

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท  
อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี<sup>1</sup>

Factors affecting the customers satisfaction of using at  
sweet heart swimming pool,Saohai district, SaraBuri Province.

สิริวิภา พูนหล่ำ <sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี 3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี 4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของการมาใช้บริการของสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี 5. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง พฤติกรรมการมาใช้บริการของลูกค้ากับความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี 6. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี 7. เพื่อหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี จำนวน 100 คน โดยการสุ่มแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาความพึงพอใจรายด้าน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านการเรียนรู้ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ รายได้เฉลี่ย/เดือน มีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการไม่แตกต่างกัน แต่ในทางกลับกัน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ของลูกค้ามีความพึงพอใจที่มาใช้บริการแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

**คำสำคัญ:** สระว่ายน้ำ; ความพึงพอใจ

<sup>1</sup> บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโท หลักสูตรปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

## Abstract

This independent study was design aiming (1) to study about satisfaction of customer's service at sweet heart swimming pool, Saohai disdriect, Saraburi province (2) to study consumer behaviors of customers' service (3) to study 4Ps marketing mix factors of service at swimming pool (4) to compare personal factors against the satisfaction towards the service of swimming pool (5) to contrast consumer behaviors with the satisfaction towards the service (6) to seek relationships between 4Ps marketing mix factors and the satisfaction towards the service (7) to find out the 4Ps marketing mix factors that influence on the consumers' satisfaction. The sample group used in this research is 100 clients are randomly sample . The statistics used for data analysis were Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation. The results of the study found that. Customer have high satisfaction and place , authorities and learning . In term of individual factors, differences in gender, income level do not affect much on satisfaction. But on the other hand, age education level and occupation of customers have different satisfaction. 4Ps marketing mix factors including product price place promotion all aspects have a correlate with customer's satisfaction with sweet heart swimming pool, Saohai disdriect, Saraburi. 4Ps marketing mix factors including product price place promotion all aspects have an influence customer's satisfaction with sweet heart swimming pool, Saohai disdriect, Saraburi.

**Keywords:** Swimming pool, Satisfaction.

## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การออกกำลังกายด้วยการว่ายน้ำถือเป็นกีฬานานาชาติหนึ่งที่ได้รับคามนิยมเป็นอย่างมาก กีฬาน้ำเป็นกีฬาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างไปจากกีฬาประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากที่ต้องมีสถานที่หรือก็คือสระว่ายน้ำ สำหรับการออกกำลังกายด้วยการว่ายน้ำแล้ว ยังต้องมีความมานะในการฝึกซ้อมเพื่อสร้างทักษะให้เกิดความชำนาญ ต้องให้ความสำคัญและทุ่มเทเวลาในการปฏิบัติ เพราะหากเกิดข้อผิดพลาดจะหมายถึงชีวิตหรือก็คือการจมน้ำหรือน้ำเข้าจมูกขาดอากาศหายใจจนท่วมปอดได้ แต่หากได้รับการฝึกฝนหรือฝึกซ้อมแล้วนั้น ก็จะเป็นการลดความเสี่ยงในความผิดพลาดได้น้อย โดยการฝึกซ้อมการว่ายน้ำจะมีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ของร่างกายในเรื่องของการเคลื่อนไหวและการจัดตำแหน่งของร่างกายให้ถูกต้องในการว่ายน้ำให้ได้ดี เกิดความสนุกสนาน รวมถึงมีความปลอดภัยและเป็นการป้องกันการจมน้ำ ดังนั้นการฝึกซ้อมการว่ายน้ำทั้งมืออาชีพ และผู้ที่ต้องการออกกำลังกายจะต้องฝึกซ้อมเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้เกิดธุรกิจสระว่ายน้ำขึ้นมาเพื่อเป็นการรองรับความต้องการดังกล่าว

