

## ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการพัฒนาศักยภาพให้กับนักกีฬา ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ ของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน

นนงนัส เจริญพานิช<sup>1</sup> สาริษฐ์ กุลธวัชวิชัย<sup>2</sup> ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล<sup>2</sup> และณพลพัทธ์ บุญญฤทธิ์เจริญ<sup>1</sup>

<sup>1</sup>คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>2</sup>คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Received: 13 May 2563 / Revised: 26 June 2563 / Accepted: 2 November 2563

### บทคัดย่อ

**วัตถุประสงค์** การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ในมิติของคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในภาพรวมและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการของผู้รับบริการการให้บริการพัฒนาศักยภาพให้กับนักกีฬา

**วิธีดำเนินการวิจัย** ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม 4 ส่วน มีข้อความทั้งหมด 33 ข้อ โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ นักกีฬา โค้ช และที่ปรึกษาชมรมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One-way analysis of variance) ได้ถูกนำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

**ผลการวิจัย** การวิเคราะห์การถดถอยพบว่าความพึงพอใจในภาพรวมและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการสามารถพยากรณ์คุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ความเชื่อถือ ( $p=0.06$ ) และการเอาใจใส่ ( $p=0.05$ ) มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในภาพรวม ในขณะที่

ความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการได้รับผลกระทบจากการเอาใจใส่อย่างมีนัยสำคัญ ( $p=0.10$ ) ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่าง นักกีฬา โค้ช และที่ปรึกษาชมรม ในด้านการจับต้องได้ทางกายภาพ ( $F=1.06, p=0.35$ ) ความเชื่อถือ ( $F=0.13, p=0.88$ ) การตอบสนอง ( $F=0.06, p=0.94$ ) ความมั่นใจ ( $F=0.56, p=0.58$ ) และการเอาใจใส่ ( $F=0.64, p=0.53$ )

**สรุปผลการวิจัย** คุณภาพการให้บริการในด้านการเอาใจใส่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในภาพรวมและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ คุณภาพในการให้บริการด้านความเชื่อถือมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในภาพรวม ดังนั้น ผู้รับผิดชอบโครงการพัฒนาศักยภาพนักกีฬาคควรให้ลำดับความสำคัญกับปัจจัยข้างต้น เป็นลำดับต้น

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ / ความตั้งใจการกลับมาใช้บริการ / คุณภาพการให้บริการ / ความยั่งยืน / บริการพัฒนาศักยภาพนักกีฬา

# FACTORS ASSOCIATED WITH SERVICE QUALITY OF ATHLETIC SPORTS PERFORMANCE DEVELOPMENT AFFECTING STAKEHOLDERS' SATISFACTION AND INTENTION FOR SUSTAINABLE RETURN

Nongnapas Charoenpanich<sup>1</sup>, Sarist Gulthawatvichai<sup>2</sup>,  
Chatchai Chatpunyakul<sup>2</sup> and Naphonphat Punyaritjaroen<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University

<sup>2</sup>King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang Business School, King Mongkut's  
Institute of Technology Ladkrabang

Received: 13 May 2020 / Revised: 26 June 2020 / Accepted: 2 November 2020

---

## Abstract

**Purpose** The purpose of this study was to investigate the relationships between service quality dimensions and overall satisfaction; and between the dimensions and intention to return among those who employed the athletic sports performance development service.

**Methods** The study was conducted by employing the survey, which consisted of four parts with 33 questions in total. The three sample categories comprised athletes, coaches, and club advisors. The hypotheses were tested by employing multiple regression analysis, and one-way analysis of variance.

**Results** The regression results suggested that the overall satisfaction and the intention to return were significantly predicted at .05 level. The reliability ( $p=0.06$ ) and the empathy dimensions ( $p=0.05$ ) significantly predicted the overall satisfaction. The intention to return to

service was significantly predicted by the empathy dimension ( $p=0.10$ ). However, the difference was not found among the athletes, coaches, and club advisors regarding the tangible ( $F=1.06$ ,  $p=0.35$ ), reliability ( $F=0.13$ ,  $p=0.88$ ), responsiveness ( $F=0.06$ ,  $p=0.94$ ), assurance ( $F=0.56$ ,  $p=0.58$ ) and empathy ( $F=0.64$ ,  $p=0.53$ ) aspects.

**Conclusion** The empathy dimension had positive relations with either the overall satisfaction or the intention to return to service. The reliability dimension also had positive relation with the overall satisfaction. Thus, those who are responsible for sports performance development services should pay attention to the empathy and reliability dimension.

