

ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการ ออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย

ประภานันท์ โปธินาค*

เทพประสิทธิ์ กุศลวิชิต**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย และเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย โดยจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดตามประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 405 คน นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า “ที” และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว กรณีพบความแตกต่าง จะวิเคราะห์ต่อด้วยวิธีของเชฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 2) ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามเพศ โดยการทดสอบค่า “ที” พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอายุ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกาย
การกีฬาแห่งประเทศไทย

* คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อีเมล: smart_girlui@hotmail.com

** แผนกวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Marketing Mix Needs of Sports and Exercise Service Users in the Sports Authority of Thailand

Prapanun Potinak*

Tepprasit Gulthawatvichai**

Abstract

The purpose of this research was twofold: to study the marketing mix needs of sports and exercise service users in the Sports Authority of Thailand; and to compare the marketing mix needs classified by Demographic Segmentation including gender, age, and income. A total of four hundred and five subjects answered the questionnaire which was used as a survey tool. Data were analyzed statistically by using mean, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA (F-test). Then the differences were analyzed in pairs by using Scheff' Method.

The results were as follows: 1) sports and exercise service users need the marketing mix overall at a high level: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, and Presentation; 2) comparison of the marketing mix needs of sports and exercise service users classified by gender using t-test were found to be significantly different at .05 level; 3) comparison of the marketing mix needs of sports and exercise service users classified by age using the One-way ANOVA (F-test) found the users with different average age have different marketing mix needs in the subject of Price which differentiated at a .05 significance level; and 4) comparison of the marketing mix needs of sports and exercise service users classified by income using the One-way ANOVA (F-test) found the users with different average monthly income have different marketing mix needs in the subjects of Price, Physical Evidence, and Presentation which differentiated at a .05 significance level.

Keywords: Marketing mix need, sport and exercise service, sports authority of Thailand

* Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University.

E-mail: smart_girlii@hotmail.com

** Sports Management, Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การกีฬามีจุดประสงค์พื้นฐานเพื่อให้คุณภาพของมนุษย์ดีขึ้น ทั้งในด้านสุขภาพ พลานามัย จิตใจ และสังคม ในการที่จะพัฒนาประเทศจะต้องพัฒนาคนหรือประชากรในชาติเป็นอันดับแรก เพราะประเทศชาติจะพัฒนาได้จะต้องอาศัยประชากรในชาติที่มีคุณภาพและมีสมรรถภาพสูง เพราะคุณภาพชีวิตและสุขภาพที่ดีจะช่วยให้พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กและเยาวชน ถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่จะเติบโตในอนาคต ในการเล่นกีฬาแต่ละชนิดจะให้ประโยชน์แก่ผู้เล่นแตกต่างกัน การเล่นกีฬาเพียงอย่างเดียวไม่สามารถเพิ่มสมรรถภาพทางกายได้ทุกด้าน ดังนั้นควรเล่นกีฬาหลาย ๆ ชนิดเพื่อจะได้เพิ่มพูนสมรรถภาพทางกายได้ครบทุกด้าน นอกจากนั้น กีฬายังเป็นสื่อสัมพันธ์ช่วยสร้างความเป็นมิตรไมตรีระหว่างชนชาติ ให้มีความสามัคคีในการทำกิจกรรมร่วมกัน เห็นได้จากการเข้าร่วมการแข่งขันมหกรรมกีฬาในระดับต่าง ๆ ทั้งระหว่างประเทศและในประเทศ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นล้วนมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมความสามัคคีและความเป็นมิตรไมตรีที่ดีต่อกัน (Phopanyasak, 2010)

ร่างกายของมนุษย์เราต้องการการออกกำลังกายเพื่อการเจริญเติบโต มีความแข็งแรง มีสุขภาพ และสมรรถภาพที่ดี การออกกำลังกายที่สม่ำเสมอและเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย ทำให้ระบบต่าง ๆ ของร่างกาย มีการเจริญเติบโต และมีสุขภาพที่ดี ปัจจุบัน ประชาชนสนใจออกกำลังกายมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากทั้งภาครัฐและเอกชน จัดให้มีสถานที่ออกกำลังกายหลากหลาย มีการโฆษณาการออกกำลังกายของผู้มีชื่อเสียง มีการจัดกิจกรรมเดิน วิ่งมาราธอน ปั่นจักรยาน เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกาย ดังนั้นเราจะทำอย่างไรเพื่อให้ผู้ใช้บริการการออกกำลังกายมาใช้บริการในการกีฬาแห่งประเทศไทยมากขึ้น นั่นคือ ต้องมีการให้บริการที่ดี

