

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬา
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

SATIS FACTION OF USERS OF THE 4 GYMNASIUMS OF THE SPORTS OFFICE
RAMKHAMHENG UNIVERSITY

นางสาวดุษฎี ชาติไทย
รองศาสตราจารย์จรีพร ศรีทอง

บทความ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง 2) เพื่อนำข้อมูลที่ทำกรวิจัยมาพัฒนา ปรับปรุง การให้บริการโรงยิมเนเซียม ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยเรื่องนี้จะทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติในการใช้วิเคราะห์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียน นักศึกษา บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง และประชาชนทั่วไปจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) ตามวิธีของ Likert Scale โดยกำหนดมาตราส่วนไว้ 5 ระดับ สำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติ สถิติพรรณนา (descriptive statistics) คือการบรรยายคุณสมบัติของกลุ่ม ตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation—S.D.) และสถิติอ้างอิง (inferential statistics) คือ สถิติที่นำคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างเพื่ออ้างอิงประชากร โดยการทดสอบ Hypothesis ได้แก่ ค่า t-test, ค่า One-way ANOVA ในการทดสอบตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง อายุ 26-30 ปี มีอาชีพบุคคลทั่วไป มีรายได้ (บาทต่อเดือน) คือ 10,001-30,000 บาท วุฒิการศึกษาปริญญาตรี ข้อมูลได้พฤติกรรมมี 4 ด้าน 1.ช่วงเวลาเข้าใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 59.5 2. ความถี่ในการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 99 3.การตัดสินใจใช้บริการ 97.0 4. รูปแบบการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 90.5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงมี 3 ด้าน 1. ด้านโรงยิมเนเซียม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 2. ด้านอุปกรณ์การให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 3. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ รายได้ วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 ไม่มีความสัมพันธ์กัน พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกันผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์ กล่าวคือ พฤติกรรมผู้ให้บริการ (ด้านโรงยิมเนเซียม ด้านอุปกรณ์การให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ) ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง

คำสำคัญ ความพึงพอใจ

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรมีส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนางานด้านบริการเป็นอย่างมาก เพราะองค์กรถือเป็นแกนหลักในการกำหนดแนวทางการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า และเทคนิคการพัฒนาระบบงานขององค์กรให้เกิดความสะดวกสบายต่อผู้ใช้บริการ มีดังนี้ จัดระบบการทำงานให้เกิดความคล่องตัว องค์กรควรปรับลดขั้นตอนที่ยุงยากให้ง่ายขึ้น เพื่อสร้างการบริการที่สะดวกรวดเร็ว เบื้องหลังความสำเร็จทางธุรกิจ เรามักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ เช่นงานประชาสัมพันธ์ งานต้อนรับ งานฝ่ายการตลาด เป็นต้น เพราะถ้าบริการดี ลูกค้าเกิดความประทับใจ ยอดขายก็จะเพิ่มขึ้น อีกทั้งการบริการยังถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กรว่าการบริการจะดีหรือไม่ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับตัวและอีกส่วนขึ้นอยู่กับความใส่ใจขององค์กรที่จะพัฒนางานด้านบริการนี้ขึ้นมา (เว็บไซต์ <https://th.jobsdb.com/th-th/articles, 2562>)

การให้บริการที่ดี ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาการบริการโรงแรมเนเชียม ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งมีนักเรียน นักศึกษา บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง และบุคคลทั่วไป มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการจัดทำ การให้บริการที่ดี ให้ได้มาตรฐานสากล สามารถรองรับความต้องการของผู้มาใช้บริการได้เกิดความพึงพอใจสูงสุดสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้ตระหนักถึงความสำคัญเรื่องสุขภาพของนักเรียน นักศึกษา บุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหง และบุคคลทั่วไป ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงมหาวิทยาลัยฯ ให้มีโอกาสได้ใช้โรงแรมเนเชียมในการออกกำลังกาย เพื่อตอบสนองนโยบายของมหาวิทยาลัยฯ ในการสร้างเสริมสุขภาพที่ดี ทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ งานบริการก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งการให้บริการตามที่ **ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545: 66)** ได้กล่าวว่า การที่จะช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพดีขึ้น คือ การพิจารณา และปรับโครงสร้างของการบริการ ซึ่งจะวิเคราะห์ถึงวิธีการ ระยะเวลา และขั้นตอนทั้งหมดของกระบวนการให้บริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการบริการโรงแรมเนเชียมของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อนำข้อมูลนี้มาเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงให้สอดคล้องกับความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการ อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเนเชียม ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง
- 2) เพื่อนำข้อมูลที่ทำการศึกษาวิจัยมาพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการโรงแรมเนเชียม ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ รายได้ วุฒิการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเนเชียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่

แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 ไม่มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ผู้ที่มีลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ วุฒิการศึกษา แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเนเชียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่ไม่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความแตกต่างทางลักษณะส่วนบุคคล แต่ก็เคยเข้าใช้บริการแล้วทุกคน จึงมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเนเชียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเนเชียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์ กล่าวคือ พฤติกรรมผู้ใช้บริการ (ด้านโรงแรมเนเชียม ด้านอุปกรณ์การให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ) ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเนเชียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยภาพรวมมีความแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ สอดคล้องกับ วีรกาญจน์ สินธุวงษานนท์ (2546 หน้า 8) ทำการศึกษาเพื่อทราบถึงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการของศูนย์กีฬาในร่ม การกีฬาแห่งประเทศไทย ปี 2545 ผลการศึกษา พบว่า

1. ผู้ที่มาใช้บริการมีความคิดเห็นด้านสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก
2. ผู้มาใช้บริการมีความคิดเห็นด้านผู้ฝึกสอน อยู่ในระดับมาก
3. ผู้มาใช้บริการมีความคิดเห็นด้านการจัดการ อยู่ในระดับมาก

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเนเชียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง กำหนดขอบเขตไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้การศึกษา คือ ผู้ที่ใช้บริการโรงแรมเนเชียม ประกอบด้วย นักเรียน นักศึกษา บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง และบุคคลทั่วไป
2. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาศึกษาในช่วงเดือน สิงหาคม 2562 – พฤศจิกายน 2562
3. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น

ข้อมูลส่วนบุคคล

- เพศ
- อายุ
- อาชีพ
- รายได้
- การศึกษา

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

- ช่วงเวลาเข้าใช้บริการ
- ความถี่ในการใช้บริการ

- การตัดสินใจใช้บริการ
- รูปแบบการใช้บริการ

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัย
รามคำแหง

- ด้านโรงยิมเนเซียม
- ด้านอุปกรณ์การให้บริการ
- ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

แนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จากเอกสารและผลงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อเป็นพื้นฐานแนวทาง และกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบ่งเนื้อหา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
2. คุณภาพการบริการ
3. สภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ดี
4. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค
5. แนวคิดความพึงพอใจ
6. ความเป็นมาของสำนักกีฬา มหาวิทยาลัยรามคำแหง
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ทวี เจริญ (อ้างถึงใน วิมลชัย คำปู้ย, 2536, หน้า 8) กล่าวว่า ความคิดเห็นที่เป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึกที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งอาจเป็นบุคคล กลุ่มคน หรือสถานการณ์ เป็นต้น ความคิดเห็นอาจจะเป็นทางเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยกับสิ่งนั้นก็ได้

เรืองวิทย์ แสงรัตน (อ้างถึงใน เรืองชัย สาหนนท์, 2541, หน้า 7) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการพูด หรือการเขียนโดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อม ซึ่งการแสดงความคิดเห็นนี้อาจจะได้รับการยอมรับ หรือการปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้

คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอน ในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก ไม่สามารถจับเก็บไว้ได้ต้องทำการผลิตขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการดังนั้นในขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการและมีการส่งมอบ

บริการนั้นจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจนักการตลาดจึงต้องทำการศึกษา

