ ปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการ สนามปั้นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต โดยภาพรวม

3.2 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการนำเสนอทางกายภาพ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการ สนามปั้นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต โดยภาพรวม

การอภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้สนามปั้นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท เอกชน/รับจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท มีความถี่ในการเข้าใช้บริการน้อยกว่า 2 วันต่อสัปดาห์ และมีระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง มากกว่า 2 ชั่วโมงขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรายุทธ เกศโสภาสฤชดี. (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดี ในการใช้บริการฟิตเนสเซนเตอร์ของ

ผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการสถานออกกำลังกาย ความถี่และระยะเวลาในการดูแลและใส่ใจเรื่องสุขภาพ

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามปั่นจักรยาน เจริญสุขมงคลจิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับ พึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

2.1 ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามปั่นจักรยานเจริญสุขมงคลจิต ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการในสนามปั่นที่มีความรู้ แก่ไขสถานการณ์ด้วย ประสบการณ์ และความชำนาญในการบริการให้กับลูกค้าในทันทีทันใด ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2553) ได้กล่าวถึง การบริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ให้บริการโดยส่งมอบการบริการนั้นไปยังผู้รับบริการ หรือลูกค้า เพื่อใช้บริการนั้นๆ โดยทันทีหรือภายในระยะเวลาเกือบจะทันทีที่มีการให้บริการ

2.2 ด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามปั่นจักรยานเจริญสุขมงคลจิต ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อขั้นตอนการทำงาน และกระบวนการให้บริการในด้านต่างๆ อย่างเป็นระบบ มีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนในการเข้าถึงการรับบริการ ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2549) ได้กล่าวถึง การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่เป็นกระบวนการ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น จากการมีปฏิสัมพันธ์กัน ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ หรือที่เราเรียกว่า ผู้บริโภค ลูกค้า ผู้รับบริการ กับส่วนที่ เป็นผู้ให้บริการ ที่เรียกว่า เจ้าพนักงานงานบริการ ระบบการจัดการบริการ ในทางตรงกันข้าม ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ

2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามปั่นจักรยานเจริญสุขมงคลจิต ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ต่อเรื่องอำนวยความสะดวก เครื่องตรวจผู้ใช้บริการในสนาม เครื่องลงทะเบียนการใช้งานในการออกสายรัดข้อมือ ช่องบริการเข้า – ออกในสนามปั่น รวมถึงจุดเตรียมความพร้อม เครื่องไม้เครื่องมือ ต่างๆ ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ Kotler (2000) ได้กล่าวถึง เครื่องมือ อุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องในการให้บริการ ต้องมีประสิทธิภาพให้บริการรวดเร็วและให้ลูกค้าพอใจ พร้อมทั้งจะส่งมอบบริการ

2.4 ด้านการนำเสนอทางกายภาพในการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามปั่นจักรยานเจริญสุขมงคลจิต ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอทางกายภาพ จากการให้บริการในสิ่งที่จับต้องได้ มีความเป็นรูปธรรม เช่น จุดจอดพักจักรยาน สถานที่จอดรถของผู้มาใช้บริการ เพียงพอ ด้านสาธารณูปโภค ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ส่องสว่าง ห้องน้ำสะอาดนำใช้บริการ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) ได้กล่าวถึง คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการ ในด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น

2.5 ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามปั่นจักรยานเจริญสุขมงคลจิต ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อความมั่นใจในการให้บริการ เกิดความรู้สึกลดตึงเครียดเมื่อใช้บริการ การบริการมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) ได้กล่าวว่า เกณฑ์ในการวัดคุณภาพการบริการ จากความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้สามารถให้บริการที่ถูกต้องตรงเวลาตามที่ตกลงกันไว้ ให้บริการตามที่สัญญาไว้กับลูกค้า แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ

2.6 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามปั่นจักรยานเจริญสุขมงคลจิต ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ กับกลุ่มเพื่อนฝูง และครอบครัว เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรม โดยจะเป็นความสัมพันธ์ทั้งในเชิงบวก หรือ ลบ โดยจะต้องมีการตอบสนอง ระหว่างกัน โดยหากเกิดผลในเชิงบวก ก็จะส่งผลต่อให้อยากใช้บริการมากขึ้น โดยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ Victoria Ateca-Amestoy และคณะ (2013) ได้กล่าวถึง อิทธิพลทางสังคมส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ การวัดความพึงพอใจเกิดขึ้นจาก ความสัมพันธ์ทางสังคมและการเปรียบเทียบทางสังคมกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างกัน ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในชีวิตของบุคคลในด้านต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ยังมีข้อเสนอแนะบางประการที่ต้องเพิ่มเติมในการบริการ ดังนั้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเพื่อให้ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยหวังว่า

การวิจัยนี้ น่าจะเป็นส่วนช่วยให้ทางบริษัทการทำ อากาศยาน (AOT) และ ธนาครไทยพาณิชย์สามารถนำไปเป็นประโยชน์ในการคัดย่อพัฒนาคุณภาพในด้านต่างๆได้ในอนาคต ดังนี้

1.ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีความรู้ ความชำนาญ ในการให้บริการ มนุษย์สัมพันธ์ดี ดูแลเอาใจใส่ ผู้ใช้บริการ รวมถึงการให้คำแนะนำ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ มีเจ้าหน้าที่ประจำแต่ละจุดเพียงพอต่อการให้บริการ เพื่อให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจแก่ลูกค้า

2.ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีเครื่องมือที่ใช้อธิบายที่เข้าใจง่าย มีโปรแกรมอธิบายวิธีการใช้งานที่ชัดเจน เพียงใช้บัตรประชาชนในการลงทะเบียนรับสายรัดข้อมือได้สะดวกรวดเร็ว ด้านระยะเวลาเปิด-ปิดสนามนั้น เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ดังนั้นจึงอยากให้ขยายช่วงเวลาการให้บริการให้ยาวนานขึ้น สำหรับคนที่เลิกงานดึกก็สามารถมาปั่นออกกำลังกายหลังเลิกงานได้มีเวลาออกกำลังกายนานขึ้น

3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ ควรมีจุดเติมน้ำดื่มที่สะอาดให้บริการตรงจุดพัก หรือตู้กดน้ำให้บริการด้านใน สำหรับผู้บริการที่เตรียมน้ำไปไม่เพียงพอ หรือช่วงที่มีอากาศ ร้อน ควรมีจุดเติมนมในสนาม ในกรณีที่ลมยางอ่อนขณะปั่น หรือยางรั่ว ช่วยลดการเกิดอุบัติเหตุในสนาม

4.ด้านการนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ ด้านสถานที่จอดรถ หากเป็นวันเสาร์ อาทิตย์ ในช่วงเช้า และ เย็น พื้นที่จอดรถไม่เพียงพอต่อผู้มาให้บริการ ควรเพิ่มโซนให้จอดในช่วงวันเสาร์อาทิตย์ เพื่อรองรับในช่วงเวลาพิ คทาม หรือจุดจอดที่เป็นทางเชื่อมอีกฝั่ง ควรเปิดให้ใช้ฟรีในวันเสาร์ อาทิตย์ ผู้ใช้บริการจะได้ระบายรถ ไปจอดจุด ทางเชื่อมมากขึ้น ,ไฟทางส่องสว่าง ในช่วงกลางคืน เสียบางจุด ควรมีการตรวจสอบหรือตรวจเช็ค ทุกๆ เดือน ช่วง หน้าฝน เล่นจะค่อนข้างลื่นมาก ตรงจุดทางโค้ง ควรทำสัญลักษณ์ หรือป้ายบอก เตือนผู้ใช้บริการ ควรมีการจก มองหลังในบางจุดที่เกิดการชนกันล้ม บ่อยๆ เพื่อช่วยลดอุบัติเหตุ จากคนที่ปั่นมาเร็วแล้วเบรกไม่ทัน

