



Dealer
GE Healthcare

***Lunar DXA** from GE Healthcare enable help understand the body composition of athletes and determine how diet, lifestyle and exercise programs impact overall health and human performance*



- Bone Densitometry
- X-Ray
- Mammogram
- Ultrasound
- Transcranial Doppler (TCD)

- Transcranial Magneticstimulation (TMS)
- Transcranial Magneticstimulation (TMS) Navigation
- Electroencephalography (EEG)
- Electromyography (EMG)
- EKOS Acoustic Pulse Thrombolysis™ Treatment

แผนกเครื่องมือแพทย์
Getz Healthcare

A division of Louis T. Leonowens (Thailand) Ltd.
Tel. 02-206-9500 Fax. 02-237-7047
www.th.getzhealthcare.com



THE MEDIATING VARIABLE ROLE OF SATISFACTION BETWEEN SERVICE QUALITY AND
MEMBERSHIP'S RENEWAL INTENTION OF FITNESS CENTER

Kittipong POONCHOB and Pannipa TEERAKATHITI*

College of Sports Science and Technology, Mahidol University, Nakhon Pathom, THAILAND 73170

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the mediating variable role of membership satisfaction of the relationship between perceived service quality features and membership renewal intention in a state autonomous university's fitness center. Data were collected from randomly selected members from the state autonomous university's fitness center in Nakhon Pathom province, Thailand. A total sample of 285 members responded for an overall response rate of 98.6 %. The research instrument was self-administrative questionnaires for collecting the perceived service quality, membership satisfaction, and membership renewal intention. Hierarchical regression outline by Baron & Kenny¹ was used to analyze the results. The results showed that membership satisfaction has perfect mediation effects on perceived service quality features and membership renewal intention for the state autonomous university fitness center members. The findings are meaningful for revised strategic planning through redesign of internal operating and business processes of fitness center. Results also suggest that monitoring membership satisfaction are essential tools for listening to memberships about their satisfaction levels, and for developing strategies for improvement areas.

Journal of Sports Science and Technology 2018; 18(1): 80-94

Keywords: Mediator / Service Quality / Satisfaction / Membership Renewal / Fitness Center

*Corresponding author: Pannipa TEERAKATHITI

College of Sports Science and Technology, Mahidol University,

Salaya, Nakhon Pathom THAILAND 73170

E-mail: pannipat@yahoo.com

บทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึงพอใจระหว่าง คุณภาพการบริการและ ความตั้งใจต่ออายุสมาชิกศูนย์ออกกำลังกาย

กิตติพงศ์ พูลชอบ และ พรรณิภา ทิระฐิติ*

วิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม ประเทศไทย 73170

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เพื่อตรวจสอบบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึงพอใจระหว่างคุณภาพการบริการและความตั้งใจต่ออายุของสมาชิกในศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง ข้อมูลถูกรวบรวมจากการสุ่มตัวอย่างจากรายชื่อสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม ตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมดจำนวน 285 ราย การตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 98.6 แบบสอบถามแบบตอบด้วยตนเองเป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจสมาชิก และความตั้งใจต่ออายุสมาชิก การวิเคราะห์ผลของบทบาทตัวแปรคั่นกลางด้วยสถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ตามแนวคิดของบาร์อนและเคนนี¹ ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางสมบูรณต่อคุณภาพการบริการโดยรวม การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก และความคาดหวังผลลัพธ์ กับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ความพึงพอใจมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองต่อสมาชิกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ข้อค้นพบมีความหมายอย่างยิ่งสำหรับการทบทวนเพื่อการวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นแนวทางการปรับการให้บริการ โดยนำไปปรับการออกแบบกระบวนการดำเนินการภายในและกระบวนการธุรกิจของศูนย์ออกกำลังกาย ผลการศึกษายังเสนอแนะว่าการติดตามความพึงพอใจเป็นเครื่องมือที่สำคัญ โดยเฉพาะการรับฟังเสียงของสมาชิกและการประเมินระดับความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอจะช่วยพัฒนากลยุทธ์สำหรับจุดที่ต้องปรับปรุง

วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา 2561; 18(1): 80-94

คำสำคัญ: ตัวแปรคั่นกลาง / คุณภาพการบริการ / ความพึงพอใจ / การต่ออายุสมาชิก / ศูนย์ออกกำลังกาย