ระดับคุณภาพการบริการ

ในการซื้อสินค้าบริการแต่ละครั้งลูกค้ามักจะไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าบริการได้อย่างแท้จริง ดังนั้นลูกค้ามักจะใช้เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ 5 ข้อหลัก ดังนี้ (วิทยา ดำนังอรกุล, 2547)

1. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้
2. การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสียหาย อันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ
3. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการ เพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ดังนี้ การให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ
4. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) การจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขายและหลังการขาย มีดังนี้ ให้ความสำคัญในลูกค้าเป็นส่วนตัว ให้บริการอย่างเอาใจใส่ถึงผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ
5. รูปลักษณ์ (Tangibles) ความมีรูปลักษณ์ขององค์กรและผู้ให้บริการ มีดังนี้ อุปกรณ์ทันสมัย เทคโนโลยีสูง ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ และความสะอาดที่ให้บริการทั้งองค์กร และผู้ให้บริการ

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่เป็นเลิศ ทั้งในด้านองค์กร คุณภาพการบริการ ผู้ศึกษาเห็นว่าองค์กรจะต้องตระหนักถึงความพอใจ ความมั่นใจและเชื่อถือได้ในการบริการที่ได้รับของลูกค้าเป็นสำคัญ ในส่วนขององค์กรจะต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลาตามสิ่งแวดล้อม มีการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า การบริหารพนักงานให้ทุกคนในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้ามีส่วนช่วยเสนอแนะปรับปรุงการให้บริการลูกค้า มีการบริหารองค์กรภายในที่จะต้องมีการกำหนดกลยุทธ์การตลาด วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าเพื่อให้สามารถส่งมอบบริการที่ตรงหรือเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างสม่ำเสมอ หรือเรียกว่าการให้บริการที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง ก็จะก่อให้เกิดความภักดีของลูกค้า ส่งเสริมกำไรให้สูงขึ้น

สมชาติ กิจยรรยง (2536 หน้า 42) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้น ผู้ที่จะให้การบริการ จึงควรมีคุณสมบัติที่จะสามารถจะอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

John D. Millett (อ้างถึงใน เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธ์ 2536, หน้า 14-15) กล่าวว่าเป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชนโดยมีหลักแนวทางคือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (time service) หมายถึง การให้บริการที่ต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงต่อเวลาผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผล ถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรม ให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือ หยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงานกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่ ทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ความสำคัญของการให้บริการ

การให้บริการที่เป็นเลิศและมีคุณภาพ จะต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน

การให้บริการสามารถกระทำได้ ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยรับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กรรวมทั้งผู้บริหาร ขององค์กรนั้น ๆ

การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่น ๆ ในโอกาสหน้า (สมชาติ กิจยรรยง 2536 หน้า 15)

หลักการสำคัญในการให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่อนำสู่ความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าหรือผู้ที่ใช้บริการ ดังนี้

1. การเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะได้รู้ถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อที่จะได้เข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างง่าย ๆ

2. การรู้จักวิธีติดต่อสื่อสารที่ดี การติดต่อสื่อสารที่ดีทั้งภาษาคำพูดและที่ไม่ใช่ภาษาคำพูด หรือที่เรียกว่า ภาษาท่าทางอวัจนภาษา

3. ควรมีความร่าเริง คือ การที่ให้บริการมีการแสดงออกต่อหน้าลูกค้า การแสดงที่ดีก็คือ การมีกิจกรรมร่าเริงที่ตนเอง ซึ่งแสดงออกทั้งการพูด การนั่ง การยืน การเดิน หรือการแสดงออกด้วยภาษากาย

4. การมีความรับผิดชอบ ต่อไปนี้เป็นสูตรสำเร็จในการแสดงถึงความรับผิดชอบในการทำงาน และเป็นการเพิ่มผลผลิตในการทำงาน

5. ความสามารถรอบรู้ ผู้ให้บริการที่ดีจะต้องมีความสามารถรอบรู้ต่าง ๆ เพราะความรู้ทำให้เกิดทัศนคติที่ดี ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการทำงานติดตามมา และจะทำให้เกิดขวัญกำลังใจที่ดีด้วย

