

การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย

A Study of the Causal Factors Influencing Users' Decision in Using the University's Fitness Center

วัฒนพงษ์ คงสืบเสาะ^{1*} และ อารporn โพธิ์ภา²

Wattanapong Khongsuebsor^{1*} and Arporn Popa²

(Received: July 1, 2021; Revised: October 1, 2021; Accepted: October 5, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย และศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยเชิงสาเหตุต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตที่ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย จำนวน 10 มหาวิทยาลัย เก็บตัวอย่างได้ 938 ตัวอย่าง ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบว่า

1. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 103.639 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 51 มีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 มีค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.991 ดัชนี Tucker-Lewis Index (TLI) เท่ากับ 0.988 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนน (SRMR) เท่ากับ 0.032 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.033

2. เส้นทางอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยเชิงสาเหตุต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย การรับรู้ปัญหาและความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก

¹ นิสิตปริญญาเอกสาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพและการกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Doctoral degree student, Exercise and Sport Science Program, Faculty of Education, Mahasarakham University

² Assistant Professor, Health and Sport Science Department, Faculty of Education, Mahasarakham University

* Corresponding Author E-mail: wattha.k@msu.ac.th

มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมเชิงบวกต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .172 .216 และ .629 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุ การตัดสินใจ ศูนย์ออกกำลังกาย ผู้ใช้บริการในมหาวิทยาลัย

Abstract

The objective of this research was to develop and examine the consistency of the structural equation model of the causal factors influencing users' decision in using the university's fitness center with the empirical data, and to study the direct and indirect effect of the causal factors influencing users' decision in using the university's fitness center. The sample consisted of 938 students who used the fitness center in 10 universities, obtained by multistage random sampling. The instrument was a 5-point rating scale questionnaire. The analysis of data employed the mean, standard deviation and causal factor analysis through a ready-made program in order to examine the consistency of the model with the empirical data. The results were as follows:

1. The model of correlational causal factors influencing the users' decision in using the university's fitness center was found to be consistent with the empirical data. The Chi-square goodness of fit test value was 103.639 with 51 degrees of freedom, $p = 0.000$, CFI = 0.991, the Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.988, SRMR = 0.032 and RMSEA = 0.033.

2. Regarding the direct and indirect effect of the causal factors influencing users' decision in using the university's fitness center, it was found that recognizing problems and needs, searching for information, and assessing alternatives had a positive direct and indirect effect on the users' decision in using the university's fitness center, with statistical significance at the .05 level, with effect size of .172, .216 and .629 respectively.

Keywords: causal factors; decision; fitness center; service user in the university

บทนำ

การใช้บริการต่าง ๆ ในสภาพปัจจุบันนี้ ผู้ใช้บริการมีการเลือกใช้บริการหรือซื้อสินค้าตามความต้องการตนเอง โดยทั่วไปนั้น ผู้ใช้บริการพิจารณาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อซึ่งมีความแตกต่างกันรวมถึงปัจจัยและองค์ประกอบอื่น ๆ ก็มีความหลากหลายเช่นกัน ได้มีการศึกษามาก่อนแต่ยังมีความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุในการตัดสินใจ ส่งผลต่ออิทธิพลของกระบวนการซื้อของผู้ใช้บริการ อาทิ ขั้นตอนการซื้อ ขั้นตอนการซื้อและขั้นหลังการซื้อ (Kotler, 1997 as cited in Bozbay *et al.*, 2018) อาจทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการซึ่งในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการหรือผู้ซื้อนั้น หากจะกล่าวถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหรือ

มีส่วนที่จะทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจซื้อนั้นอาจเกิดจากปัญหา การรับรู้ความต้องการไม่จะเป็นความต้องการทางกาย ความต้องการทางสังคม การค้นหาข้อมูลเพื่อทราบถึงการให้บริการต่าง ๆ รวมถึงการประเมินผลทางเลือกของผู้ใช้บริการที่จะต้องวิเคราะห์ออกมาทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการตัดสินใจขึ้น และเมื่อตัดสินใจใช้บริการแล้วผู้ใช้บริการจะพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการหากเกิดความพึงพอใจผู้ใช้บริการก็จะกลับมาใช้บริการเช่นเดิมต่อไป โดยกระบวนการตัดสินใจนั้นเกิดจากรู้สึกผ่านกระบวนการคิดเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเองที่แตกต่างกันไป เห็นได้จากการศึกษาที่ผ่านมาการตัดสินใจนั้นเกิดจากรู้สึกประสบการณ์ ค่านิยม ทัศนคติและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก ทำให้เกิดการรับรู้เมื่อรับรู้แล้วผู้ใช้บริการมีการเปลี่ยนแปลงเป็นความทรงจำ ความเชื่อแล้วเกิดการตกผลึกความคิดทำให้ได้ผลลัพธ์ในการตัดสินใจแตกต่างกันออกไป (Kotler & Keller, 2012; Serirat, 1995)