บทนำ

ปัจจุบันคนทั่วโลกให้ความสนใจดูแลสุขภาพตนเองด้วยการออกกำลังกายเพื่อให้มีสุขภาพและรูปร่างดูดีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การเติบโตของอุตสาหกรรมทางสุขภาพและฟิตเนสที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั่วโลก² โดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา IHRSA Reports มีการตีพิมพ์เผยแพร่ข้อมูลประจำปีที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการสโมสรด้านสุขภาพจากทั่วประเทศมากกว่า 24,000 คน ถึงข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมในฟิตเนสและศูนย์กีฬา พบว่า มีจำนวนสมาชิกสโมสรด้านสุขภาพสูงถึง 57.3 ล้านคน ในปี 2559 ซึ่งมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2558 ถึงร้อยละ 3.6 คิดเป็นมูลค่าของรายได้เท่ากับ 27.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ และร้อยละ 22 ของจำนวนทั้งหมดมาใช้บริการสโมสรสุขภาพโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ร่างกายแข็งแรงดูดีและมีสุขภาพดี³ ในประเทศไทยมีลักษณะเช่นเดียวกัน พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมของคนไทยได้หันมาดูแลสุขภาพและรูปร่างของตนเองมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ตลาดฟิตเนสยังมีโอกาสสร้างการเติบโตได้อีกจำนวนมาก^{3 4} จากรายงานของ International Health Racquet & Sports Club Association ในปี 2558 ตลาดฟิตเนสในเมืองไทยมีมูลค่ากว่า 9,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโต 9-10% โดยมีสัดส่วนของประชากรไทยที่ใช้บริการฟิตเนสมีเพียง 0.6% ของประชากร อีกทั้งมีค่าที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของคนในภูมิภาคเอเชียที่มีคนใช้บริการฟิตเนสถึง 8% ของจำนวนประชากรทั้งหมดชี้ให้เห็นถึงโอกาสการเติบโตและนำไปสู่สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นของอุตสาหกรรมสุขภาพและการออกกำลังกาย เพื่อแย่งชิงลูกค้าในขณะที่ยุทธศาสตร์ด้านสโมสรสุขภาพที่มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากรายงานวิจัยของสถาบันวิจัยทางด้านการออกกำลังกายในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า สมาชิกศูนย์ออกกำลังกายชาวอเมริกันมากกว่า 1 ใน 5 ไม่ต่ออายุสมาชิกทั้งการเล่นกีฬาหรือกิจกรรมการออกกำลังกาย⁵ ข้อเท็จจริงดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายมีแนวโน้มต่อการเผชิญกับการสูญเสียลูกค้าเก่า ซึ่งเป็นต้นทุนในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ต่ำสุดเมื่อเทียบกับการลงทุนทางกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างลูกค้าใหม่มาทดแทน⁶ ดังนั้นความเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายสำหรับโปรแกรมการออกกำลังกายและรูปแบบการฝึกอบรม จึงเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้บริหารศูนย์การออกกำลังกายเพื่อที่จะดูแลและสร้างความผูกพันกับสมาชิกไว้ หลายบริษัทในธุรกิจต่างๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมของศูนย์ออกกำลังกายต่างตระหนักถึงคุณค่าและให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อรักษาลูกค้าเก่า เพื่อนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จและการสร้างกำไรให้เกิดอีกทั้งสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้ในสภาพการแข่งขันสูง^{7 8} อีกทั้งในระยะยาวลูกค้าเก่าจะช่วยสนับสนุนซื้อโปรแกรมการออกกำลังกายใหม่ๆ เพิ่มขึ้น และถ้ามีความพึงพอใจก็อาจจะแนะนำปากต่อปากแก่เพื่อนสนิทให้มาสมัครสมาชิกเพื่อใช้บริการต่อไป⁹ จะเห็นได้ว่าผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายทั้งภาครัฐบาลหรือภาคเอกชนต้องมีกลยุทธ์และวิธีการที่สอดคล้องกับบริบทขององค์กรตนเองเพื่อรักษาสมาชิกเก่าไว้ องค์กรธุรกิจบริการที่ต้องการความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเหนือคู่แข่งนั้นมักจะใช้การขับเคลื่อนด้วยการปรับปรุงการบริการโดยมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้น สำหรับปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานการให้บริการตามมุมมองของสมาชิกศูนย์ออกกำลังกาย เพื่อคาดหวังการเพิ่มขึ้นของอัตราการคงอยู่หรือการรักษาสุขภาพสมาชิคนั้น สามารถกระทำได้ด้วยสามแนวทางหลักๆ ได้แก่ แนวคิดการวางระบบบริการตามมาตรฐานอุตสาหกรรม หรือ ACSM แนวคิดการวางระบบบริการตามมาตรฐานอุตสาหกรรมควบคู่ไปกับการปรับปรุงในส่วนที่สมาชิกมีความต้องการ และแนวคิดสุดท้ายสามารถทำได้โดยการผสมผสานทั้งสองแนวคิดข้างต้นเข้าด้วยกัน จากสภาพของการแข่งขันอย่างรุนแรงในภาคเอกชนในปัจจุบันผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายมักจะเลือกใช้แนวคิดในการดำเนินงานโดยปรับปรุงคุณภาพการบริการตามมุมมองของลูกค้าหรือตามที่คาดหวังเพื่อความอยู่รอด¹⁰ หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้บริหารองค์กรต้องมีกิจกรรมการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ควบคู่กับการวางระบบบริการตามมาตรฐานอุตสาหกรรมและนำผลการประเมินไปใช้ปรับปรุงระบบบริการในส่วนที่ลูกค้ายังมีความพึงพอใจต่ำกว่าเป้าหมายหรือไม่พึงพอใจ ที่อาจส่งผลให้อัตราการคงอยู่ของสมาชิกที่เพิ่มสูงขึ้นได้

รายงานวิจัยหลายเรื่องที่สนับสนุนว่าคุณลักษณะของคุณภาพการบริการจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า¹¹⁻¹³ ถ้าองค์กรให้การบริการได้ตามความต้องการของลูกค้าจะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงขึ้น¹³⁻¹⁴ และเมื่อลูกค้าพึงพอใจก็ส่งผลให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำต่อไป¹⁵⁻¹⁶ อาจกล่าวได้ว่าประสบการณ์การรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจนั้นเป็นตัวแปรเหตุหลักสำหรับการรักษาลูกค้าเก่าไว้¹⁷⁻¹⁸ ในทางปฏิบัติ องค์กรจะทำการติดตามและควบคุมกิจกรรมที่ให้บริการแก่ลูกค้าได้โดยการวัดหรือประเมินความพึงพอใจ ถ้ากิจกรรมเป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า โอกาสที่ลูกค้าจะกลับมาซื้อซ้ำหรือต่ออายุสมาชิกก็จะมีสูงขึ้น¹⁹⁻²⁰ แต่อย่างไรก็ตาม มีรายงานวิจัยที่รายงานถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและการคงอยู่ของสมาชิกยังมีความไม่ชัดเจนอยู่ ซึ่งในบางอุตสาหกรรมพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับการคงอยู่ของสมาชิกมีน้อยมากหรือไม่มีความสัมพันธ์กับการคงอยู่ของสมาชิกเลย²¹ ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าลูกค้าคาดหวังหรือต้องการการวางระบบบริการตามมาตรฐานอุตสาหกรรม แม้ว่าจะมีการศึกษาถึงคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าในศูนย์การออกกำลังกายอยู่บ้าง แต่ยังไม่พบว่ามีรายงานวิจัยที่ทำการศึกษารูปแบบการบริการของศูนย์การออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐว่าควรใช้รูปแบบใดที่เหมาะสมตามมุมมองของสมาชิก ซึ่งการค้นหารูปแบบการบริการที่เหมาะสมจะเป็นตัวช่วยชี้แนะถึงปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนให้เพิ่มการต่ออายุสมาชิกศูนย์การออกกำลังกายได้ชัดเจนยิ่งขึ้นแก่ผู้บริหารศูนย์การออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจสืบค้นว่า แนวทางใดเป็นแนวทางที่เหมาะสมตามมุมมองของสมาชิกสำหรับการนำมาใช้จัดการบริการของศูนย์การออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยรัฐบาลเพื่อเพิ่มความตั้งใจต่ออายุสมาชิกให้สูงขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึงพอใจระหว่างคุณภาพการบริการและความตั้งใจต่ออายุสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง โดยประชากรในการศึกษาค้างครั้งนี้ คือสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง ที่มีอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไป และมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป จำนวน 731 คน การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการศึกษาค้างครั้งนี้มีจำนวนที่มากพอที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรโดยใช้วิธีการคำนวณของยามานะ²² ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้ยอมรับได้ที่เท่ากับ 5% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 259 ราย และปรับปรุงจำนวนตัวอย่างเพื่อรองรับการปฏิเสธการเข้าร่วมวิจัยอัตราร้อยละ 10 ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างครั้งนี้เท่ากับ 285 ราย รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนึงถึงความเป็นตัวแทนของประชากรให้มากที่สุด โดยนำรายชื่อของสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง ในจังหวัดนครปฐมมาทำกรอบสำหรับการสุ่มตัวอย่างด้วยเทคนิค Systematic Random Sampling จนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 285 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบ Self-administered เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยประเมินความคิดเห็น ความรู้สึกด้วยสเกลของ Likert แบบ 5 ระดับ แบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4

ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลภูมิหลัง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของการเป็นสมาชิก ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก ความถี่ของการเข้าใช้บริการในศูนย์ออกกำลังกายต่อสัปดาห์ และระยะทางจากที่พักอาศัยถึงศูนย์ออกกำลังกาย ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการ การศึกษาครั้งนี้ได้นำแบบประเมินคุณภาพการบริการของศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ที่พัฒนาโดย กิตติพงศ์ พูลชอบ และ พรรณิภา ทิรขุจิ²³ มาใช้เป็นมาตรวัดประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล 5 ระดับ โดยค่าคะแนน เท่ากับ 5 สำหรับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อพฤติกรรมของพนักงานทำเป็นประจำทุกครั้ง และค่าคะแนน เท่ากับ 1 คะแนน สำหรับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อพฤติกรรมของพนักงานไม่เคยทำเลย โดยมีข้อคำถาม ทั้งหมดจำนวน 29 ข้อ ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ การศึกษาครั้งนี้พัฒนาแบบสอบถามตามแนวความคิดของโอลิวเวอร์²⁴ และ เวสบูร์กและโอลิวเวอร์²⁵ โดยมีมาตรวัดการประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล 5 ระดับ เป็นระดับความรู้สึกที่รับรู้จากการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยค่าคะแนนเท่ากับ 5 สำหรับระดับพึงพอใจมากที่สุด และค่าคะแนนเท่ากับ 1 สำหรับระดับพึงพอใจน้อย ที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 5 ข้อ และส่วนที่ 4 ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ผู้วิจัยพัฒนา แบบสอบถามตามแนวความคิดของโบลเมอร์ รุยเตอร์ และเวทเซล²⁶ มีมาตรวัดการประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล 5 ระดับ ผู้ตอบ แบบสอบถามประเมินถึงความคิดเห็นที่แสดงถึงแนวโน้มถึงความตั้งใจต่ออายุสมาชิก โดยค่าคะแนนเท่ากับ 5 สำหรับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มตั้งใจต่ออายุสมาชิกมากที่สุด และค่าคะแนนเท่ากับ 1 สำหรับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามที่ไม่คิดว่าจะต่ออายุสมาชิก โดยมีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 12 ข้อ การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือใช้ วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การพิทักษ์สิทธิและสวัสดิภาพของผู้เข้าร่วมวิจัยในคนนั้นเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเสนอ โครงการวิจัยรับรองด้านจริยธรรมการวิจัยในคนของมหาวิทยาลัยมหิดล และได้รับอนุมัติเลขที่ MU-IRB 2011/040.0303 & 2012/033.2202 ก่อนทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ กรอบและวิธีการ และการนำข้อมูลไปใช้ ประโยชน์ สิทธิที่จะตอบหรือไม่ตอบคำถาม สิทธิที่จะออกจากกรรวิจัยได้ทันทีหากมีความต้องการ และข้อมูลจะถูกเก็บเป็น ความลับโดยใช้แบบฟอร์มแสดงความยินยอมเพื่อให้ผู้เข้าร่วมการวิจัยลงนาม ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามพร้อมแนบเอกสารชี้แจง เอกสารยินยอมเข้าร่วมการวิจัย พร้อมแนบซองติดแสตมป์ให้ส่งกลับคืนมาตามรายชื่อที่ส่งได้ของผู้ใช้บริการที่มีอายุเกิน 15 ปี และมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปโดยผ่านทางให้ผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายเพื่อส่งให้แก่สมาชิก ได้รับ แบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์กลับคืนมาจำนวน 281 ชุดคิดเป็น 98.6% ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 18 สำหรับวิเคราะห์สถิติต่างๆ เพื่อสรุปผลการวิจัยมีดังนี้ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อพรรณนาลักษณะของตัวแปรต่างๆ การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ตามแนวคิดของบาร์อนและเคนนี¹ และทดสอบบทบาทของตัวแปรคั่นกลาง ด้วย Z test ตามวิธีของไซเบล²⁷

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวนครึ่งของ ทั้งหมดมีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี มากกว่าครึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุต่ำสุด 18 ปี สูงสุด 60 ปี อายุเฉลี่ยเท่ากับ 24.51 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกต่ำสุดเท่ากับ 3 เดือน สูงสุดเท่ากับ 48 เดือน

ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกเฉลี่ยเท่ากับ 6.94 เดือน มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกายส่วนมากอยู่ระหว่าง 3 ถึง 5 เดือน สมาชิกที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายต่อสัปดาห์อยู่ระหว่าง 3 ถึง 4 ครั้ง และพักอาศัยในบริเวณตำบลศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐมมากกว่าครึ่ง

ผลการวิเคราะห์ ระดับค่าเฉลี่ยคะแนนของคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ระดับค่าเฉลี่ยคะแนนของความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง และระดับค่าเฉลี่ยคะแนนของความตั้งใจต่ออายุสมาชิกอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาระดับคุณภาพการบริการรายมิติ พบว่า มิติของคุณภาพการบริการที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การรู้จักและเข้าใจสมาชิก คุณภาพโปรแกรมการออกกำลังกาย และผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการใช้บริการ มิติของคุณภาพการบริการที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง ได้แก่ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ และการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก มิติของคุณภาพการบริการที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ในระดับสูง คือ การตอบสนองต่อสมาชิก

จากผลตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยตนเอง และระหว่างตัวแปรตาม ประเมินจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรอิสระ (คือ คุณภาพการบริการโดยรวมและรายมิติ และความพึงพอใจ) มีค่าน้อยกว่า 0.90²⁹ ซึ่งชี้ว่า ข้อมูลสำหรับการศึกษานี้ไม่ถูกกระทบจากปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ที่สูงมากเกินไป³⁰ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรอิสระ (คือ คุณภาพการบริการโดยรวมและรายมิติ และความพึงพอใจ) กับตัวแปรตาม (คือ ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก) พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถนำตัวแปรทุกตัวมาศึกษาต่อไปได้