6. การมีความน่าเชื่อถือ การที่ผู้มีหน้าที่ในการให้บริการจะมีความเชื่อถือได้นั้นคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งที่สำคัญในการทำหน้าที่บริการปัญหาที่อยู่ที่ว่าทำอย่างไรจึงจะทำให้ลูกค้าหรือผู้ที่กำลังติดต่อเกิดความศรัทธาและเชื่อถือ

7. ความน่าไว้วางใจ นอกจากทำให้คนเชื่อถือหรือเชื่อมั่นแล้วผู้ที่ทำหน้าที่บริการควรจะต้องทำให้เป็นคนที่น่าไว้วางใจอีกด้วย

8. การมีสุขภาพและสุขภาพจิตที่ดี ผู้ให้บริการจะดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงสมบูรณ์ อยู่เสมอเมื่อมีสุขภาพกายที่ดีแล้ว สุขภาพจิตย่อมดีตามไปด้วย (สมชาติ กิจยรรยง 2536 หน้า 44-47)

แมกซ์ เวเบอร์ (Weber อ้างถึงใน Suchitra 1986 หน้า 46) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การที่ให้บริการมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล หรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ไม่มี ความชอบพอสใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ในสภาพที่เหมือนกัน

กุลธน ธนาพงศ์ธร (2530 หน้า 303-304) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการ คือ

1. หลักความสอดคล้องกับบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการขององค์กรที่จัดขึ้นนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมดมิใช่จัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะมิฉะนั้นแล้วนอกจากไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์ และการบริการแล้วยังไม่คุ้มค่าในการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติการ

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนทุกอย่างเสมอภาค และเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งในลักษณะต่างจากกลุ่มอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินผลที่ได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้บริการจะต้องเป็นในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างความยุ่งยากใจให้แก่ผู้บริการหรือผู้ให้บริการมากจนเกินไป

จากการศึกษาทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับการบริการที่ดี และสำคัญพอสรุปได้ว่าการบริการที่ดีและสำคัญ หมายถึง กระบวนการในการปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจ จากการได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน รวดเร็วถูกต้อง ต่อเนื่องในการได้รับการ

ปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน รวดเร็วถูกต้อง และเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งได้รับการปฏิบัติที่มีความคืบหน้ามากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิมผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระ ยุ่งยากใจให้แก่ผู้บริการ หรือผู้ให้บริการมากจนเกินไป

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

ซูชัย สมิติไกร (2553 หน้า 6) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ การซื้อ การใช้ และการกำจัดส่วนที่เหลือ สินค้าและบริการต่าง ๆ กระบวนการเหล่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความปรารถนาส่วนตัว และอาจมีบุคคลอื่นมีส่วนร่วมในกระบวนการบริโภคด้วย

ดารา ทีปะปาล (2542 หน้า 3) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือขั้นตอนต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคประเภทบุคคลหรือกลุ่มบุคคลมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในการเลือกสรร การซื้อ การบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยที่ใช้ความคิดหรือประสบการณ์พิจารณา เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของตนให้เกิดความพึงพอใจ

จากความหมายของคำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค ที่กล่าวมาแล้ว สามารถสรุปความหมายได้ว่า การกระทำ กระบวนการหรือกิจกรรมของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวกับการเลือกสรร ซึ่งการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อการกระทำที่แสดงออก รวมทั้งการเข้าใช้บริการจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหรือการกระทำ

แนวคิดความพึงพอใจ

พิทักษ์ ตรุษทิม (2538 หน้า 24) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประเมินค่า ซึ่งจะเห็นว่าเกี่ยวข้องกับทัศนคติอย่างแยกไม่ออก

Direck RerKsarai (อ้างถึงใน วรรณิ อัสวานันท์ 2538 หน้า 70) กล่าวว่า ความพึงพอใจถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

จากความหมายคำว่า ความพึงพอใจที่กล่าวมาแล้วสามารถสรุปความหมายได้ว่า ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงเป็นความพอใจต่อสิ่งนั้น

สภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ดี

สภาพแวดล้อม หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างรวมทั้งหมดที่อยู่ล้อมรอบบุคคลหรือกลุ่ม เช่น สภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคมหรือวัฒนธรรม ซึ่งต่างก็มีอิทธิพลและความรู้สึกนึกคิดของบุคคลได้ทั้งสิ้น (**ชุตินา มาลัย 2538 หน้า 38**)

ส่วนสภาพแวดล้อมในการทำงาน คือ สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเราทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้เป็นทั้งรูปธรรมและเป็นนามธรรม รวมถึงสภาพปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดภาวะกดดันต่อผู้ปฏิบัติงาน ในขณะที่ทำงาน

จากแนวคิดดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมการให้บริการที่ดี คือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ภายในและภายนอกองค์กร และมีอิทธิพลหรือ ผลกระทบต่อองค์กร รวมถึงสิ่งต่าง ๆ ทางกายภาพที่อยู่รอบตัวที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานหรือสภาพทาง กายภาพและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ได้แก่ อาคารสถานที่บรรยากาศในการทำงาน อุปกรณ์สำนักงานแสงสว่าง เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา

ความหมายของการพัฒนา คือ เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากความสนใจ ซึ่งเกิดขึ้นจากการสังเกตปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งอธิบายไว้อย่างชัดเจนว่าสังคมและวัฒนธรรมของมนุษยชาติมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาด้วยสาเหตุต่าง ๆ หลายประการดังต่อไปนี้ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)
2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากร (Population Change)
3. การอยู่โดดเดี่ยวและการติดต่อกัน (Isolation and Contact)
4. โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Structure)
5. ระดับของความรู้และเทคโนโลยี (Knowledge and Technology)
6. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างอื่น เช่น การเล็งเห็นความจำเป็นในการ

เปลี่ยนแปลง หรือนโยบายของผู้นำประเทศ

จากปรากฏการณ์ทางสังคมที่ผ่านมา เราจะพบว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นเรื่องตามธรรมชาติที่เกิดขึ้นโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ การพิจารณาเรื่องการเปลี่ยนแปลงจึงต้องทำความเข้าใจทั้งในด้านทิศทางการเปลี่ยนแปลง (Direction) ขนาดของการเปลี่ยนแปลง (Magnitude) ระยะเวลาที่เกิดการเปลี่ยนแปลง (Time) สาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (Change & Resistance to Change)

ความเป็นมาของสำนักกีฬา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สำนักกีฬา มหาวิทยาลัยรามคำแหง จัดตั้งขึ้นตามมติสภามหาวิทยาลัยรามคำแหง ครั้งที่ 4/2540 ลงวันที่ 21 เมษายน พ.ศ.2540 และตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยรามคำแหง ว่าด้วยการจัดตั้ง สำนักกีฬา พ.ศ. 2540 โดยอาศัยตามอำนาจตามความในมาตรา 14 (1) (5) และ(8) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ.2514 ประกาศ ณ วันที่ 16 มิถุนายน 2540 ทั้งนี้ สืบเนื่องจากการประชุมสัมมนา “คณะกรรมการบริหารกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย” เมื่อวันที่ 15 - 16 มิถุนายน 2539 ที่ประชุมได้พิจารณาเห็นว่า การจัดการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ซึ่งมีเป็นประจำทุกปีนั้น มีปัญหาและอุปสรรคหลายประการ ทั้งในด้านของนักศึกษา สถาบันการศึกษา ตลอดจนงาน

