

นิพนธ์ต้นฉบับ (Original article)

การจัดการทางกรกีฬา (Sports Management)

**FACTORS INFLUENCING MEMBERSHIP RENEWAL INTENTION:
CASE STUDY OF A STATE AUTONOMOUS UNIVERSITY'S FITNESS CENTER**

Kittipong POONCHOB and Pannipa TEERAKATHITI*

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

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the factors influencing membership renewal intention of fitness center in state autonomous university. Data were randomly selected from member name listed of fitness center in the state autonomous university which was a membership of not less than three months. A total sample of 285 members responded for an overall response rate of 98.6%. The research instrument were questionnaires about quality of service and intention to renew membership. The research instrument was the service quality and membership renewal intention questionnaire. Hierarchical regression was used to analyze the influencing factors on membership renewal intention. The findings of the research shown the factors influencing membership renewal intention were the important attributes of service quality consisting of assurance, responsiveness and expected outcome of services, respectively. The findings are meaningful for fitness manager to maintain membership and could consider continuously improve these significant attributes of service quality. Results also suggest that to revise strategic planning through *redesign of internal processes for service operation*, developing a marketing strategy focusing on membership-centered, helping members develop realistic expectations, regularly reviewing and revising plan are important activities for state autonomous university's fitness center.

Keywords: Service quality / Membership renewal intention / Fitness center

*Corresponding author: Pannipa TEERAKATHITI
College of Sports Science and Technology,
MahidolUniversity, NakhonPathom, Thailand 73170.
E-mail: pannipat@yahoo.com

นิพนธ์ต้นฉบับ (Original article)

การจัดการทางการกีฬา (Sports Management)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกกรณีศึกษา ศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

กิตติพงษ์ พูลชอบ และ พรรณิภา ทิระฐิติ*

วิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดลกีฬา ศาลายา จ.นครปฐม ประเทศไทย 73170

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ โดยข้อมูลถูกรวบรวมจากการสุ่มตัวอย่างจากรายชื่อสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐมีระยะการเป็นสมาชิกไม่ต่ำกว่า 3 เดือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 285 รายอัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 98.6 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความตั้งใจต่ออายุสมาชิกการวิเคราะห์ผลปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกด้วยสถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ได้แก่ คุณลักษณะของคุณภาพการบริการที่สำคัญประกอบด้วย การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก การตอบสนองต่อสมาชิก และผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการรับบริการ ตามลำดับผลการศึกษาเป็นประโยชน์แก่ผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายเพื่อรักษาสมาชิกไว้ และควรปรับปรุงคุณลักษณะคุณภาพการบริการที่สำคัญอย่างต่อเนื่องประกอบด้วย การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก การตอบสนองต่อสมาชิก และผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการรับบริการตามลำดับผลการศึกษายังเสนอแนะการทบทวนแผนกลยุทธ์ตลอดจนออกแบบกระบวนการภายในใหม่สำหรับการดำเนินการบริการ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นสมาชิกเป็นศูนย์กลาง การช่วยให้สมาชิกพัฒนาความคาดหวังให้เป็นจริง ทบทวนและปรับปรุงแผนอย่างสม่ำเสมอเป็นกิจกรรมที่สำคัญของศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ / ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก / ศูนย์ออกกำลังกาย

บทนำ

นโยบายการบริหารสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่เปลี่ยนระบบการบริหารจัดการให้มหาวิทยาลัยในภาครัฐ ออกนอกระบบเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารทั้งเรื่องการจัดการการเงิน งบประมาณ และการบริหารงานบุคคล กฎระเบียบที่กำหนดโดยสถาบันการศึกษาเอง เพื่อบริหารจัดการภายในมีอิสระ¹ ทำให้มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐมีการปรับเปลี่ยนระบบการบริหาร โดยเฉพาะในระดับคณะจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับนโยบายด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัย อีกทั้งตระหนักถึงแนวคิดการบริหาร งบประมาณการเงิน โดยเฉพาะการจัดทำงบประมาณการเงินแบบเกินดุล ส่งผลให้คณะต้องเรียนรู้วิธีการเพิ่มขีด ความสามารถในการพึ่งพาตัวเองและลดการพึ่งพิงงบประมาณแผ่นดินจากภาครัฐ อีกทั้งเป็นความท้าทายเชิงกลยุทธ์ใน ปัจจุบันในการหารายได้ของคณะที่มีหน้าที่บริหารจัดการศูนย์ออกกำลังกายนอกเหนือจากรายได้จากการจัดการเรียน การสอน การบริการวิชาการ และการบริการวิจัย ยังมีช่องทางหารายได้จากกิจกรรมบริการส่งเสริมสุขภาพ กีฬาและการ ออกกำลังกาย ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นที่นิยมทั่วไปจากความตื่นตัวด้านดูแลสุขภาพของคนทั่วโลก²

