

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส
การกีฬาแห่งประเทศไทย
SATISFACTION OF TENNIS COURT USERS
SPORTS AUTHORITY OF THAILAND

ละอองดาว สุมา
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Laongdow Suma

E-mail; meawzuza.31@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยภาพรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจการใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยไม่ต่างกันและประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิสการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีสถานภาพ และระดับการศึกษา ที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของการใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส;การกีฬาแห่งประเทศไทย

ABSTRACT

This research study Objective 1) To study the satisfaction of users of tennis courts Sports Authority of Thailand. 2) To study the satisfaction of users of tennis courts Sports Authority of Thailand classified by population factors.

The sample group used in the research was the population who used the tennis court service Sports Authority of Thailand. By using questionnaires as a tool to collect data The statistics used in the analysis are frequency, percentage, mean and standard deviation. Test the hypothesis with the statistical test of the one way ANOVA (One-way ANOVA). By using LSD method.

The hypothesis testing found that the satisfaction of users of tennis courts The sport of Thailand as a whole has a high level of satisfaction. Population using tennis courts Sports Authority of Thailand .With gender, age, status, education level, occupation and income per month that differ Make the satisfaction of using tennis courts Sports of Thailand is not different and the population using tennis courts Sports of Thailand with different status and educational level make the satisfaction of using tennis courts Sports of Thailand is different.

Keyword: satisfaction of tennis court users sports authority of thailand

บทนำ

เทนนิสเป็นกีฬาที่รู้จักกันทั่วโลกและได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน สามารถเล่นได้ทุกเพศทุกวัย เป็นกีฬาที่สามารถพัฒนาสมรรถภาพทางด้านร่างกาย จิตใจและพัฒนาบุคลิกภาพ สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวและการเข้าสังคมได้ดีจึงทำให้กีฬาเทนนิสเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมทั้งเพื่อการออกกำลังกาย รวมไปถึงการให้ความสนใจในการพัฒนาความสามารถ นำไปสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพ

สนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย สนับสนุนให้ประชาชนออกกำลังกายเพราะออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬาช่วยเสริมสร้างทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง การเล่นกีฬาจึงกลายเป็นส่วนสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวันของคนทุกกลุ่ม ทุกสาขาอาชีพ คนไทยในปัจจุบัน หันมาเล่นกีฬา ออกกำลังกายเพื่อรักษาสุขภาพและสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ร่างกาย โดยที่กีฬาเทนนิสเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่ได้รับนิยมนิยมมากในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน สนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย จึงได้มีการอนุมัติโครงการเรียนกีฬาเทนนิสขึ้นมา ซึ่งมีทั้งเรียนรายบุคคล เรียนกลุ่ม และให้ประชาชนทั่วไปไปทำการเช่าสนามเทนนิสเพื่อเป็นการออกกำลังกาย สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อครอบครัว ต่อสังคม และยังเป็นสถานที่ที่นักกีฬาทีมชาติทำการเก็บตัวฝึกซ้อม เพื่อเตรียมความพร้อมลงรายการแข่งขันระดับประเทศ หากผู้ใช้บริการต้องการจะเรียนกีฬาเทนนิส ดังนั้นค่าเช่าสนามเทนนิส จึงมีราคาไม่สูงจนเกินไป ประชาชนทั่วไปสามารถแต่ต้องได้

จากความเป็นมาและปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ว่ามีความพึงพอใจระดับไหน มากหรือน้อย จากผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้บริการและการเรียนกีฬาเทนนิส ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการของเจ้าหน้าที่และโอกาสการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย
2. เพื่อให้สนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้นำผลการผลศึกษาวิจัยครั้งนี้ ในด้านประชากร ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาบริการ เพื่อให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด

ตัวแปรศึกษาในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านค่าบริการ

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกความพึงพอใจการใช้บริการ ออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

Kotler (2000) อ้างใน หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคล ซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบแต่งกายที่สะอาด สุภาพ เรียบร้อยถูกต้องตามกฎระเบียบขององค์กร และการทำงานของเจ้าหน้าที่ตามที่เห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง ดังนั้นระดับความพอใจจึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่างการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ การทำงานที่มองเห็น และความเข้าใจกับความคาดหวัง หากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของเจ้าหน้าที่ว่าต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้บุคคลนี้เกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) แต่หากระดับของการเห็นและความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ว่าตรงกับความคาดหวังบุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของเจ้าหน้าที่ว่าสูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจ (Delight) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าและประชาสัมพันธ์ถึงการบริการของเจ้าหน้าที่ต่อบุคคลอื่นต่อไป