การวิเคราะห์บทบาทตัวแปรคั่นกลางของตัวแปรความพึงพอใจระหว่างคุณภาพบริการโดยรวมและความตั้งใจต่ออายุสมาชิก โดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนด้วยวิธี stepwise ดังแสดงในตารางที่ 2 ซึ่งผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอออกเป็นสองส่วน ในส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพบริการโดยรวมต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกในตัวอย่างที่ 1 และการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการโดยรวมร่วมกับตัวแปรคั่นกลางความพึงพอใจต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกในตัวอย่างที่ 2 ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการรายมิติต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ในตัวอย่างที่ 1 และการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการรายมิติ และความพึงพอใจต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกในตัวอย่างที่ 2 โดยการทดสอบตัวแบบเหล่านี้ ตัวแปรประชากรเป็นตัวแปรควบคุม โดยนำเข้าวิเคราะห์ในขั้นตอนแรกและตามด้วยตัวแปรอิสระในขั้นตอนที่ 2 และนำตัวแปรคั่นกลางความพึงพอใจเข้าวิเคราะห์ในขั้นตอนสุดท้าย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ตัวแปร	ตัวแปรตาม (ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก: MRI)							
	ตัวแบบที่ 1				ตัวแบบที่ 2			
	B	SE	b	SE	B	SE	b	SE
(ค่าคงที่)	1.97***	.36	1.90***	.35	1.53***	.40	1.50***	.386
ตัวแปรควบคุม								
เพศ (หญิง=กลุ่มอ้างอิง)	-.046	.073	.001	.071	-.052	.074	-.008	.073
อายุ (ปี)	-.001	.006	-.002	.006	.002	.006	.001	.006
ประเภทสมาชิก (นักศึกษา=กลุ่มอ้างอิง)	-.200	.107	-.181	.104	-.267*	.110	-.234*	.108
ความถี่การเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์(ครั้ง)	.112**	.042	.096*	.041	.121**	.042	.103*	.041
ระยะทางห่างจากที่พักอาศัย(น้อยกว่า 20 กิโลเมตร=กลุ่มอ้างอิง)	-.039	.089	.021	.088	-.038	.090	.014	.089
ระยะเวลาเป็นสมาชิก(เดือน)	.005	.005	.006	.005	.001	.005	.003	.005
ตัวแปรอิสระ								
คุณภาพการบริการ (SQ)	.378***	.084	.180	.095				
-ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TANG)					-.063	.052	-.078	.050
-ความเชื่อถือไว้ใจได้ (RELI)					.029	.061	-.003	.060
-การตอบสนองต่อลูกค้า (RESP)					.145*	.064	.131*	.063
-การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก (ASSU)					.174*	.068	.098	.069
ตัวแปรตาม (ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก: MRI)								
ตัวแปร	ตัวแบบที่ 1		ตัวแบบที่ 2		ตัวแบบที่ 1		ตัวแบบที่ 2	
	B	SE	b	SE	B	SE	b	SE
-รู้จักและเข้าใจสมาชิก (EMPA)					.038	.052	.020	.051
-คุณภาพโปรแกรมการออกกำลังกาย (QPRO)					.045	.053	.019	.052
-ผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการบริการ (EOUT)					.093*	.042	.080	.041
ตัวแปรคั่นกลาง								
ความพึงพอใจ (SAT)			.201***	.049			.193***	.050
R Square	.121		.174		.158		.205	
Adjusted R Square	.097		.149		.115		.161	
F test	5.097		6.832		3.669		4.661	
R Square Change	.121		.054		.158		.047	
F Change	5.097***		16.814***		3.669***		14.941***	

ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนในตารางที่ 1 ของส่วนแรก สำหรับตัวแบบที่ 1 พบว่าคุณภาพบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่ออายุสมาชิกในทางบวก ($\beta=.378, p<0.001$) เมื่อนำตัวแปรความพึงพอใจเข้าร่วมในการวิเคราะห์ในตัวแบบที่ 2 ตัวแปรความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่ออายุสมาชิกในทางบวก ($\beta=.201, p<0.001$) จากผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้พบว่า ตัวแปรคุณภาพการบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก หลังนำตัวแปรความพึงพอใจเข้าร่วมวิเคราะห์ อาจสันนิษฐานว่าตัวแปรความพึงพอใจมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการบริการและตัวแปรความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ซึ่งผู้วิจัยจะทำการทดสอบและยืนยันผลด้วยการวิเคราะห์ตามแนวคิดของ บารอนและเคนนี¹ และทดสอบตัวแปรคั่นกลางด้วย Z test ตามวิธีของไซเบล²⁷ ต่อไป

สำหรับผลการวิเคราะห์ในส่วนที่สอง นำตัวแปรคุณภาพการบริการรายมิติเข้าร่วมการวิเคราะห์ตัวแบบที่ 1 พบว่าตัวแปรการตอบสนองต่อสมาชิกมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ($\beta=.145, p<0.05$) ตัวแปรการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ($\beta=.174, p<0.05$) ตัวแปรผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการใช้บริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ($\beta=.093, p<0.05$) และเมื่อนำตัวแปรความพึงพอใจเข้าร่วมในการวิเคราะห์ในตัวแบบที่ 2 พบว่า ตัวแปรการตอบสนองต่อสมาชิกยังคงมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ($\beta=.131, p<0.05$) แต่มีขนาดของความสัมพันธ์ลดลง หรือค่า β ลดลงจากขั้นตอนแรก ส่วนตัวแปรการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก และผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการใช้บริการไม่พบความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่ออายุสมาชิกของ ซึ่งสันนิษฐานถึงบทบาทของตัวแปรความพึงพอใจเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วนระหว่างความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรการตอบสนองต่อสมาชิกและความตั้งใจต่ออายุสมาชิก และมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางสมบูรณ์ระหว่างตัวแปรการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกและผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการใช้บริการและตัวแปรความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ซึ่งผู้วิจัยจะทำการทดสอบและยืนยันผลต่อไป

ยืนยันบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึงพอใจ

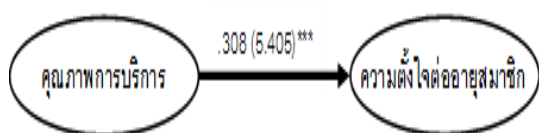
ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 2 พบว่าความพึงพอใจมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางสมบูรณ์สำหรับคุณภาพการบริการโดยรวมและมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วนสำหรับคุณภาพการบริการบางมิติกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ผู้วิจัยยืนยันบทบาทตัวแปรคั่นกลางโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ตามแนวคิดของบาร์อนและเคนนี¹ และทดสอบตัวแปรคั่นกลางด้วย Z test ตามวิธีของ ไชเบล²⁷ โดยหลักการของแนวคิด มีดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและค่าสถิติ Z จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิกผ่านความพึงพอใจ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	สมการ	b	SE	β	t-test	R ²
1. คุณภาพการบริการภาพรวม	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	C1	.417***	.077	.308	5.405***	.095
2. คุณภาพการบริการภาพรวม	ความพึงพอใจ	a	1.011***	.100	.526	10.094***	.277
3. ความพึงพอใจ	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	b	.206***	.048	.287	4.276***	.130
4. คุณภาพการบริการภาพรวม	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	C2	.174	.092	.127	1.886	