ศูนย์ออกกำลังกายจึงเปรียบเสมือนแหล่งรายได้ที่สำคัญแหล่งหนึ่งของคณะที่มีหน้าที่บริหารจัดการศูนย์ ออกกำลังกายที่ต้องมีภารกิจในการดูแล สร้างเสริม และส่งเสริมสุขภาพจากการบริการวิชาการให้แก่ประชาคมใน มหาวิทยาลัยและบุคคลภายนอกในชุมชนรอบมหาวิทยาลัยอย่างที่ทราบกันว่าลูกค้าเป็นผู้ให้รายได้องค์การธุรกิจโดย รายได้ที่ได้จากลูกค้านั้นมีด้วยกันสองกลุ่ม คือ ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ แต่การลงทุนเพื่อให้เกิดลูกค้าใหม่นั้นมีต้นทุนที่สูง กว่าลูกค้าเก่าหลายเท่า³ ซึ่งศูนย์ออกกำลังกายและภารกิจกีฬาที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักเลือกที่จะรักษาลูกค้าเก่าไว้⁴ ศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยรัฐมักประสบปัญหาการรักษาสมาชิกเก่าไว้ เนื่องมาจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม นักศึกษาที่จบการศึกษาและไม่ต่ออายุสมาชิกในทุกปี⁵ ส่งผลต่อการประมาณการรายรับของศูนย์ออกกำลังกายไม่ สามารถทำได้อย่างแม่นยำ อย่างไรก็ตามปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่พบได้ในธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายทั่วไปดังเช่น ผล การสำรวจที่ประเทศอังกฤษในปี 2014 พบปัญหาการรักษาสมาชิกของธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย จำนวนสมาชิกลดลง อย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มต่ออายุสมาชิกเป็นประเภทสมาชิกระยะเวลาที่สั้นลง⁶ การศึกษาถึงวิธีการหรือกลยุทธ์ใน รักษาสมาชิกเก่าของศูนย์ออกกำลังกายนั้นมีนักวิจัยน้อยรายทำการศึกษาในประเทศไทย โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยใน กำกับของรัฐ ผลการศึกษาของนักวิจัยหลายท่านในต่างประเทศในระยะเวลามากกว่า 15 ปีศึกษาถึงวิธีการรักษาการคง สภาพสมาชิก พบว่าพฤติกรรมทำให้บริการที่มีคุณภาพอย่างเหมาะสมมีผลกับการตัดสินใจตัดสินใจต่ออายุสมาชิก⁷ และ การบอกต่อทางบวกให้คนมาใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำ⁸ ข้อเท็จจริงข้างต้น ชี้ว่าคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญ สำหรับนำมาใช้เป็นกลยุทธ์รักษาสมาชิกเก่าไว้ ดังนั้นการวางระบบการดำเนินงานที่สามารถให้บริการอย่างมีคุณภาพ หรือเรียกได้ว่ามีคุณภาพการบริการแต่อย่างไรก็ตาม คุณลักษณะของคุณภาพการบริการจะแตกต่างกันไปตามบริบทของ แต่ละลักษณะของการบริการ ธุรกิจ และสถานที่ให้บริการ⁹

คุณลักษณะของคุณภาพการบริการสำหรับศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยรัฐอาจจำแนกออกได้เป็น 7 มิติ¹⁰ ได้แก่ มิติด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เช่น สภาพแวดล้อมที่ทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกดี อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ติดต่อสื่อสารที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มิติด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ที่เป็นความสามารถของพนักงานทุก จุดบริการที่ให้บริการกับสมาชิกถูกต้อง เหมาะสม ตรงกับที่ให้สัญญา กับสมาชิกในทุกครั้ง จะทำให้สมาชิกเกิดความ เชื่อถือ ไว้วางใจ มิติด้านการตอบสนองต่อสมาชิก เป็นความพร้อมและเต็มใจที่จะตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิก ได้อย่างทันท่วงที ซึ่งสมาชิกได้รับความสะดวกจากใช้บริการอย่างทั่วถึง มิติด้าน การให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก เป็น

ความสามารถของพนักงานในการแสดงถึงซึ่งทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกอย่างสุภาพที่สร้างความมั่นใจว่าสมาชิกจะได้รับบริการที่ดีที่สุด และมีติด้าน การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ที่เป็นความสามารถของพนักงานในการดูแลเอาใจใส่ต่อสมาชิกตามความต้องการตามความแตกต่างของสมาชิกแต่ละคน มีติด้านคุณภาพโปรแกรมการออกกำลังกาย และผลลัพธ์ตามความคาดหวังจากการบริการที่ผลจากการจัดการคุณภาพการบริการ การทราบดีถึงปัจจัยที่สำคัญตามมุมมองของสมาชิกที่ส่งผลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกจะช่วยชี้แนวทางการปรับปรุง ออกแบบระบบการบริการที่มีคุณภาพ และนำข้อสารสนเทศที่ได้ไปใช้ปรับปรุงแผนกลยุทธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่ดึงดูดสมาชิกใหม่หรือสร้างให้สมาชิกเก่าเกิดความประทับใจการบริการ อีกทั้งการออกแบบ และปรับปรุงระบบงาน กระบวนการ ตัวชี้วัดควบคุมตัวชี้วัดผลลัพธ์และวิธีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของสมาชิกได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับความพร้อมในบริบทขององค์การส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ บอกต่อ¹⁰ นำไปสู่การสร้างรายได้ที่มั่นคง และสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยแบบตัดขวาง (Cross-Sectional design) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง โดยมีระยะการเป็นสมาชิกตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปและมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปจำนวนรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 731 คน ผู้วิจัยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ¹¹ และนำขนาดกลุ่มตัวอย่างมาปรับตามตัวแปรที่ทำการศึกษาและให้เหมาะสมกับความต้องการขั้นต่ำของเทคนิคทางสถิติอ้างอิง โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานี้เท่ากับ 259 ราย และเพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดผู้วิจัยจึงประมาณการอัตราการไม่กลับมาของข้อมูลอยู่ที่ร้อยละ 10 ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 285 ราย รายผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างตามที่คำนวณไว้ โดยใช้เทคนิค Systematic Random Sampling ทำการสุ่มจากรายชื่อของสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม โดยจัดสุ่มตัวอย่างจากรายชื่อทำการสุ่มอย่างง่ายจำนวน 2 รายชื่อจากรายชื่อลำดับ 1 ถึง 5 และทำการสุ่มอย่างง่ายอีกจำนวน 2 รายชื่อในรายชื่อลำดับ 6 ถึง 10 ทำเช่นนี้ 143 ครั้ง แต่ในครั้งสุดท้ายสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากรายชื่อเพียงหนึ่งรายชื่อ จนครบ 285 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดตอบด้วยตนเอง ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการถามย้อนหลังถึงประสบการณ์ที่ผ่านมาจากการรับบริการในศูนย์ออกกำลังกายภายในระยะเวลา 30 วัน โดยใช้มาตรวัดการประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทสมาชิก ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ความถี่ของการใช้บริการต่อสัปดาห์ และระยะทางจากที่พักอาศัย