**Keywords:** Satisfaction / Intention to return / Service Quality / Sustainability / Athletic sports performance development

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันการพัฒนาอย่างยั่งยืนไม่ได้เป็นทางเลือกอีกต่อไป แต่ถือเป็นแนวทางหลักที่จะช่วยนำทางในการพัฒนา ทั้งนี้การพัฒนาอย่างยั่งยืนควรเริ่มจากระดับล่างขึ้นบน แทนระดับบนลงล่าง จากระดับท้องถิ่น สู่ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ ตามลำดับ (Roseland, 1998)

ในวงการกีฬาที่เช่นกัน การพัฒนาศักยภาพให้นักกีฬาผ่านการให้บริการโดยใช้หลักวิทยาศาสตร์การกีฬา (Sports Science) ประกอบกับการนำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสาขาต่างๆ มาใช้ในการพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักกีฬาสามารถแสดงศักยภาพในการแข่งขันได้อย่างสูงสุด (High Performance) โดยเฉพาะการให้บริการในระดับมหาวิทยาลัยซึ่งถือเป็นการพัฒนาจากระดับล่างขึ้นบนนับว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนางานการกีฬาอย่างยั่งยืน

ความยั่งยืนมักจะประกอบไปด้วยตัวชี้วัดเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการยกตัวอย่างเช่น ความยั่งยืนของสถานศึกษาแห่งหนึ่งจะขึ้นอยู่กับการให้บริการที่มีคุณภาพสูงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญซึ่งในที่นี้ได้แก่ผู้เข้ารับการศึกษ การให้บริการที่มีคุณภาพจะก่อให้เกิดความได้เปรียบและดึงดูดให้นักศึกษามาสสมัครเข้ารับการศึกษ (Bhuiyan, 2016) อาจกล่าวได้ว่าการบริการที่มีคุณภาพสูงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับความยั่งยืน ทั้งนี้การเริ่มจากการทราบถึงคุณภาพและมุมมองที่เกิดขึ้นจากผู้รับบริการถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ เพื่อให้ทราบถึงจุดที่ยังเป็นข้อบกพร่อง และช่วยลดความคลาดเคลื่อนระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการกับสิ่งที่ผู้ให้บริการส่งมอบ ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ให้บริการอย่างยั่งยืน

การทราบถึงคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ยังเป็นสิ่งที่มีความท้าทายโดยเฉพาะการให้บริการในทางการกีฬาทั้งงานศึกษาที่ผ่านมาโดยมาก

มักเป็นการวัดความพึงพอใจโดยไม่ได้จำแนกหรือทำการเปรียบเทียบในแต่ละกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ในกรณีสนามกีฬา Tianbanyat and Saranrom (2019) ได้ทำการศึกษาคุนภาพการให้บริการสนามกีฬาในกลุ่มผู้เข้าใช้บริการสนามกีฬากลาง และกรณีศูนย์กีฬา Chumjai (2019) ได้ศึกษาด้านที่มีความจำเป็นต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์กีฬาในมหาวิทยาลัย ทั้งนี้การศึกษากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพียงกลุ่มเดียวอาจทำให้เป็นการยากต่อการพัฒนาการให้บริการที่จะส่งให้เกิดการให้บริการอย่างยั่งยืนเนื่องจากขาดความเข้าใจที่สมบูรณ์ และยังเป็นที่ยากที่จะบูรณาการด้านต่างๆ เข้าสู่กลยุทธ์หลักที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการและการตัดสินใจที่เกี่ยวข้อง หรือกล่าวได้ว่าการทราบถึงการรับรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้องในกลุ่มต่างๆ นับเป็นเรื่องที่สำคัญต่อความยั่งยืนในการให้บริการ (Epstein and Buhova, 2014)

นอกจากนี้คุณภาพการให้บริการยังมีความสำคัญเนื่องจากการแข่งขันที่นับวันจะมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ทำให้การบริการจำเป็นที่จะต้องมีความแตกต่างและหนึ่งในกลยุทธ์ที่มีความสำคัญคือการส่งมอบการให้บริการที่มีคุณภาพสูง อาจกล่าวได้ว่าการส่งมอบการให้บริการที่มีคุณภาพสูงนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จ อย่างไรก็ตามคุณภาพการให้บริการที่ดียังเป็นสิ่งที่เป็นามธรรม ทั้งนี้เนื่องจากคุณลักษณะที่มีความพิเศษสามประการ โดยประการแรกการไม่สามารถจับต้องได้ ประการที่สองลักษณะเฉพาะที่ไม่สามารถทำซ้ำได้ และประการที่สามการไม่สามารถแยกออกจากการผลิตและการบริโภค (Parasuraman et al., 1988) ทำให้จำเป็นที่จะต้องใช้เครื่องมือเพื่อให้ทราบการรับรู้ด้านดังกล่าว