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นทฤษฎีเพื่อใช้ในการศึกษา การสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดและนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขปัญหา และพัฒนาการบริการของการกีฬาแห่งประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และตรงความต้องการของผู้มาใช้บริการสูงสุด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้ประชาชนมีทักษะทางกีฬาที่ดี มีสุขภาพร่างกายและสมรรถภาพที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีน้ำใจนักกีฬา เพื่อหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวสู่ความสามัคคีและสมานฉันท์ มีการบริหารจัดการกีฬาทุกมิติอย่างเป็นระบบ ตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 5 พ.ศ.2555 - 2559 (Ministry of Tourism & Sports, 2012)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย
2. เปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยโดยจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดตามประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สมมุติฐานของการวิจัย

ผู้ที่ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการทางส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จากข้อมูลแบบสุ่มจำนวนผู้ให้บริการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2557 (ตุลาคม พ.ศ. 2556 - กันยายน พ.ศ.2557) จำนวน 1,692,195 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973 cited in Gaiwan, 2002) มาคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 405 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบช่วงชั้นอย่างมีสัดส่วน (stratified sampling) เพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามสถานที่บริการ 7 หน่วยบริการ ดังนี้ ศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา ฟิตเนส ศูนย์ฝึกในร่ม สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ลานกลางแจ้ง สวนสุขภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม 60 ข้อ มีเนื้อหา 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (check list)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬา และการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ชนิด 4 ระดับ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าจากวารสาร เอกสาร ตำรา วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย บทความวิชาการ หรือเอกสารการเรียนการสอน ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการส่วนประสมทางการตลาด และนำมาปรึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำเสนอขออนุมัติหัวข้อและสอบโครงร่างวิทยานิพนธ์ โดยได้รับการอนุมัติจาก คณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการบริหารคณะ

2. สร้างแบบสอบถาม โดยให้เนื้อหาครอบคลุมถึงความต้องการส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย ในด้านต่าง ๆ ได้แก่

- ด้านการบริการ (product or service) หมายถึง การให้บริการของเครื่องมือ อุปกรณ์ และสนามกีฬาในการกีฬาแห่งประเทศไทย

- ด้านราคา (price) หมายถึง อัตราค่าบริการของการกีฬาแห่งประเทศไทยในด้านต่าง ๆ เช่น การสมัครสมาชิก ค่าเข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง และค่าสมัครเรียนกีฬา

- ด้านสถานที่ (place) หมายถึง สถานที่ตั้งของการกีฬาแห่งประเทศไทยรวมถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ที่จอดรถ ส่วนบริการอาคารและสนามกีฬา

- ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อชักจูงให้ประชาชนมาใช้บริการและเพื่อสร้างเสริมความไว้วางใจและการมีทัศนคติที่ดีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

- ด้านบุคคล (people) หมายถึง ผู้ให้บริการของการกีฬาแห่งประเทศไทยที่เป็น พนักงานประจำและเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ

- ด้านกระบวนการ (process) หมายถึง วิธีการและลำดับขั้นตอนของระบบและการดำเนินการที่มีคุณภาพอันทำให้เกิดความประทับใจแก่ประชาชนที่ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย

- ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (physical evidence and presentation) หมายถึง องค์ประกอบของการกีฬาแห่งประเทศไทย เกี่ยวกับการให้บริการการออกกำลังกาย ตามการรับรู้หรือโน้มน้าของผู้มาใช้บริการ อันเป็นปัจจัยที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ

3. สร้างแบบสอบถามและนำมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อแก้ไขและปรับปรุงจนสามารถครอบคลุมงานวิจัยที่ศึกษา

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจแก้ไขและปรับปรุงให้เหมาะสมยิ่งขึ้นแล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเพื่อให้ได้ความตรงตามเนื้อหา (content validity) หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค (index of item – objective congruence : IOC) โดยใช้ค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป โดยเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงคเท่ากับ 0.92

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ในการนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (try out) ณ ศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยกำหนดค่าความเที่ยงตั้งแต่ระดับ 0.7 ขึ้นไป โดยเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.95

6. เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้คือ ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย

7. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติและรายงานผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 นำมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 4 ระดับ นำมาวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ เพศชายและเพศหญิง โดยการทดสอบค่า “ที” (t-test)

4. วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one – way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย โดยจำแนกตาม อายุ และรายได้ หากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (scheffe method)

ข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 4 ระดับ นำคะแนนที่หาค่าเฉลี่ยแล้วมาแปลความหมายตามหลักของประคอง กรรณสูตร (Kannasutr, 1999) ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.00 หมายถึง มีความต้องการมากที่สุด

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความต้องการมาก

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความต้องการน้อย

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง มีความต้องการน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26 - 35 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี เป็นนักศึกษา/นิสิต มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิก เข้าใช้บริการช่วงวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 18.01 - 20.00 น. เข้าใช้บริการเพราะมาออกกำลังกาย สัปดาห์ละ 3 - 4 วัน มากับเพื่อน เสียค่าใช้จ่ายเมื่อมาใช้บริการ 0 - 30 บาทต่อครั้ง เดินทางมาโดยรถส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการ 0 - 20 บาทต่อครั้ง สถานที่ที่ใช้บริการมากที่สุดคือ ลานกลางแจ้ง เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการคือ การให้บริการกีฬาและการออกกำลังกายที่หลากหลายชนิดกีฬาและกิจกรรมที่ใช้บริการมากที่สุดคือ เดินหรือวิ่งออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

1. ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย

ผู้ให้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการลำดับแรกได้แก่ ด้านการบริการและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเท่ากัน รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ และด้านสถานที่ และด้านบุคคลเท่ากัน ตามลำดับ

1.1 ความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านบริการ

ผู้ให้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการลำดับแรกได้แก่ การจัดกิจกรรมด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน

1.2 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการลำดับแรก ได้แก่ ไม่ควรมีการเก็บค่าบริการ

1.3 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการลำดับแรก ได้แก่ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำเพียงพอ

1.4 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการลำดับแรก ได้แก่ การกำหนดโอกาสพิเศษเพื่อลดราคาค่าบริการ เดือนเกิดของผู้ใช้บริการ

1.5 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการลำดับแรก ได้แก่ การจัดหาผู้ฝึกสอนและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์

1.6 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการลำดับแรก ได้แก่ การกำหนดขั้นตอนการใช้บริการของสนามกีฬาอย่างชัดเจน

1.7 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการลำดับแรก ได้แก่ การปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณสนามกีฬาเพื่อความสวยงาม

ตารางที่ 1. ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย

ความต้องการส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ด้านการบริการ	3.18	0.50	มาก
2. ด้านราคา	2.97	0.52	มาก
3. ด้านสถานที่	3.06	0.57	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.97	0.66	มาก
5. ด้านบุคคล	3.06	0.061	มาก
6. ด้านกระบวนการ	3.09	0.58	มาก
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.18	0.51	มาก
โดยรวม	3.09	0.44	มาก

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย

2.1 ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศ

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยชายและหญิง มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ใช้บริการชายมีค่าเฉลี่ยความต้องการส่วนประสมการตลาดโดยรวมมากกว่าผู้ใช้บริการหญิง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยชายและหญิง มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ใช้บริการชายมีค่าเฉลี่ยความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ มากกว่าผู้ใช้บริการหญิง

ตารางที่ 2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬา และการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศ

ความต้องการส่วนประสม ทางการตลาด	เพศ				t	p
	ชาย (n =223)		หญิง (n =182)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านการบริการ	3.24	0.47	3.11	0.51	2.795*	0.005
2. ด้านราคา	2.97	0.52	2.98	0.52	-.020	0.984
3. ด้านสถานที่	3.12	0.49	2.99	0.65	2.270*	0.024
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.02	0.56	2.90	0.75	1.736	0.084
5. ด้านบุคคล	3.13	0.52	2.98	0.70	2.271*	0.024
6. ด้านกระบวนการ	3.16	0.52	3.01	0.63	2.678*	0.008
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	3.21	0.48	3.15	0.54	1.232	0.219
โดยรวม	3.14	0.40	3.03	0.48	2.383*	0.018

* $p < 0.05$ ($t_{398} = 1.96$)

2.2 ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามอายุ

ผลเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามอายุ ด้วยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีอายุต่างกันมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 20 - 25 ปี มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ 26 - 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3. ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย
จำแนกตามอายุ