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการ ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินคุณภาพการบริการของศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย รัฐบาล พัฒนาโดยกิตติพงษ์ พูลชอบและพรพรณิภา ทิระขุจิต⁵ ซึ่งประกอบด้วย 7 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อสมาชิก การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก การรู้จักและเข้าใจสมาชิกคุณภาพโปรแกรม การออกกำลังกายและผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการรับบริการ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 29 ข้อ โดยค่าคะแนนของความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมที่รับรู้ว่าเป็นประจำทุกครั้งที่เท่ากับ 5 คะแนนและค่าคะแนนของความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมของพนักงานที่รับรู้ว่าจะไม่เคยทำเลยเท่ากับ 1 คะแนน

ส่วนที่ 3 ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ผู้วิจัยนำแบบสอบถามตามแนวความคิดของโบลเมอร์รุษเตอร์และเวทเชล¹² มาเป็นต้นฉบับสำหรับพัฒนาแบบสอบถามในครั้งนี้ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 12 ข้อ โดยแนวโน้มทางความคิดเป็นไปได้อย่างมากที่สุดให้คะแนนเท่ากับ 5 และแนวโน้มทางความคิดเป็นไปไม่ได้เลยให้คะแนนเท่ากับ 1

จริยธรรมการวิจัยในคน

การให้ความยินยอม และประเด็นทางจริยธรรมของผู้ให้ข้อมูลวิจัยถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการพิทักษ์สิทธิมนุษยชน ก่อนดำเนินการวิจัย การศึกษานี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคนของมหาวิทยาลัยมหิดล และได้รับอนุมัติเลขที่ MU-IRB 2011/040.0303 & 2012/033.2202 ก่อนทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงถึงวัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัยรวมถึงประโยชน์ที่จะเกิดแก่สังคมให้แก่กลุ่มที่จะศึกษาทราบ นอกจากนั้นยังได้ชี้แจงถึงสิทธิของผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะตอบหรือไม่ตอบคำถามแก่ผู้วิจัยในบางประเด็นหรือมีสิทธิที่จะออกจากการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้ ผู้วิจัยแนบหนังสือเพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลแบบไปรษณีย์พร้อมแบบสอบถามพร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและระบุว่าเป็นการวิจัยเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่มีผลกระทบใดๆต่อตัวผู้ตอบ โดยจะเก็บรักษาข้อมูลไว้เป็นความลับ ส่งไปยังหัวหน้าส่วนงานของศูนย์ออกกำลังกายผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามตามรายชื่อที่ส่งมาได้ของผู้ใช้บริการที่มีอายุเกิน 15 ปีให้กลับไปทำที่บ้าน เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงการรบกวนในขณะรับบริการ พร้อมแนบซองติดแสตมป์ให้ส่งกลับคืนมาเพื่อเป็นการเพิ่มอัตราการตอบกลับผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังสมาชิกที่ส่งชื่อได้ทั้งหมดจำนวน 285 ชุดหลังจากรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนที่ตอบสมบูรณ์จำนวน 281 ชุดคิดเป็นร้อยละ 98.6 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 18 โดยสิทธิการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปภายใต้การอนุญาตให้ใช้จากมหาวิทยาลัยมหิดล สถิติต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์นำเสนอและการสรุปผลการวิจัยมีดังนี้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา วิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการในภาพรวมและรายมิติ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกโดยปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลและคุณภาพการบริการด้วยการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าสมาชิกที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายหรือคิดเป็นร้อยละ 56.9 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 43.1 สมาชิกมีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21-31 ปี หรือคิดเป็นร้อยละ 52 โดยสมาชิกที่ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำสุด 15 ปี และสูงสุด 64 ปี และมีค่าเฉลี่ยของอายุเท่ากับ 25.33 ปี กลุ่มอย่างนี้นามาศึกษา มีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี หรือคิดเป็นร้อยละ 66.5 สมาชิกประเภทนักศึกษาพบมากที่สุดหรือคิดเป็นร้อยละ 71.5 กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาของการเป็นสมาชิกส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 3-5 เดือนหรือคิดเป็นร้อยละ 50.9 โดยมีระยะเวลาของการเป็นสมาชิกต่ำสุด 3 เดือน สูงสุด 48 เดือน และมีค่าเฉลี่ยของระยะเวลาการเป็นสมาชิกเท่ากับ 6.94 เดือน สมาชิกที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้มีความถี่ในการเข้ารับบริการส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ หรือคิดเป็นร้อยละ 40.6 สมาชิกส่วนใหญ่ที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณตำบลศาลายาหรือคิดเป็นร้อยละ 61.2

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	จำนวน	จำนวนข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าความ เชื่อมั่น
คุณภาพการบริการโดยรวม (SQ)	281	29	3.64	.44	.91
-ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TANG)	281	4	3.56	.84	.91
-ความเชื่อถือไว้ใจได้ (RELI)	281	4	3.74	.72	.91
-การตอบสนองต่อสมาชิก (RESP)	281	5	4.28	.61	.90
-การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก (ASSU)	281	4	3.91	.61	.86
-รู้จักและเข้าใจสมาชิก (EMPA)	281	4	3.55	.78	.92
-คุณภาพโปรแกรมการออกกำลังกาย (QPRO)	281	4	3.43	.71	.89
-ผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการรับบริการ (EOUT)	281	4	3.00	.88	.93
ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก (MRI)	281	12	3.48	.61	.82