ในปัจจุบันสระว่ายน้ำต่างๆ ได้หันมาแข่งขันในธุรกิจบริการมากขึ้น เพื่อการครองใจทั้งลูกค้าเก่าและดึงดูดลูกค้าใหม่ โดยสระว่ายน้ำแต่ละแห่งจะมีจุดขายและผู้ให้บริการที่แตกต่างกันออกไป ผู้ให้บริการจะพิจารณาดูปัจจัยหลายอย่างประกอบกันในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไม่ว่าจะเป็นราคา สถานที่ หรือการบริการ เพื่อจะมาใช้บริการสระว่ายน้ำนั้นในครั้งต่อไป โดยผู้ให้บริการจะคำนึงถึงด้านคุณค่าที่จะได้รับ ความสะดวก และการดูแลเอาใจใส่ของสถานบริการที่ใช้บริการ ดังนั้นธุรกิจสระว่ายน้ำจึงจำเป็นต้องเสริม ปรับปรุง รักษาไว้ซึ่งประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาทั้งคุณภาพและการบริการให้มีความรุดหน้ายิ่งขึ้นไป เพื่อให้สระว่ายน้ำที่ให้บริการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

ซึ่งที่ผ่านมาไม่เคยมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำ โดยกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's มาศึกษาประเด็นปัญหาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี

## วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อลูกค้าที่มาเลือกใช้ใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของการมาใช้บริการของสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี
5. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมกรรมการมาใช้บริการของลูกค้ากับความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี

6. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

7. เพื่อหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น เพศ ช่วงชั้นอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย/เดือน มีระดับความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

### วิธีการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) และใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย สามารถคำนวณตัวอย่างในการศึกษาเป็นจำนวน 100 คน และขอบเขตระยะเวลา เดือน ตุลาคม ถึง เดือนพฤศจิกายน 2563

2. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ประกอบไปด้วย 4 ตอนดังนี้

**ตอนที่ 1** สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

**ตอนที่ 2** สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ

**ตอนที่ 3** สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

**ตอนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการ

3. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่

- นำแบบสอบถามพบที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำและแก้ไขปรับปรุง

- นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา

- หาค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค ได้ค่าคะแนนความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด .84

4. เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ มาวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหา 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติเพื่อหาความสัมพันธ์

6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ที่ใช้บรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ในการหาค่าความมีอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการมาใช้บริการ

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีสทาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี มีผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีสทาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี มีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการในระดับมาก แบ่งเป็นด้านอาคาร สถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ได้ 3.83 ด้านเจ้าหน้าที่

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ได้ 4.16 และด้านการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ได้ 3.85 ดังตารางที่ 1

### ตารางที่ 1

ระดับความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการ

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับความคิดเห็น
ด้านอาคาร สถานที่	3.83	0.435	มาก
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.16	0.519	มาก
ด้านการเรียนรู้	3.85	0.549	มาก
ผลรวม	3.95	0.420	มาก

2. พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่มาใช้บริการเพื่อออกกำลังกาย โดยมีความถี่ในการมารับบริการ ส่วนใหญ่ 2 ครั้ง/เดือน และช่วงเวลาในการมารับบริการส่วนใหญ่ต้องการมาหลัง 17.00 น.

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ศึกษาวิจัยนำมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในทุกด้าน โดยผู้มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีสทาร์ท อำเภอเสนา

ให้ จังหวัดสระบุรี มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากในทุกด้าน แต่สามารถเรียงตามลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยได้ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

มีค่าเฉลี่ยรวมที่ได้ 4.07 ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ได้ 3.93 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

มีค่าเฉลี่ยรวมที่ได้ 3.68 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมที่ได้ 3.66

4. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสกีทฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า เพศ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแตกต่างกัน

5. เปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมกรมาใช้บริการของลูกค้ากับความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสกีทฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี พบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีจุดมุ่งหมาย และความถี่ในการมาใช้บริการที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการมาใช้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้มาใช้บริการในช่วงเวลาที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการที่ต่างกัน