ด้านสถานที่

สุวิภา รักษ์วงศ์ตระกูล (2560) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ คุณค่าที่ผู้ใช้บริการได้รับจาก ความคาดหวังในการใช้สถานที่บริการ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในคุณภาพของสถานที่บริการ กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ถ้าคุณภาพของสถานที่บริการเท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวังของผู้ใช้ บริการ จะถือว่าเป็นความพึงพอใจ แต่ถ้าคุณภาพของสถานที่บริการต่ำกว่าความคาดหวังผู้ใช้บริการจะไม่พึงพอใจ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สุณิสา จวงจันทิก (2553) ความพึงพอใจคือความรู้สึก การรับรู้ ความคิดเห็นของบุคคลที่ตอบสนอง ต่อวัตถุประสงค์ของสิ่งอำนวยความสะดวก สถานการณ์ หรือตัวบุคคล หรือสิ่งใดๆ โดยการเปรียบจากสิ่งที่คาดหวังไว้และผลที่ออกมาจะมีทั้งด้านบวก และด้านลบขึ้นอยู่กับความต้องการและความปรารถนาของแต่ละคน ความพึงพอใจสามารถนำมาวัดผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรด้วยเครื่องมือต่างๆสามารถทำงานได้เป็นอย่างไรบ้าง ความพึงพอใจจึงมีความสำคัญต่อองค์กรมาก เพราะความพึงใจทำให้ทราบถึงสิ่งที่จะตอบสนองให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เกิดความภักดีต่อสินค้า เพื่อนำไปพัฒนาสินค้าและบริการต่อไป

ด้านค่าบริการ

มริษา ไกรฐ (2552) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจการบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลกระทบนั้นๆ ซึ่งการบริการที่ดี จะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้ที่แสดงความจำนงให้ตรงกับค่าบริการที่ลูกค้านั้นได้ชำระเงิน ซึ่งเหมาะกับความต้องการหรือเกินคาด พร้อมทั้งทำให้ลูกค้าดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกันพร้อมการกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือเป็นการบอกต่อลูกค้าคนอื่นๆให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกวรรณปิยานุวัฒน์กุล (2555) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (7P's) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือบุคคลภายนอก นักเรียน นิสิต นักศึกษา และบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน ที่เข้ารับบริการจากสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสนจำนวน 150 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Convenience or Accidental sampling) โดยใช้แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์หา ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาคือด้านที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านราคา ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมทางการตลาด
2. ผู้ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุอยู่ในช่วงอายุ 20-28 ปีเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา สถานภาพโสด
3. ผู้ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟเข้ามาใช้บริการในช่วงเวลา 16.00 -18.00 น. บ่อยที่สุดและมีความถี่ในการมาใช้บริการนานๆครั้ง

เฉลิมพล เป็นมงคล (2555) ได้การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม การศึกษาปัญหาพิเศษนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสนามหญ้าเทียม โดยมีการศึกษาทั้งหมด 8 ด้าน คือ ด้านความต้องการส่วนบุคคล ด้านความตั้งใจที่จะใช้ด้านระดับความจุใจ ด้านประสบการณ์ในสินค้านั้น ด้านราคา ด้านความเป็นเหตุเป็นผลของข่าวสารจากภายนอก ด้านการได้รับการสนับสนุนความคิดจากกลุ่มคนภายนอกและด้านอิทธิพลจากภายนอกทั้งทางตรงและทางอ้อม จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.71 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.47 โดยด้านความพึงพอใจมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ด้านระดับของการจุใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.83 ด้านความต้องการส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 และด้านความตั้งใจที่จะใช้มีค่าเท่ากับ 4.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 ตามลำดับ

สมนึก แก้ววิไล (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย

ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออกกำลังกาย เปรียบเทียบ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความรู้และปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ได้แก่ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย การรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย การรับรู้อุปสรรคของการออกกำลังกาย การรับรู้ภาวะสุขภาพ การรับรู้ความสามารถแห่งตน แรงสนับสนุนทางสังคม และแรงสนับสนุนทางสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการออกกำลังกาย รวมถึงปัจจัยที่สามารถร่วมกันในการทำนายพฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ปีการศึกษา 2551 จำนวน 600 คน ซึ่งได้มาจากการคำนวณหาขนาดของตัวอย่างจากสูตรของ YAMANE และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผลการศึกษาพบว่า

1. นักศึกษาระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมการออกกำลังกาย ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย การรับรู้อุปสรรคของการออกกำลังกาย การรับรู้ภาวะสุขภาพ แรงสนับสนุนทางสังคม และแรงสนับสนุนทางสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย และการรับรู้ความสามารถแห่งตน อยู่ในระดับสูง

2. นักศึกษาระดับปริญญาตรี มีเพศ คณะที่ศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการออกกำลังกายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

4. การรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย การรับรู้ภาวะสุขภาพ การรับรู้ความสามารถแห่งตน แรงสนับสนุนทางสังคม และแรงสนับสนุนทางสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการรับรู้อุปสรรคการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยที่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ได้แก่ การรับรู้ความสามารถแห่งตน การรับรู้อุปสรรคของการออกกำลังกาย เพศ คณะที่ศึกษา การรับรู้ภาวะสุขภาพ และแรงสนับสนุนทางสังคม ร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 23.40

สมมุติฐานการวิจัย

ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย มีลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ระดับความพึงพอใจในการใช้สนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้สนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยโดยผู้วิจัยจะทำการกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้มาใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ยอดเฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ 1,500 คน จึงกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูป ทาโร ยามาเน่ (Yamane) โดยขนาดกลุ่มประชากร คือผู้ที่มาใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ 316 ตัวอย่าง

2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้สนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยจะศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านค่าบริการ และได้ศึกษาปัจจัยด้านประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ประชากรกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้มาใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ยอดเฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ 1,500 คน จึงกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูป ทาโร ยามาเนะ (Yamane) โดยขนาดกลุ่มประชากร คือผู้ที่มาใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ 316 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและผลการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม แล้วเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจเป็นลักษณะแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด โดยผู้วิจัยมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากร ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องตอบคำถาม 6 ข้อ คือด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้สนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านค่าบริการ ซึ่งมีจำนวนคำถามทั้งหมด 12 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามการให้คะแนน 5 ระดับ โดยเกณฑ์การให้คะแนนในการตีความหมายดังต่อไปนี้ พึงพอใจน้อยที่สุด = 1 พึงพอใจน้อย = 2 พึงพอใจปานกลาง = 3 พึงพอใจมาก = 4 และพึงพอใจมากที่สุด = 5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อนำไปพัฒนาและการให้บริการที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรซึ่งเป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) ซึ่งเป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามสภาพธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (CrossSectional Studies) คือการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เพียงครั้งเดียวโดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 316 ชุด โดยผู้วิจัยได้กำหนดระดับความมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย สามารถสรุปผลจากการวิจัยดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยภาพรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านก็ยังคงมีระดับความพึงพอใจมากทั้ง 4 ด้าน

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

2.1 ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจไม่ต่างกัน

2.2 ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มีสถานภาพ และระดับการศึกษา ที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจ ต่างกัน

3. ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ส่วนมากจะเป็นการเสนอแนะเรื่องการสร้างหลังคา การทำความสะอาดการเก็บขยะหลังจากที่การกีฬาแห่งประเทศไทยเสร็จสิ้นจากงานกิจกรรม และขยายเวลาเปิด-ปิดการให้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่พิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1.1 ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า โดยส่วนใหญ่ประชากรผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือการแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อยซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2000) อังโน หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบแต่งกายที่สะอาด สุภาพ เรียบร้อยถูกต้องตามกฎระเบียบขององค์การ และการทำงานของเจ้าหน้าที่ตามที่เห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง ดังนั้นระดับความพอใจจึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่างการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ การทำงานที่มองเห็น และความเข้าใจกับความคาดหวัง หากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของเจ้าหน้าที่ว่าต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้บุคคลนี้เกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) แต่หากระดับของการเห็นและความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ว่าตรงกับความคาดหวังบุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของเจ้าหน้าที่ว่าสูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจ (Delight) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าและประชาสัมพันธ์ถึงการบริการของเจ้าหน้าที่ต่อบุคคลอื่นต่อไปและสอดคล้องกับแนวคิดของภานุเดช เพ็ญความสุข และคณะ (2558) ได้กล่าวถึงลักษณะของความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกทางบวกของบุคคลหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจะรับรู้ความพึงพอใจที่รู้สึกได้ในขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

