

ความต้องการคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะ ของผู้ฝึกโยคะ ในกรุงเทพมหานคร

อนุตร คำสุระ และโสภณทัย สุนธยาธร
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครผู้ที่มีประสบการณ์ในการฝึกโยคะขั้นพื้นฐานอย่างง่ายขึ้นไป ทั้งที่มีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์ในการใช้บริการสถานฝึกโยคะที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างค่าคำถามกับวัตถุประสงค์ พบว่าค่าที่ได้คือ 0.85 และค่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่ได้คือ 0.92

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากสมาชิกกลุ่มปิดเฟซบุ๊กที่เป็นลักษณะชุมชนออนไลน์เกี่ยวกับโยคะและออกกำลังกายที่อนุญาตให้วาง Link แบบสอบถามได้ ซึ่งได้แก่ 1.) กลุ่มชมรมคนชอบโยคะ 2.) กลุ่มฟิตเนสเล่นเองที่บ้าน 3.) กลุ่มจุดโยคะ 4.) กลุ่มโยคะอยู่บ้าน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

ผลการวิจัย เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่าความต้องการคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนความต้องการคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย ความต้องการคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะ ในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ / การตัดสินใจ / สถานฝึกโยคะ / ผู้ฝึกโยคะ

SERVICE QUALITY AFFECTING THE DECISION MAKING TO CHOOSE YOGA CENTER OF YOGA PRACTITIONERS IN BANGKOK

Arnoot Kumsura and Somruthai Soontayatron

Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University

Abstract

Purpose The purpose of this research was to study service quality affecting the decision making to choose yoga center of yoga practitioners in Bangkok.

Methods The samples used in this study were 400 Thai people who live in Bangkok and have practiced an easy level of yoga with both experience and inexperience of practicing in yoga center. Online questionnaires were used as a main method to collect data in this research with IOC of 0.85 and coefficient alpha equal of 0.92.

Online questionnaires were collected from members in closed yoga and exercise Facebook groups that allowed to post the link of the questionnaire in the following: 1) Club of yoga lovers 2.) Fitness at home 3.) Point of yoga 4.) Yoga at home. This study also applied statistical data analyses with the determination of patterns in the data such as the frequency, percentage, mean and standard deviation. This research also

undertook Multiple Linear Regression with statistical significance at 0.05 to test the hypothesis of this research.

Results Hypothesis testing showed that responsiveness, tangibility and empathy of service quality have affected the decision making to choose yoga center of yoga practitioners in Bangkok with statistical significance at 0.05. On the other hand, reliability and assurance of service quality have not affected the decision making to choose yoga center of yoga practitioners in Bangkok.

Conclusion Responsiveness, tangibility and empathy of service quality have affected the decision making to choose yoga center of yoga practitioners in Bangkok but reliability and assurance of service quality have not affected the decision making to choose yoga center of yoga practitioners in Bangkok.

Keywords: Service quality / Decision making / Yoga center / Yoga practitioner.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โยคะ (Yoga) นั้นเป็นกิจกรรมนันทนาการ เพื่อการพัฒนาจิตใจและสร้างความสุขที่เป็นไปในทางการเคลื่อนไหวร่างกายไปพร้อมกับฝึกลมหายใจ โดยโยคะนั้นเป็นมากกว่าการออกกำลังกาย เพราะนอกจากจะทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงจากการฝึกฝนแล้ว สุขภาพจิตของผู้ฝึกยังสงบสุข เพราะโยคะเป็นการสร้างสมาธิ นำจิตไปสู่ความสงบเยือกเย็น และ ผ่อนคลายความตึงเครียด อีกทั้งยังปรับสมดุลร่างกายจากอิริยาบถในชีวิตประจำวันที่ไม่ถูกต้อง (Thaihealth, 2014) และหากมองในกลุ่มตลาดโยคะ มูลค่าตลาดโยคะมีมูลค่าราว 400 ล้านบาทและเติบโตอย่างต่อเนื่องร้อยละ 10 ต่อปี (Positioning, 2015) และเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายเห็นโอกาสที่จะสร้างธุรกิจเกี่ยวกับโรงเรียนหรือสถานฝึกโยคะ โดยในปัจจุบันมีโรงเรียนหรือสถานฝึกโยคะเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในเขตกรุงเทพมหานครและมีสถานฝึกโยคะหลายแห่งที่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงและได้ขยายสาขาไปต่างจังหวัด ซึ่งสถานฝึกโยคะนั้นมีบริการหลักสูตรการเรียนการสอนโยคะหลากหลายรูปแบบ เช่น โยคะในรูปแบบดั้งเดิม อย่าง ศิวะนันทะโยคะ (Sivananda yoga) แอชทังกา วินยาสะโยคะ (Ashtanga vinyasa yoga) ไอเอนการ์โยคะ (Iyengar yoga) และในรูปแบบที่นำไปประยุกต์กับการออกกำลังกายศาสตร์อื่นๆ เช่น โยคะ ฟลาย (Yoga fly) หรือ การนำศาสตร์ของพิลาทิสมา ร่วมกับโยคะเป็น โยคะลาทิส (Yogalates) หรือ การฝึกโยคะที่เน้นการยืดเหยียดกล้ามเนื้อที่หดสั้น ตึงตัว อย่าง หยินโยคะ (Yin yoga) หรือ โยคะที่ทำการฝึกในห้องที่มีอุณหภูมิสูง อย่างโยคะร้อน หรือ บิแกรมโยคะ (Bikram yoga) โดยสถานฝึกโยคะนั้นจำเป็นต้องตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความสะดวกในการเดินทาง ครูผู้สอนที่มีประสบการณ์การสอน และมีทักษะเชี่ยวชาญในการสอนเป็นอย่างดีเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของผู้ฝึกโยคะอีกด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการคัดสรรครูผู้สอนที่มี

ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เรียนโยคะ และรวมไปถึงการให้ความสำคัญต่อสถานที่ โดยให้ความสำคัญกับการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมากเพียงพอภายในสถานฝึกโยคะ รวมทั้งมีการตกแต่งภายในสถานฝึกโยคะที่เหมาะสมเพื่อสร้างบรรยากาศการฝึกโยคะ (Avatarkul, 2014) ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดนั้น ล้วนมีความเกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการในด้านต่างๆของสถานฝึกโยคะทั้งสิ้น กล่าวคือ นอกจากทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางแล้ว คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับธุรกิจให้บริการสถานฝึกโยคะ

ซึ่งหากเมื่อกล่าวถึงรายละเอียดของคุณภาพการบริการของสถานฝึกโยคะ สิ่งที่ใช้บริการสถานฝึกโยคะต้องการที่จะได้รับ โดยเฉพาะการบริการด้านการเรียนการสอน และการให้บริการในส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ โดยคุณภาพการบริการนั้นได้แบ่งออกเป็น 5 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของด้านการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1998) ซึ่งคุณภาพการบริการนั้นมีความสำคัญในด้านต่างๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ โดยคุณภาพการบริการที่ดีนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันพิจารณาถึงความคุ้มค่าของการใช้บริการ โดยสิ่งที่บ่งบอกถึงความคุ้มค่าจากการใช้บริการนั้นคือคุณภาพการบริการที่ดีที่ผู้รับบริการจะได้รับ และ นอกจากนั้นคุณภาพการบริการนั้นเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อลูกค้า หากการให้บริการนั้นมีคุณภาพอย่างต่อเนื่องย่อมทำให้ลูกค้ารู้สึกชื่นชอบพอใจและต้องการมาใช้บริการเป็นประจำซึ่งสามารถสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืนจากการที่มีคุณภาพการบริการที่ดี (Chaoprasert, 2003) ดังนั้นหากสถานฝึกโยคะมีจุดเด่นด้านการจัดการบ

ริกาการเรียนการสอน และ อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แก่ผู้ฝึกโยคะ โดยให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้รับบริการสามารถสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันได้

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น จะเห็นได้ว่าจากกระแสความนิยมในการฝึกโยคะและการออกกำลังกายที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการจัดตั้งสถานฝึกโยคะที่ให้บริการการเรียนการสอนโยคะในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยแต่ละสถานะนั้นมีรูปแบบการสอนที่หลากหลายและมีครูผู้สอนหลายท่าน และต่างมีจุดเด่นและจุดด้อยที่ต่างกันอย่างออกไปและด้วยเหตุผลนี้เองทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดที่มากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีแผนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพควบคู่ไปกับการทราบถึงความต้องการในคุณภาพการบริการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความต้องการคุณภาพด้านการบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

ความต้องการคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะ ของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ Maslow (1954) กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์โดยได้อธิบายรายละเอียดของความต้องการของมนุษย์ในด้านต่างๆไว้เป็นลำดับชั้น ตามทฤษฎีความต้องการเป็นลำดับชั้น (Hierarchy of needs theory) โดยทฤษฎีดังกล่าวได้จำแนก

ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ลำดับชั้นดังต่อไปนี้

1. ความต้องการด้านสรีระ (Physiological needs) เป็นความต้องการระดับขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งเป็นความต้องการทางร่างกายเพื่อการตอบสนองความต้องการจำเป็นเพื่อการดำรงชีวิต ได้แก่ อากาศ น้ำ รวมถึงปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย ซึ่งหากมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการในขั้นนี้อย่างสมบูรณ์แล้วมักจะมีความต้องการในระดับขั้นถัดไป โดยสถานฝึกโยคะสามารถตอบสนองความต้องการในขั้นนี้โดยการให้บริการด้านอุปกรณ์การใช้งานที่มีสภาพพร้อมใช้งาน สถานที่ภายในที่สะดวกสบาย รวมไปถึงการบริการขั้นพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกต่อผู้ฝึกโยคะได้อย่างรวดเร็วถูกต้อง
2. ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองในขั้นสรีระวิทยาอย่างสมบูรณ์แล้ว มักจะต้องการความต้องการในขั้นความปลอดภัย โดยทั่วไปแล้วความต้องการในขั้นนี้มักจะมีอยู่ 2 รูปแบบคือ ความปลอดภัยด้านร่างกาย ได้แก่ ความปลอดภัยมั่นคงในด้าน การมีสุขภาพ สุขภาพ และ ความปลอดภัยด้านต่างๆในชีวิตและทรัพย์สิน และ ความปลอดภัยด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เช่น ความมั่นคงทางการงานและการเงิน โดยสถานฝึกโยคะสามารถตอบสนองความต้องการในขั้นนี้โดยการให้บริการด้าน โปรแกรมการฝึกโยคะที่ปลอดภัย ความปลอดภัยของอุปกรณ์การฝึกบางชิ้น การได้รับการดูแลด้านการป้องกันการบาดเจ็บ และ รวมไปถึงระบบการรักษาความปลอดภัยในสถานฝึกโยคะ

