

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ
สมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย
The Quality of Service Affects the Satisfaction of Service Recipients, The Royal
Thai Army Shooting Sports Association

ปริณ จิวยายัก¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล², วิชิต สุรดินทร์กูร³, กฤษณา ฟองธนิก⁴ และ สโรชนี ศิริวัฒนา⁵
Prin Chiwchayapak¹, Chandej Charoenwiriyakul², Vichit Suradinkura³, Krishna Fongtanakit⁴
and Srochinee siriwattana⁵

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3,4,5}
Master of Art Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3,4,5}
E-mail: nutty14520@hotmail.com¹, chandej.ch@ssru.ac.th²

Received: November 23, 2021 Revised: December 13, 2021 Accepted: December 15, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจการใช้บริการ 2) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ใช้บริการสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย จำนวน 243 คน สถิติได้แก่ ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, t- test , F-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการตามลำดับ ความพึงพอใจการใช้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอตามลำดับ 2) ผู้ใช้บริการที่มี เพศและระยะเวลาในการเป็นสมาชิกต่างกัน มีความพึงพอใจการบริการสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน และ 3) คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, สมาคมกีฬายิงปืน

Abstract

This research aims 1) To study the level of service quality and service satisfaction 2) to compare between service satisfactions Classified by personal factors and 3) to study the quality-of-service usage affecting service satisfaction. This research was using a questionnaire as a tool to collect data with 243 service users of the Royal Thai Army Shooting Sports Association. The statistics were mean, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression analysis. The results of the research showed that 1) Service quality at a high level When considering each aspect, it was found that it was at a high level in all aspects such as trustworthiness, knowing and understanding customers, customer response, confidence to customers, and concreteness of the service, in orderly. Satisfaction in using the service overall is at a high level. When considering the aspect, it was found that it was at a high level in all aspects. In descending order, i.e., progressive service, ongoing service, the service is fast and timely, terms of providing services equally and adequate service provision, respectively. 2) Service users who have the gender and length of membership are different. They had different satisfaction with the service of the Royal Thai Army Shooting Sports Association. And the average monthly income is no different; and 3) Service quality the concrete aspect of the service, trust, responsive trust, and confidence with customers affects satisfaction in using the service of the Royal Thai Shooting Sports Association.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Shooting Sports Association

บทนำ

กีฬายิงปืนรณยุทธ หรือมีชื่ออย่างเป็นทางการว่า IPSC (International Practical Shooting Confederation) มีจุดเริ่มต้นมาจากรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยได้รับความนิยมแพร่หลายอย่างมาก เพราะชาวอเมริกันส่วนใหญ่มีปืนในครอบครองทุกบ้าน จนขยายวงการเล่นอย่างรวดเร็วในหลายทวีป และในประเทศไทยเองก็เริ่มเล่นมาได้กว่า 30 ปีแล้ว มีให้เลือกเล่นทั้งปืนสั้นปรับแต่ง ปืนจริง ปืนอัดลม ปืนลูกซองยาว ซึ่งถือว่าหลากหลายกว่าแต่ก่อนที่นิยมเล่นเฉพาะปืนสั้นเท่านั้น จุดเด่นของการยิงปืนรณยุทธก็คือ การจำลองสถานการณ์ขึ้นมาเป็นฉาก และใช้อาวุธปืนจริงเคลื่อนที่เข้าไปยิงเป้าที่ตั้งไว้ ซึ่งจะมีทั้งเป้านิ่ง เป้าเคลื่อนที่ เป้าตัวประกัน เป้าเหล็ก ปะปนกันไป เป็นสนามแข่งที่หลากหลายกว่ากีฬายิงปืนประเภทอื่น ซึ่งจะมีทั้งฉากที่ต้องอาศัยความเร็วในการยิง และฉากที่ต้องอาศัยความแม่นยำ หรือฉากที่ต้องใช้ความเร็วในการเคลื่อนที่ เพิ่มความท้าทายของนักกีฬาไปในตัว แต่ก็ยังคงเป็นกีฬาที่เข้มงวดในเรื่องของความปลอดภัยมากที่สุดเช่นกัน กติกาของการเล่นก็มีอยู่ว่า ในหนึ่งสนามนั้นจะต้องทำการยิงอย่างน้อย 24 นัด ผู้เล่นจะต้องเคลื่อนที่เพื่อเข้าสู่ตำแหน่งยิงที่ตัวเองวางแผนเอาไว้ และจะต้องยิงเข้าเป้าให้ได้อย่างน้อย 2 นัด ซึ่งจะยิ่งมากกว่านี้ก็ได้ แต่จะนับคะแนนที่ได้สูงสุด

