

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในค่ายมวยไทย

อภิเดช วิลีปต์ และ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของค่ายมวยไทย กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มผู้ที่มาใช้บริการในค่ายมวยไทยจำนวน 10 ค่าย ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ได้ระบุไว้ในคุณสมบัติของค่ายมวยที่เลือก ที่สมัครเป็นสมาชิกแบบประจำ ตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป จำนวน 480 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัยครั้งนี้ ต้องการจะศึกษาปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย โดยแบ่งเป็นปัจจัย 7 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านอุปกรณ์สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย ด้านอินเทอร์เน็ต ด้านห้องล็อกเกอร์ ด้านห้องน้ำ ด้านที่จอดรถ ด้านอาหารและร้านค้า ผลการทดสอบทางสถิติพบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการ ด้านอุปกรณ์สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย ด้านห้องล็อกเกอร์ ด้านห้องน้ำ ด้านที่จอดรถ ด้านอาหารและร้านค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย ส่วนปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอินเทอร์เน็ตนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทยด้านลบ สรุปผลการวิจัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย ประกอบด้วยปัจจัย 7 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านอุปกรณ์สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย ด้านอินเทอร์เน็ต ด้านห้องล็อกเกอร์ ด้านห้องน้ำ ด้านที่จอดรถ ด้านอาหารและร้านค้า โดยปัจจัยที่มีแนวโน้มส่งผลมากที่สุด คือ ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถ รองลงมา คือ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านห้องน้ำ ด้านการบริการ ด้านอุปกรณ์สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย และด้านห้องล็อกเกอร์ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านอินเทอร์เน็ตนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทยในด้านลบ

คำสำคัญ: ค่ายมวยไทย สิ่งอำนวยความสะดวกในค่ายมวยไทย ความพึงพอใจ ค่ายมวยมาตรฐาน

FACILITY FACTORS AFFECTING USERS' SATISFACTION IN MUAY THAI BOXING CAMPS

Aphidech Wisipat and Sarist Gulthawatvichai

Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University

Abstract

The purpose of this research was to study the facility factors affecting satisfaction of Muay Thai camp customers. The samples were selected from the groups of members of 10 different Muay Thai camps having characteristics specified. The samples included 480 people of those who applied or with more than 6 months regular membership of such boxing camps. Questionnaires were used to collect data for analyzing with fundamental statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation. Furthermore, Multiple Regression was used to test the established hypotheses of the research.

This research aimed to study factors of facilities affecting satisfaction among customers towards Thai boxing camp. The 7 factors included service, physical fitness equipment, internet, locker, bathroom, parking, food and stores. The result indicated that service, fitness equipment, locker, bathroom, parking, food and stores affected satisfaction of members while internet affected satisfaction negatively. Conclusion: Factors regarding facilities tended to have impact on satisfaction of members of Muay Thai camp in Thailand. The most impacting factor was parking, followed by food and drinks, bathroom, service, fitness equipment, and locker respectively. Conversely, internet impacted the satisfaction of members of Muay Thai camp negatively.

Keywords: Muay Thai Camp, Facilities in boxing camp, satisfaction, boxing standard

บทนำ

มวยไทยเป็นศิลปะ เป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษ มีประวัติศาสตร์สืบสานมาอย่างต่อเนื่องยาวนานนับร้อยปี มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ สร้างชื่อเสียงให้ประเทศมาอย่างนับไม่ถ้วนผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ด้วยการเปลี่ยนแปลงของสังคมและพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ทำให้มวยไทยเปลี่ยนสถานะไปจากมวยอาชีพ ธุรกิจกีฬา กลายมาเป็นเรื่องของธุรกิจกีฬาเพื่อสุขภาพ เพื่อการออกกำลังกาย จากกีฬาของผู้ชายที่ดุดิบเถื่อนกลายมาเป็นกีฬาเพื่อการออกกำลังกายของคนทุกเพศทุกวัย (Duangkamol Lohhasrikul, 2014)

กีฬามวยไทยยังเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ และมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ พัฒนาการของนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านการกีฬา เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้วงการกีฬาทั้งภายในและต่างประเทศ มีการปรับตัวที่มุ่งเน้นกีฬาเชิงเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น มีการแข่งขันทั้งในมิติของผลการแข่งขันและมิติที่เกิดขึ้นจากธุรกิจกีฬาและธุรกิจต่อเนื่อง (Chanchai Yomdit, 2010) ที่นำไปสู่แนวทางการกีฬาที่มุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ และการขยายฐานการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

ประเทศไทยมีค่ายมวยที่มีการเปิดสอนจำนวนทั้งสิ้น 1,762 ค่าย เป็นค่ายมวยมาตรฐานหรือค่ายมวยที่เป็นสมาชิกสมาคมกีฬามวยอาชีพแห่งประเทศไทย ที่พร้อมรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจากต่างประเทศ จำนวน 443 ค่าย กระจายตัวอยู่ในภาคกลาง 75 ค่าย ภาคเหนือ 116 ค่าย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 147 ค่าย และภาคใต้ 115 ค่าย (Yuwadee Nirattakun, 2013) สำหรับค่ายมวยไทยในต่างประเทศนั้น มีการสำรวจจากสถานกงสุลใหญ่ และสถานเอกอัครราชทูตไทย กระทรวงการต่างประเทศ พบว่า มีค่ายมวยไทย จำนวน 3,869 แห่ง กระจายอยู่ใน 36 ประเทศ โดย 5 ประเทศ ที่มีสถานที่สอนมวยไทยมากที่สุด คือ บราซิล 1,631 แห่ง อิหร่าน 650 แห่ง อินเดีย 256 แห่ง โมร็อกโก 220 แห่ง และสหรัฐอเมริกา (เฉพาะรัฐแคลิฟอร์เนีย เนวาดา และ อิลลินอยส์ 190 แห่ง) (Panja Kaitud, 2012) จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความนิยมของมวยไทยทั้งในประเทศไทยและทั่วโลกได้เป็นอย่างดี (Vallabhis Sodprasert, 2004)

สำหรับคนไทยกระแสของมวยไทยกำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มของคนออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และเป็นที่มาของค่ายมวยไทยหลาย ๆ แห่งที่เปิดให้บริการในขณะนี้ ซึ่งนอกจากจะเป็นที่ฝึกศิลปะและอนุรักษ์มวยไทยแล้ว ยังพ่วงเรื่องของการออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนัก กระชับสัดส่วน พร้อมทั้งได้รับศิลปะการป้องกันตัวจากการเรียนมวยไทยอีกด้วย (Duangkamol Lohhasrikul, 2014)

การแข่งขันของธุรกิจมวยไทยในปัจจุบัน ไม่ได้แข่งขันที่ตัวของค่ายมวยไทยเป็นหลัก แต่มีการแข่งขันในองค์ประกอบอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น การจัดโปรโมชั่น การลดราคา การให้คนทั่วไปเข้ามาทดลองใช้ฟรี หรือการทำการโฆษณา เป็นต้น ดังนั้นการบริการที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า คือ สิ่งที่จะสร้างความแตกต่างในสินค้านั้น ๆ และความสำเร็จของการขายสินค้านั้น ไม่ได้อยู่ที่คุณภาพของสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่ขึ้นอยู่กับสร้างความแตกต่างในการให้บริการ (Techita Chai-on, 2014)

ซึ่งที่ผ่านมาค่ายมวยไทยต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงการบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด เช่น การให้สมาชิกได้มีการทดลองใช้บริการ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และความพึงพอใจสามารถเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจค่ายมวยไทยได้ (Techita Chai-on, 2014)

จากการศึกษาผลการวิจัยและบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและอุปสรรคการค้าเนินธุรกิจมวยไทย พบว่า การทำธุรกิจมวยไทยในปัจจุบันมีคู่แข่งเป็นจำนวนมากรวมถึงค่าเช่าที่ดิน และอุปกรณ์สิ่งก่อสร้างมีราคาสูง ตลอดจนบุคลากรขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร การกำหนดราคาในการเข้าร่วมกิจกรรมด้านมวยไทยไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Raja Syed Tengku Sulaiman, 2007) นอกจากนี้ยังพบว่าค่ายมวยไทยยังไม่มีความพร้อมในการบริหารค่ายมวยอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการระดมเงินทุน การฝึกซ้อมนักกีฬา การสร้างแฟนคลับ