กรอบแนวคิด SERVQUAL เป็นกรอบการประเมินคุณภาพการให้บริการ ถูกนำมาใช้ในงานศึกษาคุณภาพในการให้บริการการพัฒนาศักยภาพนักกีฬา

เพื่อความเป็นเลิศในครั้งนี โดยเครื่องมือนี้ถูกพัฒนา โดย Parasuraman et al. (1985) โดยการใช้การศึกษาแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Study) ในด้านการตลาดและได้ถูกทดสอบและตรวจความถูกต้องในงานต่อมาของ Parasuraman et al. (1988) ทั้งนี้แบบมาตรวัดดังกล่าวประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ และได้ถูกนำไปใช้งานอย่างแพร่หลาย เช่นธุรกิจทางด้านกีฬา (Thanabordeekij, 2017; Thanabordeekij, 2018; Vichitranuja and Nitiphon, 2019) ธุรกิจทางการท่องเที่ยว (Kanthachai and Taechamaneestit, 2015) ธุรกิจทางการดูแลสุขภาพ (Yotawut, 2014; Kittidecha, 2018) ธุรกิจทางการขนส่ง (Thipsuwan and Huttasin, 2018) เป็นต้น โดยองค์ประกอบของ SERVQUAL ประกอบไปด้วย 5 ด้านได้แก่ 1) การจับต้องได้ทางกายภาพ (Tangibles) สถานที่และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเชิงกายภาพ 2) ความเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการมอบการให้บริการตามที่สัญญาไว้ อย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง 3) การตอบสนอง (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการอย่างทันท่วงที 4) ความมั่นใจ (Assurance) ความรู้และมารยาทของผู้ให้บริการ ความสามารถที่ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและความมั่นใจ 5) การเอาใจใส่ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่ในระดับบุคคลที่ผู้ให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ

SERVQUAL ยังมีศักยภาพในการนำมาประยุกต์ใช้ในการพิจารณาถึงความสำคัญในแต่ละมิติของทั้งห้าด้านที่จะส่งผลลัพธ์ของผู้รับบริการโดยผลลัพธ์ที่มีความสำคัญได้แก่ความพึงพอใจ (Satisfaction) และความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ (Intention to Return)

โดยความพึงพอใจ หมายถึง การตอบสนองทางอารมณ์ในภาพรวมที่เกิดจากประสบการณ์ในการรับ

บริการ (Oliver, 1981) และปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ในด้านประสบการณ์การรับบริการ (Spreng et al., 1996) ทั้งนี้ประสบการณ์ที่ผู้ใช้บริการได้รับขึ้นกับมิติด้านคุณภาพการให้บริการในหลายๆด้านที่เกิดขึ้นเทียบกับความคาดหวังของผู้รับบริการในตอนต้น อาจกล่าวได้ว่าประสบการณ์ในแต่ละมิติของ SERVQUAL อาจส่งผลต่อความพึงพอใจที่ผู้รับบริการได้รับในภาพรวม ส่วนความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการนับว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญของผู้ให้บริการ โดยถือเป็นพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention) ซึ่งหมายถึงพฤติกรรมในอนาคตของแต่ละบุคคลที่คาดหวังหรือได้ทำการวางแผนไว้ (Ajzen, 1987) ทั้งนี้ลูกค้าจะสร้างความเชื่อจากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ่านการเรียนรู้กระบวนการทางความคิด สร้างการตอบสนองทางอารมณ์และทัศนคติที่เกี่ยวกับการชอบและไม่ชอบบริการ และสุดท้ายความชอบหรือไม่ชอบดังกล่าวจะส่งผลต่อพฤติกรรมความเชื่อในการใช้บริการ (Fishbein and Ajzen, 1975) โดยถ้าผู้รับบริการไม่ได้รับประสบการณ์ตามที่คาดหวัง อาจไม่ใช้บริการอีกต่อไป กล่าวได้ว่าการเข้าใจพฤติกรรมความตั้งใจของผู้รับบริการเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ และยังสามารถช่วยรักษาผู้ใช้บริการไว้ได้