เพียง 2 นิตเท่านั้น เหตุผลที่ต้องยิงสองนัดก็เพื่อความแน่ใจว่าศัตรูจะไม่ลุกขึ้นมาทำร้ายเราได้อีกในสถานการณ์จริง (โพสต์ทูเดย์, 2563)

การดำเนินงานของสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการโครงสร้าง ยุทธศาสตร์ และติดตามความก้าวหน้าของสมาคมกีฬา มีการพัฒนานักกีฬา เช่น การขยายฐานนักกีฬา การฝึกซ้อม คุณภาพครูผู้สอน อีกทั้งการเปิดให้บริการแก่สมาชิกที่สนใจกีฬายิงปืนเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย ดังนั้นสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทยจึงให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่สมาชิกของสมาคม ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดเมื่อเข้ามาใช้บริการฝึกซ้อมกีฬายิงปืนในสมาคม

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย เนื่องจากกีฬายิงปืนรณยุทธเป็นสมาคมกีฬาที่บทบาทในการให้บริการแก่นักกีฬายิงปืนและสมาชิกที่เข้ามาใช้บริการสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทยเป็นจำนวนมากในประเทศไทยจึงมีความต้องการจะศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้รับบริการสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางให้องค์การพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์คุณภาพการให้บริการให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการใช้บริการและคุณภาพการให้บริการ
2. เพื่อเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) ได้อธิบายถึงความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการแล้ว และมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของลูกค้าก่อนที่จะได้รับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยที่ ถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับต่ำกว่าความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับตรงกับความคาดหวังลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับมากกว่าความคาดหวังก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น

ประคอง พานิชกุล (2553) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกที่เกี่ยวข้องกับความหมายของสภาพแวดล้อมซึ่งค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกับเช่นความรู้สึกดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น โดยความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่ได้รับ

Millet (1954) ได้ให้ทัศนะว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของหน่วยงานภาครัฐนั้น โดยได้สรุปประเด็นว่า เป้าหมายที่เป็นที่ยอมรับมากที่สุดที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดถือไว้เสมอในหลักการ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงาน ภาครัฐที่มีฐานของความคิดว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในทุกแง่มุมของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการจะต้องมีลักษณะที่มีจำนวน การให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the right geographical Location) ความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลักไม่ใช่อึดตามความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและ ผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากความหมายของความพึงพอใจ สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความพอใจ และความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการซึ่งในที่นี้ได้หมายถึง การบริการที่ดี ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้บริการได้รับตอบสนองในสิ่งที่ต้องการหรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Oakland, 1993) คุณภาพ หมายถึงความสามารถในการตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ (Juran & Gryna, 1993) และคุณภาพ หมายถึง ความยอดเยี่ยมของสินค้าหรือบริการ เช่น คนพูดว่าสินค้ามีคุณภาพสูง สำหรับในโรงงานอุตสาหกรรม คุณภาพอาจหมายถึง การวางตำแหน่งของวัตถุแต่ละชิ้นตามมาตรฐานที่กำหนดได้อย่างแม่นยำ ส่วนในโรงพยาบาลคุณภาพอาจหมายถึง การเป็นมืออาชีพโดยทั่วไปคำว่า “คุณภาพ” มักเป็นที่เข้าใจว่าหมายถึง ของแพงความหรูหรา ความสลับซับซ้อน หรือการกระทำตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด (เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ, 2555)

Parasuraman & Berry (1990) ได้กล่าวถึง มิติคุณภาพการให้บริการ servqual ที่ปรับปรุงใหม่ ประกอบด้วย 5 มิติหลัก ดังนี้