Sobel's Test (Z-value) 3.944 (0.000)***

หมายเหตุ * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$



รูปที่ 1 แสดงสัมประสิทธิ์มาตรฐานของคุณภาพการบริการและความตั้งใจต่ออายุสมาชิก



หมายเหตุ * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

รูปที่ 2 แสดงสัมประสิทธิ์ ของบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึงพอใจระหว่างคุณภาพและความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

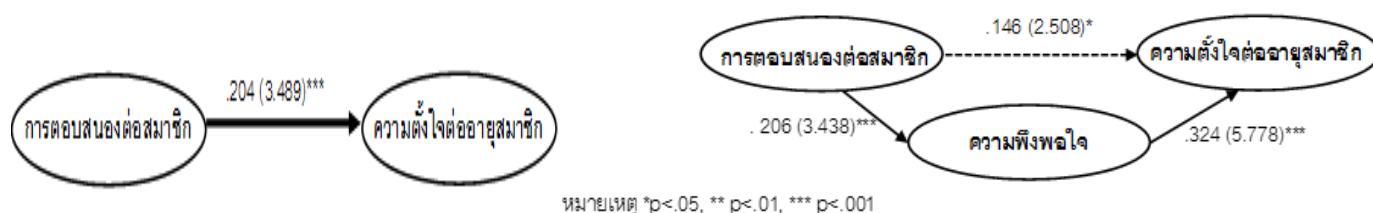
จากรูปที่ 1 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการโดยรวมส่งผลไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก แต่เมื่อพิจารณารูปที่ 2 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการโดยรวมไม่ส่งผลโดยตรงไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก โดยคุณภาพการบริการโดยรวมส่งผลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ดังนั้นจึงยืนยันบทบาทของตัวแปรความพึงพอใจเป็นตัวแปรคั่นกลางสมบูรณ์ของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโดยรวมกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและค่าสถิติ Z จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างมิติการตอบสนองต่อสมาชิกไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิกผ่านความพึงพอใจ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	สมการ	b	SE	B	t-test	R ²
1. การตอบสนองต่อลูกค้า	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	C1	.202***	.058	.204	3.489***	.042
2. การตอบสนองต่อลูกค้า	ความพึงพอใจ	a	.285***	.083	.206	3.438***	.043
3. ความพึงพอใจ	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	b	.232***	.042	.324	5.778***	.145
4. การตอบสนองต่อลูกค้า	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	C2	.144*	.052	.146	2.508*	

Sobel's Test (Z-value) 2.916 (0.001)***

หมายเหตุ *p<.05, ** p<.01, *** p<.001



รูปที่ 3 แสดงสัมประสิทธิ์มาตรฐานของการตอบสนองต่อสมาชิกและความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

รูปที่ 4 แสดงสัมประสิทธิ์ของบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึงพอใจระหว่างการตอบสนองต่อสมาชิกและความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

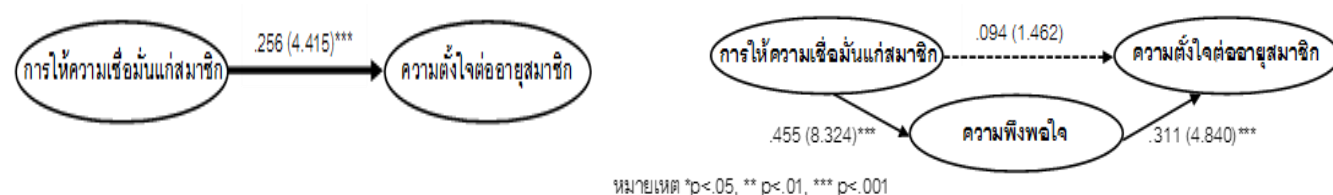
จากรูปที่ 3 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการในมิติการตอบสนองต่อสมาชิกส่งผลไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก และเมื่อพิจารณาจากรูปที่ 4 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรการตอบสนองต่อสมาชิกส่งผลโดยตรงไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก สรุปว่าตัวแปรการตอบสนองต่อสมาชิกส่งผลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ดังนั้นจึงยืนยันบทบาทของตัวแปรความพึงพอใจเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองต่อสมาชิกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและค่าสถิติ Z จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างมิติการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิกผ่านความพึงพอใจ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	สมการ	b	SE	B	t-test	R ²
1. การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	C1	.253***	.057	.256	4.415***	.065
2. การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก	ความพึงพอใจ	a	.617***	.074	.455	8.324***	.207
3. ความพึงพอใจ	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	b	.223***	.046	.311	4.840***	.132
4. การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	C2	.091	.062	.094	1.462	

Sobel's Test (Z-value) 4.19 (0.000)***

หมายเหตุ *p<.05, ** p<.01, *** p<.001



รูปที่ 5 แสดงสัมประสิทธิ์มาตรฐานของการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกและความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

รูปที่ 6 แสดงสัมประสิทธิ์ของบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึงพอใจระหว่างการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกและความตั้งใจต่ออายุ

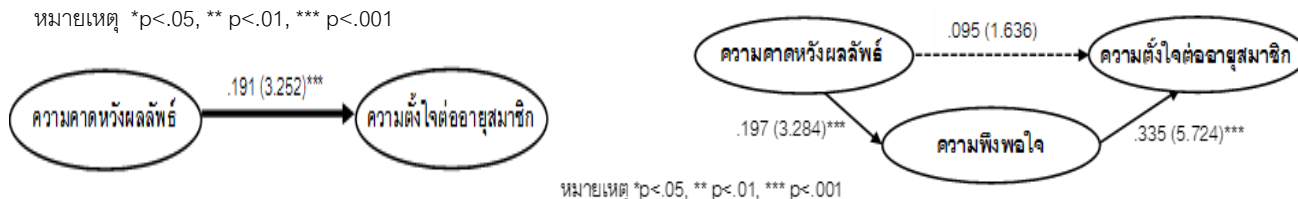
จากรูปที่ 5 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการ มิติการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกส่งผลไป สู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก และเมื่อพิจารณารูปที่ 6 แสดงให้เห็นว่าการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกไม่ส่งผลโดยตรงไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิกและการให้ ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกส่งผลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ดังนั้นจึงยืนยันบทบาทของตัวแปรความ พึงพอใจทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางสมบูรณ์ของความสัมพันธ์ระหว่างการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกกับความตั้งใจต่ออายุ สมาชิก

ตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและค่าสถิติ Z จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างมิติความคาดหวังผลลัพธ์ไปสู่ ความตั้งใจต่ออายุสมาชิกผ่านความพึงพอใจ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	สมการ	B	SE	B	t-test	R ²
1.ความคาดหวังผลลัพธ์	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	C1	.131***	.040	.191	3.252***	.037
2. ความคาดหวังผลลัพธ์	ความพึงพอใจ	a	.188***	.057	.197	3.284***	.039
3. ความพึงพอใจ	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	b	.240***	.042	.335	5.724***	.134
4. ความคาดหวังผลลัพธ์	ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก	C2	.065	.040	.095	1.636	

Sobel's Test (Z-value) 2.856 (0.002)**

หมายเหตุ *p<.05, ** p<.01, *** p<.001



หมายเหตุ *p<.05, ** p<.01, *** p<.001

รูปที่ 7 แสดงสัมประสิทธิ์มาตรฐานของความหวัง ของผลลัพธ์และความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

รูปที่ 8 แสดงสัมประสิทธิ์ ของบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึง พื่อใจระหว่างความคาดหวังผลลัพธ์และความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

จากรูปที่ 7 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการ มิติความคาดหวังผลลัพธ์ส่งผลไป สู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก และเมื่อ พิจารณารูปที่ 8 แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังผลลัพธ์ไม่ส่งผลโดยตรงไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก แต่ความคาดหวัง ผลลัพธ์ส่งผลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจไปสู่ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ดังนั้นจึงยืนยันบทบาทของตัวแปรความพึงพอใจทำ หน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางสมบูรณ์ของความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังผลลัพธ์กับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึงพอใจระหว่างคุณภาพการบริการและความตั้งใจ ต่ออายุสมาชิกในศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง เพื่อให้ได้ข้อสารสนเทศไปใช้กำหนดแนวทาง สำหรับปรับปรุงคุณภาพการบริการแก่ผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายที่สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก ให้เกิดความตั้งใจต่อ อายุมากยิ่งขึ้น ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางสมบูรณ์ของความสัมพันธระหว่างคุณภาพการ บริการโดยรวมกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก หมายถึง สมาชิกที่รู้สึกพึงพอใจในระดับสูงกับคุณภาพบริการโดยรวม จะมีความ ตั้งใจต่ออายุสมาชิกสูงกับศูนย์ออกกำลังกาย ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ไฮวต์และแอสซาเกอร์³¹ และเซนและเซน³² ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญระหว่างคุณลักษณะคุณภาพการบริการและความยินดีที่จะจ่าย เพื่อต่ออายุสมาชิก เมื่อวิเคราะห์บทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึงพอใจระหว่างคุณลักษณะของคุณภาพการบริการรายมิติ และความตั้งใจต่ออายุสมาชิก พบว่าความพึงพอใจมีบทบาทเป็นเป็นตัวแปรคั่นกลางสมบูรณ์ของการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก

และความคาดหวังผลลัพธ์ หมายถึง สมาชิกที่รู้สึกพึงพอใจในระดับสูงกับการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกและความคาดหวังผลลัพธ์ จะมีความตั้งใจต่ออายุสมาชิกสูงกับศูนย์ออกกำลังกาย และพบว่าความพึงพอใจเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองต่อสมาชิกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก หมายถึง สมาชิกที่รู้สึกพึงพอใจในระดับสูงกับการตอบสนองต่อสมาชิกจะค่อนข้างมีความตั้งใจต่ออายุสมาชิกสูง และสมาชิกที่รับรู้ว่าการตอบสนองต่อสมาชิกในระดับสูงจะมีผลทางตรงกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิกได้เช่นกัน

ความพึงพอใจทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางสมบูรณ์ของความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวม และการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกและความคาดหวังผลลัพธ์(เมื่อแยกวิเคราะห์รายมิติ) กับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก หมายความว่า การรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมและรายมิติดังกล่าว ไม่ได้ส่งผลทางตรงกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก แต่ส่งผลทางอ้อมผ่านความรู้สึกพึงพอใจ กล่าวได้ว่า การรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวม การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก และความคาดหวังผลลัพธ์ที่ดีไม่ได้ส่งผลทางตรงกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก แต่ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการ ต่างหากที่ส่งผลทางตรงกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ถ้าสมาชิกรู้สึกไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการล่าสุดอาจจะส่งผลต่อความตั้งใจไม่ต่ออายุสมาชิก แม้ว่าจะสมาชิกจะประเมินคุณภาพบริการในระดับที่ดีก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับงานด้านบริการในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นในกลุ่มผู้ใช้บริการในศูนย์กีฬาทางน้ำภาครัฐ ของ ไชวต์และแอสสาเกอร์³¹ กลุ่มนักศึกษาที่ใช้การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกในศูนย์กีฬาในมหาวิทยาลัยในประเทศสิงคโปร์ของ จิน่าและยังค์³³ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในโรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาวในมาเลเซียของ เคสชาวาและแอลลี³⁴ กลุ่มผู้ใช้บริการของธนาคาร HSBC ของ ลาว ชาวว์ แลมป์ และซูร์³⁵ และใน โมซาบัท โมซาบัท รามายา³⁶ นอกจากนี้ยังพบในกลุ่มการบริการดูแลสุขภาพของผู้ป่วยโดยการนำของแพทย์และทันตแพทย์ ของ ลิ หัว และยัง³⁷ ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างคุณภาพการบริการโดยรวมกับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำ และพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวแปรคั่นกลางสมบูรณ์ระหว่างมิติความเชื่อมั่นแก่สมาชิกกับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในกลุ่มนักศึกษาที่ใช้การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกในศูนย์กีฬาในมหาวิทยาลัยในประเทศสิงคโปร์ของ จิน่าและยังค์³³ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในโรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาวในมาเลเซียของ เคสชาวาและแอลลี³⁴ และ ในกลุ่มการบริการดูแลสุขภาพของผู้ป่วยโดยการนำของแพทย์และทันตแพทย์ ของ ลิ หัว และยัง³⁷ รวมทั้งในกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมโรงแรมในเวียดนาม ของ มิน ฮ้า อัน และ มัสซุซ³⁸ ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าแนวคิดการวางระบบบริการตามมาตรฐานอุตสาหกรรมหรือ ACSM อาจไม่เพียงพอ ควรใช้แนวคิดการวางระบบบริการตามมาตรฐานอุตสาหกรรมควบคู่ไปกับการปรับปรุงในส่วนที่สมาชิกมีความต้องการ ซึ่งแนวคิดการวางระบบบริการตามมาตรฐานอุตสาหกรรมควบคู่ไปกับการปรับปรุงในส่วนที่สมาชิกมีความต้องการบริหารศูนย์ออกกำลังกายต้องทำการสำรวจความพึงพอใจของสมาชิกอย่างสม่ำเสมอและนำผลการสำรวจไปวิเคราะห์ถึงจุดที่ควรปรับปรุงในระบบการบริการ แต่อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจของสมาชิกอาจเกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการและประเด็นอื่นๆ ที่สมาชิกคาดหวังทางจิตวิทยา ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่นอกเหนือการควบคุมได้ ผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายต้องตระหนักว่า การให้บริการในแต่ละคุณลักษณะของคุณภาพการบริการที่ดีของศูนย์ออกกำลังกายเป็นสิ่งที่สำคัญแต่ยังไม่เพียงพอ เป้าหมายสำหรับการปรับปรุงหรือจัดการผลการดำเนินงานในแต่ละคุณลักษณะของคุณภาพการบริการเพื่อที่จะทำให้มั่นใจว่าสมาชิกจะได้รับประโยชน์ตามที่คาดหวังไว้ การได้รับประโยชน์ตามที่คาดหวังไว้มีอิทธิพลโดยตรงต่อการความตั้งใจต่ออายุสมาชิก อาทิเช่น ต้องใส่ใจอารมณ์ของสมาชิกในขณะที่เข้าร่วมกิจกรรมในส่วนต่างๆ ของศูนย์ออกกำลังกาย โดยการสังเกตหรือสอบถามสิ่งที่สมาชิกต้องการให้ดูแลเพิ่มเติม หรือสิ่งที่ศูนย์ออกกำลังกายจัดให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการ หรือรู้สึกพึงพอใจในกิจกรรมต่างๆ หรือไม่มากนักน้อยเพียงใด การวางระบบ