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 1 พบว่า การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาความคงที่ภายในโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาพบว่า ทุกมิติมีค่าความคงที่ภายในสูงกว่า .70¹³ ดังนั้นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ทั้งหมดมีค่าความเชื่อมั่นตามเกณฑ์

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา

	SQ	TANG	RELI	RESP	ASSU	EMPA	QPRO	EOUT
MRI	.308**	.137*	.162**	.204**	.256**	.209**	.162**	.191**
SQ		.688**	.712**	.461**	.636**	.677**	.523**	.522**
TANG			.499**	.276**	.273**	.394**	.152*	.230**
RELI				.191**	.408**	.391**	.312**	.216**
RESP					.280**	.267**	.111	-.001
ASSU						.393**	.334**	.156**
EMPA							.169**	.219**
QPRO								.189**

หมายเหตุ: * ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ * p<.05, ** p<.01, *** p<.001

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 2 แสดงการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยตนเอง และระหว่างตัวแปรตาม โดยประเมินจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรอิสระ (คือ คุณภาพการบริการ และรายมิติ) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโดยรวมและรายมิติไม่ถูกกระทบจากปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ด้วยตนเอง (Multicollinearity) ที่สูงมากเกินไป¹⁴ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันน้อยกว่า 0.90¹⁵ และหลังคำนวณหาค่า Variance Inflation Factor ทุกตัวแปรอิสระมีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัวแปร¹⁶ ยืนยันว่าไม่พบปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ด้วยตนเอง ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโดยรวมและรายมิติกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิกพบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวจึงสามารถนำตัวแปรทุกตัวมาศึกษาขั้นตอนต่อไปได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิก

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ซึ่งใช้สถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนในการวิเคราะห์ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นวิเคราะห์โดยใช้ตัวแปรอิสระเป็นคุณภาพการบริการในภาพรวม และส่วนที่สองเป็นวิเคราะห์โดยใช้ตัวแปรอิสระ เป็นคุณภาพการบริการรายมิติ 7 มิติ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม (ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก)			
	ตัวแบบที่ 1		ตัวแบบที่ 2	
	b	SE	b	SE
(ค่าคงที่)	1.968***	.357	1.528***	.396
ตัวแปรควบคุม				
เพศ (กลุ่มอ้างอิง=หญิง)	-.046	.073	-.052	.074
อายุ (ปี)	-.001	.006	.002	.006
ประเภทสมาชิก (กลุ่มอ้างอิง=นักศึกษา)	-.200	.107	-.267*	.110
ความถี่การเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์ (ครั้ง)	.112**	.042	.121**	.042
ระยะทางห่างจากที่พัก (กลุ่มอ้างอิง=น้อยกว่า 20 กิโลเมตร)	-.039	.089	-.038	.090
ระยะเวลาเป็นสมาชิก (เดือน)	.005	.005	.001	.005
คุณภาพการบริการ	.378***	.084		
-ความเป็นรูปธรรมของการบริการ			-.063	.052
-ความเชื่อถือไว้วางใจได้			.029	.061
-การตอบสนองต่อสมาชิก			.145*	.064
-การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก			.174*	.068
-รู้จักและเข้าใจสมาชิก			.038	.052
-คุณภาพโปรแกรมการออกกำลังกาย			.045	.053
-ผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการบริการ			.093*	.042
Adjusted R Square	.097		.115	
F test	5.097		3.669	
R Square Change	0.121		.158	
F Change	5.097***		3.669***	

หมายเหตุ: * ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ * p<.05, ** p<.01, *** p<.001

ผลการทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกของศูนย์การออกกำลังกายโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ด้วยวิธี stepwise ดังแสดงในตารางที่ 3 ในตัวแบบแรกเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกโดยตัวแปรอิสระคือคุณภาพการบริการในภาพรวม และตัวแบบที่สองเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกโดยนำคุณภาพการบริการแยกมิติเข้าร่วมการทดสอบในตัวแบบนี้ สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์จะนำตัวแปรประชากรเป็นตัวแปรควบคุมนำเข้าวิเคราะห์ในขั้นตอนแรกและตามด้วยตัวแปรคุณลักษณะของคุณภาพการบริการในขั้นตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ตามตารางที่ 3 ของตัวแบบที่ 1 พบว่าตัวแปรควบคุมมีตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความผันแปรของความตั้งใจต่ออายุสมาชิกได้เพียงตัวแปรเดียวคือความถี่การเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์ ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ($\beta = .112, p < 0.01$) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสมาชิก

ที่มาเข้าบริการบ่อยจะมีความตั้งใจต่ออายุสมาชิกเพิ่มมากขึ้น และตัวแปรคุณลักษณะของคุณภาพการบริการในภาพรวมซึ่งมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ($\beta = .378, p < 0.001$) ซึ่งให้เห็นว่าสมาชิกประเมินคะแนนของคุณภาพการบริการในภาพรวมในระดับสูงจะมีความตั้งใจต่ออายุสมาชิกเพิ่มมากขึ้น