แม้ว่าด้านคุณภาพการให้บริการจะมีความสำคัญและมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ แต่พบว่ยังไม่มีการศึกษาและสำรวจความสัมพันธ์ดังกล่าวในบริบทการบริการทางกีฬาทางด้านการพัฒนาศักยภาพนอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังอาจแสดงให้เห็นถึงการรับรู้ด้านคุณภาพที่อาจมีความแตกต่างในแต่ละกลุ่มที่เกี่ยวข้องของการรับบริการทางการกีฬาซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาการบริการอย่างยั่งยืน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการการพัฒนาศักยภาพทางการกีฬาในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ นักกีฬา โค้ช และอาจารย์ที่ปรึกษาชมรมกีฬา

### สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพของการให้บริการทางการกีฬามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความพึงพอใจโดยรวม

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพของการให้บริการทางการกีฬามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพของการให้บริการทางการกีฬาระหว่างกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องมีความแตกต่างกัน

### วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของงานวิจัยนี้ครอบคลุมถึงพื้นที่ที่มีการให้บริการการพัฒนาศักยภาพทางการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในกลุ่มผู้ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งสามกลุ่มซึ่งประกอบไปด้วย กลุ่มแรกนักกีฬา กลุ่มที่สองโค้ช และกลุ่มที่สามอาจารย์ที่ปรึกษาชมรม โดยคิดเป็นจำนวน 74, 10 และ 7 คน ตามลำดับ โดยคณะผู้วิจัย จะทำการติดต่อที่ปรึกษาและโค้ชชมรมกีฬาที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อนัดวันสำหรับเก็บข้อมูล โดยสถานที่เก็บข้อมูล คือสนามกีฬา หรือสถานที่ฝึกกีฬาของแต่ละชมรม ทำการแจกแบบสอบถามแก่ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และอธิบายแบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 4 ส่วน มีข้อคำถามทั้งหมด 33 ข้อ ใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 5 นาที

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการพัฒนาศักยภาพให้กับนักกีฬา จำนวน 22 ข้อ โดยประยุกต์ใช้แบบสอบถามจาก Parasuraman et al. (1988)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในภาพรวมต่อการให้บริการพัฒนาศักยภาพให้กับนักกีฬา จำนวน 3 ข้อ โดยประยุกต์ใช้แบบสอบถามจาก Chang (2000)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการการพัฒนาศักยภาพให้กับนักกีฬา จำนวน 3 ข้อ โดยประยุกต์ใช้แบบสอบถามจาก Chang (2000)

โดยมาตรวัดของลิเคอร์ท (Likert Scale) แบบ 5 ระดับ (1=ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด, 5=ระดับความพึงพอใจมากที่สุด) ในขั้นตอนที่สามและสี่ ผู้ตอบแบบสอบถามจะถูกถามให้ประเมินความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการตามลำดับโดยมาตรวัดของลิเคอร์ท (Likert Scale) แบบ 5 ระดับ (1=ระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด, 5=ระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด) โดยแปลผลคะแนนความพึงพอใจ และความตั้งใจในการกลับมาใช้ คือ 1=ระดับความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาใช้น้อยที่สุด, 5=ระดับความพึงพอใจ และความตั้งใจในการกลับมาใช้มากที่สุด

การหาคุณภาพของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ความตรงของเนื้อหา (Content Validity) และดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านได้ค่าเท่ากับ 1 โดยทำการเลือกข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องอย่างน้อย 0.5 ขึ้นไป

การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ: ค่าแอลฟาของคอนบาค (Reliability Analysis: Cronbach Alpha) ได้ถูกใช้ในการทดสอบ ความน่าเชื่อถือ (Reliability)

และความเชื่อมั่นของความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ของแต่ละคุณลักษณะที่ทำการวัด โดยการนำแบบสอบถามไปทำกับกลุ่มนักกีฬาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Pilot Study) จำนวน 35 คน (Isaac and Michael, 1995) ทั้งนี้ค่าขั้นต่ำที่เป็นค่าที่ยอมรับได้ของความน่าเชื่อถือมีค่าเท่ากับ 0.5 (Nunnally, 1967) โดยแบบสอบถามนี้มีค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.97

เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะทำการเก็บในบริเวณที่มีการให้บริการการพัฒนาศักยภาพทางการกีฬาในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งสามกลุ่มประกอบไปด้วยกลุ่มแรกนักกีฬาจำนวน 74 คนกลุ่มที่สองโค้ช 10 คน และกลุ่มที่สามอาจารย์ที่ปรึกษา 7 คน งานวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รับรองเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2562

