

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ศุภกาญจน์ แก้วมรกต

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรการออกกำลังกายและการกีฬา


คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

กรกฎาคม 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ ศุภกาญจน์ แก้วมรกต ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา
ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้


คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

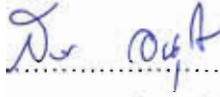

.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทศนัยนา)



.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพร อนุศาสนนันท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ ไชยช็อค)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพร อนุศาสนนันท์)


.....กรรมการ
(ดร.ฉัตรกมล สิงห์น้อย)

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา
ของมหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(ดร.ศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)

วันที่ 17 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2558

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์และคุชฉินิพนธ์
จากมหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ 2558

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร.นภพร ทศนัยนา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริพร อนุศาสนนันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐไชย สุขสอาด ที่กรุณาเป็นประธาน สอบวิทยานิพนธ์ และดร.ฉัตรกมล สิงห์น้อย กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้ความรู้ ให้คำปรึกษาตรวจสอบแก้ไขและวิจารณ์ผลงาน ทำให้วิจัยนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรม อินพรม ดร.อิชฎิ กุญอินทร์ และดร.จุฑา ดิงศภัทย์ ที่กรุณาตรวจสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม รวมทั้งข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ ในการปรับปรุงเครื่องมือวิจัย

เนื่องจกงานวิจัยครั้งนี้ส่วนหนึ่งได้รับทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์จากมหาวิทยาลัยบูรพา จึงขอกราบขอบพระคุณ ณ ที่นี้ด้วย

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณผู้บริหาร และผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมใน จังหวัดชลบุรีทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณกฤษดา ตามประดิษฐ์ คุณภาวิณี ชุ่มใจ Dr. Nguyen Tra Giang คุณอภิญา ศรีมหาพรหม คุณสุพัตรา ศรีอาจ คุณวนิษา ศรีรอบรู้ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาทุกท่าน และท่านอื่น ๆ ที่มีได้เอื้อนามในที่นี้ ที่ช่วยอำนวยความสะดวก ให้ความช่วยเหลือและความร่วมมือ ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อยิ่งยง คุณแม่อัจฉรพร พี่นวกร แก้วมรกต และคุณภิญญาพัชญ์ สุรดีในธรรม ที่ให้กำลังใจ ความเข้าใจ รวมทั้งสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา คุณค่า และประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูคุณเวทิตา แด่บุพการี บุรพจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้า เป็นผู้มีการศึกษาและประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

ศุภกาญจน์ แก้วมรกต

54910095: สาขาวิชา: วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา;

วท.ม. (วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา)

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา/ คุณภาพบริการ/ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ศุภกาญจน์ แก้วมรกต: แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ในจังหวัดชลบุรี (A GUIDELINE FOR DEVELOPING SERVICE QUALITY OF ARTIFICIAL

TURF FOOTBALL FIELDS BUSINESS IN CHON BURI PROVINCE) คณะกรรมการควบคุม

วิทยานิพนธ์: สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ, Ph.D., นภพร ทัศนัยนา, ค.ด., สุวีพร อนุศาสนนันท์, ค.ด.

126 หน้า. ปี พ.ศ. 2558.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี จำนวน 406 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม มีค่าความตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ .95 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .92 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และดัชนีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น (PNI) และรับรองแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า

1. คุณภาพที่คาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมาก และคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับปานกลาง

2. การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี พบว่า ความต้องการจำเป็นที่ต้องการปรับปรุงมากที่สุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านบริการอำนวยความสะดวก ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม ตามลำดับ

3. แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ให้มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นสัดส่วน สวยงาม

และมีการบำรุงรักษาให้พร้อมใช้ตลอดเวลา ด้านบริการอำนวยความสะดวก ให้มีบริการจัดหา
คู่แข่งชั้น รวมถึงกรรมการ และมีจุดบริการปฐมพยาบาล ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริม
การขาย ให้เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ ด้านความ
เชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ให้มีการประชุมการดำเนินงาน
มีการติดตามผลการดำเนินงาน การจัดอบรม การพัฒนาบุคลากร ด้านความสะดวกในการเข้าถึง
ให้มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความ
สะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง และสถานที่จอดรถ

54910095: MAJOR: EXERCISE AND SPORT SCIENCE;
M.Sc. (EXERCISE AND SPORT SCIENCE)

KEYWORDS: GUIDELINE FOR DEVELOPING/ SERVICE QUALITY/ ARTIFICIAL
TURF FOOTBALL FIELDS BUSINESS

SUPAKAN KAEWMORAKOT: A GUIDELINE FOR DEVELOPING SERVICE
QUALITY OF ARTIFICIAL TURF FOOTBALL FIELDS BUSINESS IN CHON BURI
PROVINCE. ADVISORY COMMITTEE: SUNTIPONG PLUNGSUWAN, Ph.D., NOPPORN
TASNAINA, Ph.D., SUREEPORN ANUSASANANAN, Ph.D. 126 P. 2015.

This study aimed at finding a guideline for developing service quality of artificial turf football fields business in Chon Buri Province. A sample was selected from 406 users of the artificial turf football fields business in Chon Buri Province. The rating-scale type questionnaires on the service quality of artificial turf football fields business were used as the tool of research. Those questionnaire was developed by researchers which validated at .95 and reliability at .92. The statistics used for data analysis were Percentage, Mean, Standard Deviation and Priority Needs Index (PNI) and affirmed and provided the guideline for developing service quality of artificial turf football fields business in Chon Buri Province by using the groups interview.

The findings indicated that:

1. The expected quality of the users toward the service quality of artificial turf football fields business in Chon Buri Province was in high level, and the real quality of the users toward the service quality of artificial turf football fields business in Chon Buri Province was in the moderate level.
2. The priority of the needs of the users toward the service quality of artificial turf football fields business in Chon Buri Province showed that the needs to improve was the most in order from the many to the least were the physical environment of the field, the service of providing facilities, the offered price, the payment method and the promotion, the confidence in performing duty and behavior of the field staffs, the ease of access and reliability / trust in the management system of the field respectively.
3. The guideline for developing service quality of artificial turf football fields business in Chon Buri Province consisted of the physical environment of the field, to provide various

facilities in a beautiful proportion and maintain to be available at all times; for the providing service of facilities, to provide the matchmaking service, including of referees and the first-aid services; for pricing, the payment and promotion, to increase promotional activity in time of activities; for the confidence in performing duty and behavior of the field staffs, to conduct meetings of operation, monitor the result of the operations, training and personality development; for the ease of access, to have the clear route signs, such as the map with route signs must be consistent for ease of access to the service and the safety of travelling.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ช
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
คำถามการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's).....	13
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า.....	15
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหญ้าเทียม และข้อมูลสนามฟุตบอล.....	22
การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	44
ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริง และผลการการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี.....	45
ตอนที่ 3 การสร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี.....	55
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	66
สรุปผลการวิจัย.....	67
อภิปรายผล.....	69
ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้.....	72
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	73
บรรณานุกรม.....	74
ภาคผนวก.....	81
ภาคผนวก ก.....	82
ภาคผนวก ข.....	84
ภาคผนวก ค.....	93
ภาคผนวก ง.....	97
ภาคผนวก จ.....	103
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	126

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจของลูกค้ากับการบริการ.....	11
2 คุณภาพบริการตามแนวคิด SERVQUALผสมผสานกับกลยุทธ์ส่วนประสม การตลาดบริการ.....	14
3 ข้อมูลที่ตั้ง และราคาของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี.....	26
4 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวนธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี.....	38
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ ความถี่ในการเข้าใช้บริการของ ผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี.....	45
6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตาม ความเป็นจริง และผลการการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี.....	46
7 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ของสนาม.....	47
8 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ในด้านบริการอำนวยความสะดวก.....	49
9 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ในด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม.....	50
10 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ในด้านความเชื่อมั่นในการทำ หน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม.....	51
11 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในด้านความสะดวก ในการเข้าถึง.....	53
12 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในด้านราคา การชำระเงินและ ส่งเสริมการขาย.....	54
13 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้าน สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม.....	56
14 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านบริการอำนวยความสะดวก.....	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย.....	60
16 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม.....	62
17 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง.....	64

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2	แบบจำลองความพึงพอใจในการบริการ.....	16
3	ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ.....	18