ในตัวแบบที่สอง ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนพบว่าตัวแปรประชากร ที่เป็นตัวพยากรณ์ความตั้งใจต่ออายุสมาชิก คือ ประเภทสมาชิกและความถี่การเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์ โดยตัวแปรประเภทสมาชิก มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่ออายุสมาชิกในทางลบ ($\beta = -.267, p < 0.05$) สามารถอธิบายได้ว่าสมาชิกที่ไม่ใช่ นักศึกษามีความตั้งใจต่ออายุสมาชิกน้อยกว่าสมาชิกประเภทนักศึกษา ความถี่การเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจต่ออายุสมาชิกในทางบวก ($\beta = .121, p < 0.01$) สามารถอธิบายได้ว่าสมาชิกที่เข้าใช้บริการต่อสัปดาห์บ่อยกว่ามีความตั้งใจต่ออายุสมาชิกมากกว่าสมาชิกที่เข้าใช้บริการต่อสัปดาห์น้อยกว่าและตัวแปรคุณภาพการบริการรายมิติที่เป็นตัวพยากรณ์ความตั้งใจต่ออายุสมาชิกเรียงลำดับตามความสำคัญ ดังนี้การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ($\beta = .174, p < 0.05$) สามารถอธิบายได้ว่าการทำให้สมาชิกเกิดความเชื่อมั่นจะทำให้ความตั้งใจต่ออายุสมาชิกเพิ่มขึ้น การตอบสนองต่อสมาชิก ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ($\beta = .145, p < 0.05$) สามารถอธิบายได้ว่าการตอบสนองต่อสมาชิกที่ดีจะทำให้ความตั้งใจต่ออายุสมาชิกน้อยลง และส่วนผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการรับบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ($\beta = .093, p < 0.05$) สามารถอธิบายได้ว่าผลลัพธ์จากการรับบริการที่สมาชิกที่ได้รับเป็นตามความคาดหวังจะทำให้ความตั้งใจต่ออายุสมาชิกเพิ่มขึ้นดังนั้นสรุปได้ว่า ประเภทสมาชิก ความถี่การเข้าใช้บริการ การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก การตอบสนองต่อลูกค้า และผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการบริการเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายความผันแปรของความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกายมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐพบว่า สมาชิกที่ไม่ใช่ นักศึกษามีความตั้งใจต่ออายุสมาชิกน้อยกว่าสมาชิกประเภทนักศึกษา อาจเนื่องจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นสมาชิกส่วนใหญ่ อาศัยในหอพักใกล้เคียงกับศูนย์ออกกำลังกายมีการต่ออายุสมาชิกมากกว่ากลุ่มอื่น สำหรับความถี่การเข้าใช้บริการผลการศึกษาพบว่า ความถี่การเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก แสดงว่า สมาชิกที่มาใช้บริการต่อสัปดาห์บ่อยกว่ามีความตั้งใจต่ออายุสมาชิกมากกว่าสมาชิกที่มาใช้บริการต่อสัปดาห์น้อยกว่า สอดคล้องกับผลการศึกษาอีวดอน¹⁷ ที่ศึกษาปัจจัยกำหนดการรักษาสภาพสมาชิกของสมาชิกสโมสรสุขภาพจำนวน 10,062 คน จาก 200 สโมสร พบว่าสมาชิกที่เข้ามาใช้บริการสโมสรมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์จะต่ออายุสมาชิกมากกว่าสมาชิกที่เข้ามาใช้บริการสโมสรน้อยกว่า จากข้อเท็จจริงนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายควรวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองในสิ่งที่สมาชิกคาดหวังหรือต้องการ โดยนำข้อสารสนเทศของคาดหวังหรือต้องการมาใช้วางแผนสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิก แยกตาม เพศ อายุ เช่น กลุ่มวัยรุ่นเพศหญิงต้องการรูปร่างกระชับและเป็นกิจกรรมกลุ่ม วัยรุ่นชายต้องการกิจกรรมที่สนุกสนานและกล้ามเนื้อแข็งแรง เป็นต้น อีวดอนยังแนะนำวิธีการเพิ่มค่าเฉลี่ยการเข้าใช้บริการของสมาชิกศูนย์ออกกำลังกาย ควรกระตุ้นให้สมาชิกที่เข้ามียอมอย่างเต็มใจสร้างเพื่อนใหม่ และกระตุ้นให้เข้าคลาส การพัฒนากลยุทธ์เพิ่มความประทับใจแก่สมาชิก เพื่อลดสัดส่วนของสมาชิกที่เข้าใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ให้เปลี่ยนใจมาใช้บริการที่ขึ้น โดยกระตุ้นให้สมาชิกสร้าง

เพื่อนใหม่ในอิมมัลการศึกษานองฮิวดอนพบว่าเกือบครึ่งของสมาชิกที่สร้างเพื่อนใหม่เมื่อมาเล่นอิมมัลต่ออายุสมาชิกมากกว่าคนที่ไม่ได้สนใจใคร

คุณภาพการบริการ การประเมินคุณภาพการบริการ เป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับการรักษาหรือต่ออายุสมาชิกไว้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ศึกษาในอุตสาหกรรมบริการหลายท่าน ที่พบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิก ดังเช่น ผลการศึกษาของชีวาสเทียและนิโครัส¹⁸ ได้รายงานผลการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความตั้งใจที่จะกลับมาซื้อซ้ำ ในทำนองเดียวกันโคคินัน¹⁹พบว่าประสบการณ์ที่เคยได้รับของคุณภาพการบริการนั้นเป็นสาเหตุที่สำคัญต่อการรักษาลูกค้าไว้ในธุรกิจบริการสรุปได้ว่าสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกายให้ความสำคัญกับระบบการบริการของศูนย์ออกกำลังกายที่มีคุณภาพที่ดียิ่งส่งผลต่อการตัดสินใจต่ออายุสมาชิกมากขึ้นไปด้วย ดังนั้น ผู้จัดการของศูนย์ออกกำลังกายควรให้ความสำคัญการส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพการบริการสูง²⁰ และนำมาใช้เป็นปรัชญาธุรกิจเชิงกลยุทธ์²¹ เพื่อรักษาการคงสภาพของสถานะสมาชิกไว้ให้นานที่สุด