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (N=91) ดังกล่าวมีจำนวนที่เหมาะสมเนื่องจาก การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยต้องการ 10 ตัวอย่างต่อหนึ่งตัวแปรอิสระ (VanVoorhis, 2007) โดยอัตราส่วนของจำนวนตัวอย่าง (91) ต่อจำนวนของตัวแปรอิสระ (5) ในงานวิจัยนี้ได้แก่ 18 ต่อ 1 ซึ่งมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่ 10 ตัวอย่างต่อตัวแปรอิสระ

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน มีข้อคำถามทั้งหมด 33 ข้อ ใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 5 นาที

### ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 1 ครั้ง เวลา 09:00น. - 17:00น. ในบริเวณสนามกีฬาหรือสถานที่ฝึกซ้อมของกีฬาแต่ละชมรมที่เกี่ยวข้อง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการในสองลักษณะในการทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการแรกได้แก่การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยใช้เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการ (ตัวแปรอิสระ) กับความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ (ตัวแปรตาม) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานที่หนึ่งและสอง วิธีการที่สองการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One way analysis of variance) การวิเคราะห์ดังกล่าวใช้ในการทดสอบระดับคุณภาพในการให้บริการในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง (นักกีฬา โค้ช และที่ปรึกษาชมรม)

### ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เพศชาย และ เพศหญิงมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน โดยมีค่า 53.85% และ 46.15% ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 18-29 ปี (85.71%) อายุ 30-39 และ 40-59 คิดเป็น 7.69% และ 6.60% ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักศึกษา (84.62%) และในด้านความเกี่ยวข้องในการรับบริการ ส่วนใหญ่ได้แก่กลุ่มนักกีฬาคิดเป็น 81.32% โดย 10.99% จัดอยู่ในกลุ่มโค้ช และที่เหลือ 7.69% อยู่ในกลุ่มอาจารย์ที่ปรึกษาชมรมดังแสดงในตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์การถดถอย ความพึงพอใจในภาพรวมและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 และ 2 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	%
<b>เพศ</b>		
ชาย 1	49	53.85%
หญิง 2	42	46.15%
รวม	91	100.00%
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี 1	17	18.68%
20-29 ปี 2	61	67.03%
30-39 ปี 3	7	7.69%
40-49 ปี 4	3	3.30%
50-59 ปี 5	3	3.30%
รวม	91	100.00%
<b>อาชีพ</b>		
นักศึกษา	77	84.62%
รับราชการ	1	1.10%
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	2.20%
อาชีพอิสระ	2	2.20%
อื่นๆ	9	9.89%
รวม	91	100.00%
<b>ความเกี่ยวข้องในการรับบริการ</b>		
นักกีฬา	74	81.32%
โค้ช	10	10.99%
อาจารย์ที่ปรึกษาชมรม	7	7.69%
รวม	91	100.00%

ตารางที่ 2 สรุปการวิเคราะห์การถดถอย (N=91)

แบบจำลอง	R-Square	F	Sig.
ความพึงพอใจในภาพรวม (OS)	63.7	29.87	0.00*
ความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ (IR)	53.6	19.60	0.00*

\*  $p < .05$

ผลการถดถอย โดยแสดงถึงผลกระทบของคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในภาพรวม และความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ ทั้งนี้ผลลัพธ์ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อถือ ( $p=0.06$ ) และการเอาใจใส่ ( $p=0.05$ ) มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจ

ในภาพรวม ในขณะที่ความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการได้รับผลกระทบจากการเอาใจใส่ ( $p=0.10$ ) โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในภาพรวมสมมติฐาน 1 และ 2 ได้รับการสนับสนุนตามคุณลักษณะที่ได้กล่าวถึงดังกล่าว ดังแสดงในตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ความมีนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ( $N=91$ )

แบบจำลอง	B		S.E.		t		Sig.	
	OS	IR	OS	IR	OS	IR	OS	IR
(ค่าคงที่)	0.73	0.85	0.33	0.39	2.22	2.18	0.03	0.03
การจับต้องได้	-0.03	0.11	0.11	0.13	-0.32	0.89	0.75	0.38
ความเชื่อถือ	0.28	0.16	0.15	0.17	1.90	0.89	0.06*	0.37
การตอบสนอง	0.07	0.02	0.15	0.17	0.47	0.12	0.64	0.91
ความมั่นใจ	0.23	0.24	0.17	0.21	1.34	1.14	0.19	0.26
การเอาใจใส่	0.32	0.31	0.16	0.19	2.00	1.67	0.05**	0.10*