5.ด้านความน่าเชื่อถือ นั้นหมายรวมถึงเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการ ซึ่งหัวข้อนี้ มีข้อเสนอแนะ ด้านความปลอดภัยจำนวนมากจากผู้ใช้บริการที่มีการแนะนำเข้ามาเป็นความคิดเห็น ได้แก่ ควรมีการ ประชาสัมพันธ์เป็นระยะในด้านความปลอดภัย ในการใช้สนาม หรือการออกกฎระเบียบ ข้อบังคับ ในการใช้ ความเร็ว ในการปั่นแต่ละเลน กฎการเปลี่ยนเลน การแข่ง เพื่อลดอุบัติเหตุ เพื่อให้การปั่นมีความปลอดภัยมากขึ้น

6.ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีส่วนช่วยส่งเสริมในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและสังคม จูงใจ ให้เกิดแรงผลักดันในเชิงพฤติกรรม การอยากมีส่วนร่วมทางสังคมกับกลุ่มเพื่อน กลุ่มคนในครอบครัว ให้มี กิจกรรมด้านการออกกำลังกายร่วมกัน โดยผู้ให้บริการให้ความคิดเห็นออกมาในเชิงบวก รู้สึก สนุก และมีความสุข ที่ได้ใช้เวลาด้วยกัน และในอนาคตอยากให้มีการจัดกิจกรรมให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สนามปั่นจักรยาน เจริญสุข มงคลจิต เช่น ด้านความรู้ถึงความปลอดภัยจากการปั่น ด้านการเข้มงวดเรื่องกฎ วินัยผู้ปั่น ความเร็ว ระยะทาง เพิ่มกระจกมองหลัง ตามจุดเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุชนกันล้ม เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจ และมีความปลอดภัยให้มากขึ้น

2.ควรมีการศึกษาปัญหาของผู้ใช้บริการอย่างจริงจัง เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในบางจุดของสนาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ให้ดียิ่งขึ้น เช่น จุดเติมลมยางฉุกเฉิน และ จุดเติมน้ำ ต้มฉุกเฉิน ในเลนสนามปั่น เพื่อให้ความพึงพอใจในด้านนี้สูงขึ้นได้อีกในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2549). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ. นนทบุรี ,มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมาราช.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). จิตวิทยาการบริการ.กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ณัฐพงษ์ กิจรุ่งรัตนชัย. (2558). โครงการจัดตั้งการบริหารร้านจักรยานเพื่อ

ประโยชน์จาก สังคม โดยองค์รวม (Option Bike). การค้นคว้าอิสระ ,นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พิบูล ทีปะपाल. (2549). การบริหารการตลาด : ยุคใหม่ ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ อมรการพิมพ์.

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์.(2553). คุณภาพในงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 5).

กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี

สรายุทธ เกศโสภาสฤชดี. (2558).ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดี

ในการใช้บริการพิตเนสเซนเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อุทิศ ศิริวรรณ(ผู้แปล). (2549). การจัดการการตลาด ฉบับเอเชีย. กรุงเทพฯ: บริษัท เพียร์สัน เอ็ด ดูเคชั่น

อีโตไชน่า จำกัด.

Bloemer & Kasper. (1995). The complex relationship between consumer satisfaction and
brand loyalty. Journal of economic psychology,16(2) , 311-329.

Chaudhuri ,A., & Holbrook , M.B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand
affect to brand performance : the role of brand loyalty. Journal of marketing,
65(2) 81-93.

Karolina Ilieska. (2013). Customer Satisfaction Index – as a Base for Strategic Marketing
Management, TEM Journal,2(4), 327-331.

Kotler. (2000). Marketing Management. The Millennium edition. New Jersey: Prentic –
Hall.

Luszczyska, Gibbons, Piko & Tekozel. (2004). Social comparison and perceived peers
behaviors as predictors of nutrition and physical activity: A comparison among
adolescents in Hungary, Turkey, Poland and USA. Psychol. Health, 19.

Tanford, S., Montgomery, R., & Nelson, K. B. (2012). Factors that influence attendance,
satisfaction, and loyalty for conventions. Journal of Convention & Event Tourism,

13(4), 290–318.

Victoria Ateca-Amestoy และคณะ. (2013). Social Interactions and Life Satisfaction: Evidence from Latin America. *Journal of Happiness Studies* 15(3). June 2013.

Ziethaml, Parasuraman & Berry.(2013). ‘Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implications for Future Research’, *Journal of Marketing* 58(January): 111–24.