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากกระแสความนิยมฟุตบอลในเมืองไทยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของไทย ที่แต่ละจังหวัดมีสโมสรฟุตบอลเป็นของตนเอง ทำให้แต่ละจังหวัด มีคนสนใจเล่นกีฬาประเภทนี้ กันเพิ่มขึ้น จนกลายเป็นกระแส “ฟุตบอลฟีเวอร์” และเพราะกระแสฟีเวอร์ ทำให้ธุรกิจทำสนามฟุตบอลมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น (ปรัชญา เทพสกุล, 2555) ซึ่งสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างหลากหลาย เช่น การฝึกซ้อม การแข่งขัน การออกกำลังกาย และกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบริเวณสถานที่ดังกล่าว มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยให้บริการ ผู้ใช้บริการ และผู้ชม เช่น ห้องอาบน้ำ ห้องรับรองผู้ติดตาม ร้านอาหาร ร้านเกมส์ สัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่ทำให้ความสนใจกีฬาฟุตบอลมาก ซึ่งจะเห็นได้จากในจังหวัดชลบุรีมีทีมฟุตบอลอาชีพที่ปัจจุบันเล่นอยู่ในการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ ระดับสูงสุดของประเทศไทย และรายการต่าง ๆ เช่น ชลบุรีเอฟซี ทีมในอำเภอเมืองชลบุรี พัทยาไนต์เดอ ทีมในเมืองพัทยา ศรีราชาบ้านบึง เอฟซี ทีมในเทศบาลเมืองศรีราชา อำเภอศรีราชา และราชนาวิ ทีมในอำเภอสัตหีบ รวมไปถึงทีมฟุตบอลที่สร้างชื่อเสียงให้แก่จังหวัดชลบุรีอีกทีม คือ ชลบุรี ธ.อ.ส. อาร์แบค หรือที่เรียกกันว่า ชลบุรี บลูเวฟ และโครงการ วิชั่นเอเชีย วิชั่นไทยแลนด์ ของสมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย หรือเอฟซี ร่วมมือกับทางสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย คัดเลือกให้จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดแรกที่ร่วมโครงการ โดยได้ก่อตั้งสมาคมฟุตบอลจังหวัดชลบุรีขึ้น และมีการแข่งขันฟุตบอล วิชั่นชลบุรีลีก เป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในจังหวัดชลบุรีทั้งหมด 11 ทีม (ชลบุรี เอฟซี, 2553) ซึ่งที่ได้กล่าวมานั้นเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ประชาชนสนใจและหันมาเล่นกีฬาฟุตบอลมากขึ้น กระแสของธุรกิจให้บริการทางด้านกีฬาจึงได้รับความนิยม โดยเฉพาะธุรกิจบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีผู้สนใจประกอบกิจการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้เล่นฟุตบอล ซึ่งในอดีตนั้นมีปริมาณจำนวนของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมน้อย ทำให้หาผู้ให้บริการได้ไม่ยากนัก แต่ในปัจจุบันจำนวนของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ได้ก่อให้เกิดปัญหาจากการแย่งผู้ให้บริการระหว่างกันด้วยการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด การจัดโปรโมชัน และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งต้องมีจุดเด่นเป็นของตนเอง (กัญจนาท จันเจริญ, รชฎ ยอดนิล และสุนทร วิริยะศิริไพศาล, 2554)

การบริการบางประเภทที่มีการแข่งขันสูง ผู้ใช้บริการจะรู้สึกถึงความแตกต่างของคุณสมบัติหลักของบริการ ทำให้ผู้บริโภคมักจะเลือกบริการที่มีราคาต่ำที่สุด ดังนั้นการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจึงขึ้นอยู่กับ การสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์บริการ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547) ซึ่งการสร้างความแตกต่างของบริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการเหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพบริการตามที่ผู้บริโภคราคาหวังไว้ ซึ่งจะคาดหวังได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก และจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการหลังจากการใช้บริการแล้ว ผู้ใช้บริการจะเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับหากบริการที่ได้รับต่ำกว่าบริการที่คาดหวัง ผู้ใช้บริการจะไม่ให้ความสนใจในธุรกิจที่ให้บริการอีกต่อไปหากบริการที่ได้รับตรงหรือมากกว่าบริการที่คาดหวัง ผู้ใช้บริการก็จะกลับมาใช้บริการของธุรกิจนั้นอีก (Kotler, 1997 อ้างถึงใน ปภานวิน ศิริรวง, 2555)

การบริการถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจในทุกรูปแบบ เพราะการบริการเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถสร้างความแตกต่างและดึงดูดผู้บริโภครายใหม่มาใช้บริการกับองค์กรในระยะยาว นอกจากนี้ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและชื่อเสียงให้กับองค์กรอีกทางหนึ่งด้วย จึงต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การบริการให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ ในการให้บริการแต่ละครั้งควรมีการอำนวยความสะดวกพร้อมทั้งให้บริการที่รวดเร็วและมีความถูกต้องแก่ผู้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ และกลับมาใช้บริการซ้ำ (จุลชัย จุลเจือ, 2557) ผู้ประกอบธุรกิจ จึงต้องพยายามหากกลยุทธ์ที่จะช่วยในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาและนำมาสู่ความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

คุณภาพบริการคือความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ Oliver (1980, p. 460), Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985, p. 42), Feigenbaum (1991, p. 7) และ Brown (1991, p. 9 อ้างถึงใน นภพร ทัศนัยนา, 2557, หน้า 5) ได้ให้ความหมายคุณภาพบริการ โดยสรุปว่าคุณภาพบริการเป็นการรับรู้การให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้นจริงตามคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยใช้เครื่องมือวัดคุณภาพบริการซึ่งมีชื่อเรียกว่า “SERVQUAL” เครื่องมือดังกล่าวจะแบ่งออกได้เป็นสองส่วน คือ ส่วนแรกเป็นส่วนที่ใช้วัดความคาดหวังของผู้บริการต่อคุณภาพบริการ ส่วนที่สองจะเป็นคำถามเพื่อวัดคุณภาพบริการตามความเป็นจริงที่มีปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) ความไว้วางใจได้ (Assurance) ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ในการเสนอคุณภาพบริการที่ตรงกับความคาดหวัง และการค้นหาความต้องการที่แท้จริงของผู้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

จะช่วยเพิ่มคุณค่าในการให้บริการให้มากยิ่งขึ้น โดยการสอบถาม สังเกต ทบทวน ปรับปรุง พัฒนา คุณภาพบริการอย่างสม่ำเสมอ (วิชัย ปิติเจริญธรรม, 2548, หน้า 17) เพื่อให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง และสามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงที (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2547)

จากที่ได้กล่าวมานั้นเห็นได้ว่า ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องประกอบกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง การพัฒนาคุณภาพบริการจึงเป็นแนวทางอันดี แนวทางหนึ่งในการศึกษาไปพร้อมกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งจะทำให้ ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ มีความจงรักภักดี และกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เป็นสิ่งแสดงถึง ความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจ จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี เพื่อแสวงหาข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา คุณภาพบริการให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถดำรงและอยู่รอดได้ในธุรกิจนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

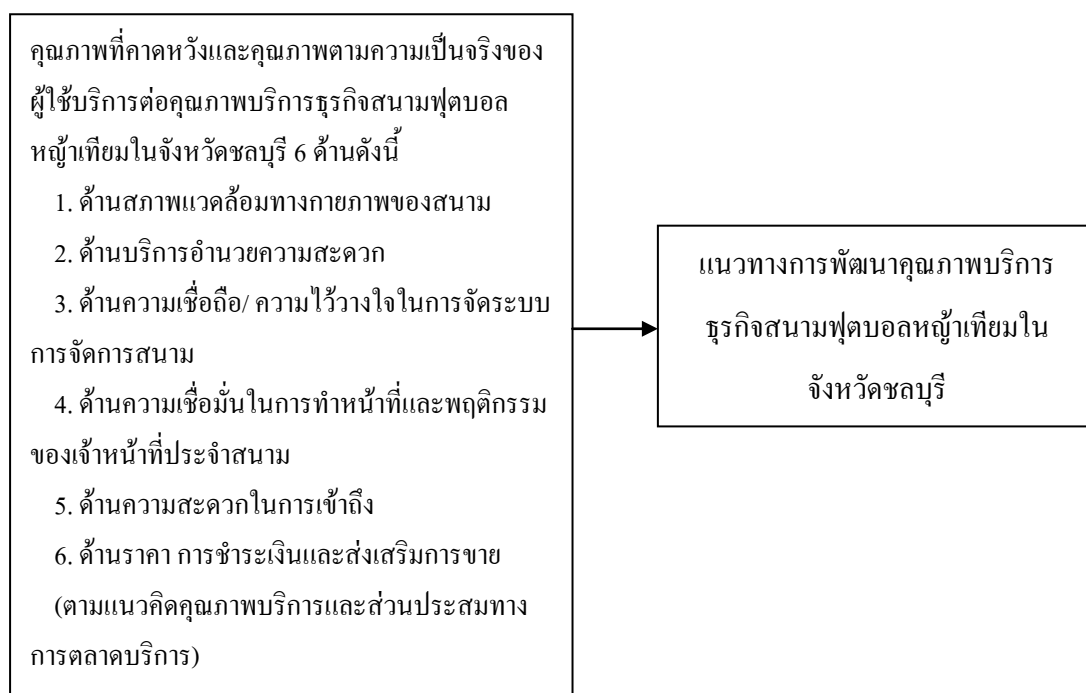
1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อ คุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพ บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัด ชลบุรี

คำถามการวิจัย

1. คุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับใด
2. การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพ บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี เป็นอย่างไร
3. แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ควรมีการดำเนินการอย่างไร

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาคุณภาพบริการตามแนวคิด SERVQUAL และกลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการ ต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ให้เป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี
2. ได้ผลการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี
3. เป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการให้กับผู้บริหาร พนักงาน ได้รับรู้ และเข้าใจถึงความสำคัญของคุณภาพบริการตลอดจนสามารถนำไปพัฒนา ปรับปรุง การบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ให้เกิดผลสำเร็จได้

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจ สนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง คุณภาพบริการ การวัดคุณภาพบริการตามแนวคิด SERVQUAL ที่เสนอ โดย Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) และผสมผสานกับส่วนประสมการตลาดบริการ (Kotler, 2003) 6 ด้าน ดังนี้

- 1.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม
- 1.2 ด้านบริการอำนวยความสะดวก
- 1.3 ด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม
- 1.4 ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม
- 1.5 ด้านความสะดวกในการเข้าถึง
- 1.6 ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย

2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

- 2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม คือ ผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี เพศชาย
- 2.2 ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม คือ ผู้เชี่ยวชาญในการบริหารงานธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