\*\*  $p < .05$ , \*  $p < .10$

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างด้านคุณภาพการให้บริการในทั้งสามกลุ่ม (นักกีฬา โค้ช ที่ปรึกษาชมรม) ของผู้มาใช้บริการ แสดงให้เห็นว่าไม่มี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่าง นักกีฬา โค้ช และที่ปรึกษาชมรม ในด้านการจับต้องได้ทางกายภาพ ( $F=1.06$ ,  $p=0.35$ ) ความเชื่อถือ ( $F=0.13$ ,  $p=0.88$ )

การตอบสนอง ( $F=0.06$ ,  $p=0.94$ ) ความมั่นใจ ( $F=0.56$ ,  $p=0.58$ ) และการเอาใจใส่ ( $F=0.64$ ,  $p=0.53$ ) กล่าวได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 ที่คาดว่าคุณภาพของการให้บริการทางการกีฬาระหว่างกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องมีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบด้านคุณภาพการให้บริการในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง

ด้านคุณภาพการให้บริการ	แบ่งกลุ่ม	S.S.	d.f.	M.S.	F	Sig.
การจับต้องได้	ระหว่างกลุ่ม	0.95	2	0.47	1.06	0.35
	ภายในกลุ่ม	39.23	88	0.45		
	รวม	40.17	90			
ความเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	0.11	2	0.05	0.13	0.88
	ภายในกลุ่ม	35.94	88	0.41		
	รวม	36.04	90			
การตอบสนอง	ระหว่างกลุ่ม	0.05	2	0.02	0.06	0.94
	ภายในกลุ่ม	36.11	88	0.41		
	รวม	36.15	90			
ความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.39	2	0.20	0.56	0.58
	ภายในกลุ่ม	31.04	88	0.35		
	รวม	31.43	90			
การเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	0.59	2	0.29	0.64	0.53
	ภายในกลุ่ม	40.72	88	0.46		
	รวม	41.30	90			

#### อภิปรายผลการวิจัย

ผลวิจัยได้ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยด้านคุณภาพของการให้บริการที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในด้านความพึงพอใจในภาพรวม และความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ โดยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการเชิงท่องเที่ยว ในด้านความพึงพอใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ได้รับผลกระทบจากคุณภาพการให้บริการที่จัดทำโดย Kanthachai and Taechamaneestit (2015)

ทั้งนี้ตัวอย่างที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ เช่น ผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาศักยภาพให้กับนักกีฬาควรให้ความสนใจทางด้านนโยบายที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการในการเอาใจใส่ โดยเฉพาะในเรื่องความเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

ความเอาใจใส่ในรายบุคคล การปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างเป็นมิตร การให้ความสนใจเป็นพิเศษกับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ และการให้ความช่วยเหลือในด้านจำเป็นอื่น ๆ เนื่องจากด้านดังกล่าวได้แสดงผลกระทบที่เป็นบวกต่อความพึงพอใจในภาพรวม และความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยด้านการให้บริการพิเศษที่คุณภาพการให้บริการในการเอาใจใส่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการต่ออายุของสมาชิก (Thanabordeekij, 2018) แต่ไม่สอดคล้องกับงานของ Theodorakis and Alexandris (2008) ที่พบว่าในฟุตบอลอาชีพ คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองและความน่าเชื่อถือเท่านั้นที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อตั๋วเข้าชมการแข่งขัน

นอกจากนี้ผู้รับพิชชอบโครงการพัฒนาศักยภาพทางการกีฬาควรให้ความสำคัญเชิงนโยบายในคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือ โดยพิจารณานำด้านดังกล่าวเป็นหลักและวิธีปฏิบัติในการดำเนินการ โดยเฉพาะในการบริการที่ให้ความเป็นส่วนตัว การบันทึกข้อมูลอย่างเหมาะสม ความสามารถในการบริการการตามวัตถุประสงค์และโปรแกรมการให้บริการที่ตรงวัตถุประสงค์ เนื่องจากด้านดังกล่าวมีแนวโน้มที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในภาพรวมของผู้มาใช้บริการพัฒนาศักยภาพนักกีฬา ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานของ Yotawut (2014) ที่พบว่าความพึงพอใจในการรับบริการจากโรงพยาบาลภาครัฐได้รับผลกระทบมาจากคุณภาพการให้บริการในด้านการเอาใจใส่ และความน่าเชื่อถือ แต่มีความแตกต่างในภาคโรงพยาบาลเอกชนที่ด้านการเอาใจใส่ไม่ได้เป็นตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการ และผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้ยังมีความสอดคล้องบางส่วนกับ Larson and Steinman (2009) ที่พบว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมกีฬาเอ็นเอสแอล แต่ไม่พบว่าคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ไม่ส่งผลต่อทั้งความพึงพอใจ และความตั้งใจในการกลับเข้ามาชมของผู้ชม