การหารายได้ การตลาดและการหาผู้สนับสนุน เนื่องจากขาดผู้บริหารและบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญในการดำเนินการค้าขายแบบมีอาชีพอย่างแท้จริง (Winai Poonsri, 2012)

โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่รวมถึงการบำรุงรักษาและการดูแลรักษาอาคารพาณิชย์ รวมถึงอุปกรณ์กีฬาและเครื่องอำนวยความสะดวก ตลอดจนการดำเนินงานทั่วไป (Schwarz, Hall, & Shibli, 2010) ที่ยังพบว่าการละเลย โดยจะเห็นได้จากงานวิจัยที่ผ่านมา เช่น ในค่ายมวย ห้องน้ำห้องส้วม การรักษาความปลอดภัย การป้องกันอุบัติเหตุยังไม่ได้มาตรฐาน (Winai Poonsri, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับ วุฒินันท์ สังข์อ่อง (Wootinun Sungong, 2012) ที่พบว่า อุปกรณ์การฝึกซ้อมไม่ได้มาตรฐาน อุปกรณ์การฝึกซ้อมมีกลิ่นอับ ซึ่งสมควรได้รับการแก้ไข

สิ่งแวดล้อมที่อำนวยความสะดวกนับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก นับเป็นปัจจัยที่มีปริมาณและมูลค่าสูง ไม่ต่างจากปัจจัยด้านอื่น ๆ เพราะวัตถุประสงค์ของเหล่านี้จะต้องมีการจัดหามาใช้ดำเนินธุรกิจ หรือสร้างบริการตลอดเวลา (Thongchai Santiwong, 1997) และเมื่อผู้เข้ามาใช้บริการได้รับการบริการที่ดีก็สามารถก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ โดย Zeithaml, Parasuraman, and Berry's (1990) พบว่า คุณภาพของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (เช่น อุปกรณ์ที่ทันสมัยและสิ่งอำนวยความสะดวกที่น่าสนใจ) เป็นสิ่งสำคัญในการจัดร้านค้ากีฬา งานวิจัยของเกษมณี ใจจันทร์ (Katemanee Jaijan, 2008) ยังชี้ให้เห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้กับผู้ใช้บริการมีจำนวนที่เพียงพอและมีความปลอดภัยมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์

จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เป็นหนึ่งในปัญหาหลักในการบริหารจัดการค่ายมวยอยู่และอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจประเภทนี้ได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว งานวิจัยนี้จะมุ่งศึกษาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านอุปกรณ์สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย ด้านอินเทอร์เน็ต ด้านห้องน้ำ ด้านห้องล็อกเกอร์ ด้านที่จอดรถ และด้านอาหารและร้านค้า ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของค่ายมวยไทยในประเทศไทย และสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวางแผนการให้บริการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อส่งผลให้การบริหารงานธุรกิจมวยไทยประสบความสำเร็จอีกทั้งยังเป็นข้อมูลในการพัฒนาและบริหารจัดการค่ายมวยไทยให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของค่ายมวยไทยในประเทศไทย