นอกจากนี้ ส่วนประสมการตลาดเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการอาจมองถึงผลิตภัณฑ์ที่จะได้รับบริการ ราคาในการใช้บริการ บุคลากรในการดูแลให้บริการ ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่บริการ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ใช้บริการ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ความชัดเจนของกระบวนการขั้นตอนการให้บริการรวมถึงความพึงพอใจด้านการบริการด้านอื่น ๆ (Chaphromma, 2017) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ โดยจะทำให้เกิดการเติบโตของสินค้าหรือการบริการนั้น ๆ สำหรับผู้ใช้บริการมีการมองถึงคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเห็นได้จากความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ อาทิ ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานโดยตั้งใจ เข้ามาให้บริการที่รวดเร็ว การมีความเป็นรูปธรรมการบริการหรืออาจเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ที่ปรากฏเห็นในทางกายภาพโดยทั่วไป เช่น อุปกรณ์มีเพียงพอต่อสมาชิก สถานที่ให้บริการสะอาดสดชื่น เป็นต้น การมีความเชื่อถือไว้วางใจในการให้บริการทุกครั้งมีความต้องถูกเหมาะสมได้ผลออกมาเช่นเดิม รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นต่อผู้มาใช้บริการ การรู้จักและเข้าใจลูกค้าทุกครั้งที่มาใช้บริการอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย

ปัจจุบันนี้การตัดสินใจเข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย นิติมองถึงประโยชน์จากการออกกำลังกาย มีความต้องการด้านบุคลิกภาพที่ดี ต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ต้องการเจ้าหน้าที่ในการให้บริการที่มีความรู้ความสามารถในการแนะนำการออกกำลังกาย ต้องการอุปกรณ์และกิจกรรมการออกกำลังกายหลากหลาย รวมทั้งมีระบบการบริการจัดการที่ดี จะทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายมากขึ้น ถึงแม้ว่าศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยจะมีระบบการสนับสนุนที่ชัดเจนแต่ความนิยมในการเลือกใช้บริการเมื่อเทียบกับศูนย์ออกกำลังกายเอกชนถือว่ายังมีน้อย (Chindarueang, 2012) ซึ่งอาจมีปัจจัยหลายอย่างเป็นเหตุทำให้มีการตัดสินใจที่แตกต่างกันออกไป

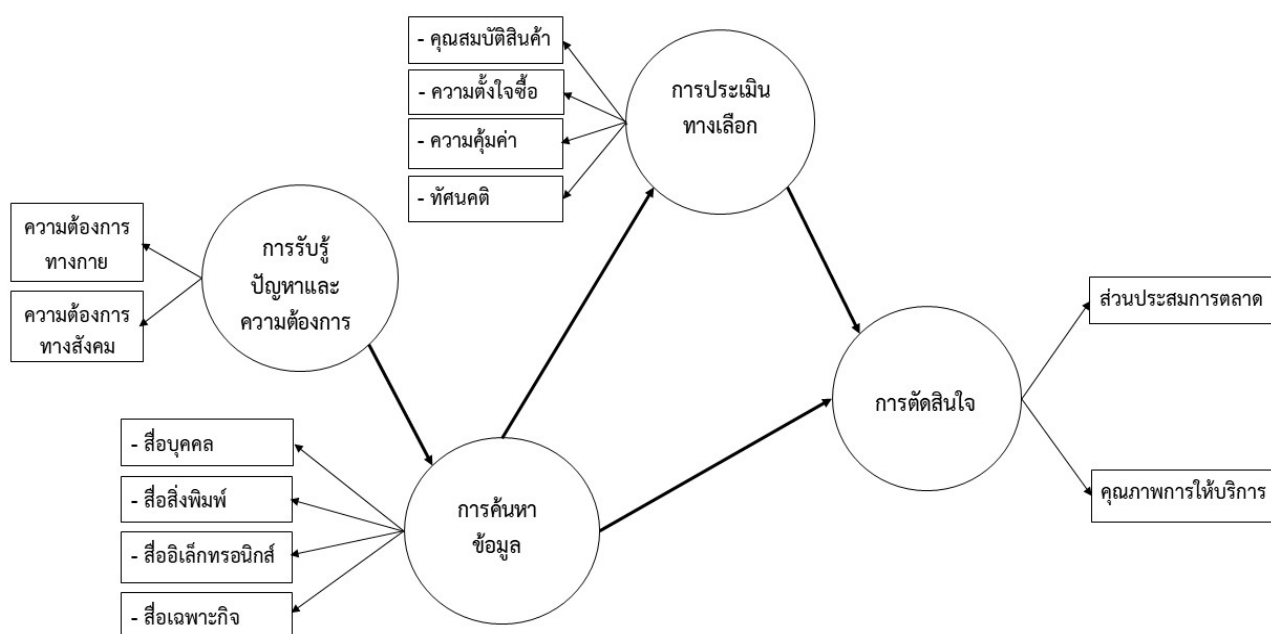
ดังนั้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่จะยืนยันสาเหตุของการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยยังไม่ปรากฏชัดเจน ตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานและบริหารจัดการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยต่อไป