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่แสดงให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการบริการที่จะปฏิบัติงานได้ตรงเวลาและครบถ้วนและเป็นไปตามต้องการ ความสม่ำเสมอ สามารถให้บริการได้ตลอดความพึงพอใจ เมื่อผู้ใช้ต้องการความช่วยเหลือ

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าคุณค่ากับเงินที่ใช้ไป และรู้สึกมั่นใจที่จะใช้บริการ ให้บริการผู้ใช้อย่างถูกต้อง

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง การเข้าถึงง่าย ใส่ใจความรู้สึกของลูกค้า บริการโดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้รับบริการ เช่นการบริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว เพื่อช่วยประหยัดเวลา

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ผู้รับบริการสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย จำนวน 620 คน (สมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย, 2563) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ผู้รับบริการสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย จำนวน 243 ตัวอย่าง ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ยามาเน่ (Yamane, 1970) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มอย่างแบบอย่างง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิก เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 คุณภาพในการให้บริการ แบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) เท่ากับ .921

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 243 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อวิเคราะห์ระดับตัวแปรทุกตัวแปร โดยใช้คะแนนเฉลี่ย แบ่งระดับความต้องการเป็น 5 ระดับ ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายตามระดับความต้องการการเปรียบเทียบ ข้อมูลระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม ใช้ค่าสถิติที (t-test) การเปรียบเทียบข้อมูลตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้ค่าสถิติเอฟ (F-test) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

ความพึงพอใจการใช้บริการและคุณภาพการให้บริการ

ตารางที่ 1 คุณภาพการให้บริการ โดยรวม

คุณภาพการให้บริการโดยรวม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
1. ด้านคุณความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.65	0.51	มาก
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	3.95	0.60	มาก
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.93	0.55	มาก
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	3.92	0.53	มาก
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	3.94	0.56	มาก
รวม	3.88	0.41	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณภาพการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93) ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) และ ด้านคุณความเป็นรูปธรรมของบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจการใช้บริการ ในภาพรวม

ความพึงพอใจการใช้บริการโดยรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	3.73	0.57	มาก
2. ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	3.99	0.55	มาก
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.61	0.54	มาก
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.01	0.51	มาก
5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.03	0.56	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88	0.40	มาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจการใช้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88) เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01) ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99) ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73) และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจการใช้บริการ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	ชาย = 209		หญิง = 34		t	Sig
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.		
1. ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	3.78	0.58	3.43	0.43	3.315	0.001*
2. ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	4.03	0.53	3.73	0.62	2.613	0.010*
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.66	0.53	3.35	0.51	3.095	0.002*
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.07	0.50	3.71	0.47	3.803	0.000*
5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.08	0.51	3.75	0.51	3.217	0.001*
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	0.38	3.60	0.39	4.499	0.000*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจใช้บริการสมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย ที่แตกต่างกัน โดยเพศชายมีความพึงพอใจใช้บริการมากกว่าเพศหญิงทุกด้าน

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจการใช้บริการ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม	Between Group	2.192	3	0.731	2.291	0.079
	Within Group	69.545	239	0.319		
	Total	71.738	242			
ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	Between Group	1.355	3	0.452	1.510	0.213
	Within Group	65.187	239	0.299		
	Total	66.542	242			
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	Between Group	1.131	3	0.377	1.312	0.271
	Within Group	62.629	239	0.287		
	Total	63.759	242			



ความพึงพอใจ	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	Between Group	0.430	3	0.143	0.544	0.652
	Within Group	57.454	239	0.264		
	Total	57.885	242			
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	Between Group	1.163	3	0.388	1.263	0.288
	Within Group	66.923	239	0.307		
	Total	68.086	242			
ภาพรวม	Between Group	0.384	3	0.128	0.817	0.485
	Within Group	34.183	239	0.157		
	Total	34.568	242			