การให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า จากผลการศึกษาพบว่าการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจต่ออายุกล่าวได้ว่า คุณสมบัติของผู้ให้บริการที่สร้างความมั่นใจให้แก่สมาชิก เช่น ความเป็นมืออาชีพ ความชำนาญในวิชาชีพ กิริยามารยาท การให้เกียรติสมาชิก และทักษะการสื่อสาร เป็นสิ่งที่สำคัญต่อความตั้งใจต่ออายุสมาชิก สอดคล้องกับผลการศึกษาของโบเมอร์และคณะ¹²ที่ศึกษาระหว่างคุณภาพการบริการและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอุตสาหกรรมอาหาร พบว่าการแนะนำแบบปากต่อปากเป็นผลจากคุณลักษณะของคุณภาพการบริการในด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และผลการศึกษาของจอนห์สัน²² ซึ่งว่าบริษัทที่ดีไม่เพียงแต่มีผลิตภัณฑ์ที่ดีเท่านั้น แต่ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วย และยังเสนอว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานที่ให้บริการและลูกค้าอาจจะมีโอกาสลดความพึงพอใจลง เลิกศรัทธาและหยุดความภักดีต่อบริษัท ในทำนองเดียวกันผลการศึกษาของ โบเมอร์และคณะ¹² พบว่าคุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าเช่นกัน ดังนั้นการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญ ผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายควรมุ่งเน้นหรือให้ความสำคัญในเรื่องกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะในขั้นตอนการคัดเลือกบุคคลเข้าประจำตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่ใช้ทักษะด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา การออกกำลังกาย และกิจกรรมต่างๆและพัฒนา ฝึกอบรม บุคลากรที่มาปฏิบัติหน้าที่ให้บริการที่ทำให้มั่นใจว่าพนักงานมีคุณสมบัติหรือทักษะต่างๆตามที่สมาชิกคาดหวังและต้องการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่สมาชิกที่รับบริการ เช่น ความเป็นมืออาชีพ ความชำนาญในวิชาชีพ กิริยามารยาท การให้เกียรติสมาชิก และทักษะการสื่อสาร ซึ่งอาจแยกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ Hard Skills (ความเป็นมืออาชีพ ความชำนาญในวิชาชีพ) และ Soft skills (กิริยามารยาท การให้เกียรติสมาชิก และทักษะการสื่อสาร) ซึ่ง Hard skills มักพิจารณาได้จากประกาศนียบัตรต่างๆจากการอบรมจากสถาบันที่ยอมรับในวิชาชีพและมาตรฐานสากล ส่วนSoft skills นั้นต้องให้ความสำคัญกับขั้นตอนการคัดเลือกพนักงานเข้าบรรจุตามตำแหน่งงาน โดยนำทักษะดังกล่าวนี้มาใช้เป็นเกณฑ์คัดเลือกพร้อมกับHard Skills อีกทั้งฝึกอบรมระหว่างปฏิบัติร่วมกับส่งตัวบุคลากรไปฟื้นฟูทักษะความรู้อย่างต่อเนื่องจะช่วยให้สร้างความเชื่อมั่นแก่สมาชิกยิ่งขึ้นจากผลการศึกษา สรุปได้ว่าหัวใจสำคัญสำหรับวางระบบการให้บริการอีกประเด็น คือ การสร้างการยอมรับ และเชื่อมั่นของตัวบุคคลที่ให้บริการแก่สมาชิก เพื่อเป็นการรับประกันคุณภาพในการบริการแก่สมาชิก

การตอบสนองต่อลูกค้า จากผลการศึกษา พบว่าการตอบสนองต่อสมาชิกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิกหรือความเต็มใจที่จะช่วยสมาชิก และให้บริการทันที สอดคล้องกับการศึกษาของโบเมอร์และคณะ²³ ที่ทำการศึกษาในอุตสาหกรรมบันเทิงและอุตสาหกรรมอาหาร พบว่าในอุตสาหกรรมบันเทิงการแนะนำแบบปากต่อปากเป็นผลทางบวกจากคุณลักษณะของคุณภาพการบริการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ดังนั้นการตอบสนองต่อสมาชิกเป็นสิ่งที่สำคัญที่ผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายควรจัดระบบการทำงานของพนักงานเพื่อให้การบริการแก่สมาชิกเมื่อเกิดปัญหาการบริการ²³ อาจนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้เพื่อปรับปรุงการตอบสนองให้รวดเร็วยิ่งขึ้นและเป็นการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารเพื่อเพิ่มความพึงพอใจแก่สมาชิกในทางตรงข้ามถ้าไม่สามารถแก้ไขปัญหของสมาชิกหรือตอบสนองคำร้องขอของสมาชิกไม่ได้จะส่งผลให้สมาชิกรู้สึกไม่พึงพอใจและอาจเปลี่ยนไปใช้บริการกับที่อื่น²⁴ ผู้บริหารของศูนย์ออกกำลังกายควรให้ความสนใจในการฝึกอบรมแก่พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่สมาชิกในประเด็นการให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ทันเวลา ในการตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหามาตามที่สมาชิกร้องขอมา²⁵ อีกทั้งไม่ทำให้สมาชิกเสียเวลารอคอยในการดำเนินงานเอกสารต่างๆเป็นต้น หัวใจสำคัญสำหรับวางระบบการให้บริการ คือ ปฏิสัมพันธ์ของพนักงานและสมาชิกระหว่างให้บริการ²⁶ โดยเฉพาะการตอบสนองต่อสมาชิก กล่าวคือ พนักงานสามารถตอบสนองได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ²⁷ ซึ่งการกำกับบทบาทและพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานเป็นประเด็นที่ต้องนำมากำหนดเป็นแผนปฏิบัติการในลำดับแรก²⁸ เพื่อบรรลุปรัชญารูจิกในการส่งมอบคุณภาพการบริการระดับสูง²¹