ความมุ่งหมายในการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยเชิงสาเหตุต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยพัฒนาแนวคิดกระบวนการตัดสินใจซึ่งจาก Kotler and Keller (2012) ซึ่งผู้ที่จะตัดสินใจเข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยนั้นเกิดจากการรับรู้ปัญหาและความต้องการ โดยบุคคลต่างมีการรับรู้ปัญหาและความต้องการทางกาย ความต้องการทางสังคมเมื่อบุคคลรับรู้ปัญหาและความต้องการแล้ว (Yu et al., 2014) ลำดับต่อไปเป็นการค้นหาข้อมูล ซึ่งการค้นหาข้อมูลนั้น บุคคลต่างต้องการหาข้อมูลจากหลาย ๆ ช่องทางเพื่อประกอบการตัดสินใจ อาทิ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อเฉพาะกิจ (Chinwon, 2010) และเมื่อทราบถึงข้อมูลเรียบร้อยแล้ว บุคคลจะมีการประเมินทางเลือกเพื่อศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณสมบัติสินค้า ความตั้งใจซื้อ ความคุ้มค่าและทัศนคติ (Serirat, 2003) และหลังจากบุคคลได้ประเมินทางเลือกแล้วเห็นว่าจะได้รับประโยชน์ตามความต้องการบุคคลก็เกิดการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ซึ่งบุคคลยังมีการพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดและคุณภาพการให้บริการ (Kotler & Keller, 2012; Serirat, 1995) ดังภาพ 1



ภาพ 1 การตัดสินใจ (Making Decision)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การศึกษาครั้งนี้เป็นนิสิตมหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ที่มีการใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยอย่างน้อย 1 ครั้ง ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น หน่วยการสุ่ม หน่วยแรกเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐทั่วประเทศ จำนวน 35 แห่ง แล้วสุ่มแบบกลุ่มตามมหาวิทยาลัยที่อยู่ในแต่ละภาค มี 4 ภาค จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ ภาคเหนือ ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยพะเยา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยมหาสารคามและมหาวิทยาลัยขอนแก่น ภาคกลาง ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลและจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาคใต้ ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ กำหนดหน่วยตัวอย่าง 1:20 เท่าของพารามิเตอร์ (Bollen, 1989) โดยมีพารามิเตอร์ทั้งหมด 44 พารามิเตอร์ ได้จำนวน 880 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ และเพื่อป้องกันข้อมูลสูญหายรวมทั้งเพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างมาจำนวน 1,000 คน และได้ข้อมูลตอบกลับที่สมบูรณ์ 938 คน แบ่งเป็น นิสิตชาย 479 คน นิสิตหญิง 459 คน

2. เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 กระบวนการตัดสินใจการใช้บริการ ซึ่งตอนที่ 1-2 เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check-list) ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. การสร้างและการตรวจสอบหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสารวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 สร้างข้อคำถามตามนิยามและตัวแปรในการศึกษาตามกรอบแนวคิดและทฤษฎี

จากการสังเคราะห์

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านตรวจสอบสำนวนภาษาของแบบสอบถาม (consistency) ตรวจสอบความถูกต้องของอำนาจจำแนก การหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item-objective congruence: IOC) ซึ่งค่าความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.40 – 1.00 ซึ่งมีบางข้อยังไม่สามารถใช้ได้จึงต้องปรับแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