3. ความต้องการทางสังคม (Social needs) หมายถึง ความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์ รวมถึงการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใดๆ เช่น การมีมิตรภาพ การได้รับความรักจากผู้อื่น โดยสถานฝึกโยคะสามารถตอบสนองความต้องการในขั้นนี้โดยการให้บริการด้านความเอาใจใส่และไม่ตรีจิตจากบุคลากรผู้สอน และ บุคลากรผู้ให้บริการในด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงบรรยากาศการเรียนการสอนที่ดีและเป็นมิตร เหมาะสมกับการฝึกโยคะ
4. ความต้องการด้านการยกย่องนับถือ (Esteem needs) เช่น ความต้องการจากการได้ถูกยอมรับโดยผู้อื่นในสังคม เช่น การมีสถานะภาพทางสังคม การมีตำแหน่งหรือเกียรติยศใดๆ โดยสถานฝึกโยคะสามารถตอบสนองความต้องการในขั้นนี้โดยการให้บริการด้าน การให้ความเอาใจใส่ผู้รับบริการสถานฝึกโยคะเป็นรายบุคคลและมีความสุภาพนอบน้อม ต่อผู้เข้ารับบริการ
5. ความต้องการในด้านการบรรลุความสำเร็จแห่งตน (Self-actualization) หมายถึง ความต้องการของมนุษย์ที่ต้องการในการพัฒนาตนเองไปสู่ศักยภาพอันสูงสุด เช่น การได้ทำงานที่ท้าทาย การประสบความสำเร็จในสิ่งที่ตนต้องการสูงสุดในชีวิต โดยสถานฝึกโยคะสามารถตอบสนองความต้องการในขั้นนี้โดยการให้บริการด้าน โปรแกรมการฝึกโยคะที่เหมาะสมที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพและถูกวิธีที่ช่วยพัฒนาร่างกายและสุขภาพของผู้ที่เข้ารับบริการ ให้แข็งแกร่งขึ้นจากการเข้าร่วมการฝึกโยคะ

สรุปได้ว่า ผู้บริโภคนั้น มีความต้องการในสิ่งต่างๆไม่สิ้นสุด และมีความหลากหลายนั้น เป็นเรื่องธรรมดาโดยจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้มองเห็นสถานะในอุดมคติที่ตนนั้นปรารถนาอยากให้เป็น และสถานะความเป็นจริงซึ่งอาจเป็นปัญหาที่พบเจอหรือสิ่งที่ตนกำลังมองหาเพื่อตอบสนองสิ่งที่ขาดหรือเพื่อเติมเต็มในสิ่งที่ต้องการ โดยอ้างอิงทฤษฎีโมเดลคุณภาพการบริการโดยศึกษาว่าผู้ฝึกโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับความต้องการในคุณภาพการบริการต่างๆของสถานฝึกโยคะ ด้านใดมากที่สุดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โมเดลคุณภาพการบริการหรือ SERVQUAL ซึ่งเป็นปัจจัยที่ใช้วัดคุณภาพการบริการที่ พาราซุรามาน ซีแฮมล์ และ เบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) เป็นผู้คิดขึ้นโดยคิดค้นขึ้นมา ประกอบไปด้วย 5 มิติด้านการบริการ ดังนี้

1. มิติด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏให้เห็นทางกายภาพ บรรยากาศ สภาพแวดล้อม อุปกรณ์ เครื่องมือ บุคลิกภาพของบุคลากร สิ่งอำนวยความสะดวก
2. มิติด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง การบริการที่มีความน่าเชื่อถือ และการบริการที่สามารถบริการได้ตรงตามสัญญาที่ให้ไว้ได้อย่างถูกต้อง และการได้รับการบริการอย่างสม่ำเสมอทุกครั้งที่เข้าใช้บริการ
3. มิติด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมในการตอบสนองความต้องการในด้านการบริการต่อผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้อง ทั้งในด้านการบริการ การติดต่อสื่อสาร และการให้ข้อมูลต่างๆ รวมทั้งความพร้อมในการบริการในส่วนต่างๆ ขององค์กรผู้ให้บริการ

4. มิติด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง มิติด้านการบริการจากผู้ให้บริการ บุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ความสามารถ รวมทั้งในด้านการบริการที่เป็นมืออาชีพของบุคลากรที่ให้บริการ ที่มีความสุภาพ มีกิริยาที่ดี ความซื่อสัตย์และมีจรรยาบรรณ และยังรวมไปถึงความปลอดภัยในรับบริการบริการอีกด้วย
5. มิติด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) คือ มิติด้านการให้การบริการที่มีความใส่ใจและเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคที่รับบริการเป็นรายบุคคล และความต้องการในด้านการบริการที่เหมาะสมกับความแตกต่างของผู้บริโภคแต่ละบุคคล