1.2 ด้านสถานที่สนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าโดยส่วนใหญ่ประชากรผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย มีระดับความพึงพอใจมากคือสนามมีคุณภาพได้มาตรฐานซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุวิภา รักษ์วงศ์ตระกูล (2560)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ คุณค่าที่ผู้ใช้บริการได้รับจากความคาดหวังในการใช้สถานที่บริการ ซึ่งเป็น การเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในคุณภาพของสถานที่บริการ กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ถ้าคุณภาพ ของสถานที่บริการเท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริหาร จะถือว่าเป็นความพึงพอใจ แต่ถ้า คุณภาพของสถานที่บริการต่ำกว่าความคาดหวังผู้ใช้บริการจะไม่พึงพอใจและสอดคล้องกับแนวคิดของ Vroom (1964) อ่างใน เบญชญา แจ้งเวชฉาย (2559) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่ บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสถานที่แห่งนั้น ทฤษฎีด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และ ทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจในตนเองและสอดคล้องกับแนวคิดของ Spector (1987) กล่าวว่า ความพึงพอใจคือ ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการประเมินผล หรือการเปรียบเทียบความ แตกต่าง ระหว่างสถานที่ที่แต่ละบุคคลคาดหวัง และผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงและสอดคล้องกับแนวคิด ของ Lam & Zhang (1999) อ่างใน สุณิสสา จวงจันทิก (2553) ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่าถ้าหากผู้ใช้บริการรู้ถึง ความต้องการของลูกค้าเมื่อนั้นลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจที่แท้จริง การรับรู้ด้านบวกที่ได้จากการบริการคือ ความพึงพอใจหรือคุณภาพ ในธุรกิจการท่องเที่ยวคุณภาพการบริการมีความสำคัญมากขึ้น เพราะความ ต้องการของลูกค้ามีเพิ่มมากขึ้น ก็ทำให้ธุรกิจด้านนี้ขยายเพิ่มขึ้นด้วย และถ้าสามารถสนองต่อความต้องการ ของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดได้ ซึ่งสิ่งนี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ แต่ การปรับปรุงคุณภาพการบริการต้องมีความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริงๆก่อนที่จะแก้ไข ปรับเปลี่ยน สินค้าและบริการ หากแก้ไขไปแล้วไม่ตรงจุดก็ไม่เกิดประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ดังนั้นก่อนที่จะ แก้ไข ปรับปรุงสินค้าและบริการ ต้องทำการวัดคุณภาพสำรวจหาความต้องการของลูกค้าก่อน SERVQUAL Model จึงเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพและหาช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ที่ มีต่อการบริการจริง ผลที่ได้สามารถนำไปปรับปรุงสินค้าและบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

1.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับ ความพึงพอใจมากซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าโดยส่วนใหญ่ประชากรผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย มีระดับความพึงพอใจมากคือมีความสะดวกในการเข้าถึงการใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุณิสสา จวงจันทิก (2553) ความพึงพอใจคือความรู้สึก การรับรู้ ความคิดเห็นของบุคคลที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของสิ่ง อำนวยความสะดวก สถานการณ์ หรือตัวบุคคล หรือสิ่งใดๆ โดยการเปรียบจากสิ่งที่คาดหวังไว้และผลที่ ออกมาจะมีทั้งด้านบวก และด้านลบขึ้นอยู่กับความต้องการและความปรารถนาของแต่ละคน ความพึงพอใจ สามารถนำมาวัดผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์การด้วยเครื่องมือต่างๆสามารถทำงานได้เป็นอย่างไร บ้าง ความพึงพอใจจึงมีความสำคัญต่อองค์การมาก เพราะความพึงใจทำให้ทราบถึงสิ่งที่จะตอบสนองให้ ลูกค้าเกิดความประทับใจ เกิดความภักดีต่อสินค้า เพื่อนำไปพัฒนาสินค้าและบริการต่อไปและสอดคล้องกับ แนวคิดของ พัชรีย์ สุกุรัตน์ศักดิ์ (2554) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจในการบริการเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของ ผู้รับบริการต่อการบริการ และความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการที่ได้อำนวยความสะดวกให้กับ ผู้รับบริการ ซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสองลักษณะมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการ และ การดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จเพื่อสร้างและรักษาความรู้สึที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้อง