3.4 ปรับแก้ไขแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วส่งกลับไปยังผู้เชี่ยวชาญให้มีการตรวจสอบซ้ำอีกรอบ และจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญค่าความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ได้ โดยผ่านความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน

3.5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ โดยกำหนดสัดส่วนร้อยละ 20 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้จำนวน 176 คน จากมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค

(Cronbach's alpha coefficient; α) จากแบบสอบถามเฉพาะมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ได้ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.81 - 0.95 โดยการรับรู้ปัญหาและความต้องการมีค่าต่ำสุดและคุณภาพการให้บริการมีค่าสูงสุด

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย โดยใช้การเลือกแบบบังเอิญ จัดเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการจัดกระทำข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน และใช้โปรแกรม Mplus 7 วิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้นในการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย

ผลการวิจัย

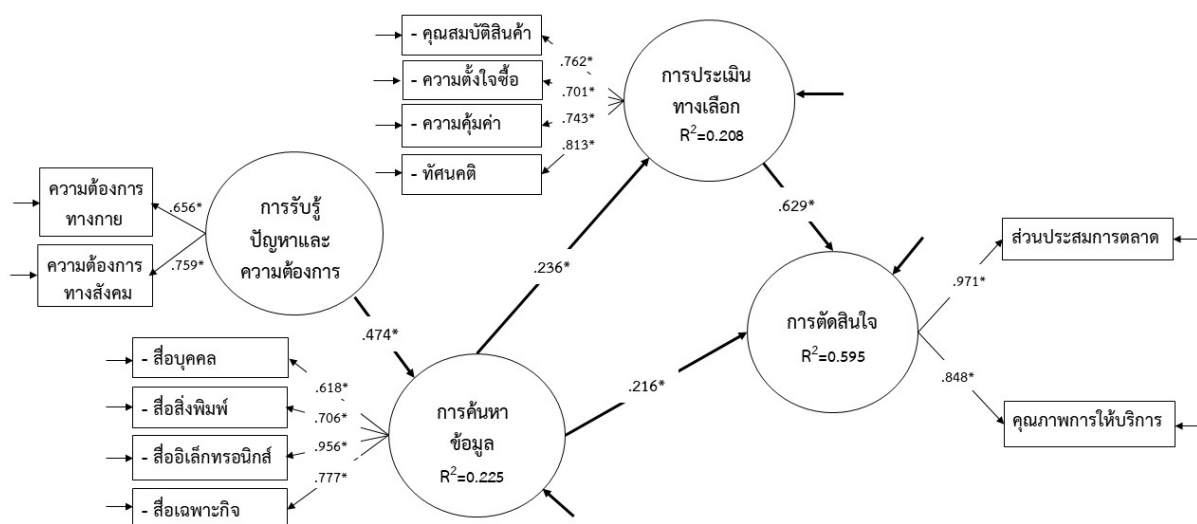
1. ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย

1.1 ผลการวิเคราะห์ค่าประสิทธิสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย จำนวนทั้งสิ้น 12 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกคู่จำนวน 66 คู่ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 0.080-0.825 โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรคุณภาพการให้บริการและส่วนประสมการตลาด เท่ากับ 0.825 ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด คือ ตัวแปรสื่อสิ่งพิมพ์และการรับรู้ปัญหาและความต้องการทางกาย เท่ากับ 0.080 ตามตาราง 1

ตาราง 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y1	Y2
X1.1	1.000											
X1.2	.516**	1.000										
X2.1	.267**	.401**	1.000									
X2.2	.080*	.271**	.403**	1.000								
X2.3	.209**	.352**	.391**	.691**	1.000							
X2.4	.145**	.291**	.371**	.669**	.747**	1.000						
X3.1	.360**	.336**	.301**	.343**	.447**	.363**	1.000					
X3.2	.363**	.437**	.339**	.260**	.326**	.291**	.504**	1.000				
X3.3	.281**	.358**	.325**	.286**	.303**	.280**	.461**	.537**	1.000			
X3.4	.429**	.446**	.361**	.257	.349**	.287**	.500**	.601**	.606**	1.000		
Y1	.388**	.448**	.360**	.400**	.518**	.425**	.568**	.480**	.556**	.575**	1.000	
Y2	.388**	.389**	.325**	.344**	.449**	.358**	.545**	.415**	.492**	.503**	.825**	1.000
ค่าเฉลี่ย	.368	.429	.417	.472	.517	.429	.596	.606	.663	.692	.912	
SD	0.233	0.198	0.207	0.257	0.240	0.257	0.201	0.230	0.229	0.268	0.123	