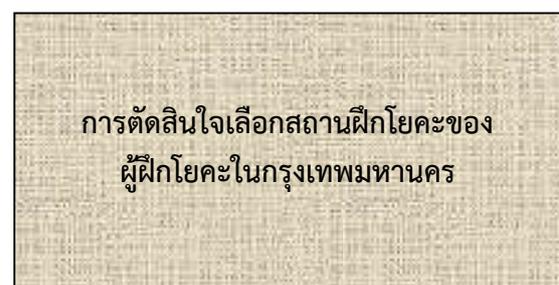
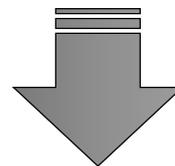
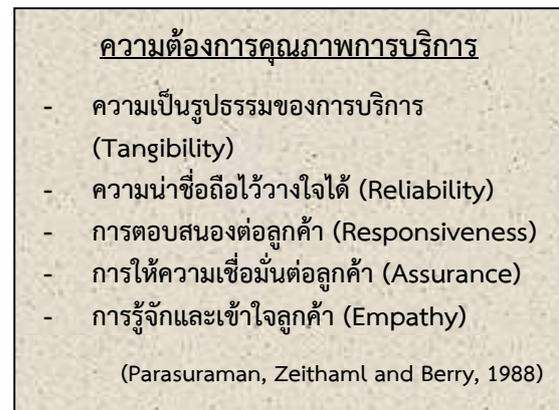
การวิจัยในครั้งนี้ได้ประยุกต์หลักการ SERVQUAL มาใช้เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะมากที่สุด โดยการสำรวจครั้งนี้ ได้สำรวจกับผู้ฝึกโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยซึ่งอาจจะมีประสบการณ์หรือไม่มีประสบการณ์ในการใช้บริการสถานฝึกโยคะ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ Samithikrai (2010) กล่าวว่า การตัดสินใจจะเกิดขึ้นเมื่อการประเมินทางเลือกต่างๆ แล้วผู้บริโภคจะตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของยี่ห้อใด โดยต้องเป็นการอาศัยข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการประเมินทางเลือก แต่อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคแต่ละรายมีรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านจิตวิทยาของแต่ละบุคคล ในขณะที่ Sukhcharoen (2013) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคไม่ได้เกิดขึ้นโดยทันที แต่หากมีลักษณะเป็นกระบวนการ ดำเนินอย่างเป็นขั้นตอน นอกจากนี้ Meejinda (2011) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อนั้นคือขั้นตอน เพื่อการตัดสินใจซื้อ โดยประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอนหลัก โดยผู้บริโภคนั้นอาจจะข้ามหรือสลับขั้นตอนตามความเหมาะสม โดยประกอบไปด้วย

ขั้นตอนก่อนการซื้อและยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมหลังการซื้ออีกด้วย

ดังนั้น จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการที่ผู้ฝึกโยคะตระหนักถึงปัญหาและความต้องการของตนเอง และเมื่อมีสิ่งกระตุ้นให้เกิดการแสวงหาข้อมูลหรือทางเลือก จนเมื่อมีข้อมูลหรือทางเลือกที่มากพอและเชื่อถือได้ จะมีการประเมินข้อมูลหรือทางเลือกเหล่านั้นให้ตรงกับความต้องการของตนเอง และนำไปสู่การตัดสินใจเลือกหรือตัดสินใจซื้อในที่สุดและเมื่อได้ใช้บริการเหล่านั้นไปเรียบร้อยแล้วผู้ฝึกโยคะจะประเมินสินค้าหรือบริการนั้นว่า ตอบสนองความต้องการได้ดีหรือไม่ สร้างความพึงพอใจหรือไม่ซึ่งส่งผลไปถึงการตัดสินใจใช้บริการในอนาคตอีกด้วย

กรอบแนวคิด



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ประเทศไทย สามารถระบุจำนวนของประชากรที่แน่นอนได้ตามข้อมูลสถิติของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง จำนวนทั้งสิ้น 5,676,648 คน (Official statistics registration systems, 2561) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครผู้มีประสบการณ์ในการฝึกโยคะขั้นพื้นฐานอย่างง่ายขึ้นไป อย่างน้อย 1 ครั้ง ทั้งที่มีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์ในการใช้บริการสถานฝึกโยคะ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของยามาเน (Yamane, 1973) ได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 400 คน งานวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง (Purposive Sampling Method) โดยทำการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เกี่ยวข้องกับโยคะจนครบจำนวน 4,040 คน และผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) มีสัญชาติไทย อายุ 20 ปีขึ้นไป 2) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการฝึกโยคะขั้นพื้นฐานอย่างง่ายขึ้นไปอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยทั้งที่มีหรือไม่มีประสบการณ์การใช้บริการสถานฝึกโยคะ 3) มีความเต็มใจและยินดีให้ข้อมูล และ 4) สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รับรองเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2564 ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้ใช้

แบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการคุณภาพการบริการ การตัดสินใจเลือกสถาน

ฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะ ในกรุงเทพมหานคร และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อทำการสร้างแบบสอบถามเสร็จ นำแบบสอบถามดังกล่าวเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างค่าคำถามกับวัตถุประสงค์ พบว่าค่าที่ได้คือ 0.85 หลังการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปทดลองใช้กับผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการออกกำลังกาย โดยทั้งที่มีหรือไม่มีประสบการณ์การใช้บริการสถานออกกำลังกาย จำนวน 30 คน โดยได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่ได้คือ 0.92