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทยในประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มผู้มาใช้บริการในค่ายมวยไทยจำนวน 10 ค่าย ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ได้ระบุไว้ในคุณสมบัติของค่ายมวยที่เลือก โดยเลือกจากค่ายมวยที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับมากที่สุดในประเทศไทย 10 ค่าย ดังนี้ 1. ค่ายมวยบัญชาเมฆ 2. ค่ายมวยคงสิทธา 3. ค่ายมวยเจริญทองเกียรติ บ้านช่อง 4. ค่ายมวยแพร่เทคซ์ 5. ค่ายมวย พีเค แสนชัยมวยไทยยิมส์ 6. ค่ายมวยภพธีรธรรม 7. ค่ายมวยส.วรพิน 8. ค่ายมวยไทยลูกบ้านใหญ่ 9. ค่ายมวยแก้วสัมฤทธิ์ 10. ค่ายมวยเพชรยินดีคาเดมี ที่สมัครเป็นสมาชิกแบบประจำตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเครื่องมือแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยค่าความตรงของแบบสอบถามทั้งชุดในการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 0.97 โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ที่เข้ามาใช้บริการค่ายมวยไทยในประเทศไทย มีลักษณะเป็นแบบสำรวจเชิงรายการ (Check List) ประกอบด้วยเพศและอายุ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในค่ายมวยไทยในประเทศไทย เป็นการให้คะแนนแบบ Likert Scale เป็นการประเมินระดับการรับรู้ความพึงพอใจได้อย่างชัดเจนโดยให้คะแนนเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในค่ายมวยไทยในประเทศไทย โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน โดยแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจโดยรวมของค่ายมวยไทยในประเทศไทย เป็นการให้คะแนนแบบ Likert Scale ประเมินระดับความพึงพอใจโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากงานวิจัยที่ผ่านมาของพงศธร เขียวรุกฤษฎ์ (Pongsathon Tianukrit, 2013) สุรางคณา แก้วตา (Surangkana Keawta, 2014) และ ตรีชฎา พาพันธ์ (Trichada Phaphan, 2009) เสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบเครื่องมือวิจัยโดยตรวจสอบความตรง (Validity) เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมด้วยวิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และเสนอแนะข้อปรับปรุงแก้ไข
3. ทำการปรับปรุงแก้ไขและนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเนื้อหาอีกครั้งหนึ่ง
4. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้ถูกต้อง
5. นำแบบสอบถามไปทดสอบกับตัวอย่างจำนวน 30 รายเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น
6. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1.) ติดต่อประสานงานเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลการวิจัย
- 2.) ศึกษาข้อมูลที่ได้ทั้ง 10 ค่ายมวย ประกอบด้วย 1. ค่ายมวยบัญชาเมฆ 2. ค่ายมวยคงสิทธา 3. ค่ายมวยเจริญทองเกียรติบ้านช่อง 4. ค่ายมวยแฟร์เทคซ์ 5. ค่ายมวย พีเค แสนชัยมวยไทยยิมส์ 6. ค่ายมวยภพธีรธรรม 7. ค่ายมวยส.วรพิน 8. ค่ายมวยไทยลูกบ้านใหญ่ 9. ค่ายมวยแก้วสัมฤทธิ์ 10. ค่ายมวยเพชรยินดีคาเดมี
- 3.) นำข้อมูลที่ได้มาสรุปโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science) for Windows ในการประมวลผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. ตัวแปรด้านคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และอายุ สถิติที่ใช้ คือ จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ (Kanlaya Vanichbuncha, 2007)

2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งผลกระทบระหว่างตัวแปรต้นหลายตัว ได้แก่ ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการ ด้านอุปกรณ์เสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย ด้านอินเทอร์เน็ต ด้านห้องล็อกเกอร์ ด้านห้องน้ำ ด้านที่จอดรถ และด้านอาหารและร้านค้า สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ค่า P-Value และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย ได้ดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ใช้บริการค่ายมวยไทยในประเทศไทย จำนวน 480 คน และนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล โดยผลการวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมด 480 คน โดยประกอบไปด้วยเพศหญิงจำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 และเพศชายจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1

2. ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 480 คน แบ่งเป็นช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และช่วงอายุที่มากกว่า 40 ปีขึ้นไป จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทยจากกลุ่มตัวอย่าง (n=480)

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในค่ายมวยไทยในประเทศไทย	B	Std. Error	T	Sig.
ปัจจัยด้านการบริการ (x_1)	.085	.040	2.118	.035
ปัจจัยด้านอุปกรณ์เสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย (x_2)	.103	.050	2.088	.037
ปัจจัยด้านอินเทอร์เน็ต (x_3)	-.102	.046	-2.216	.027
ปัจจัยด้านห้องล็อกเกอร์ (x_4)	.102	.050	2.028	.043
ปัจจัยด้านห้องน้ำ (x_5)	.097	.045	2.162	.031
ปัจจัยด้านที่จอดรถ (x_6)	.132	.052	2.516	.012
ปัจจัยด้านอาหารและเครื่องดื่ม (x_7)	.122	.053	2.305	.022