ความต้องการส่วนประสม ทางการตลาด	อายุ								F	p	-ค่าสถิติทดสอบ
	1		2		3		4				
	20-25 ปี (n =152)	$\bar{X}$ S.D.	26-35 ปี (n = 189)	$\bar{X}$ S.D.	36-55 ปี (n = 49)	$\bar{X}$ S.D.	56 ปีขึ้นไป (n = 15)	$\bar{X}$ S.D.			
1. ด้านการบริการ	3.22	0.505	3.16	0.513	3.16	0.426	3.22	0.407	0.442	0.723	-
2. ด้านราคา	3.06	0.503	2.90	0.521	2.99	0.575	3.05	0.414	2.895*	0.035	(1-2)
3. ด้านสถานที่	3.10	0.598	3.03	0.567	3.06	0.478	3.01	0.547	0.430	0.731	-
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.01	0.665	2.92	0.664	3.08	0.627	2.87	0.589	1.188	0.314	-
5. ด้านบุคคล	3.14	0.559	2.99	0.618	3.07	0.690	3.16	0.702	1.822	0.143	-
6. ด้านกระบวนการ	3.14	0.557	3.09	0.569	2.98	0.641	3.05	0.630	1.020	0.384	-
7. ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.21	0.537	3.19	0.498	3.13	0.454	3.01	0.460	0.850	0.467	-
โดยรวม	3.14	0.455	3.06	0.445	3.08	0.388	3.05	.437	0.908	0.437	-

*p < 0.05 ($F_{3, 401} = 2.60$)

2.3 ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4. ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย
 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความต้องการส่วนประสม ทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								F	p	-ค่า นัยสำคัญ
	1	2		3		4					
	ต่ำกว่า 15,000	15,001- 25,000	25,001- 40,000	40,000 ขึ้นไป							
	(n =154)	(n =155)	(n = 62)	(n = 34)							
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. ด้านการบริการ	3.22	0.483	3.12	0.550	3.22	0.421	3.23	1.153	0.442	0.328	-
2. ด้านราคา	3.07	0.465	2.82	0.578	3.06	0.467	3.07	7.488*	2.895*	0.000	(1-2)
3. ด้านสถานที่	3.10	0.611	3.01	0.566	3.10	0.460	3.05	0.672	0.430	0.570	-
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.02	0.683	2.89	0.675	2.98	0.583	3.11	1.648	1.188	0.178	-
5. ด้านบุคคล	3.13	0.597	2.98	0.626	3.01	0.608	3.21	2.413	1.822	0.066	-
6. ด้านกระบวนการ	3.16	0.595	3.03	0.594	3.02	0.483	3.18	1.850	1.020	0.138	-
7. ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.25	0.544	3.17	0.494	3.03	0.466	3.20	2.778*	0.850	0.041	(1-3)
โดยรวม	3.15	0.443	3.03	0.474	3.06	0.363	3.15	2.176	0.908	0.090	-

*p < 0.05 (F_{3, 401} = 2.60)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก

1.1 ความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านบริการ

ผู้ให้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ให้บริการต้องการให้ทางการกีฬาแห่งประเทศไทยจัดกิจกรรมด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน รักษามาตรฐานของสนามกีฬา ให้บริการเครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐานและเพียงพอกับความต้องการของกีฬาทุกชนิด รวมถึงบำรุงรักษาเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์กีฬาต่าง ๆ ให้อยู่สภาพพร้อมใช้งานเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สมบัติ เวชกามา และ สงบ พุฒหมื่น (Watchkama & Putmoun, 2007) เรื่องสภาพและความต้องการจัดบริการด้านกีฬาและออกกำลังกายของนักศึกษาสถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการสถานที่ออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์กีฬาและออกกำลังกายได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยในระดับมาก

1.2 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ผู้ให้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ให้บริการมีความต้องการมากในเรื่องเกี่ยวกับไม่ควรเก็บค่าบริการ หรือเก็บค่าบริการและค่าสมัครเรียนกีฬาในอัตราที่หลากหลายขึ้นอยู่กับความเหมาะสม การเก็บค่าสมาชิกในการเข้าร่วมกิจกรรมและเก็บค่าปรับในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการ ซึ่งในการทำกิจกรรมที่ต้องมีการใช้อุปกรณ์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่นั้น ย่อมต้องมีค่าใช้จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนุตร จีร์วัฒนอมร (Teerawattana-a-morn, 2011) ศึกษาเรื่องความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในสนามกีฬาแห่งชาติพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมาก

1.3 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ใช้บริการต้องการให้การกีฬาแห่งประเทศไทยจัดห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และปริมาณพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ มีการแบ่งเขตทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน มีการสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการอื่น ๆ จัดม้านั่งไว้ให้บริการโดยรอบ มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในสนามกีฬา เช่น โทรทัศน์ ตู้น้ำดื่ม เป็นต้น และมีการจัดทางลาดสำหรับผู้พิการ โดยเพื่อให้ผู้เข้าใช้บริการสามารถได้รับความสะดวกในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และสามารถเข้าถึงสถานที่ได้โดยง่าย ซึ่งผลลัพธ์สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปรานม รอดทัศนาศา (Rodtadsana, 1998) ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการสถานที่ออกกำลังกายมีแสงสว่างเพียงพอสำหรับการออกกำลังกายทั้งในเวลากลางวันและกลางคืน มีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยในบริเวณสถานที่ออกกำลังกาย มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มีที่นั่งพักผ่อนเพียงพอในระดับมาก รวมถึงผลการวิจัยของ นพวรรณ อนุโยธา (Anuyothar, 1998) ศึกษาความต้องการใช้บริการออกกำลังกายและพักผ่อนของผู้มาใช้บริการสวนสุขภาพ จังหวัดเลย ผู้มาใช้บริการมีความต้องการด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมาก

1.4 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ใช้บริการต้องการให้สนามกีฬาจัดทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย มีการให้สิทธิพิเศษให้กับบุคคลประเภทต่าง ๆ เช่น ผู้สูงอายุ เป็นต้น มีการกำหนดโอกาสพิเศษเพื่อลดราคาค่าบริการ มีการบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การบริการทดสอบสมรรถภาพ การจัดกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์ เป็นต้น และลดราคาค่าบริการสำหรับผู้ที่มาใช้บริการสม่ำเสมอ เช่น การจำหน่ายตั๋วเดือน เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้ผู้มาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอซึ่งจะทำให้การกีฬาแห่งประเทศไทยมีรายได้จากการให้บริการและสามารถนำไปพัฒนา ดูแลรักษาสภาพของพื้นที่และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาพที่ดี โดยผลลัพธ์สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศิริพร มยะกุล (Mayakul, 2007) ศึกษาเรื่องความต้องการของประชาชนผู้ใช้บริการด้านการออกกำลังกายในสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตยะลา พบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการให้สนามกีฬามีบริการทดสอบสมรรถภาพทางกายสำหรับประชาชนทุก ๆ 6 เดือน และมีการประชาสัมพันธ์การบริการทางวิทยุ โทรทัศน์ ในระดับมาก

1.5 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ใช้บริการต้องการให้สนามกีฬาจัดหาผู้ฝึกสอนและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการให้บริการ มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีจำนวนเพียงพอ รวมถึงสนามกีฬาควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสนามกีฬาได้ เพื่อให้มาใช้บริการสามารถเข้าใจถึงการทำการกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ โดยผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศิริพร มยะกุล (Mayakul, 2007) ก็พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการเจ้าหน้าที่ให้บริการให้คำแนะนำ ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาด้านการออกกำลังกายในระดับมาก และต้องการเจ้าหน้าที่ที่มีบุคลิกภาพเหมาะสม พุดจาสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ในระดับมาก

1.6 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ใช้บริการต้องการให้การกีฬาแห่งประเทศไทยมีขั้นตอนการให้บริการของสนามกีฬาอย่างชัดเจน พัฒนาวิธีการติดต่อสนามกีฬาให้สะดวกมากขึ้น มีกระบวนการจัดการที่ดี กรณีที่มีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมาก จัดทำเอกสารหรือป้ายแนะนำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวังในการใช้บริการ และเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาค่ทันที่หากเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น อัคคีภัย โดยกระบวนการที่ดีจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และยังสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการอีกด้วยซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชำนาญ เรืองมาก (Reungmak, 2005) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้สถานออกกำลังกายมีเจ้าหน้าที่เบิกจ่ายอุปกรณ์ มีระเบียบการใช้สถานที่ชัดเจนในระดับมาก

1.7 ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ใช้บริการต้องการให้สนามกีฬา จัดการระบบรักษาความสะอาดในสนามกีฬา ปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณสนามกีฬาให้มีความสวยงาม ตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา จัดทำป้ายแสดงแผนผังของสนามกีฬาเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ มีการให้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มภายในบริเวณสถานที่ออกกำลังกาย และติดตั้งกล้องวงจรปิด ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของสนาม

กีฬา โดยถือเป็นมาตรฐาน ซึ่งผลลัพธ์สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชำนาญ เรืองมาก (Reungmak, 2005) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้สถานออกกำลังกายมีพนักงานดูแลรักษาความสะอาดในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กรรณิการ์ โพธิ์มุ (Potimu, 1997) ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้สถานบริการออกกำลังกายมีต้นไม้ใหญ่ที่ร่มรื่นและมีไม้ดอกไม้ประดับที่สวยงาม ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬา และการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1 ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศ

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยชายและหญิง มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริการชายมีค่าเฉลี่ยความต้องการส่วนประสมการตลาดโดยรวมมากกว่าผู้บริการหญิง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยชายและหญิง มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริการชายมีค่าเฉลี่ยความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ มากกว่าผู้บริการหญิง โดยผลลัพธ์ในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อาฟนินอส และคณะ (Afthninos et al., 2005) ศึกษาความคาดหวังของลูกค้าในสถานบริการร่างกายในประเทศกรีซ ซึ่งพบความแตกต่างระหว่างเพศกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการในสถานบริการร่างกาย

2.2 ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามอายุ

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีอายุต่างกันมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟพบว่า ผู้บริการที่มีอายุ 20 - 25 ปี มีความต้องการส่วนประสมการตลาดแตกต่างกับผู้บริการที่มีอายุ

26 - 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอธิบายได้คือ ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 20 - 25 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงกำลังศึกษา อาจยังไม่มีรายได้ ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากกว่าผู้ที่อยู่ในวัยทำงานและมีรายได้แล้วนั่นเอง โดยสามารถอธิบายได้ดังแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (Satavetin, 1998) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดหรือพฤติกรรม นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า คนที่มีวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย

2.3 ผลเปรียบเทียบความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟบพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีรายได้น้อย มีการคำนึงถึงปัจจัยด้านราคาและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เนื่องจากผู้ที่มีรายได้น้อย อาจต้องมีการหาข้อมูลถึงอัตราค่าบริการและเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพของสนามกีฬาต่าง ๆ ก่อนไปใช้บริการ ทำให้มีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากกว่าผู้มีรายได้มาก ซึ่งอาจจะคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวได้น้อยกว่า โดยสามารถอธิบายได้ดังแนวคิดของ สุวัฒน์ วงษ์กะพันธ์ อ้างถึงใน วรภรณ์ จารุหิรัญสกุล (Wongkapan, 1988 cited in Jaruhiransakul, 2002) กล่าวว่า รายได้เป็นเครื่องกำหนดความรู้ นึกคิด และความต้องการของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ ของคน

สรุปผลการวิจัย

ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในสนามกีฬาแห่งชาติ ประกอบด้วย ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางทางการกีฬาแห่งประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญดูแลเอาใจใส่และซ่อมแซมบำรุงรักษาบริเวณสถานที่สำหรับออกกำลังกาย ตลอดจนอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นให้อยู่ในสภาพดี สะอาด พร้อมทั้งจะใช้งานได้ตลอดเวลา รวมถึงควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่หรือหน่วยพยาบาลประจำอยู่ที่บริเวณสถานที่ออกกำลังกายหรือบริเวณใกล้เคียง โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายมาก เพราะอาจเกิดอุบัติเหตุหรือการบาดเจ็บจากการออกกำลังกายได้

2. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางทางการกีฬาแห่งประเทศไทยควรมีกฎระเบียบหรือแนวปฏิบัติเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่ชัดเจนและสมเหตุสมผล เช่น กำหนดอัตราค่าบริการต่าง ๆ ตามความเหมาะสม มีค่าปรับในกรณีที่เครื่องมืออุปกรณ์การกีฬาชำรุดเสียหายจากการใช้บริการ

3. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางทางการกีฬาแห่งประเทศไทยควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอเพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้บริการ ควรจัดเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาด เพื่อดูแลทำความสะอาดสถานที่ อุปกรณ์กีฬาต่าง ๆ ให้สะอาด และพร้อมใช้งานเสมอ

4. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางทางการกีฬาแห่งประเทศไทยควรจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เดือนเกิดผู้บริการ จัดทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสนามกีฬาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วารสาร ปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสนามกีฬาให้น่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากขึ้น รวมถึงการจัดบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การบริการทดสอบสมรรถภาพ กิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์

5. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางภารกิจกีฬาแห่งประเทศไทยควรจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญทางด้านการออกกำลังกายไว้บริการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการเกี่ยวกับวิธีการ รูปแบบ ขั้นตอนของการออกกำลังกาย ตลอดจนประโยชน์ที่ได้รับจากการออกกำลังกายนั้น ๆ โดยจัดให้มีบุคลากรประจำอยู่ ณ สถานที่ออกกำลังกายซึ่งได้รับความสนใจหรือต้องการได้รับการบริการมาก เพื่อคอยให้บริการในช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการสูง ควรเชิญวิทยากรหรือนักกีฬาที่มีความรู้ความสามารถอธิบาย สาธิตวิธีการฝึก หรือการออกกำลังกายแก่ผู้ใช้บริการบ้างเป็นครั้งคราว และควรให้ความสำคัญในการพิจารณาการคัดเลือกบุคคลเข้ามาปฏิบัติงานในงานด้านบริการ และควรเน้นถึงการให้ความรู้ ความสามารถตามหลักวิชาการ และการมีคุณธรรม จริยธรรมเป็นพื้นฐานสำคัญ

6. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางภารกิจกีฬาแห่งประเทศไทยควรปรับปรุงวิธีการติดต่อสนามกีฬาให้สะดวกมากขึ้น มีขั้นตอนการให้บริการสนามกีฬาอย่างชัดเจน จัดทำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวังในการใช้บริการ และเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหามาจากเหตุฉุกเฉินอยู่เสมอ เช่น อัคคีภัย เป็นต้น

7. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางภารกิจกีฬาแห่งประเทศไทยควรจัดทำป้ายแสดงแผนผังของสนามกีฬาเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ ปรับปรุงทัศนียภาพ ตกแต่งพื้นที่บริเวณสนามกีฬาให้สวยงามเพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา และมีการติดตั้งกล้องวงจรปิด

References

- Afthninos, Y. et al. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(3), 245-258.
- Anuyothar, N. (1998). *A Study of the Need for Physical Exercise and Recreation Services of The Clientele of Loei Provincial Fitness Park*. Master of Education, Physical Education, Khonkaen University, Khonkaen.
- Gaiwan, Y. (2002). *Basic of Research*. Bangkok: Suweeriyasarn.
- Jaruhiransakul, W. (2002). *The Influence of Factors on Decision to Sell Insurance Program from Consumer in Bangkok Metropolis*. Master of Business Administration, Faculty of commerce and accountancy, Chulalongkorn University, Bangkok.
- Kannasutr, P. (1999). *Statistic for Research's Behavior*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Mayakul, S. (2007). *Needs of People's Exercise Services in The Institute of Physical Education, Yala Campus*. Master of Education, Health Promotion, Prince of Songkla University, Songkla.
- Ministry of Tourism & Sports. (2012). *Sports Development Plan 5th 2012-2016*. Bangkok: Ministry of Tourism & Sports.
- Phopanyasak, N. (2010). *Marketing Mix Development Guidelines of Nong Bon Water Sports Centre, Bangkok Metropolis*. Master Thesis, Faculty of Sport Science, Chulalongkorn University, Bangkok.
- Potimu, K. (1997). *Need for Services in Health and Fitness Centers of People in Muang Chiang Mai District*. Master of Education, Health Promotion, Chiang Mai University, Chiang Mai.
- Reungmak, C. (2005). *The State and Needs for Exercises of People in Sungai kolok Municipal Area's Exercise Club in 2005*. Master of Education, Physical Education, Srinakharinwirot University, Bangkok.
- Rodtadsana, P. (1998). *Needs for Provision of Exercising Service for Enhancing Rangsit University Staffs' and Students' Health*. Bangkok: Sport and Health Center, Rangsit University.
- Satavetin, P. (1998). *Communication Process and Theory*. Bangkok: Parppim.
- Teerawattana-a-morn, C. (2011). *Marketing Mix Need of Sport and Exercise Service Users in the National Stadium*. Master Thesis. Faculty of Sport Science, Chulalongkorn University, Bangkok.

Watchkama, S., & Putmoun, S. (2007). *The Conditions and Needs for Sport and Exercise Services of Students in Rajabhat Institute Uttaradit*. Uttaradit: The Office of Research and Academic Service Rajabhat Institute Uttaradit.