ผู้วิจัยทำการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้โปรแกรม Google Form และโพสต์แจก Link แบบสอบถามจำนวน 400 ชุดผ่านทางออนไลน์กับผู้ฝึกโยคะชาวไทย ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์ในการฝึกโยคะขั้นพื้นฐานอย่างง่ายขึ้นไปอย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งรวมถึงทั้งผู้ที่มีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์ใช้บริการสถานฝึกโยคะ ทำการเก็บแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กกลุ่มปิด 4 กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับโยคะ และการออกกำลังกายซึ่งมีลักษณะเป็นชุมชนทางออนไลน์ ได้แก่ 1) กลุ่มชมรมคนชอบโยคะ 2) กลุ่มฟิตเนสเล่นเองที่บ้าน 3) กลุ่มจุดโยคะ และ 4) กลุ่มโยคะอยู่บ้าน โดยผู้วิจัยจะขอความอนุเคราะห์ให้ผู้ดูแลเพจเป็นผู้วาง Link โดยมีข้อความชี้ชวน และผู้ตอบแบบสอบถามต้องทำแบบสอบถามคัดกรอง จำนวน 2 ข้อ และหากผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูกทั้ง 2 ข้อ ซึ่งมีข้อความว่า (1) ท่านอาศัยและทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่ (2) ท่านเคยมีประสบการณ์ในการฝึกโยคะอย่างน้อย 1 ครั้งขึ้นไปมาก่อนหรือไม่ ซึ่งหากผู้ตอบแบบสอบถามตอบ “ใช่” ทั้ง 2 ข้อ จึงจะถือว่าผ่านคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม แล้วจึงจะสามารถเข้าไปตอบแบบสอบถามงานวิจัยได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลในงานวิจัยโดยการประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 โดยเกณฑ์การเลือกตอบและระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (Wichian Katesingha, 1995) สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

- ระดับ 1 คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 แสดงว่า ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด
- ระดับ 2 คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 แสดงว่า ระดับเห็นด้วยเห็นน้อย
- ระดับ 3 คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 แสดงว่า ระดับเห็นด้วยปานกลาง
- ระดับ 4 คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 แสดงว่า ระดับเห็นด้วยมาก
- ระดับ 5 คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 แสดงว่า ระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.25 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และพบว่าส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่มีเคยเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการสถานฝึกโยคะจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความต้องการคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก

สถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะ ในกรุงเทพมหานคร โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด (4.43±0.46) และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (4.50±0.51) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (4.49±0.66) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (4.42±0.51) การตอบสนองต่อลูกค้า (4.38±0.54) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (4.38±0.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงผลแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานครโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (4.15±0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือมี จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ราคามีความเหมาะสม คุ่มค่าในการใช้บริการ (4.42±0.70) ความสะดวกในการเดินทาง (4.42±0.67) โปรแกรมการฝึกโยคะที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ (4.27±0.70) การให้บริการของสถานฝึกโยคะตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ (4.36±0.66) และอยู่ในระดับมากที่สุดมีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่มีโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่ดึงดูดน่าสนใจ (4.18±0.80) ครูผู้สอนที่มีความรู้และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (3.79 ±0.88) สถานฝึกโยคะที่มีชื่อเสียง (3.61±0.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความต้องการของคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการทดสอบสมมติฐาน การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ (R^2) ที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระต้นคือ ความต้องการคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะ ของผู้ฝึกโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าเท่ากับ 0.385 และผลทดสอบสมมติฐานความต้องการคุณภาพบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึก

โยคะ ในกรุงเทพมหานคร พบว่าความต้องการคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะ ของผู้ฝึกโยคะ ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านการตอบสนองลูกค้า ความเป็นรูปธรรมด้านการบริการ และ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าตามลำดับ และ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า นั้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะ ของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร

สรุปได้ว่า ความต้องการคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนความต้องการคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

เมื่อทดสอบสมมติฐานความต้องการคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้ฝึกโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร มีความต้องการในด้านการตกแต่ง และ บรรยากาศที่สวยงาม และ อุณหภูมิห้องที่เหมาะสมและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่ครบครันแบ่งพื้นที่ชัดเจนไม่ปะปนกัน คลาสออกกำลังกายที่น่าสนใจและช่วยส่งเสริมสุขภาพผู้ฝึกให้ดียิ่งขึ้นไป อุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกโยคะต่างๆ มีคุณภาพมาตรฐานที่ดี สวยงามเหมาะสมกับการใช้ฝึกโยคะ ซึ่งความต้องการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการเป็นสิ่งที่ผู้ฝึกโยคะที่ใช้บริการสามารถมองเห็น/สัมผัส และมี

ประสบการณ์ได้โดยตรง จึงมีความต้องการในด้านนี้อยู่ในระดับมากที่สุดและใช้เป็นเกณฑ์การตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Klin-ob (2018) ที่ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเต็มใจจ่ายค่าสมาชิกของลูกค้ายิตเนสเซ็นเตอร์แบบให้บริการ 24 ชั่วโมงในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการเต็มใจจ่ายค่าสมาชิกรายเดือน เช่นห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ความสะอาดของสถานที่ และ บรรยากาศในการออกกำลังกาย จำนวนคลาสออกกำลังกายกลุ่มเพียงพอต่อการบริการ ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายค่าสมาชิกของลูกค้ายิตเนสเซ็นเตอร์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanabordeekij (2018) ที่ทำการศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการในการต่ออายุสมาชิกฟิตเนสแห่งหนึ่ง พบว่า ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการนั้น สมาชิกฟิตเนสให้ความสำคัญกับคลาสออกกำลังกายในระดับ มาก โดยคลาสออกกำลังกายนั้นต้องมีความหลากหลาย อุปกรณ์ภายในฟิตเนสที่ทันสมัย การออกแบบภายในที่ทันสมัย และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mokum (2016) ที่ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีที่พบว่า ผู้ใช้บริการสถานบริการฝึกโยคะส่วนใหญ่ในอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรีให้ความสำคัญกับคุณภาพของหลักสูตรโยคะ และ หลักสูตรโยคะที่มีความหลากหลายอยู่ในระดับสูง