นิยามศัพท์เฉพาะ

คุณภาพบริการ หมายถึง การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ หรือเกินความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจในการได้รับบริการและเกิดความจงรักภักดีกับผู้ให้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยมีองค์ประกอบของคุณภาพบริการ

คุณภาพที่คาดหวัง หมายถึง การคาดการณ์ ความต้องการในการบริการด้านต่าง ๆ ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต

คุณภาพตามความเป็นจริง หมายถึง การรับรู้สถานการณ์ในปัจจุบันต่อคุณภาพบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งปลูกสร้าง วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งแวดล้อมบริเวณสนาม

เครื่องมือ การได้รับการดูแล และตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกลำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะ
ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ได้อย่างชัดเจน

ด้านบริการอำนวยความสะดวก หมายถึง การบริการสิ่งต่าง ๆ ที่จัดเสริมขึ้นมาใน
การบริการเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย ให้กับผู้ใช้บริการ

ด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม หมายถึง ความสามารถ
ในการจัดระบบการจัดการสนาม ความถูกต้อง คงเส้นคงวา ความเสมอภาค ยุติธรรมในการให้บริการ

ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม หมายถึง
ความไว้วางใจ เชื่อมั่นว่าเจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการดูแล แนะนำในการบริการ และ
พฤติกรรมที่แสดงออกของเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการดูแลเอาใจใส่ ช่วยเหลือเกื้อกูลแก่ผู้ใช้บริการด้วย
ความมีน้ำใจ สุภาพ กระตือรือร้น

ด้านความสะดวกในการเข้าถึง หมายถึง ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการนั้น ๆ ได้
สะดวกไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย เช่น การได้รับการดูแล และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ มีป้ายบอก
เส้นทางชัดเจน สถานที่จัดไว้สำหรับบริการสามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถนำเสนอออกมาเป็น
รูปธรรมทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ได้อย่างชัดเจน

ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย หมายถึง อัตราค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ
ซึ่งแล้วแต่ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดชลบุรีแต่ละแห่งจะกำหนดเงื่อนไขต่อผู้ใช้บริการ
และกระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้เข้ามาใช้บริการ

ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ที่มีคุณสมบัติตาม
กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม หมายถึง สถานที่ให้บริการกิจกรรมออกกำลังกายด้วย
กีฬาฟุตบอล ที่สนามฟุตบอลมีพื้นสนามเป็นหญ้าเทียม และต้องทำการเช่าพื้นที่เพื่อมีสิทธิ์ในการใช้

ความต้องการจำเป็น หมายถึง สิ่งที่ผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัด
ชลบุรีมีความต้องการเป็นอันดับแรก

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ
4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับฟุตบอล และข้อมูลสนามฟุตบอล
5. การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ

คุณภาพบริการเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ และเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางทั่วโลก เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจภาคบริการมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ จึงได้เน้นถึงความสำคัญของคุณภาพการบริการที่มอบให้กับลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในการศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีมีประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ความหมายของคุณภาพการบริการ การวัดคุณภาพการบริการ

ความหมายของคุณภาพบริการ

คุณภาพของการบริการ (Service quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Customer satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer loyalty) (Johnston, 1995; Lloyd-Walker & Cheung, 1988)

คำว่าบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ หมายถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่พิเศษมาก ประทับใจ คุ่มค่าแก่การตัดสินใจ รวมทั้งคุ่มค่าเงิน (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546, หน้า 106)

คุณภาพเป็นคำที่มีความหมายว่า เป็นสิ่งที่ได้มีผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าคุณภาพ และผู้วิจัยสรุปได้ ดังนี้

Oliver (1980, p. 460), Parasuraman et al. (1985, p. 42), Feigenbam (1991, p. 7) และ Brown (1991, p. 9 อ้างถึงใน นภพร ทศนัยนา, 2557, หน้า 5) ได้ให้ความหมายคุณภาพบริการ โดยสรุปว่า คุณภาพบริการเป็นการรับรู้การให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้นจริงตามคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยเปรียบเทียบความเป็นจริงที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ที่รับรู้ได้ถึงความพึงพอใจต่อบริการ

วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2538, หน้า 14), ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์ (2541, หน้า 35) ได้ให้ความหมายคุณภาพบริการ โดยสรุปว่า สิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ว่าจะได้รับการตอบสนองความต้องการ จากการบริการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ความประทับใจ และความภาคภูมิใจ

คุณภาพบริการ (Service quality) เป็นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยประเมินจากการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expected service) กับบริการที่ได้รับจริง (Percepted service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าว เกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

เครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพบริการ

เครื่องมือวัดคุณภาพบริการซึ่งมีชื่อเรียกว่า “SERVQUAL” โดยเครื่องมือดังกล่าวจะแบ่งออกได้เป็นสองส่วน คือ ส่วนแรกเป็นส่วนที่ใช้วัดความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการบริการของลูกค้าจำนวน 22 ข้อ ส่วนที่สองจะเป็นคำถามเพื่อวัดคุณภาพบริการจริงที่ลูกค้ารับรู้ ประกอบด้วยชุดคำถามซึ่งเข้ากับชุดคำถามแรกจำนวน 22 ข้อ

ชุดคำถาม 22 ข้อดังกล่าวพัฒนามาจากปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ซึ่งผู้บริโภคใช้ในการกำหนดคุณภาพบริการ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าศรัทธา ความปลอดภัย การเข้าถึงบริการ การสื่อสาร และความเข้าใจ โดยผู้วิจัยได้ทำการสร้างชุดคำถามจำนวน 97 รายการเพื่อวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ทั้ง 10 ด้าน แต่ละคำถามจะให้คะแนน โดยระบบ Seven-point Likert scale ผลคะแนนที่ได้จะถูกนำมาคำนวณโดยนำคะแนนจากคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้ลบด้วยคะแนนคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง ผลจากการลบจะทำให้ได้ระดับคะแนนที่แตกต่างกันตั้งแต่ +6 ถึง -6 คะแนน ผลคะแนนที่

สูงหมายถึงคุณภาพการบริการตามความรับรู้ของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูงและจากการใช้วิธีการทางสถิติหลายวิธีในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้สามารถลดจำนวนคำถามลงถึง 2 ใน 3 ของคำถามทั้งหมดและสามารถรวมปัจจัยด้านที่มีความเหลื่อมล้ำกันหรือมีความสัมพันธ์กันเข้าด้วยกัน ทำให้คงเหลือปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ 5 ด้าน

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ลักษณะที่ปรากฏให้เห็น หรือสิ่งที่จับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคล จำนวน 4 ประเด็น
2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถที่จะแสดงผลงานและให้บริการที่สัญญาไว้ อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ จำนวน 5 ประเด็น
3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการ ผู้ใช้หรือลูกค้าอย่างทันท่วงที จำนวน 4 ประเด็น
4. ความไว้วางใจได้ (Assurance) ความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่แสดงออก ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ (เป็นการรวมปัจจัยด้านความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าศรัทธา และความปลอดภัย เข้าด้วยกัน) จำนวน 4 ประเด็น
5. ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ (เป็นการรวมปัจจัยด้าน การเข้าถึงบริการ การสื่อสาร และความเข้าใจ เข้าด้วยกัน) จำนวน 5 ประเด็น

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ทั้ง 5 ปัจจัยเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ ผู้บริโภคใช้ในการกำหนดความรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ โดยความรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพ บริการเป็นผลมาจากขนาดและทิศทางของช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่อบริการ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1990, p. 129) เมื่อความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพ การบริการมีค่ามากกว่าความรับรู้จริงจากการบริการที่ได้รับจริง ($ES > PS$) ผู้บริโภคจะไม่พอใจ การบริการที่ได้รับและความไม่พอใจจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อความต่างของระดับความคาดหวังและ การรับรู้สูงขึ้น หากความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการมีค่าเท่ากับความรับรู้จาก การบริการที่ได้รับจริง ($ES = PS$) ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจต่อการบริการและหากความรับรู้จาก การบริการที่ได้รับจริงมีค่ามากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภคต่อการบริการ ($ES < PS$) ก็จะเป็น การบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภครอคาดหวังและผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจเพิ่ม มากขึ้นเมื่อความต่างของระดับความคาดหวังและความรับรู้สูงขึ้น (Parasuraman et al., 1990, p. 133)

Lehtinen and Lehtinen (1982, p. 21) ได้กล่าวว่าคุณภาพบริการจะถูกสร้างขึ้นใน การปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและองค์ประกอบของการบริการในองค์กรซึ่งประกอบด้วย

องค์ประกอบของคุณภาพ 3 แบบคือ คุณภาพทางกายภาพ เช่น อุปกรณ์ อาคาร เป็นต้น คุณภาพของบริษัทที่จะแสดงออกมาในรูปของวิสัยทัศน์ขององค์กร คุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ใช้ บริการ โดยสรุป จากความหมายของคุณภาพบริการที่กล่าวมาสามารถที่จะแบ่งคุณภาพบริการออกเป็น 3 ลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. คุณภาพบริการเป็นสิ่งที่ยากมากในการประเมินเนื่องจากการบริการไม่สามารถจับต้องได้ องค์กรอาจจะยากในการเข้าใจว่าลูกค้ารับรู้ถึงการบริการ และคุณภาพบริการขององค์กรเป็นอย่างไร แต่เมื่อผู้ใช้บริการได้ทราบถึง ผลการประเมินด้านบริการลูกค้าออกมาเป็นอย่างไรแล้ว องค์กรก็จะสามารถที่จะรู้ถึงทิศทางของคุณภาพบริการตามความต้องการของลูกค้า