ประสานงานและการจัดการ เป็นต้น ที่ประชุมจึงเห็นสมควรให้ ทบวงมหาวิทยาลัยถือเป็นนโยบายให้ทุกมหาวิทยาลัย มีหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่ บริหารและพัฒนากิจกรรมกีฬา ตามความเหมาะสมของแต่ละมหาวิทยาลัย เช่น กำหนดให้ทุกมหาวิทยาลัย ควรมีสนักกีฬาอยู่ในมหาวิทยาลัย โดยกำหนดวิธีการปฏิบัติด้านอัตราบุคลากร งบประมาณ โครงสร้างหน่วยงาน ตลอดจนคณะกรรมการดำเนินงาน เป็นต้น และกอบปรักกับมหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้เป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 13 ในปี พ.ศ. 2528 ครั้งที่ 18 ในปี พ.ศ. 2533 และครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2540 ถือได้ว่าประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง ในด้านการจัดการแข่งขัน คณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยฯ โดยท่านอธิการบดี ศาสตราจารย์ประจักษ์สรรค์ แสงสุข ได้มีวิสัยทัศน์ ในด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับกีฬา โดยแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นชุดหนึ่ง เพื่อร่างข้อบังคับมหาวิทยาลัยรามคำแหงว่าด้วย การจัดตั้งสำนัก

กีฬาและในการประชุมสภามหาวิทยาลัย ครั้งที่ 6 / 2540 เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2540 ที่ประชุมได้มีมติอนุมัติร่างข้อบังคับมหาวิทยาลัยรามคำแหง ว่าด้วยการจัดตั้งสำนักกีฬา สำนักกีฬามีสถานที่ทำการชั่วคราว ณ ตึก AD 3 ปัจจุบันได้ย้ายที่ทำการมาที่ตึกสำนักกีฬา เป็นอาคาร 3 ชั้น ตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2550 โดยมีภาระหน้าที่รับผิดชอบบริหารจัดการ วินิจฉัยสั่งการ การใช้สนามกีฬา และภูมิทัศน์โดยรอบสนามกีฬา เพื่อดูแลสุขภาพนักศึกษา บุคลากร และประชาชนทั่วไป ให้มีสุขภาพแข็งแรง ให้เกิดประโยชน์ในการใช้งานสถานที่ออกกำลังกายสูงสุด ตลอดจนเผยแพร่ความรู้ในด้านสุขภาพแก่บุคลากร นักศึกษา และบุคคลทั่วไป (อ้างอิงจาก เว็บไซต์ สำนักกีฬา มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2562)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัชร วัชรเสถียร (2539, หน้า 10) ได้ทำการศึกษา การพัฒนาคุณภาพการบริการด้านผู้ให้บริการบริการศึกษากรณีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้บริหารได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพการบริการเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะการพัฒนาผู้ให้บริการ โดยได้กำหนดนโยบายในการดำเนินการตั้งแต่การคัดเลือกบุคลากรการพัฒนาพนักงานและการประเมินพนักงานเพื่อจะได้บุคลากรที่มีคุณภาพและมีจิตสำนึก มีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงานบริการ

ชัยสมพร ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 106) สรุปลักษณะเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เป็นเลิศว่า จะต้องเป็นการตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าอย่างเต็มที่ จนลูกค้ารู้สึกได้ว่าการบริการนั้นเป็นการบริการที่พิเศษมาก ประทับใจ คุ่มค่าแก่การตัดสินใจ และคุ่มค่าเงินด้วย

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2549, หน้า 15) สรุปลความหมายของการบริการที่เป็นเลิศ หมายถึง การบริการให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ เกิดความประทับใจเกิดความทรงจำที่ดีกับธุรกิจของเรา อันจะส่งผลต่อกิจการของเราในรูปตัวเงินมูลค่าหุ้น ผลกำไร และทางด้านจิตใจ และคุ่มค่าเงินด้วย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้จะทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติในการใช้วิเคราะห์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียน นักศึกษา บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง และประชาชนทั่วไปจำนวน 400 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร จำนวนตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่าง 95.5 % ที่ระดับความคลาดเคลื่อน +/- 5% และผู้วิจัยต้องใช้กลุ่มตัวอย่าง 200 คน และกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) กับผู้มาใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่งของสำนักกีฬา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ยินดีให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม รวมทั้งสิ้น 200 ฉบับ และกลับคืนมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) ที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม สำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งประกอบด้วย คำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด โดยแบ่งออกเป็นส่วน ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (multiple choices) และตัวแปรอายุเป็นมาตรวัดแบบอัตราส่วน ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ลักษณะคำถามเลือกตอบ (multiple choices) ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้บริการโรงแรมเนเชียมของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง ลักษณะคำถามเป็นชนิดมาตราส่วนแบบประเมินค่า (rating scale) ตามวิธีของ Likert Scale โดยกำหนดมาตราส่วนไว้ 5 ระดับ สำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติ ดังนี้ 1) สถิติพรรณนา (descriptive statistics) คือการบรรยายคุณสมบัติของกลุ่ม ตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation—S.D.) 2) สถิติอ้างอิง (inferential statistics) คือ สถิติที่นำคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างเพื่ออ้างอิงประชากร โดยการทดสอบ Hypothesis ได้แก่ ค่า t-test, ค่า One-way ANOVA