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก ในการบริการสิ่งที่สำคัญนอกเหนือไปจากด้านกายภาพที่ผู้ฝึกโยคะจะสัมผัสและมองเห็นได้โดยตรงแล้ว ความพร้อมในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าของบุคลากรที่ปฏิบัติได้อย่างถูกต้องตรงความต้องการ และรวดเร็วทันท่วงทีเหมือนว่าปัญหาของลูกค้า นั้นคือปัญหาของตนเอง รวมถึงมีความพร้อมในการ

ปฏิบัติการสอนโดยครูผู้สอน รวมถึงมีการนำข้อเสนอแนะ ดิชมมาปรับปรุงพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างทันเวลานั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้ารู้สึกถึงความใส่ใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ruangkol (2015) ที่ได้ทำการศึกษารื่องส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วี พิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของ วี พิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร โดยสมาชิกของ วี พิตเนส โซไซตี้ ได้มีความพึงพอใจต่อการบริการด้วยความรวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า ความพร้อมในการแนะนำและให้การปรึกษาแก่ลูกค้า และสามารถนำข้อติชมและข้อเสนอแนะมาปรับปรุง พัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Somboonwanna (2015) ที่ทำการศึกษัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่รวดเร็วความสามารถในการแก้ปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน รวมถึงความรวดเร็วในด้านการ check-in check-out เข้าฟิตเนส ส่งผลต่อการตัดสินใจสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mokum (2016) ที่ทำการศึกษารื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านขั้นตอนการบริการที่รวดเร็วส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการฟิตเนส ในพื้นที่เขตอำเภอเมือง ชลบุรี อยู่ในระดับสูง

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฟิตเนสของผู้ฟิตเนสในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ฟิตเนสส่วนใหญ่ต้องการการดูแลเป็นรายบุคคลและความเข้าใจจากครูที่เข้าใจในความแตกต่างในสรีระของผู้ฟิตเนสแต่ละคน และทำให้ครูผู้สอนสามารถออกแบบการสอนให้

เหมาะสมเป็นรายบุคคลได้ดี และมีความเข้าใจในปัญหาด้านสุขภาพของผู้ฟิตเนสเป็นรายบุคคล โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mokum (2016) ที่ทำการศึกษารื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่าผู้ฟิตเนสในจังหวัดชลบุรีให้ความสำคัญต่อการให้คำแนะนำวิธีทางปฏิบัติสำหรับสมาชิกที่เกิดปัญหา หรือข้อซักถามระหว่างการฟิตเนส และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanabordeekij (2018) ที่ทำการศึกษอิทธิพลเชิงสาเหตุของการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการในการต่ออายุสมาชิกฟิตเนสแห่งหนึ่ง พบว่า สมาชิกส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านของการรู้จักและเข้าใจลูกค้าที่ส่งผลต่อการต่อสมาชิกอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสมาชิกต้องการการบริการแบบรายบุคคล และเข้าใจถึงปัญหาที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฟิตเนสของผู้ฟิตเนสในกรุงเทพมหานคร แต่มีระดับความต้องการ มากที่สุดในทุกข้อ อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการไม่ค่อยมีความกังวลกับความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ของการบริการ เพราะสถานฟิตเนสส่วนใหญ่ มักมีมาตรฐานในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้รับบริการอยู่แล้ว และเพื่อให้ผู้ฟิตเนสรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นสามารถไว้วางใจได้จากมาตรฐานดังกล่าวเมื่อได้เข้าใช้บริการ สถานฟิตเนสหลายแห่งจึงกำหนดมาตรฐานการบริการ โดยเฉพาะมาตรฐานของพนักงานผู้ให้บริการและครูผู้สอน โดยสถานฟิตเนสส่วนใหญ่มักมีการคัดเลือกครูผู้สอนและพนักงานที่มีใจรักในการบริการ รับผิดชอบต่อหน้าที่ และจบการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องอยู่ประจำสถานฟิตเนสเหล่านั้นอยู่แล้วจึงเป็นสิ่งที่ผู้ฟิตเนสไม่มีความจำเป็นต้องกังวล แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ฟิตเนสในกรุงเทพมหานคร ยังคงมีความต้องการบริการที่น่าเชื่อถือไว้วางใจได้ จากสถานฟิตเนสที่ตนได้ไปใช้บริการ ในระดับมากที่สุด

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dechanoppong (2016) ที่ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการ และองค์ประกอบมาตรฐานของฟิตเนสเอกชน ขนาดย่อม พบว่า องค์ประกอบมาตรฐานของฟิตเนสขนาดย่อมนั้น ต้องประกอบไปด้วยพนักงานที่จบการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีใจรักการบริการ และฟิตเนสนั้นต้องมีมาตรฐานการควบคุมการทำงานในด้านต่างๆ โดยนำรายละเอียดหน้าที่การทำงาน (Job description) ของพนักงานทุกฝ่าย เพื่อใช้ในการควบคุมติดตามผลการทำงาน และในงานวิจัยชิ้นดังกล่าวยังอธิบายเพิ่มเติมอีกว่า สำหรับมาตรฐานคลาสโยคะที่สอนในฟิตเนสนั้น ครูผู้สอนจะต้องเป็นผู้ที่มีใบประกาศนียบัตรครูโยคะ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้ ที่ผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร มีความต้องการครูผู้สอนโยคะ ที่ผ่านการอบรมจากสถาบันที่เปิดสอนหลักสูตรครูโยคะ ที่มีมาตรฐาน และ/หรือ ได้รับการศึกษาขั้นสูงด้านการสอนโยคะที่อยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ในการวิจัยในครั้งนี้พบอีกว่า ผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานครมีความต้องการพนักงานและครูผู้สอนที่ยินดี/เต็มใจในการให้บริการและแก้ปัญหาเกี่ยวกับการบริการและการเรียนโยคะ บุคลากรที่สามารถให้บริการตามที่ตั้งใจนำเสนอขายคอร์สให้กับลูกค้าในตอนต้นที่สมัครสมาชิก และ พนักงานผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการทุกครั้ง ซึ่งทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanabordeekij (2018) ที่ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลเชิงสาเหตุของการรับรู้คุณภาพการให้บริการในการต่ออายุฟิตเนสแห่งหนึ่ง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการต่ออายุสมาชิกฟิตเนส คือ ปัจจัยด้านพนักงานที่มีความตั้งใจ/เต็มใจ/เข้าใจปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการ และ ปัจจัยด้านการบริการของพนักงานที่ปรึกษาสมาชิก (Fitness counselors) สามารถให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาและให้บริการได้ดังที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการบริการต่างๆ ในวันแรกที่ทำการขายคอร์ส รวมไปถึงการบริการของพนักงานที่สามารถ