จากตารางที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการสมาคมกีฬาอิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจการใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจการใช้บริการ	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม	Between Group	0.200	2	0.100	0.306	0.737
	Within Group	71.538	240	0.327		
	Total	71.738	242			
ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	Between Group	1.346	2	0.673	2.261	0.107
	Within Group	65.196	240	0.298		
	Total	66.542	242			
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	Between Group	1.360	2	0.680	2.387	0.094
	Within Group	62.399	240	0.285		
	Total	63.759	242			
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	Between Group	0.122	2	0.061	0.232	0.793
	Within Group	57.763	240	0.264		
	Total	57.885	242			
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	Between Group	1.212	2	0.606	1.985	0.140
	Within Group	66.874	240	0.305		
	Total	68.086	242			

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ภาพรวม	Between Group	0.035	2	0.018	0.111	0.895
	Within Group	34.533	240	0.158		
	Total	34.568	242			

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสมาคมกีฬา ยิงปืนธนูแห่งประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจในการใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม	Between Group	0.405	3	0.135	0.413	0.744
	Within Group	71.332	239	0.327		
	Total	71.738	242			
ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันเวลา	Between Group	1.086	3	0.362	1.205	0.309
	Within Group	65.456	239	0.300		
	Total	66.542	242			
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	Between Group	0.906	3	0.302	1.047	0.373
	Within Group	62.854	239	0.288		
	Total	63.789	242			
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	Between Group	1.221	3	0.407	1.566	0.198
	Within Group	56.663	239	0.260		
	Total	57.885	242			
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	Between Group	2.182	3	0.727	2.406	0.068
	Within Group	65.905	239	0.302		
	Total	68.086	242			
ภาพรวม	Between Group	0.190	3	0.063	0.403	0.751
	Within Group	34.377	239	0.158		
	Total	34.568	242			

จากตารางที่ 6 ผู้รับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสมาคมกีฬา ยิงปืนธนูแห่งประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจการใช้บริการ จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม	Between Group	4.647	2	2.323	7.584	0.001*
	Within Group	67.091	240	0.306		
	Total	71.738	242			
ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	Between Group	1.243	2	0.621	2.084	0.127
	Within Group	65.299	240	0.298		
	Total	66.542	242			
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	Between Group	2.968	2	1.484	5.346	0.005*
	Within Group	60.791	240	0.278		
	Total	63.759	242			
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	Between Group	3.674	2	1.837	7.421	0.001*
	Within Group	54.211	240	0.248		
	Total	57.855	242			
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	Between Group	3.021	2	1.510	5.083	0.007*
	Within Group	65.066	240	0.297		
	Total	68.086	242			
ภาพรวม	Between Group	2.619	2	1.309	8.975	0.000*
	Within Group	31.949	240	0.146		
	Total	34.568	242			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้รับบริการที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกัน ส่วนด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลาไม่แตกต่างกัน

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการให้บริการ
 ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ

คุณภาพในการให้บริการ	Unstandardized (b)	SE	Standardized (β)	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.505	0.108		4.685	0.000
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	0.103	0.027	0.134	3.757*	0.000
ความเชื่อถือไว้วางใจ	0.187	0.030	0.283	6.216*	0.003
การตอบสนองไว้วางใจ	0.312	0.039	0.434	8.035*	0.002
ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	0.153	0.025	0.206	6.142*	0.001
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	0.065	0.045	0.092	1.464	0.146
R = 0.923 Adjusted R ² = 0.853					
R ² = 0.869 SE = 0.252					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการสมาคมกีฬายิงปืน รมยุทธ์แห่งประเทศไทย และสามารถทำนายความพึงพอใจในการให้บริการสมาคมกีฬายิงปืน รมยุทธ์แห่งประเทศไทย ได้ร้อยละ 85.30

อภิปรายผล

การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการให้บริการสมาคมกีฬายิงปืน รมยุทธ์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำประเด็นมาอภิปรายผลดังนี้

1. ความพึงพอใจในการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้อาจจะมาจากสมาคมกีฬายิงปืน รมยุทธ์ นายกสมาคมให้ความสำคัญคุณภาพการให้บริการ จึงทำให้มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการภายในสมาคมกีฬายิงปืน รมยุทธ์ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลงานวิจัยของศิริลักษณ์ ภูหรัญ (2563) ปัจจัยคุณภาพให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอนองแคะ จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอนองแคะ จังหวัดสระบุรี อยู่ในระดับมาก และผลงานวิจัยของฉวีวรรณ ชัยโสทธิ (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ Lazada เว็บไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2. ผู้ใช้บริการที่มี เพศและระยะเวลาในการเป็นสมาชิกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการสมาคมกีฬา ยิงปืนธนูแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจาก ผู้ที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชายซึ่งอาจจะเป็นผู้ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับกีฬายิงปืน มากกว่าเพศหญิงจึงส่งผลให้มีการเข้าไปใช้บริการบ่อยครั้งและเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของศิริลักษณ์ ภูหรณู (2563) ปัจจัยคุณภาพให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ ประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า เพศ ระยะเวลาที่พักอาศัย ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบล ห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสมาคมกีฬา ยิงปืนธนู และ สามารถ ทำนายความพึงพอใจในการใช้บริการสมาคมกีฬา ยิงปืนธนู ได้ร้อยละ 85.30 ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจาก สมาคมกีฬา ยิงปืนธนูแห่งประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เมื่อเกิดการ ให้บริการที่ดีจึงส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของเบญจมาภรณ์ แฉ่งเวชญา (2559) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ ผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือด้านการให้ ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยร่วมกันพิจารณา ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 78.10 และผลงานวิจัยของกาญจนา ทวีพันธ์ (2558) คุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะเวลาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศไทย ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงสุดคือ การรู้จักและ เข้าใจลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า และความเป็น รูปธรรม ของบริการ ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญ .05 และระดับความสัมพันธ์ของปัจจัยสามารถ อธิบายความผันแปร ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ ร้อยละ 48.8

ข้อเสนอแนะ

1. สมาคมกีฬา ยิงปืนธนูควรมีการปรับปรุงพื้นที่ในการฝึกซ้อมให้มีความสะดวกต่อผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น
2. เจ้าหน้าที่และครูฝึกสอนกีฬา ยิงปืนธนูควรพิจารณารายละเอียดการให้บริการที่ต้องการความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน เนื่องจากผู้ใช้บริการแต่ละคนมีพื้นฐานไม่เท่าเทียมกัน
3. สมาคมกีฬา ยิงปืนธนูควรมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่สะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการ เช่น Line Group และเว็บไซต์ เป็นต้น
4. เจ้าหน้าที่และครูฝึกสอนกีฬา ยิงปืนธนูควรมีความพร้อมในการช่วยแก้ไขปัญหาทันทีแก่ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

5. ผู้บริหารสมาคมก็หาเป็นควรมีวิสัยทัศน์ในการบริหารงานที่ชัดเจนและคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นหลัก

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา ทวีนนท์. (2558). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะเวลาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- ฉวีวรรณ ชัยโสทธิ. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของ Lazada เว็บไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เบญจภา แฉ่งเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประคอง พาณิซกุล. (2553). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีทวีโรฒ.
- โพสท์ทูเดย์. (2563). *ยิงปืนรณยุทธ ดับเบิ้ลกระสุนอีกชั้น. ค้นเมื่อ 18 มกราคม 2564*, จาก <https://www.posttoday.com/life/healthy/363022>
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2555). *การจัดการคุณภาพ: จาก TQC ถึง TQM, ISO 9000 และการประกันคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริลักษณ์ ภูริณ. (2563). *ปัจจัยคุณภาพให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สมาคมกีฬายิงปืนรณยุทธแห่งประเทศไทย. (2564). *ข้อมูลสมาคม*. ค้นเมื่อ 16 มกราคม 2564, จาก <https://ipscthailand.com/data/>
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2002). *Principle of Marketing*. USA: Prentice Hall.
- Juran, J. M. & Gryna F. M. (1993). *Quality Planning and Analysis: From Product Development Through use*. New York: McGraw-Hill.
- Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service: The Quest for Effective Performance*. New York: McGraw – Hill.
- Parasuraman and et., al. (1990). *Delivering Service Quality: Planning Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press
- Oakland, J. S. (1993). *Total quality management*. Oxford, England: Heinemann.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.