1.4 ด้านค่าบริการสนามเทนนิสการกีฬาแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าโดยส่วนใหญ่ประชากรผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย มีระดับ ความพึงพอใจมากคือเวลาเปิด - ปิดให้บริการมีความเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของมริษา ไกรรู (2552) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจการบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลกระทำ นั้นๆ ซึ่งการบริการที่ดี จะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้ที่แสดงความจำนงให้ตรงกับ ค่าบริการที่ลูกค้าได้ชำระเงิน ซึ่งเหมาะกับความคาดหวังหรือเกินคาด พร้อมทั้งทำให้ลูกค้าดังกล่าวเกิด

ความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกันพร้อมการกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือเป็นการบอกต่อลูกค้าคนอื่น ๆ ให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้นและสอดคล้องกับแนวคิดของ (Kotler, 1998) อ่างใน มริชา ไกรรุ่ง (2552) การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอขายให้อีกฝ่ายหนึ่งโดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนามธรรม ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้าทั่วไป ดังนั้นการบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขาย การปฏิบัติงาน หรือการกระทำใดๆ ให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคจะมีได้ครอบครองการบริการนั้นๆ เหมือนการครอบครองสินค้าและสอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman และ Kanuk (1987) อ่างใน จาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา (2559) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา การซื้อ การใช้ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์การบริการ และแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ เป็นการศึกษากการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน ทั้งเวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไม่ต้องซื้อ ซื้อเมื่อไร ซื้ออย่างไร ซื้อที่ไหน และซื้อบ่อยแค่ไหน

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามประชากรด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ต่อเดือนสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีเพศ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจการใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยโดยภาพรวมไม่ต่างกันซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างมีความต้องการที่จะใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อออกกำลังกายและความต้องการทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วศิณ สันทรภรณ์ (2557) ได้กล่าวว่าปัจจัยทางด้านประชากร เป็นสิ่งที่แสดงถึงความแตกต่างของผู้บริโภคในด้านเพศ ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความคิด ค่านิยม ความเชื่อ และประสบการณ์ ของแต่ละบุคคลนั้น ๆ ด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดของภัทรธัญญ์ พิริยะสนัทธ์ (2558) ให้แนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ โดยศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ เนื่องจากเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการกำหนดตลาดเป้าหมายขององค์กรได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับแนวคิดของ ภัทรธีรา ประพฤติธรรม (2559) อ่างใน อาภัสรา โสวระภาพ (2560) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยที่นำมาใช้ศึกษากันมากที่สุดในส่วนแบ่งการตลาดตามกลุ่มผู้บริโภค โดยอาศัยตัวแปรศึกษา เพศ ซึ่งนักการตลาดนำมาวางแผนกำหนดกลยุทธ์สร้างความต้องการจูงใจ ให้ผู้บริโภคอยากใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่บริษัทนำเสนอเพื่อให้เข้าถึงและตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงมากที่สุด เพราะจะทำให้เกิดการตลาดนั้นสามารถประเมินขนาดของตลาดเป้าหมายได้ตามสัดส่วนที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยที่มี อายุ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจการใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยโดยภาพรวมไม่ต่างกันซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ไม่ว่าจะอายุจะอยู่ในช่วงวัยไหน ย่อมมีความต้องการที่จะเรียนรู้การเล่นกีฬาเทนนิส รวมถึงการออกกำลังกาย และการเข้าสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hanna และ Wozniak (2001) อ่างใน วรธรรมณ จันทิษฐ์ (2552) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากร (Demographic) ด้านอายุ เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาเพื่อแบ่งส่วนตลาด โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบ และอัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภค ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีหน่วยงานจำนวนมากได้รวบรวมไว้ การนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ประโยชน์จึงทำได้โดยง่าย อีกทั้งยังสะดวกต่อการวัดและประเมินผลอีกด้วย นอกจากนี้ นักการตลาดสามารถนำผลการวิจัยเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ที่มีผู้ศึกษาไว้แล้วมาประยุกต์ใช้กับสินค้าของตนได้อีกด้วย เช่น ผลการศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางจิตวิทยาระหว่างวัยรุ่นและวัยทำงานช่วยให้เกิดการตลาดเห็นโอกาสในการขายสินค้าสำหรับกลุ่มวัยรุ่น โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวัยรุ่นจะมีพฤติกรรมตามความพอใจ (Hedonic behavior) ชอบแสวงหาความหลากหลาย ชอบการเปลี่ยนแปลง ไม่กลัวที่จะเสี่ยง ไม่สนใจเรื่องราคา และกล้าที่จะทดลองใช้สินค้าใหม่ๆ ที่ทันสมัย ตามกระแสแฟชั่น ส่วนกลุ่มคนวัยทำงานจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาถูก เพราะกลุ่มคนวัยทำงานจะตระหนักถึงการใช้จ่ายเงินมากกว่ากลุ่มคนวัยรุ่นและสอดคล้องกับแนวคิดของ Swenson (1992) อังโนวีระพงษ์ ภูสว่าง (2560) กล่าวว่า แนวความคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรด้านอายุ เป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงกับความต้องการสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่มีปัจจัยเหมือนกันให้แยกออกมาจากตลาดขนาดใหญ่ซึ่งเต็มไปด้วยผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกัน โดยเรียกกลยุทธ์นี้ว่า “การแบ่งส่วนตลาด”