2. คุณภาพบริการเป็นการเปรียบเทียบระหว่าง ความคาดหวังกับคุณภาพบริการที่ได้รับจริง เป็นการวัดถึงระดับบริการที่ได้มอบให้กับลูกค้าได้ดีเท่ากับความคาดหวังของลูกค้าหรือไม่ โดยที่คุณภาพบริการที่มอบให้จะตรงกับความคาดหวังของลูกค้านั้นต้องอยู่บนมาตรฐานที่คงที่

3. คุณภาพบริการแสดงค่าออกมาในรูปของผลที่ได้และขั้นตอนในการปฏิบัติ Gronroos (1990, pp. 7-13) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการประกอบด้วยคุณภาพ 2 ชนิด คือคุณภาพทางเทคนิคของผลลัพธ์ที่ได้ โดยที่คุณภาพทางเทคนิคแสดงถึงสิ่งที่ลูกค้ามอบไว้หลังจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับลูกค้าสิ้นสุดลงและคุณภาพตามหน้าที่ของกระบวนการ ซึ่งเป็นกระบวนการของการมอบบริการหรือสินค้าให้กับลูกค้า นอกจากนี้ ยังพบว่าบริการที่มีคุณภาพจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างผลกำไรที่เติบโตอย่างต่อเนื่องให้แก่องค์กร คุณภาพการบริการที่ดีจะก่อให้เกิดความภักดีของลูกค้าต่อองค์กรและยังช่วยในการลดต้นทุนค่าใช้จ่าย รวมทั้งยังสามารถช่วยเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรเนื่องจากลูกค้าที่มีความพอใจต่อการได้รับบริการจะช่วยทำการประชาสัมพันธ์โดยการบอกปากต่อปากไปยังกลุ่มลูกค้ารายใหม่ นอกจากนี้ ยังพบว่าลูกค้ายังเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการที่แพงกว่าเพื่อให้ได้บริการที่มีคุณภาพดีกว่า

แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า (Customer expectation)

ความคาดหวัง หมายถึง ทักษะคติเกี่ยวกับความปรารถนา ความต้องการความรู้สึกนึกคิด และการคาดการณ์ของผู้ใช้บริการ โดยใช้ประสบการณ์ที่เคยประสบมาเป็นปัจจัยกำหนดระดับความคาดหวัง เพื่อได้รับผลลัพธ์ตามต้องการ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2546, หน้า 50)

องค์ประกอบของโมเดลความคาดหวัง (Expectation model)

ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนมีความหมายแตกต่างกันแต่จะประกอบด้วยความคาดหวังในสองระดับ และระยะห่างที่ยอมรับได้ คือ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2546, หน้า 50-51)

1. ความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการจะได้รับ (Desired service) เป็นสิ่งที่ลูกค้ามีความต้องการและเชื่อว่าเป็นไปได้ที่จะได้หรือควรจะได้รับบริการ

2. ระดับขั้นต่ำของบริการที่ยอมรับ (Adequate service) เป็นระดับขั้นต่ำที่ลูกค้ายอมรับได้ หากไม่ได้ตามที่ตั้งความหวังเอาไว้ในตอนแรก

3. ระยะเวลาความคาดหวัง (Zone of tolerance) เป็นระยะเวลาของความคาดหวังที่ต้องการกับระดับขั้นต่ำบริการที่ยอมรับได้ของลูกค้า

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจของลูกค้ากับการบริการ

(สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2546, หน้า 50-51)

การบริการต่อลูกค้า (Service of customer)	ระดับความคาดหวังของลูกค้า (Level of expectation)	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า (Level of satisfaction)
การบริการดีเลิศ	เกินความคาดหวัง	ประทับใจ
การบริการดี	เป็นไปตามความคาดหวัง	เกิดความพึงพอใจ
การบริการไม่ดี	ไม่เป็นไปตามความคาดหวัง	ไม่เกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังของลูกค้า

ได้แก่ 4 ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การพูดแบบปากต่อปาก เป็นปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังในคุณภาพบริการ เพราะบริการเป็นสิ่งที่จับต้องยากทำให้มีความเสี่ยงเพราะไม่สามารถทดลองก่อนได้ ลูกค้าจึงต้องหาข้อมูลด้วยการสอบถามจากเพื่อนหรือญาติที่เคยใช้บริการนั้น ๆ มาก่อน

2. ความต้องการที่เป็นรสนิยมส่วนตัว อันเนื่องมาจากพื้นฐานทางด้านสังคม การศึกษาครอบครัว ศาสนา และวัฒนธรรม เป็นต้น

3. ประสบการณ์ในอดีต

4. การลงโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ เป็นการสร้างภาพพจน์ และให้ข้อมูลกับลูกค้าล่วงหน้าเพื่อให้ลูกค้าสะสมข้อมูลในการสร้างความคาดหวังก่อนตัดสินใจมาใช้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้า (Customer perception)

การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ รูปการรับรู้ตีความหมายการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน ซึ่งการรับรู้จะแตกต่างจากการรับสัมผัสตรงที่การรับรู้นำเอาความคิดเข้ามาผนวกกับการสัมผัส ความคิดนี้ได้รับอิทธิพลจากสิ่งที่อยู่ในสมองของเรามาก่อน ได้แก่ ความรู้

ความเชื่อ ทักษะคติ ค่านิยม และประสบการณ์ และการรับรู้ไม่ใช่เรื่องที่บริสุทธิ์ไม่ใช่เรื่องจริง มีอคติได้ แต่อาจตรงกับความจริงได้

การรับรู้ (Perception) = ความคิด (Thinking) + การรับสัมผัส (Sensation)

การรับรู้ (Perception) ประกอบด้วย

1. ทัศนประตู่แห่งการรับรู้หรือระดับต่ำสุดที่บุคคลรับรู้ได้ หมายถึงระดับต่ำสุดซึ่งแต่ละบุคคลสามารถสัมผัสกับความรู้สึกได้ ถ้าการรับรู้ต่ำกว่าระดับนี้ทำให้บุคคลนั้นไม่สามารถรับรู้ได้
2. ความแตกต่างต่ำสุดที่บุคคลจะเห็นข้อนี้สามารถนำมาใช้กับธุรกิจได้โดยทำให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างระหว่างสิ่งกระตุ้น 2 สิ่งอย่างชัดเจน ดังนั้นการที่ธุรกิจจะขายสินค้าชนิดเดียวกับคู่แข่ง ไม่จำเป็นว่าราคาสินค้าจะต้องเท่ากัน และความแตกต่างที่มองเห็นหรือไม่เห็นจะขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า
3. ระดับของการรับรู้ ระดับการรับรู้ต่ำสุดที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ คือ เป็นคนที่มีการรับรู้เรื่องต่าง ๆ ได้น้อยมาก ส่วนระดับการรับรู้สูงสุดคือ เป็นคนที่รับรู้เรื่องต่าง ๆ แตกต่างจากผู้อื่น
4. การรับรู้โดยไม่รู้ตัว เป็นการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งเข้าไปในสมองของเราโดยที่เราไม่รู้ตัวว่าเรากำลังเรียนรู้สิ่งนั้น การรับรู้ในจิตใต้สำนึก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์มีดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านเทคนิค ประกอบด้วย ขนาด สี ความเข้ม การเคลื่อนไหว ตำแหน่ง ความแตกต่าง และการจับแยก
2. ความพร้อมทางด้านสมองของผู้บริโภค ได้แก่ ความตั้งใจหรือความยึดมั่น นิสัยในการมองความมั่นใจและความรอบครอบ ความใส่ใจ ความคุ้นเคย และความคาดหวัง
3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค
4. สภาพอารมณ์
5. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมจากการรับรู้ของผู้บริโภค

สรุปได้ว่า คุณภาพบริการคือ การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ หรือเกินความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจในการได้รับบริการและเกิดความจงรักภักดีกับธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยมีองค์ประกอบของคุณภาพบริการ คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองอย่างทันท่วงที ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)

ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ 7P's ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service mix) ของ Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonperson selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์กรอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน 5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจ

ให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer satisfaction)

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) ตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวกความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์การวัดคุณภาพบริการตามแนวคิด SERVQUAL ที่เสนอโดย Parasuraman et al. (1988) และผสมผสานกับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการ (Kotler, 2003) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คุณภาพบริการตามแนวคิด SERVQUALผสมผสานกับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการ

คุณภาพบริการ (Parasuraman et al., 1988)	ส่วนประสมการตลาด บริการ (Kotler, 2003)	ส่วนประสมการตลาดคุณภาพ บริการที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้
ลักษณะทางกายภาพ (Tangible)	สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence)	1. ด้านสภาพแวดล้อมทาง กายภาพของสนาม
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness)	ผลิตภัณฑ์/ บริการ (Product/ service)	2. ด้านบริการอำนวยความสะดวก
ความเชื่อถือได้ (Reliability)	กระบวนการ (Process)	3. ด้านความเชื่อถือ/ ความ ไว้วางใจในการจัดระบบการ จัดการสนาม
ความไว้วางใจได้ (Assurance)	บุคลากร (People)	4. ด้านความเชื่อมั่นในการทำ หน้าที่และพฤติกรรมของ เจ้าหน้าที่ประจำสนาม
ความเข้าใจและความเห็นอก เห็นใจ (Empathy)	สถานที่ (Place)	5. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

ตารางที่ 2 (ต่อ)