ผลลัพธ์จากงานวิจัยนี้ยังช่วยต่อยอดให้กับงานที่ผ่านมาของ Tianbanyat and Saranrom (2019) ที่พบว่าคุณภาพการบริการในด้านการเอาใจใส่ และความน่าเชื่อถือ ในบริบทการให้บริการสนามกีฬา มีระดับการให้บริการที่ดี แต่ทั้งนี้งานดังกล่าวยังไม่ได้มีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ดังกล่าวกับความพึงพอใจในภาพรวม และความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ

อาจกล่าวได้ว่าการทราบที่มาถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการและความตั้งใจในการกลับใช้บริการว่ามีความสัมพันธ์กับมิติด้านคุณภาพการในด้านใดนับเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะในการที่จะเข้าใจพฤติกรรมของ

ผู้ให้บริการและยังสามารถช่วยรักษาผู้ให้บริการไว้ต่อไปอีกได้ นอกจากนี้การที่จะดำเนินการโครงการพัฒนาศักยภาพกีฬาให้เกิดความยั่งยืน ผู้รับพิชชอบยังมีความจำเป็นที่จะต้องทราบถึงมุมมองของผู้รับบริการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในทุก ๆ กลุ่มที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มนักกีฬา โค้ช และที่ปรึกษาชมรม เป็นต้น เพื่อนำไปปรับใช้ในเชิงกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการพัฒนาศักยภาพนักกีฬาทั้งสามกลุ่มได้เพื่อให้เกิดการพัฒนาการบริการอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามผลลัพธ์จากงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้รับบริการพัฒนาศักยภาพนักกีฬาทั้งสามกลุ่มมีการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน กล่าวได้ว่าผู้รับพิชชอบที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาศักยภาพนักกีฬาสมาารถจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงการจัดสรรทรัพยากรไปในระดับกลุ่มผู้รับบริการในแต่ละกลุ่มอย่างเฉพาะเจาะจง

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นให้ผู้รับพิชชอบโครงการพัฒนาศักยภาพนักกีฬาทราบถึงด้านที่มีความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือ และการเอาใจใส่ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ และได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้ด้านคุณภาพการให้บริการในแต่และกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ นักกีฬา โค้ช และที่ปรึกษาชมรม

อย่างไรก็ตามผู้รับพิชชอบโครงการอาจไม่จำเป็นที่จะต้องพิจารณาด้านคุณภาพการให้บริการในระดับกลุ่มผู้รับบริการที่เกี่ยวข้องในการประกอบการสร้างกลยุทธ์ เนื่องจากไม่พบถึงความแตกต่างในระหว่างกลุ่มในการรับรู้ถึงมิติในคุณภาพการให้บริการ

ในปัจจุบันเมื่อความต้องการและความจำเป็นของผู้รับบริการพัฒนาศักยภาพทางการกีฬามีแนวโน้มที่จะมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการรับรู้

และพัฒนาการของผู้เข้าใช้บริการ ผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องในโครงการควรทำการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านคุณภาพการให้บริการ ทั้งนี้ผู้รับผิดชอบควรมุ่งเน้นด้านที่ส่งผลกระทบต่อผู้รับบริการ และนำไปปรับในเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและประโยชน์สูงสุดต่อไป