ผลลัพธ์ได้ตามคาดหวังจากการรับบริการ จากผลการศึกษา พบว่าผลลัพธ์ได้ตามคาดหวังจากการบริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจต่ออายุสมาชิกกล่าวได้ว่า สมาชิกให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเข้ามาออกกำลังกายหลังรับบริการ เช่น ทำให้มีรูปร่างที่สมส่วนยิ่งขึ้นมีสุขภาพโดยรวมที่แข็งแรงขึ้นทำให้ความเครียดลดลงทำให้รู้สึกผ่อนคลายและมีอารมณ์ที่ดีขึ้นสอดคล้องกับการศึกษาของฮิว²⁹ ที่ศึกษาการตัดสินใจต่ออายุสมาชิกหรือไม่ต่ออายุสมาชิก เพื่อหาวิธีจัดการไม่ต่ออายุสมาชิก โดยสำรวจสมาชิกที่ไม่ต่ออายุสมาชิก จำนวน 50 คน ด้วยวิธีสนทนากลุ่มถึงประสบการณ์การใช้บริการสโมสรสุขภาพและศูนย์พักผ่อนหย่อนใจ พบว่า สมาชิกที่ตัดสินใจไม่ต่ออายุเกิดจากขาดแรงจูงใจในการเข้ามาทำกิจกรรม เนื่องจากรับรู้ว่าจะไม่สมหวังตามที่คาดหวังไว้ในระหว่างช่วงเวลาที่ทำกิจกรรม เช่น ความสนุกในการทำกิจกรรม รูปร่างที่เปลี่ยนแปลงไปที่สามารถรับรู้ได้ อาทิเช่น การลดน้ำหนัก สิ่งเหล่านี้นำไปสู่ความถี่ในการมารับบริการลดน้อยลงไปเรื่อยๆ และรู้สึกไม่คุ้มค่ากับการมาใช้บริการในทำนองเดียวกันฮิวดอน¹⁷ ศึกษาปัจจัยกำหนดการรักษาสุขภาพสมาชิกของสมาชิกสโมสรสุขภาพ พบว่าโปรแกรมการออกกำลังกายต้องมีความสนุกสนาน การได้สร้างมิตรภาพและมีเพื่อนใหม่ๆในการทำกิจกรรมออกกำลังกาย และเห็นผลชัดเจนถึงการเปลี่ยนแปลงของรูปร่างที่ดีขึ้นตามที่คาดหวังไว้ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และการใช้อุปกรณ์ต่างๆในยิมต้องไม่รอคิวนำไปสู่การต่ออายุสมาชิกดังนั้นผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายควรให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานและเกิดมิตรภาพใหม่นอกเหนือจากได้สุขภาพที่แข็งแรงและรูปร่างที่ดี สิ่งเหล่านี้นำไปสู่การรักษาการคงสมาชิกภาพจากผลการศึกษาพบว่าสมาชิกไม่ได้ให้ความสำคัญต่อคุณภาพของโปรแกรมการออกกำลังกาย เนื่องจากตัวแบบโปรแกรมอาจจะไม่มีประสิทธิภาพต่อการดึงดูดให้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมการออกกำลังกาย ดังนั้นผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายควรแนะนำให้ผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลสร้างโปรแกรมที่ตีรอบด้านเพื่อให้สมาชิกมีรูปร่างที่สมส่วนและสุขภาพที่ดี สนุกซึ่งเป็นแรงจูงใจภายในและครอบคลุมถึงแรงจูงใจภายนอก มักเป็นร่างกายที่แข็งแรงยิ่งขึ้น³⁰

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าเพื่อรักษาสมาชิกเก่าไว้และดึงดูดสมาชิกใหม่ ผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายควรพิจารณาถึงประเภทสมาชิกความถี่การเข้าใช้บริการและควรปรับปรุงอย่างต่อเนื่องสำหรับคุณลักษณะของคุณภาพการบริการที่สำคัญประกอบด้วย การให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก ตอบสนองต่อสมาชิก และผลลัพธ์ตามคาดหวังจากการรับบริการตามลำดับดังนี้ผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายควรทำการออกแบบระบบบริการและส่งมอบการบริการโดยนำข้อสารสนเทศจากกิจกรรมการสำรวจความต้องการและความคาดหวังของสมาชิก หลังจากทำการประเมินความพึงพอใจในกลุ่มที่สำคัญ กิจกรรมเหล่านี้สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการจัดการการดำเนินงานอันนำไปสู่การต่ออายุสมาชิก เพื่อเป็นแหล่งสร้างรายได้ และสร้างความอยู่รอดขององค์กร

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

สำหรับงานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. งานวิจัยนี้เสนอแนะข้อสารสนเทศที่สำคัญสำหรับผู้จัดการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ควรมุ่งเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างคุณภาพการบริการที่สมาชิกให้ความสำคัญโดยเฉพาะคุณลักษณะของผู้ให้บริการที่สร้างความเชื่อมั่นแก่สมาชิก และการตอบสนองต่อสิ่งที่สมาชิกต้องการ รวมถึงคำนึงถึงทำการประเมินก่อนและหลังการรับบริการ ถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากผลลัพธ์ของโปรแกรมการออกกำลังกาย สิ่งต่างๆเหล่านี้สามารถกระทำได้โดยทบทวนแผนกลยุทธ์ตลอดจนออกแบบกระบวนการภายในใหม่สำหรับการดำเนินการบริการ และควรทำการพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นสมาชิกเป็นศูนย์กลาง จัดกิจกรรมที่สามารถพัฒนาความคาดหวังให้เป็นจริง ทบทวนและปรับปรุงแผนอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งที่สำคัญ
2. งานวิจัยนี้จะสมบูรณ์ยิ่งขึ้นถ้าทำการรับรู้ความคุ้มค่า ราคาและทำการเปรียบเทียบทัศนคติด้านต่างๆในสมาชิกที่ไม่ต่ออายุสมาชิก ข้อสารสนเทศที่ได้จะทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

1. Archdej, S. Supporting documents for decision for astate autonomous university: Committee on Education Group, Bureau of Committee 3, The Secretariat of The House of Representatives; Sep 12,2012; Bangkok.Retrieved 2016 July 14. From:<http://www.parliament.go.th/ewtcommittee/ewt/education.download/article/article20130320190602.pdf>
2. The Hartman Group. (2015). Consumer trends in health and wellness. Retrieved 2016 July 18 from Forbes Website: <http://www.forbe.com/sites/thehartmangroup/2015/11/19/consumer-trends-in-health-and-ellness/#6C721AD34BE7>
3. Aslan, M., & Kocak, M.S. Determination of the service quality among sport and fitness centers of the selected universities. International Journal of Human Science Online.8:2. 2011. Available: [http:// www.insanbilimleri.com/en](http://www.insanbilimleri.com/en).