คุณภาพบริการ (Parasuraman et al., 1988)	ส่วนประสมการตลาด บริการ (Kotler, 2003)	ส่วนประสมการตลาดคุณภาพ บริการที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้
	ราคา และการส่งเสริม การตลาด (Price and promotion)	6. ด้านราคา การชำระเงินและ ส่งเสริมการขาย

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction)

ความพึงพอใจของลูกค้า ตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น 2 นัย (Anderson & Fornell, 1994, p. 245 อ้างถึงใน จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2545, หน้า 19)

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบใช้ในงานวิจัยการตลาดที่เน้นทางพฤติกรรมศาสตร์

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “ความพึงพอใจหมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง”

ความหมายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

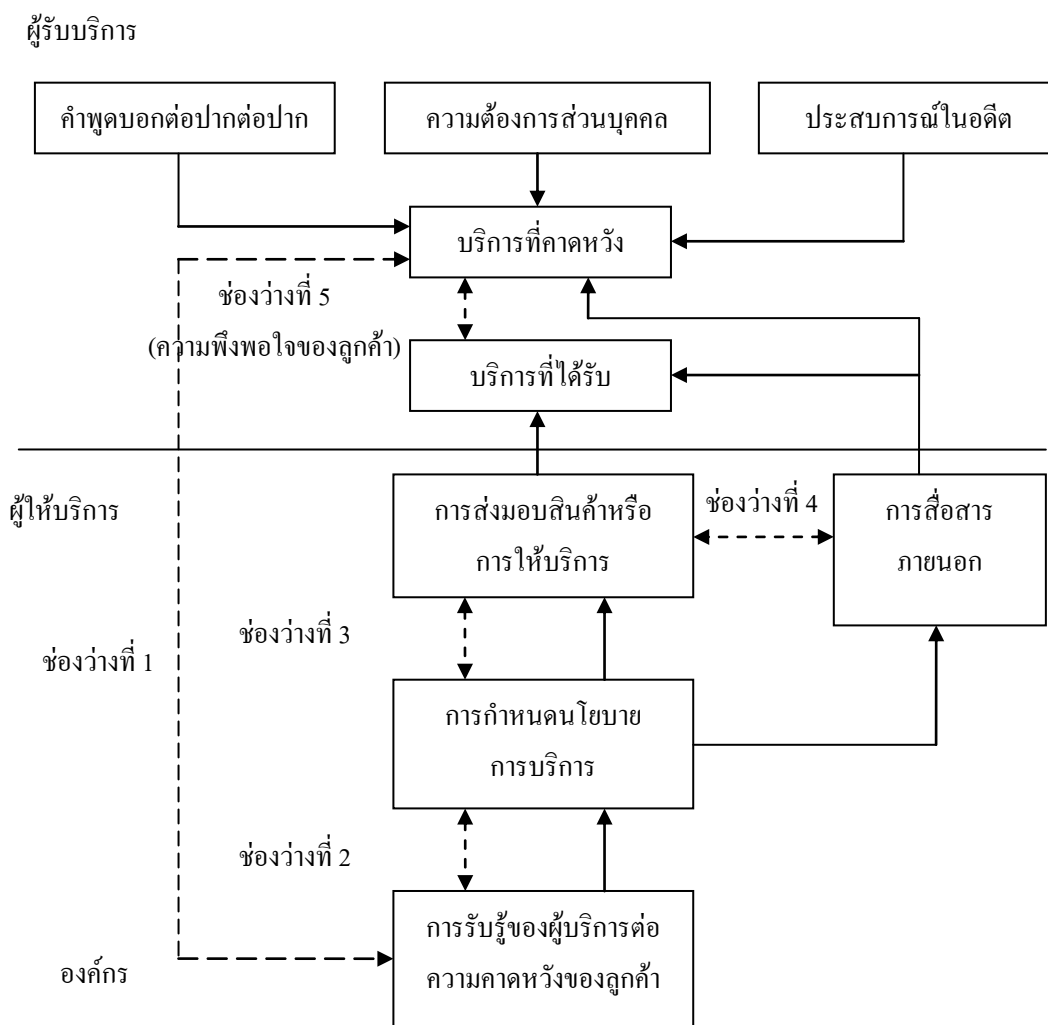
ในปัจจุบันและอนาคตคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรที่ให้บริการเป็นอย่างมาก การดำเนินงานในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซึ่งเป็นสถานบริการทางด้านสุขภาพ ซึ่งมุ่งเน้นการจัดบริการให้มีคุณภาพ เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการและผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรรับรู้เพื่อปรับปรุงจุดอ่อน เสริมสร้างจุดแข็ง จึงมีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไว้ และผู้วิจัยสรุปได้ ดังนี้

Kotler (2003, p. 3), Oliver (1980, p. 460) และ Gerson (2003, p. 20 อ้างถึงใน พิพัฒน์ ก่องกิจกุล, 2546) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยสรุปว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือการที่ผู้ใช้บริการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวก เมื่อสินค้าหรือบริการที่ได้รับตรงกับความต้องการหรือเกิดความคาดหวัง

การวิจัยครั้งนี้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม หมายถึง ระดับความรู้สึของผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยนำผลคะแนนจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริงต่อคุณภาพการบริการ

แบบจำลองที่ใช้ในการวัดความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการมิได้เกิดจากปัจจัยเดียว แต่มีหลายปัจจัยในแต่ละขั้นตอนของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริการ พัฒนาโดย Parasuraman et al. (1985, p. 44 อ้างถึงใน จิตตินันท์ เชชะคุปต์, 2545, หน้า 38) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลองความพึงพอใจในการบริการ (Parasuraman & Berry, 1985, p. 44 อ้างถึงใน จิตตินันท์ เชชะคุปต์, 2545, หน้า 38)

จากภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่า ความคาดหวังของลูกค้าเกิดจากองค์ประกอบ 3 ประการ คือ คำพูดต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล และประสบการณ์ที่ผ่านมาในการใช้สินค้ากับบริการต่าง ๆ การที่จะทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจต่อการบริการจำเป็นต้องมีผู้ให้บริการจะต้องมีความสามารถในการนำเสนอสินค้าและบริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายเลยทีเดียว เพราะในกระบวนการบริการจะต้องมีช่องว่างหรือจุดบกพร่องของการดำเนินงานหลายประการที่จะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้เกิดคุณภาพของการบริการในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในที่สุด

ช่องว่างการบริการที่เป็นจุดบกพร่องของการดำเนินการบริการและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานบริการให้มีคุณภาพ มีดังนี้

ช่องว่างที่ 1 เกิดขึ้นระหว่างความเข้าใจของผู้บริหารการบริการต่อความคาดหวังของลูกค้าไม่ตรงกัน

ช่องว่างที่ 2 เกิดขึ้นระหว่างการถ่ายทอดการรับรู้ความเข้าใจของผู้บริหารการบริการออกมาเป็นแบบนโยบายการให้บริการ ซึ่งเบี่ยงเบนเนื่องจากการใช้ข้อความไม่ชัดเจน ตีความได้หลายอย่าง

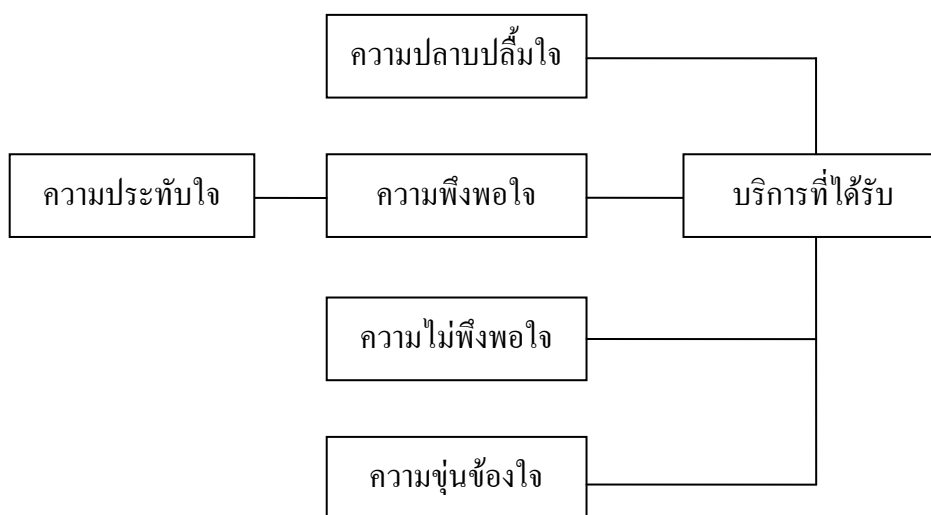
ช่องว่างที่ 3 เกิดขึ้นระหว่างการส่งมอบสินค้าหรือการให้บริการไม่สอดคล้องตามนโยบายการให้บริการตามขั้นตอนหรือวิธีการที่วางไว้ ทำให้เกิดความบกพร่องในการควบคุมคุณภาพการเสนอการบริการได้

ช่องว่างที่ 4 เกิดขึ้นระหว่างการส่งมอบสินค้าหรือการให้บริการไม่เป็นไปตามพันธะสัญญาหรือข้อมูลข่าวสารที่องค์กรบริการเสนอต่อลูกค้า ทำให้สินค้าหรือบริการมีระดับคุณภาพแตกต่างไปจากข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการรับรู้มาและก่อให้เกิดความคาดหวัง

ช่องว่างที่ 5 เกิดขึ้นระหว่างการส่งมอบสินค้าหรือการบริการที่มีลักษณะแตกต่างไปจากความคาดหวังการบริการของผู้รับบริการ ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการให้ลดน้อยลงไปได้