ผลการวิจัย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย จำนวน 139 คน รองลงมาเพศชาย 60 คน และไม่ระบุเพศ จำนวน 1 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง อายุ 26-30 ปี จำนวน 137 คน มีอาชีพ มากที่สุดคือ บุคคลทั่วไป จำนวน 119 คน มีรายได้ (บาทต่อเดือน) มากที่สุดคือ 10,001-30,000 บาท วุฒิการศึกษา มากที่สุดคือ ปริญญาตรี จำนวน 197 คน รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน

จากการศึกษา พบว่า ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการประจำมากที่สุด คือ เวลา 09.01-12.00 น. รองลงมา คือ เวลา 12.01-16.00 น. และน้อยที่สุด คือ เวลา 06.30 -09.00 น. ความถี่ในการเข้าใช้บริการมากที่สุด คือ 1-2 ครั้ง/เดือน และน้อยที่สุด คือ ตลอดทั้งเดือน การตัดสินใจใช้บริการ มากที่สุด คือ ค่าใช้บริการมีราคาถูก รองมา คือ สถานที่จอดรถมีความเพียงพอ รูปแบบการให้บริการ และน้อยที่สุดคือ ติดต่อประสานงานรวดเร็ว รูปแบบการใช้งานมากที่สุด คือ จัดกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ รองลงมา คือ จัดฝึกอบรมกีฬา และน้อยที่สุด คือ การจัดการแข่งขันฟุตบอล

จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเนเชียม 4 แห่ง

ของสำนักกีฬาต้านโรงแรมเนเชียม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำในการให้บริการ มีความสะอาดเรียบร้อย อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีตู้ล็อกเกอร์เพียงพอต่อการให้บริการ และน้อยที่สุด คือ ที่นั่งพักผ่อนในโรงแรมเนเชียมมีเพียงพอต่อการให้บริการ และโรงแรมเนเชียมมีขนาดเพียงพอต่อการให้บริการ

จากการศึกษา พบว่า การให้บริการโรงแรมเนเชียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านอุปกรณ์การให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อุปกรณ์ให้บริการมีความเป็นมาตรฐานอุปกรณ์มีสภาพที่สมบูรณ์พร้อมใช้งาน และอุปกรณ์ทันสมัย อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ อุปกรณ์ที่ให้บริการมีความเพียงพอ และน้อยที่สุด คือ อุปกรณ์มีความปลอดภัย

จากการศึกษา พบว่า การให้บริการโรงแรมเนเชียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เจ้าหน้าที่พูดด้วยถ้อยคำที่สุภาพ ความเชี่ยวชาญด้านการให้บริการโรงแรมเนเชียม รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี และเจ้าหน้าที่มีความรู้ตรงกับงานที่ทำ

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ รายได้ วุฒิการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 ไม่มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ผู้ที่มีลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ วุฒิการศึกษา แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่ไม่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความแตกต่างทางลักษณะส่วนบุคคล แต่ก็เคยเข้าใช้บริการแล้วทุกคน จึงมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์ กล่าวคือ พฤติกรรมผู้ให้บริการ (ด้านโรงยิมเนเซียม ด้านอุปกรณ์การให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ) ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ สอดคล้องกับ วีรกาญจน์ สินธุวงษานนท์ (2546 หน้า 8) ทำการศึกษาเพื่อทราบถึงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการของศูนย์กีฬาในร่ม การกีฬาแห่งประเทศไทย ปี 2545 ผลการศึกษาพบว่า