6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ศึกษาวิจัยกำหนด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่าในทุกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากกับความพึงพอใจในการมาใช้บริการ

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสกีทฮาร์ท สระบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 4 ตัว คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสกีทฮาร์ท อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

ดังตารางที่ 2

## ตารางที่ 2

แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสกีทฮาร์ท สระบุรี

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.208	0.241		0.861	0.391
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.318	0.060	0.383	5.297	0.000
ปัจจัยด้านราคา	0.098	0.043	0.135	2.281	0.025
ปัจจัยด้านสถานที่	0.252	0.072	0.272	3.513	0.001
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.299	0.062	0.299	4.808	0.000

จากตารางสามารถอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีทฮาร์ท สระบุรี (Beta = 0.383) คิดเป็นร้อยละ 38.3

ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีทฮาร์ท อำเภอเสนา ให้ จังหวัดสระบุรี (Beta = 0.135) คิดเป็นร้อยละ 13.5

ปัจจัยด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีทฮาร์ท อำเภอเสนา ให้ จังหวัดสระบุรี (Beta = 0.272) คิดเป็นร้อยละ 27.2

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีทฮาร์ท อำเภอเสนา ให้ จังหวัดสระบุรี (Beta = 0.299) คิดเป็นร้อยละ 29.9

## อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษาวิจัยขออภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีทฮาร์ท อำเภอเสนา ให้ จังหวัดสระบุรี ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้แยกความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีทฮาร์ท อำเภอเสนา ให้ จังหวัดสระบุรี ไว้ 3 ด้าน คือ ด้านอาคารสถานที่ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านการเรียนรู้ พบว่า ความพึงพอใจในด้านอาคารสถานที่ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านการเรียนรู้ ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจทั้งสามด้านในระดับมาก

2. พฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีทฮาร์ท อำเภอเสนา ให้ จังหวัดสระบุรี พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ ส่วนใหญ่คือมีวัตถุประสงค์มาใช้บริการเพื่อออกกำลังกาย โดยมีความถี่ในการมารับบริการ ส่วนใหญ่ 2 ครั้ง/เดือน และช่วงเวลาในการมารับบริการส่วนใหญ่ต้องการมาหลัง 17.00 น. ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ผู้ที่จะมาใช้บริการสระว่ายน้ำมีความตั้งใจที่จะมาและมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพราะจากการวิเคราะห์ข้อมูลจะเห็นได้ว่าไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการที่ตรงเวลา เมื่อถึงเวลาใกล้ปิดบริการลูกค้าก็เตรียมอาบน้ำ เปลี่ยนชุด เพื่อเตรียมกลับบ้าน สถิติที่ต้องบอกลูกค้าว่าหมดระยะเวลาในการให้บริการมีเพียง 2 ครั้งในระยะเวลา 3 เดือน แต่ทั้งนี้ลูกค้าได้มีความประสงค์อยากให้ขยายระยะเวลาเปิดให้บริการ เพื่อความสะดวกในการเล่นน้ำหลังเลิกงาน จากการที่ลูกค้ารักษาเวลา หมายถึงผู้ที่จะมาใช้บริการได้รับรู้ข่าวสารมาก่อนแล้ว มีการเตรียมความพร้อมก่อนมาใช้บริการ เช่น สอบถามประสบการณ์จากผู้ที่เคยมาใช้บริการแล้ว หรือมาตามคำบอกกล่าวของเพื่อน คนรู้จัก ดูเส้นทางที่จะมาสระว่ายน้ำ ดูกำหนดการเปิด - ปิดของสระว่ายน้ำ สอบถามราคาค่าบริการของสระว่ายน้ำแล้ว จึงทำให้ส่วนใหญ่มักจะมาเล่นน้ำในเวลาเปิดทำการปกติ