ผู้บริหารการบริการจำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขช่องว่างเหล่านี้ โดยให้ความสนใจกับความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับให้มากที่สุด ทั้งนี้ระดับของความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับบริการที่ลูกค้าได้รับกับบริการที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับมีความแตกต่างกันน้อยเพียงใด หากไม่มีความแตกต่างระหว่างบริการที่ได้รับกับบริการที่คาดหวัง ลูกค้าย่อมมีความพึงพอใจในระดับพื้นฐานที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อลูกค้า ถ้าบริการที่ได้รับเบี่ยงเบนไปในทางที่น้อยกว่าบริการที่คาดหวัง ความไม่พึงพอใจก็จะทวีความรุนแรงขึ้นตามลำดับความคาดหวัง ซึ่งความไม่พึงพอใจกลายเป็นความขุ่นข้องใจและความโกรธได้ในที่สุด ภาพขององค์กรบริการก็จะ

เป็นลบก็จะติดลบอยู่ในความทรงจำของลูกค้าไปอีกนาน ในทางตรงกันข้ามหากผู้ให้บริการสามารถนำเสนอบริการได้ดีเกินกว่าที่สัญญาไว้ จนเหนือความคาดหวังของลูกค้า ความพึงพอใจจะทวีสูงขึ้นเป็นความปลาบปลื้มใจและความประทับใจลูกค้าไปนานเช่นเดียวกัน ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ (พิภพ อุดร, 2537, หน้า 66 อ้างถึงใน จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2545, หน้า 32)

แนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริหาร ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจในการบริการจำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่ไปทั้งต่อผู้รับบริการและผู้ให้บริการ (พิภพ อุดร, 2537, หน้า 66 อ้างถึงใน จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2545) ดังนี้

1. การตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอผู้บริหารการบริการจะต้องใช้เครื่องมือต่าง ๆ ที่มีในการสำรวจความต้องการ ค่านิยม และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการขององค์กร ซึ่งสามารถกระทำได้โดยการใช้บัตรแสดงความคิดเห็น การสำรวจและการวิจัยตลาด การสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า ตลอดจนการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการในองค์กรบริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนจากภายในและภายนอกองค์กรในการสะท้อนประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานบริการ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ข้อบกพร่องข้อได้เปรียบขององค์กร เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการอันนำมาซึ่งความพึงพอใจต่อการบริการ

2. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน ผู้บริหารการบริการที่จำเป็นจะต้องนำข้อมูลที่ระบุถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ข้อบกพร่องข้อได้เปรียบขององค์กร ต้นทุนของการดำเนินงาน แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูลอันเป็นประโยชน์มาประกอบการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และทิศทางขององค์กร โดยคำนึงถึงความชัดเจนและผลในทางปฏิบัติในนโยบายดังกล่าวให้สอดคล้องกับความสามารถกับความพร้อมขององค์กรและผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งเป็นที่ยอมรับและรับรู้ถึงปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งส่งผลให้การบริการและคุณภาพของการบริการต่อผู้รับบริการ

3. การกำหนดกลยุทธ์การบริการให้มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารการบริการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการบริการที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับเป้าหมาย และทิศทางขององค์กร โดยใช้กลยุทธ์สมัยใหม่เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่าง ๆ เช่น การจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าด้วยระบบฐานข้อมูล โดยเฉพาะเครื่องคอมพิวเตอร์ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงการติดต่อกับหน่วยงานในองค์กรบริการหรือการจัดส่งข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้าทางโทรสารหรือเครือข่ายข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ปัจจุบันผู้บริหารการบริการนิยมนำแนวคิดด้าน “การบริหารกลยุทธ์” ที่คำนึงถึงการให้ความสำคัญกับบรรยากาศการทำงานระหว่างพนักงานบริหารภายในองค์กร เช่นเดียวกับการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้าภายนอกให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน นอกจากนี้ องค์กรบริการต่างตระหนักถึงบทบาทสำคัญของการสื่อสารต่อการสร้างความคาดหวังในการบริการของผู้รับบริการ ซึ่งเปรียบเสมือนการให้คำมั่นสัญญาในการบริการซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารในระดับที่พอเหมาะและตรงความเป็นจริง

4. การพัฒนาคุณภาพและความสัมพันธ์ในกลุ่มพนักงาน การพัฒนาบุคลากรในองค์กรบริการให้มีคุณภาพและมีจิตสำนึกของการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการบริการให้เกิดขึ้นอย่างแท้จริง จะต้องเริ่มจากการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของการปฏิบัติงานบริการในด้านความรับผิดชอบต่อการทำงานและผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ การพัฒนาให้ความรู้ความเข้าใจ ความสำคัญของลูกค้าหรือผู้รับบริการ และความพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด การสนับสนุนการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม การนำเสนอบริการต่อลูกค้าอย่างเป็นระบบ การจูงใจผู้ปฏิบัติงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรจะปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ตลอดจนการสร้างกิจกรรมให้เกิดความกลมเกลียวและพร้อมที่จะทำหน้าที่บริการลูกค้า

5. การนำกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการไปปฏิบัติและประเมินผล ผู้บริหารการบริการจะต้องสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นความสำคัญของความพึงพอใจของผู้รับบริการให้เกิดขึ้นทุกฝ่าย ทุกขั้นตอนทุกระดับของผู้เกี่ยวข้องกับการบริการ

พนักงานทุกคนต้องยึดหลักการทำหน้าที่เพื่อประโยชน์ของลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานทุกอย่าง ตั้งแต่การกำหนดนโยบายการวางแผนจัดการ การออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการจนถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการที่มุ่งเน้นไปสู่เป้าหมายของ “การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับใช้บริการ” อย่างแท้จริง ทั้งนี้องค์กรบริการจำเป็นต้องมีระบบหรือกลไกในการรวบรวมข้อมูลเพื่อเป็นการประเมินผลกิจกรรมการให้บริการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องด้วย เพราะข้อมูลดังกล่าวนอกจากนำมาใช้ปรับปรุงกลยุทธ์การบริการให้ดีขึ้นแล้ว ยังเป็นข้อมูลสำคัญในการชี้แนะให้เห็นโอกาสในการนำเสนอการบริการใหม่ ๆ ตามความต้องการของลูกค้าได้

ประโยชน์ของการวัดความพึงพอใจของลูกค้า

การวัดความพึงพอใจของลูกค้าสามารถสรุปได้ว่า เกิดประโยชน์อย่างยิ่งได้ถึง 4 ประการ ดังนี้

1. การวัดความพึงพอใจของลูกค้าทำให้องค์กรธุรกิจและบุคลากรมีสัญชาตญาณของการมุ่งมั่นเอาชัยชนะ และต้องการความสำเร็จทั้งยังช่วยเสริมสร้างระบบการให้รางวัลหรือผลตอบแทนที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานการวัดที่มีจุดมุ่งหมาย ซึ่งทั้งหมดย่อมส่งผลต่อเนื่องไปสู่คุณภาพสินค้าและบริการที่ดีกว่าแก่ลูกค้า
2. การวัดความพึงพอใจของลูกค้าทำให้องค์กรธุรกิจและบุคลากรรู้ถึงขีดขึ้นมาตรฐานของผลงานตามปกติตลอดจนขึ้นมาตรฐานที่ดีที่สุดที่เป็นไปได้ ทั้งยังสามารถเปรียบเทียบกับมาตรฐานทั่วไปของธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อใช้ในการตัดสินใจปรับปรุงการดำเนินงาน ตลอดจนการสร้างสรรคสินค้าและบริการให้ดีขึ้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นของลูกค้า
3. การวัดความพึงพอใจของลูกค้าทำให้องค์กรธุรกิจและบุคลากรรับรู้อย่างชัดเจนว่าต้องทำอะไรเพื่อปรับปรุงคุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งข้อมูลเพื่อการปรับปรุงที่ชัดเจนนั้นต้องแสวงหาจากลูกค้าโดยตรง
4. การวัดความพึงพอใจของลูกค้าทำให้องค์กรธุรกิจและบุคลากรเกิดแรงจูงใจในทางบวกที่จะตั้งใจปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น โดยการเพิ่มทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างชัดเจน

การบริหารความพึงพอใจของลูกค้า

ภายหลังจากที่องค์กรธุรกิจรับทราบระดับความพึงพอใจของลูกค้าแล้ว แม้ว่าองค์กรธุรกิจจะมี 2 ทางเลือกในการดำเนินงาน กล่าวคือการบริหารเชิงรุกและเชิงรับ แต่องค์กรธุรกิจที่มุ่งมั่นจะฝ่าฟันไปสู่จุดหมายที่ดีกว่าย่อมต้องเลือกการบริหารเชิงรุกแน่นอน ทั้งนี้ การบริหารในเชิงรุกมีหลากหลายถึง 9 ประการสำคัญ ดังนี้

1. การกำหนดเป้าหมายเป็นองค์กรธุรกิจที่ให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ ในทุกภาคทุกส่วนขององค์กรจะต้องมีทั้งโครงสร้างและบทบาทที่มุ่งสนองประโยชน์ต่อลูกค้าอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน

2. การมุ่งมั่นทำความรู้จักกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดให้มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าผู้ใกล้ชิดกับองค์กรเหล่านั้นเป็นผู้เสนอสิ่งที่ตนเองต้องการจากองค์กร โดยผ่านการสร้างความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดภายใต้หลักการที่มุ่งสืบเสาะให้ได้ว่าจะอะไรคือสิ่งที่พวกเขาต้องการอย่างแท้จริง