คุณภาพการบริการควรมั่นใจว่าได้ปรับปรุงมาจากการวิเคราะห์ สังเคราะห์สารสนเทศจากกระบวนการรับฟังเสียงของสมาชิก ร่วมกับมาตรฐานการดำเนินงานของศูนย์ออกกำลังกายที่นำมาใช้กำหนดข้อกำหนดของกระบวนการสำหรับออกแบบระบบการบริการ อีกทั้งพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการสามารถตอบสนองต่ออารมณ์ทางบวกของสมาชิก ซึ่งจะส่งผลทางตรงต่อความพึงพอใจและความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

จากผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจมีบทบาทตัวแปรคั่นกลางบางส่วนสำหรับคุณลักษณะของคุณภาพบริการในด้านการตอบสนองต่อสมาชิกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก หมายความว่าผลการศึกษาครั้งนี้ การตอบสนองต่อสมาชิกส่งผลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจมากกว่าการส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิก กล่าวได้ว่า การตอบสนองต่อสมาชิกนั้นเป็นเหตุทางตรงที่ทำให้สมาชิกพึงพอใจ และเมื่อเกิดความพึงพอใจสมาชิกจะมีความตั้งใจต่ออายุสมาชิก และการตอบสนองต่อสมาชิกนั้น ยังเป็นเหตุทางตรงที่ทำให้สมาชิกตั้งใจต่ออายุสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เช็กเกส เซอร์ราแพต และ แอลสมาตี³⁹ ที่ศึกษาผลกระทบของคุณภาพบริการ E (E-SQ) ของฐานข้อมูลออนไลน์ต่อความตั้งใจของผู้ใช้: มุมมองของนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา ที่พบว่ามิติด้านการตอบสนองต่อสมาชิกในคุณภาพการบริการมีผลทางตรงต่อความตั้งใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายควรออกแบบระบบคุณภาพการบริการโดยเฉพาะการมุ่งเน้นพฤติกรรมของพนักงานในด้านการตอบสนองต่อสมาชิกที่มีผลต่ออารมณ์ของสมาชิก ซึ่งมีผลต่อความ พึงพอใจและความตั้งใจต่ออายุสมาชิก มากกว่าดำเนินการตามมาตรฐานการดำเนินงานของศูนย์ออกกำลังกายเท่านั้น

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ความพึงพอใจมีบทบาทตัวแปรคั่นกลางอย่างสมบูรณ์ของคุณภาพการบริการ การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก และความคาดหวังผลลัพธ์กับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก และทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วนของการตอบสนองต่อสมาชิกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การจัดการผลการดำเนินงานของคุณภาพการบริการนั้นไม่เพียงพอสำหรับสมาชิก แต่เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อประสบการณ์คุณภาพการบริการ และเป็นปัจจัยที่ผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายควบคุมการจัดการได้ อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่นที่อาจส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่คาดหวังกับศูนย์ออกกำลังกายซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมการจัดการ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อค้นพบที่ได้สามารถนำไปประยุกต์ในการทำงานสำหรับผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายได้ โดยนำไปใช้ในการปรับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ตลอดจนปรับระบบงานคุณภาพการบริการ และทบทวนการออกแบบกระบวนการทำงานภายในของศูนย์ออกกำลังกายโดยใช้ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอ ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารเชิงกลยุทธ์สำหรับรักษาสมาชิกไว้ กระบวนการที่สำคัญที่ผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายต้องให้ความสำคัญในการปรับระบบคุณภาพการบริการ คือ การรับฟังเสียงของลูกค้าและการติดตามระดับความพึงพอใจของสมาชิก เพื่อปรับปรุงกระบวนการบริการให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ที่เพิ่มสูงขึ้นมากกว่าการวางระบบคุณภาพการบริการตามมาตรฐานเพียงอย่างเดียว

แม้ว่าแบบสอบถามที่ใช้สำรวจนั้นมีการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นและความถูกต้องที่เกินกว่ามาตรฐานขั้นต่ำ ขนาดตัวอย่างที่นำมาศึกษาเพียงพอสำหรับวิเคราะห์และการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยนั้นมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ดังนั้นข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการจัดการและการปรับปรุงการออกแบบ

คุณภาพการบริการ แต่การศึกษาคครั้งนี้เป็นแค่กรณีศึกษาในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐเพียงแห่งเดียว อาจมีข้อจำกัดในการนำไปใช้ได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้นการนำผลการศึกษาไปใช้งานจำเป็นต้องให้ความระมัดระวัง