1. ผู้ที่มาใช้บริการมีความคิดเห็นด้านสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก
2. ผู้มาใช้บริการมีความคิดเห็นด้านผู้ฝึกสอน อยู่ในระดับมาก
3. ผู้มาใช้บริการมีความคิดเห็นด้านการจัดการ อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลของการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงยิมเนเซียม 4 แห่ง ของสำนักกีฬามหาวิทยาลัยรามคำแหง ประกอบด้วยข้อมูลความพึงพอใจ 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านโรงยิมเนเซียม ด้านอุปกรณ์การให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ผู้ศึกษาขอเสนอแนะผลการศึกษา ดังนี้

1. ผลการวิจัยนี้ พบว่า ผู้ที่ให้บริการยิมเนเซียม ส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี อายุตั้งแต่ 26-30 ปี และถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก แต่ไม่ควรมองข้ามกลุ่มที่สูงกว่าปริญญาตรี ที่มีอยู่จำนวนมากเช่นกัน
2. ผลการวิจัยนี้ พบว่า โรงยิมเนเซียม ควรปรับปรุงเรื่องอุปกรณ์การให้บริการ เนื่องจากอุปกรณ์เก่าและบางอย่างชำรุด เช่น แบ้นบาสเกตบอล
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความเห็น ควรติดตั้งเครื่องปรับอากาศเพื่อให้รองรับกับผู้ใช้บริการที่เป็นชาวต่างชาติที่ขอใช้บริการโรงยิมเนเซียม

เอกสารอ้างอิง

กุลธน ธนาพงศ์ธร (2530). เอกสารการสอนชุดวิชา การบริหารบุคคล. นนทบุรี : สำนักพิมพ์ สุโขทัยธรรมมาธิราช.

ความเป็นมาของสำนักกีฬา มหาวิทยาลัยรามคำแหง.(2562).[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.sport.ru.ac.th/main-index.html>. (วันที่ค้นข้อมูล : 22 สิงหาคม 2562).

ฉัตยาพรเสมอใจ. (2547). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.

ชัยสมพร ชาวประเสริฐ (2547).การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชุติมา มาลัย. (2538). ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงานกับการทำงาน เป็นทีม ของอาจารย์พยาบาล. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (พยาบาลศาสตร์). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

ชูชัย สมบัติไกร. 2553. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

ดารา ทีปะทาน. 2542. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด รุ่งเรือง สาส์น การพิมพ์.

พิทักษ์ ตรีษทิม. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของ กรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาสำนักเขตยานนาวา. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2549).เทคนิคการสร้างระบบบริการที่เป็นเลิศ.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

เรืองชัย สานนท์. (2541). ความคิดเห็นของคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลต่อการ กับดูแลของอำเภอและจังหวัด.ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วัชรวิ วัชรเสถียร. (2539). การพัฒนาคุณภาพการบริการในด้านผู้ให้บริการ: ศึกษาเฉพาะกรณี พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). ภาคนิพนธ์พัฒนบริหาร ศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์.

วิทยา ด่านธำรงกุล. (2547). หัวใจการให้บริการสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สมชาติ กิจยรรยง (2536). สร้างการบริการ สร้างความประทับใจ. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การ เรียนรู้ออนไลน์. อินเทอร์เน็ต. ค้นเมื่อ ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๒, จาก <http://lib17.kku.ac.th/ULIB/dublin.php?ID=128638>.

สมิต สัจฉุกร (2550).การต้อนรับบริการที่เป็นเลิศ (พิมพ์ครั้งที่ 5).กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ เตือนตุลา.

Suchitra Punyaratbandhu-Bhakdi, et al. (1986). Delivery of Public Services in Asian Countries: Cases in Development Administration. Bangkok: Thammasat University Press.