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสวีทฮาร์ท อำเภอเสนา ให้ จังหวัดสระบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ศึกษาวิจัยนำมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในทุกด้าน โดยผู้มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวีทฮาร์ท อำเภอเสนา ให้ จังหวัดสระบุรี มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากในทุกปัจจัย แต่สามารถเรียงตามลำดับ

ความสำคัญของแต่ละปัจจัยได้ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด  
ปัจจัยด้านราคา

4. เปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท  
อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้  
จังหวัดสระบุรี พบว่า เพศ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการสระว่ายน้ำ  
สวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรีไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ  
ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี  
แตกต่างกัน

5. เปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการมาใช้บริการของลูกค้ากับความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระ  
ว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีจุดมุ่งหมาย และความถี่ของการมาใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับความ  
พึงพอใจในการมาใช้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้มาใช้บริการในช่วงเวลาที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการ  
ให้บริการที่แตกต่างกัน

6. หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระ  
ว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ศึกษาวิจัยกำหนด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าในทุกตัวแปรของปัจจัยส่วนประสม  
ทางการตลาดมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากกับความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท อำเภอ  
เสนาให้ จังหวัดสระบุรี

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิต  
ฮาร์ท สระบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 4 ตัว คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา  
ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาใช้สระว่ายน้ำ  
สวิตฮาร์ท อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

## ข้อเสนอ

1. สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสถานประกอบการสระว่ายน้ำของเอกชน รัฐบาล หรือสถานศึกษาได้  
ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจได้อย่างเหมาะสมในอนาคต ซึ่งจะเป็นการ  
ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการได้อย่างตรงจุด ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ กลับมาใช้บริการ  
ซ้ำอย่างต่อเนื่อง และประชาสัมพันธ์กับผู้ให้บริการคนอื่นๆได้



2. จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัย มีข้อเสนอแนะว่า หากนำผลการศึกษาในเรื่องของพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำสวิตฮาร์ท สระบุรี ที่พบว่า ช่วงเวลาในการมารับบริการที่ลูกค้าต้องการมาหลัง 17.00 น. หากนำตัวแปรเรื่องช่วงเวลาในการมารับบริการมาปรับเปลี่ยนโดยการขยายเวลาให้ยาวนานขึ้น เพื่อให้บริการกับลูกค้าที่เลิกงานช้า ได้มีเวลาใช้บริการ ก็อาจจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจที่จะมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่มุ่งศึกษาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสระว่ายน้ำ แต่จากการศึกษาพบว่ายังมีปัจจัยด้านอื่นๆอีก ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำ ดังนั้นจึงควรศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ในการทำวิจัยครั้งต่อไปด้วย
2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงสระว่ายน้ำอื่นๆ หรือตามสระว่ายน้ำที่ได้รับ ความนิยม เพื่อที่จะนำผลของการวิจัยไปปรับปรุงจุดอ่อนและพัฒนาศักยภาพของจุดแข็งของแต่ละสถานที่ได้
3. ควรทำแบบสอบถามออนไลน์เพิ่มเติมด้วย โดยอาจนำไปติดประกาศไว้ในเว็บไซต์ หรือ สื่อโซเชียล เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการตอบแบบสอบถามให้ผู้ที่เคยมารับบริการได้ตอบแบบสอบถามได้ สะดวกขึ้น

## Reference

Chalernpol Panmongkon Warayut Mahima (2555). The Study Of Users Satisfaction Towards Artificial Turf Football Field: Udon Thani: Rajabhat university.

Mattawan Gusonapibal (2555). Marketing Mix Factors Affecting Consumer Servicing Behavior Towards Fresh Coffee at Muang District,; Ratchaburi Province.Siamuniversity

Punyapapach Arjhan (2555). Customers' Satisfaction with the Services Provided by the Thai Military Bank Chantaburi Branch, Chantaburi Province.: Burapha University

Chakachat Sukpopet Factors Affecting The Consumer 'S Decision Making To Choose All Star Driving Range Golf Complex. Silpakorn University