$R = 0.302$, Adjusted $R^2 = 0.091$, $F = 6.787$ ($p=0.000$)

ค่าระดับนัยสำคัญที่ .05 (* $p < .05$)

จากตารางที่ 13 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในรูปของคะแนนมาตรฐาน (β) มีค่าเป็นบวก 0.085, 0.103, 0.102, 0.097, 0.132, 0.122 และมีค่าเป็นลบ ในด้านอินเทอร์เน็ต -0.102 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีค่าทางบวกสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถ (X_6) รองลงมาคือปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารและเครื่องดื่ม (X_7) ส่วนปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอินเทอร์เน็ต (X_3) ได้ค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของวิโรจณี พรวิจิตรจินดา (Virojane Pornvichitchinda, 2014) เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย กรณีศึกษาครู ฟิตเนสและ ฟิตเนส เฟิร์สท์” พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว การจัดคลาสออกกำลังกายอย่างเป็นระบบ และความเหมาะสมในเรื่องเวลาของแต่ละคลาสมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมาก เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของชินนภา อื้อศรีวงศ์ (Chuennapa Ausrivong, 2011) เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย Super Health Fitness จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า บุคลากรศูนย์ออกกำลังกายแห่งนี้มีบริการที่ดี วาจา มารยาท ที่สุภาพ ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกประทับใจ จึงทำให้เกิดความตั้งใจและมีแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณ (Mukdawan Somboonwanna, 2015) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ ได้แก่ ฟิตเนส เฟิร์สท์, เวอร์จิ้น แอ็คทีฟ, ทู ฟิตเนส, วี ฟิตเนส ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ เทรนเนอร์มีความรู้ความสามารถตั้งใจในการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ฟิตเนสเซ็นเตอร์

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอุปกรณ์สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอุปกรณ์สร้างเสริมสมรรถภาพทางกายส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ จิรวุฒิ หลอมประโคน (Chirawut Lomprakorn, 2009) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของความหลากหลายของอุปกรณ์ออกกำลังกาย เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ภัทรยุทธ บุญสนอง (Phattharayut Boonsanong, 2015) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในเขตบางแค” พบว่า การมีอุปกรณ์และเครื่องเล่นหลากหลาย และมีกิจกรรมในการออกกำลังกายให้เลือกหลายประเภท ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ในเขตบางแค และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ นรเศรษฐ์ กมลสุทธิ (Norasate Kamalassuddhi, 2007) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ความปลอดภัยและมาตรฐานของเครื่องออกกำลังกายมากที่สุด

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอินเทอร์เน็ตส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทยในด้านลบ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุรางคณา แก้วตา (Surangkana Keawta, 2014) เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต” พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลำดับแรก คือ ด้านอินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ ด้านสระว่ายน้ำ โดยอาจมีสาเหตุมาจากผู้ใช้บริการอาจมองว่า การที่มีผู้ที่เข้ามาใช้บริการในค่ายมวยไทยมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมากอาจส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการใช้อุปกรณ์การออกกำลังกายในแต่ละเครื่องให้นานขึ้น อาจส่งผลให้ผู้ที่มาใช้อุปกรณ์การออก

กำลังกายต้องรอคิวในการใช้อุปกรณ์นานมากขึ้น จึงทำให้นำไปสู่การเกิดความไม่พึงพอใจได้ จึงมีอิทธิพลเชิงลบในการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทยได้

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านห้องล็อกเกอร์

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านห้องล็อกเกอร์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ จิรวุฒิ หลอมประโคน (Chirawut Lomprakorn, 2009) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้กับผู้ใช้บริการ คือ ห้องน้ำและห้องแต่งตัวมีความเพียงพอและปลอดภัย