2.3 ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มีสถานภาพต่างกันทำให้ความพึงพอใจการใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรที่มาใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย นั้นมีความต้องการที่คล้ายๆกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ลักษณะนาราชพัชรสิน(2553) ให้ความหมายจากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ ซึ่งเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการ สามารถนำไปกำหนดตลาดเป้าหมายได้ เช่นกลุ่มคนโสด จะมีอิสระในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายกว่าคนมีครอบครัว เนื่องจากคนที่มีครอบครัวมักจะมีค่านึงถึงประโยชน์ของสินค้าว่ามีคุณภาพการใช้งานได้ทั้งครอบครัวหรือไม่และสอดคล้องกับแนวคิดของ นัทธมน เดชประภัสสร (2558) ให้ความหมายประเภทของสภาพสมรรถนะต่อการตัดสินใจของบุคคลด้านสถานภาพ เช่น คนโสดมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว นอกจากนี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยผู้บริโภค ส่งผลให้ลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายทางการตลาดมาตลอด ซึ่งจะให้ความสนใจในจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง รวมถึงการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในครัวเรือน เพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

2.4 ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน ให้ความความพึงพอใจการใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยโดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย นั้นมีระดับการศึกษาที่ต่างกัน ย่อมส่งผลให้การตัดสินใจการใช้บริการและการประเมินความพึงพอใจหลังการใช้บริการนั้นย่อมแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Mcintosh; & Goeldner.1986) อังโน พรพิมล คงฉิม (2554) ได้ระบุลักษณะสัดส่วนบุคคลด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า เลือกใช้บริการ ความแตกต่างทางด้านการศึกษา จะมีการเลือกซื้อสินค้า หรือการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันและสอดคล้องกับแนวคิดของ ปิยบุตร ชัยสวัสดิ์ (2560) การศึกษา (education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนที่มีความคิดค่านิยมทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับข่าวสาร เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจการสื่อสารได้ดี แม้แต่การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หรือการเลือกใช้บริการ โดยมีหลักฐานหรือเหตุผลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ

2.5 ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มีอาชีพต่างกัน ให้ความความพึงพอใจการใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ไม่ต่างกันซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย นั้นมีอาชีพที่ต่างกัน แต่ก็ยังคงเลือกการออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬาเทนนิส ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์(2541) อังโน พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ได้กล่าวไว้ว่า การแบ่งส่วนประสมทางการตลาดตามตัวแปรด้านอาชีพ เป็นลักษณะสำคัญที่สถิติวัดได้ของประชากรชายในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกัน เนื่องจากอาชีพของแต่ละคน

ที่ไม่เหมือนกันและสอดคล้องกับแนวคิดของ ศรีวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2538) อ่างใน วิไลวรรณ บุญวิเชียต (2556) กล่าวว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ ประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น

2.6 ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจการใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทยโดยรวมไม่ต่างกันซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย นั้นมีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันแต่มีความสามารถในการเลือกใช้บริการด้านการเรียนกีฬาเทนนิส การออกกำลังกายที่สนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุดาตวง เรืองรุจิระ (2541) อ่างใน วิไลวรรณ บุญวิเชียต (2556) กล่าวถึงรายได้คือส่วนแบ่งการตลาดซึ่งเป็นการแบ่งตลาดตามรายได้ เนื่องจากได้ตลาดขนาดใหญ่และสามารถวัดค่าได้ดี และสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2541) อ่างใน วิไลวรรณ บุญวิเชียต (2556) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ มีความสำคัญต่อการตลาดเพราะเกี่ยวพันอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางรายได้ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่และตลาดอื่นก็จะหมดไปหรือลดความสำคัญลง

3. ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย จะแสดงข้อคิดเห็นเรื่องการสร้างหลังคา การทำความสะอาดการเก็บขยะหลังจากที่การกีฬาแห่งประเทศไทยเสร็จสิ้นจากงานกิจกรรม และขยายเวลาเปิด-ปิดการให้บริการ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์สำหรับสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านประชากร

จากการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย แสดงให้เห็นว่า

1. ประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มีปัจจัยด้านสถานภาพ และระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจการใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ต่างกัน และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจการใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ต่างกัน

ดังนั้นหัวหน้างานบริการกิจกรรมกีฬาจึงไม่จำเป็นต้องสนใจกับปัจจัยประชากรด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย ดังนั้นสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย จำเป็นต้องบริหารจัดการด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา เพื่อตอบสนองต่อประชากรที่มีสถานภาพและระดับการศึกษาที่หลากหลายให้เกิดความพึงพอใจและสู่ความประทับใจอย่างสูงสุด

2. ผลการศึกษางานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย พบว่าด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ดังนั้นหัวหน้างานบริการกิจกรรมกีฬา ยังคงต้องให้ความสำคัญด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และควรมีการจัดอบรมพัฒนาบุคลากร/เจ้าหน้าที่ประจำจุดบริการ เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการด้วยความสุภาพอัธยาศัยดี เป็นมิตร คอยเอาใจใส่ให้คำแนะนำตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน รวดเร็วและเหมาะสม รวมถึงการแต่งกายที่สะอาด สุภาพ เรียบร้อย ถูกต้องตามระเบียบของการกีฬาแห่งประเทศไทย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ซึ่งอาจจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามเทนนิสการกีฬาแห่งประเทศไทย เช่น ปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกเรียนกีฬาเทนนิส

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชากรที่ใช้บริการสนามเทนนิส การกีฬาแห่งประเทศไทย เท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่หลากหลายยิ่งขึ้น ควรขยายขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาและให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น ผู้ใช้บริการสนามเทนนิส มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อที่จะได้ศึกษาความแตกต่างทางสังคม ค่านิยม ความคิด และเจ้าหน้าที่บริการ ของประชากรที่ทำการศึกษากการ

เอกสารอ้างอิง

- จาริณีอิศรางกูร ณ อยุธยา. (2559). ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นัทธมน เดชประภัสสร. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมทางอินเทอร์เน็ต. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญชญา แจ่มเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปิยบุตร ชัยสวัสดิ์. (2560). ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสถาบันทันตกรรมกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. สารนิพนธ์ ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรประภา ไชยอนุกุล. (2557). คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พรพิมล คงฉิม. (2552). การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม. เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด. เป็นส่วนหนึ่งการศึกษา การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรี สกุรัตน์ศักดิ์. (2554). การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินในซอยวัดคงคา จังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรดนัย พิริยะธนาภัทร. (2558). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE). การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาณุเดช เพ็ญความสุข และคณะ. (2558). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. งานวิจัยสนับสนุนจากสำนักงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- มริษา ไกรงู. (2552). ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำเส้นทางกรณีศึกษา : สายกรุงเทพ – เพชรบุรี (หมายเลขเส้นทางเดินรถ73) การศึกษาเฉพาะบุคคล บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ลักษณะนาราชพันวาราสิน.(2553). *เปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค ไอศกรีมวอลล์ และ ไอศกรีมเนสเล่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณมน จันทิษฐ์. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วศิน สันทรณ. (2557). *ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ระดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์*. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิไลวรรณ บุญวิเศษ. (2556). *การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้าน วิชาบูชายุ สาขาสยามสแควร์*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วีระพงษ์ ภู่อ่าง. (2560). *ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและเครื่องดื่มชุมชนตรอกหลังวัง กรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุณิสสา จวงจันทิก. (2553). *การศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริการในหอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา*. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวิภา รักษ์วงศ์ตระกูล. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเรียกรถโดยสารTaxi ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน Grab ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- หทัยรัตน์ บันลือ. (2556). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อาภัสรา โสวะภาพ. (2560). *กระบวนการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้าน เดอะเคเค คาเฟ่ ของพนักงาน บริษัท ไทย เคเค อุตสาหกรรม จำกัด*. การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.