4. Burton, S. , Sheather, S. , and Roberts, J. Reality or perception? The effect of actual and perceived performance on satisfaction and behavioral intention. *Journal of Service Research*. 2003;5(4):292 -302.
5. 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.
6. Bedford, P. Attention Retention. In Kate Cracknell, Editor. *Health Club Management Handbook*. UK: Leisure Media, Portmill House, Portmill Lane, Hitchin, Hertfordshire SG5 1DJ. Publication; 2014;64-67.
7. Rozita, A.L., Nor Zana, A.A., Khairulzaman, H., Norlizah, A.H. Impact of sport complex services towards costumer behaviour in Terengganu. *Social and Behavioral Science*. 2014; 153:410-18. *Research*. 2004;57(8):913-21.
8. Sigit, H., Suharyono, Achmad Fauzi D.H., Imam S. The effects of service quality on customer satisfaction, customer delight, Trust, Repurchase Intention, and Word of Mouth. *European Journal of Business and Management*. 2015;7(12):36-48.
9. Young, J. K & Pastore, D. L. Current issues and conceptualizations of service quality in the recreation sport industry. *Sport Marketing Quarterly*. 2004; 13:158-66.
10. Gracia, E. , Cifre, E. , Grau, R. Service quality: The key role of service climate and service behavior Of boundary employee units. *Group & Organization Management*. 2010;35(3):276-98.
11. Yamane, T. *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rded. New York: Harper and Row. Publication; 1973.
12. Bloemer, J., Ruyter, K.D., & Wetzels, M. Linking perceived service quality and service loyalty: A multi-dimentional perspective. *European Journal of Marketing*. 1999;33(11/12):1082-106.
13. Nunally, J.C. and Bernstein, I.H. *Psychometric Theory*. 3rd ed. New York: McGraw Series in Psychology, McGraw Hill; 1994.
14. Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. *Using Multivariate Statistics*. Sydney: Allyn and Bacon; 2001.
15. Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Back, W.C. *Multivariate Data Analysis*. 5thed. New Jersey: Prentice Hall; 1998.
16. Cohen, J. , Cohen, P. , West, S. G. , and Aiken, L. S. *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Science* (3rd ed.). Mahwah. NJ: Erlbaum. 2003.
17. Hillsdon, M. What do 10,000 members say? *Health Club Management Handbook*. Retrieved 2016 July 16. from Website: <http://www.healthclubhandbook.com/digital/index1.cfm?mag=&issue=2015%20issue%201>. 2015.
18. Sevastia A. , & Nicholas D. T. The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centres. *Sport Management Review*. 2014; 17:419-31.

19. Clemes, M. D., Brush, G. J., & Collins, M. J. Analysing the professional sport experience: A hierarchical approach. *Sport Management Review*. 2011;14(4):370–88.
20. Lytle, P.W., & Richard, S. SERV*OR: a managerial measure of organizational service-orientation. *Journal Retailing*. 1998;74(4):455-89.
21. Chung, B.G., and Schneider, B. Serving multiple master: role conflict experienced by service employees. *Journal of Services Marketing*. 2002;16(1):70-87.
22. Johnson, L. Using the critical incident technique to assess gaming customer satisfaction, *Gaming Research & Review Journal*. 2002;6(2):1-12.
23. Ferrand, A., Robinson, L., Valette-Florence, P. The Intention-to-Repurchase Paradox: A Case of the Health and Fitness Industry. *Journal of Sport Management*. 2010; 24:83-105.
24. Power, J.D., and Associates Reports. Global Van Lines, Mayflower Transit and Two Men and a truckrank highest in customer satisfaction with full-service moving companies. Full-Service Moving Company Customer Satisfaction StudySM. Retrieved 2016 July 16 from Health Club Management Handbook Website: <http://www.pnewswire.com/news-releases/jd-power-and-associates-reports-global-van-lines-mayflower-transit-and-two-men-and-a-truck-rank-highest-in-customer-satisfaction-with-full-service-moving-companies-58255972.html>. 2007.
25. Malhotra, N.K., Ulgado, F.M., Agarsal, J., Shainesh, G., and Wu, L. Dimensions of service quality in developed and developing economies: multi-country cross-cultural comparisons. *International Marketing Review*. 2005;22(3):256-78.
26. Brady, M. K., and Cronin, J. J. Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Approach. *Journal of Marketing*. 2010;65(3):34-49.
27. Liao, Z., Cheung, M.T. Measuring consumer satisfaction in internet banking: a core framework. *Magazine Communication of ACM*. 2008;51(4):47-51.
28. Gwinner, K.P., Bitner, M. J., Brown, S.W., and Ajith, K. Service Customization Through Employee Adaptiveness. *Journal of Service Research*. 2005;8(2):131-48.
29. Hill, M. Stay or Leave?. Health Club Management Handbook. Retrieved 2016 July 16. from Website <http://www.healthclubhandbook.com/digital/index1.cfm?mag=&issue=2015%20issue%201>. 2014.
30. Lippa, D.J. The Effect of Gender on Fitness Motivational Factors: An Examination of St. John Fisher College Undergraduate Students. *Sport Management Undergraduate*, 27. 2011.