เอกสารอ้างอิง

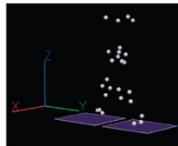
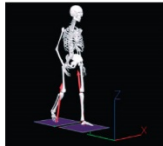
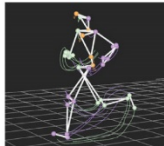
1. Baron RM. & Kenny DA. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *J Pers Soc Psychol* 1986; 51:1173-82.
2. Macintosh E. & Doherty A. Reframing the service environment in the fitness industry. *J Managing Leisure* 2007; 12(4):273-89.
3. Thansettakij. (2016). Fitness Market worth over 9,000 Million Baht had fierce competition. Old and new fitness Business Entrepreneurs usurp market share/Vergin Active have prepared the investment for expand. Retrieved April 7, 2018, from <http://www.thansettakij.com/content/87220>.
4. Marketeer Team. (2016). Fitness Market. Retrieved April 7, 2018, from <http://marketeer.co.th/archives/9109123> August 2016.
5. Club Industry [Internet]. 2017 [cited 2017 Dec 4]. Available from: <http://www.clubindustry.com/studies/ihrsa-reports-57-million-health-club-members-276-billion-industry-revenue-2016>.
6. Hurley T. Managing customer retention in the health and fitness industry: A case of neglect. *IMRE* 2004; 17(2):23-29.
7. Fitzsimmons JA. and Fitzsimmons MJ. Service management for competitive advantage. New York: McGraw-Hill; 1994.
8. Aghamirian B. Dorri B. & Aghamirian B. Effects of Customer Knowledge Management's eight Factors in E-Commerce. *JMSE* 2013; 7(4):1-11.
9. Healy TJ. "Why You Should Retain Your Customers" *America's Community Banker*. 1999;8(9):22-6.
10. Parasuraman A. Zeithaml VA. & Berry LL. A conceptual model service quality and its implications for future research. *J Mark* 1985; 2(10):15.
11. Grönroos C. A service quality model and its marketing implications. *Eur J Mark* 1984;18(4):36-44.
12. Parasuraman A. Zeithaml VA. Berrey LL. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *J RETAILING* 1988; 64(1):12-41.
13. Walker RH. Johnson LW. & Leonard S. Re-thinking the conceptualization of customer value and service quality within the service-profit chain. *MSQ [Internet]*. 2006 [cited 2017 Dec18];16(1):23-36. Doi: 10.1108/09604520610639946.
14. Foster ST. Managing Quality: An Integrative Approach. New Jersey: Prentice Hall; 2004.
15. Caruana A. Money AH. & Berthon PR. Service quality and satisfaction—the moderating role of value. *Eur J Mark* 2000; 34(11/12):1338-52.

16. Varki S. & Colgate M. The role of price perceptions in an integrated model of behavioral intentions. JSR 2001; 3(3):232-40.
17. Bolton RN. "A Dynamic Model of the Duration of the Customer's Relationship with a Continuous Service Provider: The Role of Satisfaction". Marketing Science 1998; 17.
18. Zeithaml VA. Berry LL. Parasuraman A. The behavioral consequences of service quality. J Mark 1996; 60(2).
19. Anderson EW. and Sullivan MW. The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. Marketing Science 1993; 12 (2):125-43.
20. Kotler P. Marketing Management. 11thed. New Jersey: Prentice-Hall; 2003.
21. Lowenstein MW. Customer Retention: An Integrated Process for Keeping Your Best Customers. Wisconsin,USA: ASQC Quality Press 1995.
22. Yamane T. Statistics: An Introductory Analysis. 3rded. New York: Harper and Row Publication; 1973.
23. Poonchob K. and Teerakathiti P. The Development of the perceived service quality scale: A state University fitness center. Journal of Sports Science and Technology 2013; 13(1):89-112.
24. Oliver RL. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision. J MARKETING RES 1980; 17:460-469.
25. Westbrook RA. and Oliver RL. The dimensionality of consumption patterns and consumer satisfaction. J Consum Res. 1991; 18(1):84-91.
26. Bloemer J. Ruyter KD. & Wetzels M. Linking perceived service quality and service loyalty: A multi-dimensional perspective. Eur J Mark 1999; 33(11/12):1082-1106.
27. Sobel ME. Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. Sociol Methodol. 1982; 13:290-312.
28. Nunnally JC. and Bernstein IH. Psychometric Theory. 3rded. New York: McGraw Series in Psychology, McGraw Hill; 1994.
29. Hair JF. Anderson RE. Tatham RL. and Back WC. Multivariate Data Analysis. 5thed. New Jersey: Prentice Hall; 1998.
30. Tabachnick BG. & Fidell LS. Using Multivariate Statistics. Sydney: Allyn and Bacon; 2001.
31. Howat G. and Assaker G. The hierarchical effects of perceived quality on perceived value, satisfaction, and loyalty: Empirical results from public, outdoor aquatic centres in Australia. Sport Management Review 2013; 16:268-284.
32. Chen CF. & Chen FS. Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. Tour Manag 2010; 31:29-35.

33. Gina MX. & Young PD. The Effects of Service Quality of University Sport Facilities on Students' Affective and Behavioral Outcomes. *AJPSS* 2015; 4:1-17.
34. Keshavarz Y. & Ali MH. The Service Quality Evaluation on Tourist Loyalty in Malaysian Hotels by the Mediating Role of Tourist Satisfaction [Internet]. 2015 [cited 2018 May11]; 6(3):680-6. DOI: 10.5901/mjss.2015.v6n3s2p680
35. Lau MM. Cheung R. Lam AYC. Chu YT. The overall satisfaction of HSBC customers has a mediating effect on the relationship between service quality dimensions (tangibles, reliability, responsiveness, empathy and assurance) and HSBC customer loyalty Measuring Service Quality in the Banking Industry: A Hong Kong Based Study 2013;9(3):263-82.
36. Mosahab R. Mahamad O. Ramayah T. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation. *International Business Research* 2010; 3(4):72-80.
37. Li SJ. Huang Y. Yang M. How satisfaction modifies the strength of the influence of perceived service quality on behavioral intentions. *LHS* 2011; 24(2); 91-105.
38. Minh NH. Ha NT. Anh PC. Matsui Y. Service Quality and Customer Satisfaction: A Case Study of Hotel Industry in Vietnam. *ASS* 2015; 11(10):73-85.
39. Zeglat D. Shrafat F. Al-Smadi Z. The Impact of the E-Service Quality (E-SQ) of Online Databases on Users' Behavioural Intentions: A Perspective of Postgraduate Students. *IRMM* 2016; 6(1):1-10.

QUALISYS
Motion Capture Systems

Oqus Camera Series:
Oqus MRI, MiQus, Oqus Underwater



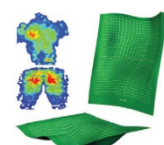
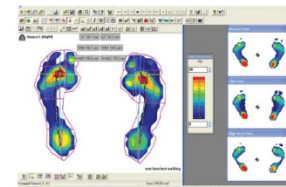
BIODEX



Neuromuscular evaluation & therapeutic exercise



Excellence in wireless EMG system solution **cometa**



Insole Plantar Pressure Analysis: Barefoot Pressure
Analysis: Seating & Positioning Pressure Analysis

Tekscan

United BMEC
Professionals Who Care

United BMEC (Thai) Co., Ltd.
163 Thai Samut Building, 3rd floor, Room 3D, Surawongse rd.,
Suriyawongse, Bangkok 10500 Tel. 02-2353358
Contact person: Piyachat Sutthajinda 092-0237784