1.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย ซึ่งการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้นจะพิจารณาจาก Model chi-Square: χ^2 (p-value) > 0.05, CFI $\geq$ 0.90, TLI $\geq$ 0.95, RMSEA < 0.08, SRMR < 0.08 (Kline & Rex, 2016 as cited in Erawan, 2020) โดยผลจากการวิเคราะห์พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 103.639 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 51 มีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 มีค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.991 ดัชนี Tucker-Lewis Index (TLI) เท่ากับ 0.988 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนน (SRMR) เท่ากับ 0.032 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.033 และ $\chi^2/df = 2.031$ สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยมี 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรการรับรู้ปัญหาและความต้องการ (X1) ตัวแปรการค้นหาข้อมูล (X2) และตัวแปรการประเมินทางเลือก (X3) เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ (β) พบว่า ตัวแปรการรับรู้ปัญหาและความต้องการ (X1) มีค่าอยู่ระหว่าง .656-.759 ตัวแปรการค้นหาข้อมูล (X2) มีค่าอยู่ระหว่าง .618-.956 และตัวแปรการประเมินทางเลือก (X3) มีค่าอยู่ระหว่าง .701-.813 ทุกค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (p=.000) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรงของตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.208-0.595 ทั้งนี้ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของการนำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจได้ร้อยละ 59 ($R^2 = 0.595$) ดังภาพ 2



$$\chi^2 = 103.639, df = 51, P = 0.0000, CFI = 0.991, TLI = 0.988$$

$$RMSEA = 0.033, SRMR = 0.032, \chi^2/df = 2.031 (Mplus 7)$$

ภาพ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและอทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการนำไปใช้ประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการนำไปใช้ประโยชน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย (M) เท่ากับ 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.57 เมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่า คุณภาพการให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.60 และส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.55 เมื่อพิจารณาลักษณะการแจกแจงของข้อมูลพบว่า ทุกรายการมีความเบ้ (Sk) ติดลบ กล่าวคือ ปัจจัยที่จะมีอิทธิพลในการนำไปใช้ประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยและการแจกแจงของข้อมูลสูงกว่าโค้งปกติทุกรายการ รายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรในการนำไปใช้ประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย

การนำไปใช้ประโยชน์	M	SD	Min	Max	Sk	Ku	แปลผล
1. ส่วนประสมการตลาด	4.02	0.55	1.68	5.59	-.627	.723	มาก
2. คุณภาพการให้บริการ	4.05	0.60	1.18	5.00	-.811	1.337	มาก
โดยรวม	4.03	0.57	1.43	5.29	-.719	1.03	มาก

2.2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้ปัญหาและความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย ด้วยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า เส้นทางอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการรับรู้ปัญหาและความต้องการมีอิทธิพลทางตรง (DE) เชิงบวกกับการค้นหาข้อมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta=.474$) มีการประเมินทางเลือกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta=.629$) และการค้นหาข้อมูลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta=.216$) สำหรับอิทธิพลทางอ้อม (IE) พบว่า การรับรู้ปัญหาและความต้องการ มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ($\beta=.172$) และการค้นหาข้อมูลมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta=.148$) สำหรับอิทธิพลรวม (TE) พบว่า การรับรู้ปัญหาและความต้องการ มีอิทธิพลรวมต่อการตัดสินใจเท่ากับ 0.172 การค้นหาข้อมูลมีอิทธิพลรวมต่อการตัดสินใจเท่ากับ 0.364 การประเมินทางเลือกมีอิทธิพลรวมต่อการตัดสินใจเท่ากับ 0.629 และตัวแปรทั้งหมด

ในโมเดลการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 62 รายละเอียดดังตาราง 2 และภาพ 2

ตาราง 3 แสดงขนาดอิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ (Making Decision) ผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย

ตัวแปร (Variables)	ตัวแปรสาเหตุและอิทธิพล		
	การตัดสินใจ		
	DE	IE	TE
การรับรู้ปัญหาและความต้องการ	-	.172*	.172*
การค้นหาข้อมูล	.216*	.148*	.364*
การประเมินทางเลือก	.629*	-	.629*