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านห้องน้ำ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านห้องน้ำส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ กรรณิการ์ โพธิมุ (Kannikar Potimu, 1997) เรื่อง “ความต้องการในการใช้สถานบริการออกกำลังกายของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่” พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้กับผู้ใช้บริการ (ห้องน้ำ ห้องแต่งตัว) มีจำนวนที่เพียงพอและปลอดภัย เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ อัญชลี วุฒิศักดิ์ (Anchalee Vutisak, 2006) เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทย” พบว่า ข้อเสนอแนะและแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการศูนย์ฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทย คือ ศูนย์ฟิตเนสฯ ควรเพิ่มจำนวนของห้องสุขาและห้องอาบน้ำ และควรปรับปรุงห้องอาบน้ำเพื่อให้ถูกสุขลักษณะ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ กานต์นภัส สุรพงษ์รักเจริญ (Kannapat Surapongrakcharoen, 2014) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยความสะอาดของห้องสุขา ห้องอาบน้ำมีความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวย ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ จิรวุฒิ หลอมประโคน (Chirawut Lomprakorn, 2009) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความสะดวกสบายของการให้บริการสถานที่จอดรถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครสมาชิกของฟิตเนสเซ็นเตอร์ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ เสนีย์ หวายทิพย์ (Senee Waithip, 2009) เรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายให้ความสำคัญกับการมีที่จอดรถเพียงพอในระดับมาก

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารและเครื่องดื่มส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Yanni, Nicholas, Pantelis (2005) ได้ทำการศึกษา เรื่องความคาดหวังของลูกค้าของการบริการในศูนย์ออกกำลังกายกรีก: เพศอายุประเภทของศูนย์กีฬาและความแตกต่างแรงจูงใจ พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารและร้านค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในประเทศกรีก และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณ (Mukdawan Somboonwanna, 2015) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ หัวข้อภายในฟิตเนสมีของที่หลากหลาย เช่น อาหารว่าง ผลไม้เครื่องดื่ม และขนม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ในระดับมาก

สรุปผลจากการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย ประกอบด้วย ปัจจัย 7 ด้านคือ คือ ด้านการบริการ ด้านอุปกรณ์สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย ด้านอินเทอร์เน็ต ด้านห้องล็อกเกอร์ ด้านห้องน้ำ ด้านที่จอดรถ ด้านอาหารและร้านค้า โดยปัจจัยที่มีแนวโน้มส่งผลมากที่สุดคือปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถ รองลงมาคือด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านห้องน้ำ ด้านการบริการ ด้านอุปกรณ์สร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย และด้านห้องล็อกเกอร์ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านอินเทอร์เน็ตนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทยในด้านลบ

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. ทางค่ายมวยควรจัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าเก่าที่แนะนำเพื่อนมาออกกำลังกายเพิ่มเติม เช่น ลดค่ารายเดือน หรือให้ของแถมแก่ผู้แนะนำ เป็นต้น
2. ควรมีที่เก็บนวมให้แก่สมาชิกที่นำนวมมาเอง

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาในลักษณะเดียวกันกับงานวิจัยครั้งนี้ โดยนำปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไปศึกษากับธุรกิจอื่น ๆ เช่น ธุรกิจฟิตเนส เป็นต้น
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการค่ายมวยไทย เช่น ด้านราคา ด้านสถานที่ เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณค่ายมวยทั้ง 10 ค่ายในการอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการวิจัย และขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างยิ่งที่ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย

References

- Anchalee Vutisak. (2006). *Customer Satisfaction to The Fitness Center within the Sports Authority of Thailand* (Master's thesis), Kasem Bundit University.
- Chanchai Yomdit. (2010). *Prawattisat Muaithai Chak Adit Chonthueng Patchuban*. Bangkok: Sports Authority of Thailand.
- Chirawut Lomprakorn. (2009). *Factors influence towards consumer decision in applying for fitness center membership of elderly in Bangkok Metropolitan Area* (Master's thesis), Siam University.
- Chuennapa Ausrivong. (2011). *Factors relating to visitors' satisfaction and tendency to revisit of the Center for Super Health Fitness, Nakorn Ratchasima Province* (Master's thesis), Suan Dusit Rajabhat University.
- Duangkamol Lohhasrisakul. (2014). *MaRaeng Thurakit Muaythai "Matthew Lydia" Poet Khai Khongsittha*. Retrieved from <http://stockwatch.manager.co.th/news/detail/9570000107340>
- Kanlaya Vanichbuncha. (2007). *Statistical analysis for research (Vol.6)*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.