ให้บริการได้ถูกต้องไว้วางใจได้ตามความต้องการของลูกค้า ที่ส่งผลต่อการต่ออายุสมาชิกอยู่ในระดับมาก

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร แต่มีระดับความต้องการในทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด อาจเนื่องมาจากผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร ไม่ค่อยกังวลกับการในด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า เพราะสถานฝึกโยคะมักจะมีมาตรฐานการบริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าอยู่แล้วเป็นสิ่งสำคัญจำเป็น โดยเฉพาะมาตรฐานด้านความปลอดภัยของอุปกรณ์มาตรฐานของพนักงานที่มีทักษะการบริการอย่างมืออาชีพ มาตรฐานความรู้ด้านการสอนโยคะและสรีรวิทยามนุษย์ขั้นพื้นฐานและความเชี่ยวชาญในการสอน/การป้องกันการบาดเจ็บของครูสอนโยคะ รวมไปถึงความให้เกิดมิตรและเป็นมิตรของผู้ให้บริการในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งพื้นฐานของงานบริการอยู่แล้ว โดยที่ผู้ฝึกโยคะนั้นไม่มีความจำเป็นที่ต้องกังวลว่าจะไม่ได้รับการบริการต่างๆ เหล่านี้จากสถานฝึกโยคะ นอกจากนั้นสถานฝึกโยคะมักมีมาตรฐานการติดตามผลการทำงานของทุกๆ ฝ่าย เพื่อมั่นใจว่า ผู้ใช้บริการจะได้รับการบริการที่ดีจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ การบริการที่ปลอดภัย และการบริการจากผู้ให้บริการที่มีกิริยาที่ดี ให้เกียรติและเป็นมิตร แต่อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยในครั้งนี้ผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานครก็ยังมีความต้องการที่จะได้รับการบริการที่ให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะความต้องการในครูผู้สอนมีความรู้เกี่ยวกับโยคะและมีความเข้าใจด้านสรีรวิทยามนุษย์/มีความเชี่ยวชาญในการสอนและการถ่ายทอดได้อย่างถูกต้อง และความต้องการในครูผู้สอนตระหนักถึงความปลอดภัยและการป้องกันการบาดเจ็บระหว่างการเรียนรู้โยคะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dechanoppong (2016) ที่ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการและองค์ประกอบมาตรฐานของฟิตเนสเอกชนขนาดย่อม พบว่า องค์ประกอบ

มาตรฐานสถานออกกำลังกาย ต้องประกอบไปด้วย ความปลอดภัยทั้งในด้านอุปกรณ์ แผนการดูแลบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่างๆ ครูผู้สอนมีความรู้ในศาสตร์ของการออกกำลังกาย เช่น ความรู้ด้านกายวิภาคศาสตร์และสรีรวิทยาการออกกำลังกาย การจัดโปรแกรมออกกำลังกายต่างๆ และสอนเก่ง มีทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล มีใจรักการบริการ และมีบุคลิกที่เป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ รวมถึงความรู้ด้านความปลอดภัยในการออกกำลังกายเช่น พื้นฐานด้านการช่วยชีวิต (First Aid) ในกรณีฉุกเฉินที่เกิดกับสมาชิก รวมถึงมีการประเมินผลการทำงาน และมีแผนการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอยู่เป็นระยะ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Somboonwanna (2014) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เช่น ครูฝึกมีความเต็มใจในการบริการ และมีความรู้ความสามารถ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพมีมารยาท และอุปกรณ์ที่ปลอดภัยมาตรฐาน เป็นสิ่งที่ใช้พิจารณาในการตัดสินใจใช้สถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ในระดับมากที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการฝึกโยคะในสถานฝึกโยคะมาก่อน ระดับความต้องการคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความต้องการคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการ

บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานครอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนความต้องการคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