อภิปรายผล

1. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย ซึ่งในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยการรับรู้ปัญหาและความต้องการส่งผลทางตรงต่อการค้นหาข้อมูล แต่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaphromma (2017) พบว่า กระแสนิยมและกลุ่มอ้างอิงเกี่ยวกับการรับรู้ปัญหาและความต้องการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (Chaphromma, 2017) การค้นหาข้อมูลส่งผลทางตรงต่อการประเมินทางเลือก สอดคล้องกับ Kotler (2000) กล่าวว่า การเสาะแสวงหาข้อมูล การมีข้อมูลที่ผู้บริโภคมีอยู่หรือข้อมูลที่ได้รับมาจากสื่อต่าง ๆ มาประเมินค่าหรือประเมินทางเลือกเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจ (Kotler, 2000) การค้นหาข้อมูลส่งผลทางอ้อมต่อการตัดสินใจ เห็นได้จาก Serirat (2003) กล่าวว่า การตัดสินใจอาจต้องหาข้อมูลจากหลายช่องทางมาประเมินและวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติ คุณสมบัติของการบริการ ความคุ้มค่า รวมถึงความตั้งใจในการใช้บริการจะทำให้มีข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจใช้บริการ (Serirat, 2003) การค้นหาข้อมูลส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจ เป็นไปตามแนวคิดของ Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า ก่อนการตัดสินใจผู้บริโภคจะมีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ มาใช้เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจ (Kotler & Keller, 2012) การประเมินทางเลือกส่งผลทางตรงการตัดสินใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Phongsai (1993) กล่าวว่า ในการตัดสินใจนั้นเกิดจากกระบวนการทางเลือกหรือประเมินทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาอย่างดีแล้ว (Phongsai, 1993)

2. อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย จะเห็นได้ว่าการรับรู้ปัญหาและความต้องการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยยืนยันได้ว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ปัญหาและความต้องการทางกาย รวมถึงการรับรู้ปัญหาและความต้องการทางสังคมด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นไปตามหลักทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

Fallatah and Syed (2018) กล่าวว่า บุคคลมีความต้องการมีชีวิตอยู่จึงต้องมีสุขภาพร่างกายที่ดี มีความต้องการสัมพันธ์ภาพกับคนอื่น ๆ ในการใช้ชีวิตและการทำงาน เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับการรับรู้ปัญหาและความต้องการด้านการออกกำลังกาย ผู้เข้าร่วมการออกกำลังกายส่วนใหญ่มีการรับรู้ปัญหาและความต้องการแรงจูงใจจากเหตุผลความคุ้มค่าด้านสุขภาพและความคาดหวังที่จะได้รับการพัฒนาด้านสุขภาพและสมรรถภาพทางกายโดยรวม ซึ่งการออกกำลังกายนั้นยังช่วยลดน้ำหนัก กระชับสัดส่วนทำให้รูปร่างดี ไม่มีโรคร่างกายแข็งแรงสุขภาพดีและมีจิตใจแจ่มใส (Fallatah & Syed, 2018) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Inthuphut (2016) ที่ค้นพบว่า การรับรู้ในเรื่องการดูแลสุขภาพ มีความต้องการเกี่ยวกับการมีสุขภาพที่ดี ซึ่งทราบว่า การออกกำลังกายอย่างถูกวิธีจะช่วยให้มีสุขภาพที่ดี ทำให้ผ่อนคลายความเครียด จิตใจแจ่มใส อีกทั้งจะช่วยป้องกันภาวะเสี่ยงจากโรคต่าง ๆ ได้ หากขาดการออกกำลังกายแล้วจะส่งผลต่อสุขภาพโดยตรงไม่ว่าจะเป็นระบบหายใจ ระบบหัวใจและหลอดเลือด ระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ ระบบประสาท และระบบเผาผลาญพลังงาน (Inthuphut, 2016) ในส่วนการรับรู้ปัญหาและความต้องการทางสังคม จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการมีความต้องการการถูกการยอมรับทางสังคม การพบปะเพื่อนและคนรอบข้างรวมถึงกระแสนิยมของสังคม สอดคล้องกับ Krittiyawan and Chaiwanwat (2019) กล่าวว่า พฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษา มีความต้องการที่จะได้พบปะกัน ซึ่งมีความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น เนื่องจากทุกคนมีเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน (Krittiyawan & Chaiwanwat, 2019) เมื่อผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้และความต้องการแล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาของผู้ใช้บริการคือการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยจากแหล่งสื่อต่างๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