- Kannapat Surapongrakcharoen. (2014). *A study of marketing factors affecting satisfaction of customers using fitness center* (Master's thesis), Thammasat University, Bangkok
- Kannikar Potimu. (1997). *Need for Services in Health and Fitness Centers of People in Muang Chiang Mai District* (Master's thesis), Chiang Mai University.
- Katemanee Jaijan. (2008). *Services marketing mix factors affecting consumers selection of fitness services in Mueang District, Chiang Mai Province* (Master's thesis), Chiang Mai University.
- Mukdawan Somboonwanna. (2015). *Factor affecting customer decision toward fitness center* (Master's thesis), Thammasat University, Bangkok.
- Norasate Kamalasuddhi. (2007). *Factors influence towards consumer decision in applying for fitness center membership in Bangkok Metropolitan Area* (Master's thesis), Siam University.
- Panja Kaitud. (2012). *Muaithai Raeng !! Tangchat Hit Thiao MueangThai Du Muaythai Rian Muaythai*. Retrieved from <https://mgronline.com/travel/detail/9550000053511>
- Phattharayut Boonsanong. (2015). *Factors that Influence the consumers behavior to apply for membership of a fitness center in BangKhae* (Master's thesis), Siam University.
- Pongsathon Tianukrit. (2013). *Galleria space management for niche retail case study: PT Galleria* (Master's thesis), Sripatum University.
- Raja Syed Tengku Sulaiman. (2007). *Muay Thai for tourism*. Thailand National Sports University Krabi Campus, Krabi.
- Schwarz, E. C., Hall, S. A., & Shibli, S. (2010). *Sport Facility Operations Management*. UK: Butterworth-Heinemann is an Imprint of Elsevier.
- Senee Waithip. (2009). *Study of consumers behavior toward the fitness business in Amphur Muang Nakhonratchasima* (Master's thesis), Rajamangala University of Technology Isan, Nakhonratchasima.
- Surangkana Keawta. (2014). *Factors relating to the decision making of Chinese tourists on selecting the accommodation in Phuket* (Master's thesis), Songkla University, Songkla.
- Techita Chai-on. (2014). *Expectation of foreign customers toward quality service of Muay Thai Camps* (Master's thesis), Silpakorn University.
- Thongchai Santiwong. (1997). *Consumer behavior marketing*. Bangkok: Thai Watana Panich Printing Factory.
- Trichada Phaphan (2009). *Tourists' satisfaction towards facilities and services of Chai Nat Bird Park, Chai Nat province* (Master of Science), Kasetsart University, Bangkok
- Vallabhis Sodprasert. (2004). *Muai Mueang Sayam*. Bangkok: Bangkok Printing Factory.
- Winai Poonsri. (2012). *Muay Thai: Management of Thai wisdom for international business* (Master's thesis), Mahasarakham University.
- Virojaneer Pornvichitchinda. (2014). *Factors affecting consumer choice of 24 hour fitness centers in Bangkok Thailand* (Master's thesis), Thammasat University, Bangkok
- Wootinun Sungong. (2012). *The ultimate Muay Thai business on the online world*. Bangkok: Tuff Company Limited.

Yanni, A., Nicholas, T. D., & Pantelis, N. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(3), 245-258.

Yuwadee Nirattakun. (2013). *Muay Thai keep fighting*. Retrieved from <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2013/menu-2013-oct-dec/139-42556-muay-thai>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1990). *Delivering quality service: Balancing customers perceptions and expectations*. New York: Free press.

Received: June, 13, 2019

Revised: August, 2, 2019

Accepted: August, 5, 2019