### สรุปผลการวิจัย

พบว่าคุณภาพการให้บริการในด้านการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในภาพรวม และความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ ในขณะที่คุณภาพในการให้บริการด้านความเชื่อถือมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในภาพรวม แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของคุณภาพการให้บริการเมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่า การเอาใจใส่มีผลต่อความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ที่เกี่ยวข้องและต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ นอกจากนี้ความน่าเชื่อถือยังมีผลต่อความพึงพอใจในภาพรวมอีกด้วย ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรมุ่งเน้นในด้านการเอาใจใส่ในการให้บริการของหน่วยงาน และให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของผู้ดำเนินการ ควบคู่ไปกับการสร้างและรักษาความน่าเชื่อถือ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ มาจากการสุ่มแบบเจาะจง ไม่สามารถทำการสรุปแบบอ้างอิงได้ (Generalized) การวิจัยในอนาคตอาจแบ่งกลุ่มผู้รับบริการให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น เช่น ประเภทกีฬา เพื่อทราบศึกษาถึงความแตกต่างที่อาจเกิดขึ้น และนำผลลัพธ์ดังกล่าวไปปรับใช้กับกลยุทธ์และการปฏิบัติงาน นอกจากนี้งานวิจัยถัดไปอาจพิจารณา

เพิ่มตัวแปรในการศึกษาเพิ่มเติมจากงานวิจัยในครั้งนี้

### เอกสารอ้างอิง

- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. L. Berkowitz (Ed.), *In Advances in experimental social psychology* (pp. 1-63), New York: Academic Press.
- Bhuan, S. N. (2016). Sustainability of Western branch campuses in the Gulf region: Students' perspectives of service quality. *International Journal of Educational Development*, 49, 314-323.
- Chang, K. (2000). The impact of perceived physical environments on customers' satisfaction and return intentions. *Journal of Professional Services Marketing*, 21(2), 75-85.
- Chumjai, P. (2019) Participants' needs in service quality of Sports Complex Mae Fah Luang University. *Payap University Journal*, 28(2), 81-92.
- Epstein, M. J., & Buhovac, A. R. (2014). *Making sustainability work: Best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts* (2nd ed.). San Francisco, California: Best-Koehler Publishers.
- Fishbein, M., Ajzen, I., (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, PA: Addison-Wesley.

- Isaac, S., and Michael, W.B. (1995). *Handbook in research and evaluation*. San Diego, CA: Educational and Industrial Testing Services.
- Kanthachai, N., & Taechamaneestit, T. (2015). Domestic Tourists' behavioral intention in using the tourism services: A case study of Chiang Rai Province's tourists. *Journal of Management Sciences*, 32(2), 117-144.
- Kittidecha, C. (2018). Application of Kansei engineering in Thai government hospitals. *RMUTSB Academic Journal*, 6(2), 157-170.
- Larson, B. V., & Steinman, R.B. (2009). Driving NFL fan satisfaction and return intentions with concession service quality. *Services Marketing Quarterly*. 30(4), 418-428.
- Nunnally, J.C., (1967). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Oliver, R. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Parasuraman A., Zeithaml V.A., & Berry L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman A., Zeithaml V.A., & Berry L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 6, 12-40.
- Roseland, M. (1998). *Toward sustainable communities: Resources for citizens and government*. New York: New Society.
- Spreng, R., MacKenzie, S., & Olshavsky, R. (1996). A reexamination of the determinants of consumer satisfaction. *Journal of Marketing*, 60(3), 15-33.
- Thanabordeekij, P. (2017). Identifying the gaps between customer expectations and perception on service quality dimensions of XYZ fitness. *Journal of Southern Technology*, 10(2), 177-187.
- Thanabordeekij, P. (2018). The influence of perceived service quality on fitness membership renewal of XYZ fitness. *Journal of Management Sciences*, 5(2), 67-84.
- Theodorakis, N. D., & Alexandris, K. (2008). Can service quality predict spectator's behavioral intentions in professional soccer? *Managing Leisure*, 13(3-4), 162-178.
- Thipsuwan, T., & Huttasin, N. (2018). Service quality in Low-Cost Airlines: A case of Ubon Ratchathani – Bangkok – Ubon Ratchathani. *Journal of Management Science, Ubon Ratchathani University*, 7(13), 11-24.
- Tianbanyat, K., & Saranrom, D. (2019). Quality of services provided by stadium: A case study of Trad stadium. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, 9(1), 225-237.
- VanVoohis, C.R.W., and Morgan, B.L. (2007). Understanding power and rules of thumb for determining sample sizes. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology* 2(3), 43-50.

- Vichitranuja, N., & Nitiphon, N.W. (2019). Exploring SuansonPradipat golf course management and linkages towards sustainable development by applying the Sufficiency Economy Philosophy. *National Defence Studies Institute Journal*, 10(2), 65-77.
- Yotawut, M. (2014). Hospitality and customer service perceptions: Perspectives of Thai public and private hospitals. *Journal of Public and Private Management*, 21(1), 69-96.