การค้นหาข้อมูลมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมเชิงบวกกับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เห็นได้จากผลการวิจัยที่ผู้ใช้บริการมีการค้นหาข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ตามด้วยสื่อเฉพาะกิจ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อบุคคลตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อนั้นมีขั้นตอนการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมาเป็นองค์ประกอบการตัดสินใจ สอดคล้องกับ Chinwon (2010) ได้กล่าวถึงการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (Chinwon, 2010) ในส่วนของสื่อเฉพาะกิจมีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ในการปฐมนิเทศนิสิตใหม่ และ สอดคล้องกับ Pariwongkunthon (2013) ที่พบว่า ปัจจัยการเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายนั้นมีการจัดกิจกรรมอีเว้นเพื่อให้ผู้คนรับรู้ข้อมูลการให้บริการ (Pariwongkunthon, 2013) สอดคล้องกับ Chinwon (2010) ได้กล่าวถึงการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อเฉพาะกิจ อาทิ จดหมายข่าว คู่มือ การจัดนิทรรศการ สื่อพื้นบ้าน เป็นต้น ในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เป็นต้น (Chinwon, 2010) และสื่อบุคคลที่มีการบอกต่อแบบปากต่อปากจากเพื่อนหรือบุคคลอื่น สอดคล้องกับ Serirat (2003) กล่าวถึงสื่อที่จะช่วยในการค้นหาข้อมูลจากแหล่งบุคคลได้แก่ เพื่อน คนรู้จัก ครอบครัว เป็นต้น (Serirat, 2003) สอดคล้องกับ Chinwon (2010) ได้กล่าวถึงการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อบุคคล (Personal Media) ได้แก่ ประชาชน บุคลากร ครอบครัว ครู นักเรียน ผู้นำ ความคิดเห็น ผู้ประกอบอาชีพต่าง ๆ เป็นต้น (Chinwon, 2010) และสอดคล้องกับ Pariwongkunthon (2013) พบว่าผู้สูงอายุรับรู้ข่าวสารการออกกำลังกาย

จากป้ายประกาศ การโฆษณาของศูนย์ออกกำลังกายติดตามศูนย์การค้าหรือตามสถานที่ต่าง ๆ ที่สังเกตเห็นได้ง่ายและมีความบ่อยครั้งส่งผลให้ผู้สูงอายุรู้จักศูนย์ออกกำลังกายได้เร็วขึ้นและผู้สูงอายุเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายตามที่มีการโฆษณาหรือปิดประกาศ (Pariwongkunthon, 2013)

การประเมินทางเลือกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะเห็นได้ว่าผู้ให้บริการมีการประเมินผลทางเลือกเกี่ยวกับทัศนคติมากที่สุด รองลงมาคือความตั้งใจซื้อ ความคุ้มค่า และคุณสมบัติสินค้า ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของ Kotler (1997 as cited in Bozbay et al., 2018) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อนั้นมีการประเมินทางเลือกของสินค้าพิจารณาจากคุณสมบัติสินค้า ความตั้งใจซื้อ ความคุ้มค่าและทัศนคติ (Kotler, 1997 as cited in Bozbay et al., 2018) สอดคล้องกับแนวคิดของ Serirat (2003) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการประเมินทางเลือกโดยมีคุณสมบัติสินค้า ความตั้งใจซื้อ ความคุ้มค่าและทัศนคติ ในการตัดสินใจซื้อ สามารถพิจารณาจากทัศนคติที่สามารถรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย (Serirat, 2003)

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยโดยพบว่า เส้นทางอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการรับรู้ปัญหาและความต้องการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการค้นหาข้อมูล การค้นหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังพบว่าการค้นหาข้อมูลมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกผ่านการประเมินทางเลือกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย ซึ่งโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีมาก โดยตัวแปรทั้งหมดของโมเดลการตัดสินใจของผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 59 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้

1.1 ผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยสามารถนำองค์ประกอบที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ โดยให้ผู้ปฏิบัติงานรับรู้ความต้องการของนิสิตที่มีความต้องการร่างกายแข็งแรงสุขภาพดี การถูกการยอมรับในสังคมของนิสิต มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการค้นหาข้อมูล นิสิตมีทัศนคติเกิดจากการประเมินทางเลือก รวมถึงการส่งเสริมการตลาดและการตอบสนองลูกค้าทำให้นิสิตตัดสินใจเข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย

1.2 การประเมินทางเลือกเป็นขั้นตอนของการตัดสินใจที่มีความสำคัญต่อนิสิตเป็นอย่างยิ่งในการตัดสินใจเข้าใช้ศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย เนื่องจากนิสิตมองถึงทัศนคติเมื่อมาใช้บริการแล้วเกิดความรู้สึกดีจะส่งผลให้ผู้ให้บริการมีความตั้งใจที่ให้บริการศูนย์ออกกำลังกาย รวมถึงความคุ้มค่าในการให้บริการที่ได้มาตรฐานเมื่อเทียบกับราคาที่จ่ายไป หากบริการด้วยคุณภาพ มีความเสมอต้นเสมอปลาย

เป็นมืออาชีพรับรู้ถึงความสะดวกสบายที่ได้รับ อุปกรณ์มีความทันสมัย มีโปรแกรมการออกกำลังกายที่หลากหลาย และทุกครั้งที่มาใช้บริการรู้สึกสบายใจ สำราญใจ ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้บริการที่นั่น ผู้บริหารศูนย์ออกกำลังกายควรมีการประเมินทางเลือกกับนิสิตในมหาวิทยาลัย

1.3 ผู้ที่นำผลการวิจัยไปใช้อาจต้องคำนึงถึงนโยบายการส่งเสริมและระบบการบริหารศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยเป็นสำคัญ อาจมีหลายประเด็นสามารถนำไปใช้ได้เลยแต่ยังมีบางประเด็นที่ยังไม่ค้นพบจำเป็นต้องมีการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุเกี่ยวกับทฤษฎีกระบวนการบริหาร (POSDCoRB) ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัย เพราะองค์กรทุกองค์กรจำเป็นต้องมีกระบวนการบริหารในการดำเนินงานขององค์กร

References

- Bollen, KA. (1989). Wiley series in probability and mathematical statistics. *Educational and Psychological Measurement*, 20, 141–151.
- Bozbay, Z., Karami, A., & Arghashi, V. (2018). The relationship between brand love and brand attitude. In *2nd International Conference on Management and Business*, Tebriz, Iran (pp. 8-9).
- Fallatah, R. H. M., & Syed, J. (2018). A critical review of Maslow's hierarchy of needs. *Employee motivation in Saudi Arabia*, 19-59.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (The Millennium Ed.). Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Prentice-Hall.
- Yu, H., Zhang, J., Kim, D., Chen, K., Henderson, C., Min, S., & Huang, H. (2014). Service quality, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intention among fitness center members aged 60 years and over. *Social Behavior and Personality: An international journal*, 42(5), 757-768.

Translate Thai Reference

- Chaphromma, C. (2017). *Factors influencing decision to use fitness services center open 24 hours for consumers in bangkok* [Master's independent research]. Thammasat University. (in Thai)
- Chindarueang, C. (2012). *Model of quality management of fitness centers of Rajabhat University in Thailand* [Doctor Thesis]. Sripatum University. (in Thai)
- Chinwon, A. (2010). *Public relations media*. Chulalongkorn University Press. (in Thai)

- Erawan, W. (2020). A Study of the Causal Relationship of Teachers' Perception of Professional Learning Community. Teacher's Code of Ethics affecting to Teaching Efficacy of Pre-Service Teachers. *Journal of Research and Curriculum Development*, 10(2), 134-145.
- Inthuphut, N. (2016, Mach 25). Factors affecting the use of health centers (Fitness Center) of people in Wattana District, Bangkok. *The 7th National and International Academic Conference and Research Presentation. Speed up research towards world class university, Suan Sunandha Rajabhat University.* (in Thai)
- Krittiyawan, S. & Chaiwanwat, S. (2019, May 31). Exercise behavior of students faculty of nursing Ratchathani University. *The 4th National Academic Conference and Presentation.* Ratchathani Academic Research, Ratchathani University. (in Thai)
- Pariwongkunthon, C. (2013). *Factors in choosing the use of fitness centers among the elderly in bangkok* [Master's thesis]. Mahidol University. (in Thai)
- Phongsai, P. (1993). *Decision Making, Modern Management* (6th Ed.), Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Serirat, S. (1995). *Consumer behavior.* Thaiwattanapanich. (in Thai)
- Serirat, S. (2003). *Marketing management.* Phatthanasueksa. (in Thai)