แม้ว่าความต้องการคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานคร แต่มีระดับความต้องการที่อยู่ในระดับมากที่สุดทั้งสองด้าน ดังนั้นผู้ประกอบการสถานฝึกโยคะ และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรมีการวางมาตรฐานในการบริการเพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินการบริการให้เหมาะสมตามบริบทการดำเนินงานและตามความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอในทุกๆด้าน นอกจากนี้ การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการของสถานฝึกโยคะ และสามารถนำไปใช้วางแผนกระบวนการให้บริการและกำหนดนโยบายของธุรกิจสถานฝึกโยคะและธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ โดยเฉพาะในปัจจุบัน ปี พ.ศ. 2564 ที่ธุรกิจสถานฝึกโยคะและธุรกิจที่เกี่ยวข้องนั้นกำลังประสบปัญหาจากการสั่งปิดของภาครัฐเพื่อยับยั้งการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) หากเมื่อในอนาคตเมื่อทุกอย่างกลับมาเป็นปกติ สถานฝึกโยคะ/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้ง สามารถใช้คุณภาพการบริการเพื่อเรียกความมั่นใจจากผู้ฝึกโยคะให้กลับมาใช้บริการ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	71	17.75
หญิง	329	82.25
รวม	400	100.00
2. อายุ		
20 – 30 ปี	212	53.00
31 – 40 ปี	92	23.00
41 – 50 ปี	69	17.25
51 – 60 ปี	25	6.25
61 ปีขึ้นไป	2	0.50
รวม	400	100.00
3. รายได้จากการทำงานหรือได้รับจากบุตรหลาน ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1	0.25
10,001 – 20,000 บาท	154	38.50
20,001 – 30,000 บาท	96	24.00
30,001 – 40,000 บาท	55	13.75
มากกว่า 40,000 บาท	94	23.50
รวม	400	100.00
4. ประสบการณ์การใช้บริการสถานฝึกโยคะ		
มี	254	63.50
ไม่มี	146	36.50
รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะโดยรวม

คุณภาพการบริการ (n = 400)	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความ ต้องการ
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.38	0.53	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	4.42	0.51	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.38	0.54	มากที่สุด
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.50	0.51	มากที่สุด
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.49	0.66	มากที่สุด
รวม	4.43	0.46	มากที่สุด

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในกรุงเทพมหานครโดยรวม

เลือกสถานฝึกโยคะ (n = 400)	\bar{x}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ
โปรแกรมการฝึกโยคะที่มีความหลากหลาย และน่าสนใจ	4.27	0.70	มากที่สุด
สถานฝึกโยคะที่มีชื่อเสียง	3.61	0.88	มาก
ความสะดวกในการเดินทาง	4.42	0.67	มากที่สุด
ราคามีความเหมาะสมคุ้มค่าในการใช้บริการ.	4.42	0.70	มากที่สุด
ครูผู้สอนที่มีความรู้และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก.	3.79	0.88	มาก
มีโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่ดึงดูดน่าสนใจ	4.18	0.80	มาก
การให้บริการของสถานฝึกโยคะตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.36	0.66	มากที่สุด
รวม	4.15	0.51	มาก

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการความต้องการในคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานฝึกโยคะของผู้ฝึกโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร

ความต้องการคุณภาพการบริการ	Beta	t.	P
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.22	3.586	0.000*
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	0.089	1.369	0.172
ด้านการตอบสนองลูกค้า	0.322	4.574	0.000*
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	-0.040	-0.504	0.615
ด้านการรู้จักละเอียดใส่ใจลูกค้า	0.164	3.059	0.002*

R² = 0.385 , F-Value = 49.381, n=400, P<0.05*

เอกสารอ้างอิง

- Avatarkul, T. (2557). *Factors influencing learning of yoga in Bangkok*. Independent study, Faculty of Business Administration, Bangkok University. Bangkok.
- Chaoprasert, C. (2010). *Services marketing*. Bangkok : Se-education.
- Dechanoppong, D. (2016) *Guidelines for the management and standards element of small enterprise fitness centers*. Master's Thesis, Faculty of Sport Science. Burapha University. Chonburi
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL). *The Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*.
- Klin-ob, P. (2018). *The marketing mix affecting willingness to pay for monthly membership fee in 24 hour fitness center in Bangkok*. Master's Thesis, Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University. Bangkok.
- Katesingha, W. (1987). *Priciples of reserch instrument and analysis*. Bangkok: Thai Watanapanich
- Meejinda, P. (2011). *Consumer behavior*. Bangkok: Dharmasarn
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.

- Mokum, D. (2016). *Marketing mix affecting the use of yoga center of the consumer in Muang district, Chonburi*. Master's Thesis, Graduate School of Commerce, Burapha University. Chonburi.
- Official statistics registration systems (2018). Number of population in Bangkok. (Online). Retrieved Feb,24,2020 available from Official statistis registrtrion systems website <https://bit.ly/3xYaS6f>
- Positioning (2016). *Rhythm cycling , A new trend of exercise expecting to achieve billion baht within 3 years* . Retrieved Feb,16,2020 from Positioning magazine Website : <https://bit.ly/3zqJ7Ur>
- Ruangkol, J. (2015). *Marketing mix and service quality - effects on We Fitness Society (Bangkok) customer satisfaction*. Independent Study, Graduate School, Bangkok University. Bangkok.
- Somboonwanna, M.(2015) *Factor affecting customer decision toward fitness center*. Independent Study, Faculty of Commerce and Accountancy. Thammasat University. Bangkok
- Samithikrai, C. (2015). *Consumer behavior*.Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Sookcharoen, W. (2013). *Consumer behavior*.Bangkok: G.P. Cyberprint
- Thanabordeekij, P. (2018). *The influence of perceived servie qulity on fitness membership renewal of XYZ Fitness*. Journal of Management Sciences, 5(2), 68-84.
- Thaihealth (2014). *Yoga is more than exercise*. Retrieved Feb,24, 2020 from Thai health organization Website : <https://bit.ly/3ixEukD>
- Wichian Katesingha. (1995). Mean and Interpretation. *The Journal of Educational Research*, 18(3), 8-11.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.