3. การมุ่งมั่นสร้างคุณภาพจากภายในองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าประทับใจอย่างลึกซึ้งซึ่งว่ามีไม่เพียงแต่สินค้าและบริการจากองค์กรที่ถูกตาถูกใจในปัจจุบันเท่านั้น หากแต่องค์กรธุรกิจเหล่านี้มีความพร้อมเสมอสำหรับสินค้าและบริการที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย

4. การกำหนดแนวทางการปลูกฝังบุคลากรให้มีจิตสำนึกรักและให้เกียรติแก่ลูกค้า ทั้งนี้เพื่อสร้างความแตกต่างและโดดเด่นจากองค์กรธุรกิจอื่นที่มีสินค้าและบริการเหมือนกันหรือสามารถทดแทนกันได้

5. การฝึกอบรมบุคลากรให้พร้อมรับการสร้างคุณภาพสินค้าและบริการ ทั้งนี้เพื่อสร้างความตระหนักให้แก่บุคลากรทุกหน้าที่ และความรับผิดชอบทุกระดับชั้นเนื่องจากบุคลากรขององค์กรย่อมเป็นตัวแทนในเบื้องต้นขององค์กรนั้น

6. การกระจายอำนาจให้แก่บุคลากรในระดับบริหารอย่างเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้บุคลากรบางส่วนที่อยู่ในระดับบริหารสามารถตัดสินใจ ตลอดจนแก้ปัญหาความคับข้องใจของลูกค้าในเบื้องต้นได้อย่างรวดเร็ว

7. การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อจัดทำกระบวนการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงอย่างถูกต้องเหมาะสมต่อทุกสถานการณ์และโอกาส

8. การชื่นชมและให้รางวัลตอบแทนให้แก่บุคลากรและลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้บุคลากรได้รับรู้ว่าองค์กรสนใจและแสดงความชื่นชมต่อการปฏิบัติงานและผลงานของพวกเขา ขณะเดียวกันลูกค้าก็ได้รับรู้สำนักแห่งความขอบคุณที่องค์กรมีให้อย่างจริงจัง

9. การพัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนอย่างแท้จริงภายใต้กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการ จึงมุ่งที่จะสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นจากคู่แข่งด้วยกันเป็นหลักสำคัญ

เครื่องมือในการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า

นักการตลาดสามารถใช้เครื่องมือในการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้ดังนี้ (สุวิมล แม้นจริง, 2546, หน้า 22)

1. ระบบร้องเรียนและให้คำแนะนำ เช่น การติดตั้งกล่องรับแสดงความคิดเห็นของลูกค้า

มีสายด่วนลูกค้าสามารถโทรเข้ามาร้องเรียนได้ตลอดเวลา

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เช่น การออกแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้า โดยสอบถามถึงความคาดหวังที่คาดว่าจะได้จากการใช้บริการ หรือการสอบถามถึงปัญหาที่พวกเขาประสบรวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ เป็นต้น

3. การปลอมตัวเป็นลูกค้าของบริษัท โดยจ้างบุคคลอื่นปลอมตัวเป็นลูกค้าเพื่อหาจุดอ่อนหรือจุดเด่นในการซื้อผลิตภัณฑ์บริการของบริษัทและของกลุ่มแข่ง หรืออาจทำที่เป็นลูกค้าโทรศัพท์เข้าไปสอบถามหรือขอความช่วยเหลือจากบริษัท เพื่อเป็นการตรวจสอบพฤติกรรมการทำงานของคนในบริษัท

4. การวิเคราะห์ลูกค้าที่เสียไป โดยการติดต่อกับลูกค้าที่เลิกใช้บริการของบริษัท เพื่อค้นหาสาเหตุของการเลิกใช้บริการดังกล่าว

สรุปได้ว่า การเสริมสร้างความพึงพอใจในคุณภาพบริการจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการควบคู่ไปกับการสร้างความพึงพอใจของผู้ให้บริการ โดยการสำรวจ และตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการในกระบวนการบริการ และการจัดการงานบริการ เพื่อกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาข้อบกพร่องของการให้บริการที่เกิดขึ้นในระบบการบริการลดน้อยลง และนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหญ้าเทียม และข้อมูลสนามฟุตบอล

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหญ้าเทียม

ประวัติโดยย่อของอุตสาหกรรมสนามหญ้าเทียม จุดเริ่มต้นคือเมื่อต้นทศวรรษที่ 1960 บริษัท Monsanto ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ “ดูเหมือนหญ้าและทำหน้าที่เหมือนหญ้า” ซึ่งนับว่าเป็นงานที่ทำทายมากในการทดลองเพื่อค้นหาว่าทำอย่างไรให้หญ้าโตอย่างธรรมชาติ มีไม่กี่คนที่ทราบว่าทำไมลูกบอลจึงดังไปในทิศทางต่างตามแต่สภาพต่าง ๆ แม้กระนั้นก็ตาม ทีมวิศวกรได้พยายามจนสร้างสนามกีฬา Providence Rhode Island ได้ เมื่อเข้าสู่ปี ค.ศ. 1965 สนามกีฬา Houston Astrodome สร้างเสร็จ เป็นสนามกีฬาปิดแห่งแรก ซึ่งนับเป็นการเปิดตลาดหญ้าเทียมอย่างไม่ตั้งใจ ในขณะที่จุดเด่นของสนามคือหลังคาโปร่งแสงทำให้แสงเข้ามาเกินไปจนต้องถูกปิด การเปลี่ยนแปลงนี้มีผลกระทบโดยตรงต่อหญ้าในสนามเพราะหญ้าเริ่มตายลง เจ้าของสนามต้องหาวิธีแก้โดยการนำหญ้าเทียมมาปลูกแทน นับแต่นั้นสนามหญ้าเทียมจึงเป็นที่รู้จัก และนิยมในอเมริกา (Emmons, 2000, p. 446 อ้างถึงใน สุภกิจ กิจจนศิริ, 2554)

ช่วงสิบปีถัดมาดีไซน์ของสนามหญ้ามีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยเนื่องจากเริ่มมีเสียงบ่นจากทีมผู้เล่นว่าสนามทำให้เกิดอุบัติเหตุ ปลายศตวรรษที่ 70 จึงมีการปรับปรุงดีไซน์ของสนามใหม่แต่คงรูปแบบเดิมไว้ ในช่วงเวลานั้น John B Giraud ผู้ก่อตั้ง Target Technologies ได้ก่อตั้งสมาคมอุตสาหกรรมสนามหญ้าเทียมเพื่อกีฬา และขณะนั้นเขาทำงานในอุตสาหกรรมซิลิกาซึ่งมีประโยชน์ต่อนักกีฬาขณะเล่นบนสนาม ขนาดเล็กของทราย 20-40 Silica มีลักษณะกลมและไม่มีขอบแหลมคม จึงโรยทรายลงไปบนสนามซึ่งเป็นผลดีต่อหญ้าและตัวนักกีฬา

ช่วงต้นทศวรรษ 1990-2001 มีการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมทรายซิลิกา และ/หรือยางรถยนต์รีไซเคิล ทำให้เกิดปัญหาการระบายน้ำ ประสิทธิภาพสนามใกล้เคียงกับสนามหญ้าจริงขึ้นทุกที จึงมีการคิดหาดีไซน์ใหม่ ๆ มาแข่งขัน Target Technologies International (TTII) ได้เกิดขึ้นเพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจในปี ค.ศ. 2001 TTII เริ่มขยายบริการไปสู่การหาแหล่งผลิตการขนส่งในอุตสาหกรรมหญ้าเทียม

TTII กลายเป็นผู้ขายทราย และ/หรือ Crumb rubber ทรายแรก ๆ ในอเมริกาเหนือ หลายปีที่ผ่านมา Giraud และพนักงานพัฒนาปรับปรุงสเปค Crumb rubber โดยการปรับปรุงขนาดและความกลม ในที่สุดจึงกำจัด 30 และ 40 Mesh particulates อย่างละเอียดออก รวมทั้งเส้นใย เหล็ก และหิน ช่วยยกระดับการติดตั้งและประสิทธิภาพสนาม ซึ่งนับเป็นความภูมิใจอย่างยิ่งขณะนี้เริ่มต้นศตวรรษที่ 21 อุตสาหกรรมฟุตบอลยังคงเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ (ฝรั่งเศส: Fédération Internationale de Football Association) หรือฟีฟ่า (FIFA) เป็นองค์กรที่ดำเนินการในกีฬาฟุตบอลระหว่างประเทศและเป็นองค์กรกีฬาที่ใหญ่ที่สุดในโลกปัจจุบัน สำนักงานอยู่ที่ซูริก ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ได้สนับสนุนการใช้สนามหญ้าเทียม ในการแข่งขันนานาชาติ โดยเฉพาะกฎใหม่ของ องค์กรกีฬาฟุตบอลระหว่างประเทศ (FIFA) สนับสนุนการใช้สนามหญ้าเทียมแต่ใช้ส่วนประกอบใหม่และมีศักยภาพ ทำให้อุตสาหกรรมหญ้าเทียมเจริญเติบโตหลายเท่าตัวกำลังขยายบริการและเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง (สุทธิ ปรึกษาเชี่ยวชาญ, 2553, หน้า 24)

สำหรับในประเทศไทยธุรกิจการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้เริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 แต่ในช่วงนั้นยังไม่ได้รับความนิยม เนื่องจากมีปัญหาผู้เล่นได้รับบาดเจ็บจากการใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ต่อมาบริษัทผู้ผลิตหญ้าเทียมได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกับหญ้าจริงมากที่สุด และช่วยลดการบาดเจ็บในการเล่น จึงเกิดการนิยมอย่างแพร่หลายในโซนประเทศยุโรปซึ่งมีสภาวะทางอากาศเป็นเขตกึ่งหนาว หิมะตก ทำให้หมดปัญหาในการดูแลรักษาหญ้าจริงและปัญหาการปลูกหญ้าไม่ขึ้นซึ่งหญ้าเทียมสามารถจัดการปัญหาดังกล่าวได้ทั้งหมด ในประเทศไทยที่มีภูมิประเทศ เป็นเขตร้อนชื้น ฝนตกชุก ได้รับความนิยมในการติดตั้งหญ้าเทียมเช่นกัน เพราะปัญหา

การดูแลรักษา หญ้าจริงมีค่าใช้จ่ายสูงและใช้เวลาพักผ่อนนานสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ สนามฟุตบอล หญ้าเทียมสามารถตอบโจทย์ได้อย่างตรงประเด็น ประโยชน์ของสนามฟุตบอล หญ้าเทียมที่ผู้ประกอบการธุรกิจสนามฟุตบอลได้รับ (วิวิธ เสนาวัตร, 2555) ปัจจุบันหญ้าเทียม ได้รับความนิยมน้อยแพร่หลายในประเทศไทยด้วยคุณสมบัติของหญ้าเทียมที่ได้รับการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกับหญ้าจริง มีความสวยงาม นุ่ม คล้ายคลึงกับหญ้า ธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังง่ายต่อการดูแลรักษา ประหยัดเวลาและประหยัดค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาสนามหญ้าโดยที่ สนามฟุตบอลหญ้าเทียมสามารถสร้างโอกาสในการประกอบธุรกิจได้ดีกว่าสนามฟุตบอลจริง ดังนั้น ประหยัดค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาสนามฟุตบอล ผลประกอบการสูงขึ้น ไม่เสียโอกาสในการทำ ธุรกิจ หญ้าเทียมสามารถเปิดบริการได้ทุกวันไม่ต้องใช้เวลาในการพักผ่อนที่ยาวนาน นักกีฬา สามารถเล่นได้แม้ในขณะฝนตก ส่งเสริมทัศนียภาพของสนามฟุตบอลให้ดีขึ้นมีมาตรฐานมากขึ้น เพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้ใช้บริการสามารถเล่นได้ทุกวัน และ ผู้ประกอบการสามารถทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อไปได้เช่น ร้านอาหาร เครื่องดื่ม กาแฟสด สปา ฯลฯ (วราวุธ มหิมา, 2555)

ประโยชน์ของหญ้าเทียม

1. สภาพสนามมีความสม่ำเสมอ ไม่เหมือนสนามหญ้าธรรมชาติ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม สามารถเล่นได้ตลอดทั้งปีเนื่องจากไม่ไวต่อสภาพอากาศที่ทำความเสียหายแก่สนามหญ้า ธรรมชาติ จะดูดซึมน้ำจำนวนมากโดยน้ำไม่ท่วมและไม่ได้รับความเสียหายจากน้ำหรือ แสงแดดที่รุนแรง
2. ความทนทาน สนามหญ้าสังเคราะห์สามารถเล่นได้ที่ย่อยกว่าและนานกว่า สนามหญ้าธรรมชาติเริ่มเสื่อมลงหลังจากใช้เล่นประมาณ 250 ชั่วโมงต่อปีในขณะที่สนามหญ้า สังเคราะห์สามารถเล่นได้ใน 24 ชั่วโมง 7 วันต่อสัปดาห์ ขึ้นอยู่กับการบำรุงรักษาปกติ
3. ความเอนกประสงค์ สนามหญ้าเทียม ถ้าดูแลด้วยความระมัดระวังที่ถูกต้อง สนามหญ้าเทียมสามารถใช้พื้นที่ทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น คอนเสิร์ตและการประชุมสาธารณะซึ่งให้ โอกาสที่จะเพิ่มรายได้จากสนาม
4. ลดค่าใช้จ่าย และค่าบำรุงรักษา การรักษาสถาปัตยกรรมชาติต้องใช้แรงงานที่มาก และต้องการการลงทุนที่สำคัญของเวลา ความพยายามและเงินลงทุน ในขณะที่การบำรุงรักษา ปกติเป็นสิ่งสำคัญเพื่อรักษาชีวิตของคุณภาพของสนามกีฬาหญ้าเทียม มันง่ายขึ้นมากและราคา ไม่แพงมากในระยะยาว
5. ความคุ้ม ถ้ามองในระยะสั้นการพัฒนาและการลงทุนสำหรับการติดตั้งระบบสนามหญ้า ฟุตบอลหญ้าเทียมนั้นสูงกว่าสนามหญ้าธรรมชาติ แต่ถ้ามองในระยะยาว ถือว่าเป็นมากกว่าการชดเชย

โดยลดเงินทุนลงอย่างมากในอนาคตและลดค่าใช้จ่ายรายปี ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์และค่าแรงงานน้อยลง ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และลดค่าใช้จ่ายต่อการใช้สนามเมื่อเปรียบเทียบกับสนามหญ้าธรรมชาติ นอกจากนี้สนามหญ้าเทียมสามารถเล่นได้ตลอดทั้งปี ซึ่งผลกระทบจากสภาพอากาศจนต้องยกเลิกการแข่งขันจะลดลง และสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากพื้นที่ของสนามหญ้าเทียม โดยการรองรับการจัดกิจกรรมอื่น ๆ จึงส่งผลให้ได้กำไรเพิ่มมากขึ้น จากเดิม (Emmons, 2000, p. 446 อ้างถึงใน ศุภกิจ กิจจนศิริ, 2554)

ความนิยมของสนามหญ้าเทียม เป็นธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ในเขตกรุงเทพมหานครมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่ทำธุรกิจประเภทนี้ เพราะในปัจจุบันกีฬาฟุตบอลเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากคนไทยทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็น นักเรียน นักศึกษา วัยทำงานรวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่รักการเล่นกีฬาชนิดนี้ ทำให้เล็งเห็นศักยภาพของธุรกิจชนิดนี้ว่ามีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตขึ้นอีกมากมาย ส่งผลให้ธุรกิจนี้มีความน่าสนใจที่จะลงทุน ซึ่งการลงทุนแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ สนามฟุตบอลในร่ม และสนามฟุตบอลกลางแจ้ง ซึ่งจะลงทุนโดยเช่าหรือซื้อพื้นที่รายได้หลักที่เกิดขึ้นคือ ค่าเช่าสนามฟุตบอลที่ให้บริการซึ่งจะคิดในราคา 500 -1,000 บาท ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและโปร โมชั่นของธุรกิจที่จัดขึ้นมา และยังมีรายได้อื่น ๆ เช่น ค่าเครื่องดื่ม ขนมอบเขียว เป็นต้น

ข้อมูลของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 3 ข้อมูลที่ตั้ง และราคาของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ธุรกิจสนามฟุตบอล หญ้าเทียม	ที่ตั้ง	ราคาต่อชั่วโมง (บาท)	แหล่งที่มาของข้อมูล
1. ศรีราชาอารีน่า	888 หมู่ 6 ถนนสุขุมวิท ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230	1,100-1,500	ศรีราชาอารีน่า สปอร์ตคลับ (Sriracha Arena Sport Club) (ม.ป.ป.)
2. เค ฟุตบอล สเตเดียม พัทยา	215/2 หมู่ที่ 9 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150	1,200-1,500	เค ฟุตบอล สเตเดียม พัทยา (K Football Stadium Pattaya) (ม.ป.ป.)
3. ทศนา สตัด ฟุตซอล	53 หมู่ 6 ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130	1,200	ณัฐพงษ์ โดมา (สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2557)
4. พีโอเอ สเตเดียม	หมู่ 3 ตำบลบ่อวิน อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230	800-1,000	พีโอเอ สเตเดียม (ม.ป.ป.)
5. สกายคิก	700/554 หมู่ 7 ตำบลคอนหัวพ้อ อำเภอเมือง จังหวัด ชลบุรี 20000	1,000-1,200	สกายคิก (Sky Kick) (ม.ป.ป.)
6. บราเธอร์ ฟุตซอล	131/9 ซอยอู่เวชสวรรค์ หมู่ 3 ตำบลบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000	600-800	บราเธอร์ ฟุตซอล (Brother Futsal) (ม.ป.ป.)
7. อมตะ ซอกเกอร์ สเตเดียม	นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ตำบลคอนหัวพ้อ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000	1,000-1,200	อมตะ ซอกเกอร์ สเตเดียม (Amata Soccer Stadium) (ม.ป.ป.)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ธุรกิจสนามฟุตบอล หญ้าเทียม	ที่ตั้ง	ราคาต่อชั่วโมง (บาท)	แหล่งที่มาของข้อมูล
8. ซอคเกอร์เพลย์ ชลบุรี	77/888 ซอยนารวมตเสวี 4/3 หมู่ 3 ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130	1,000-1,200	ซอคเกอร์เพลย์ (Soccer Play) สนามฟุตบอลหญ้า เทียมชลบุรี (ม.ป.ป.)
9. บางแสนฟุตบอลคลับ	7/17 เนตรดี 5 ถนนเนตรดี ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130	1,200-1,500	บางแสนฟุตบอลคลับ (Bangsaen Football Club) (ม.ป.ป.)
10. โกลคลับฟุตซอล บางแสน	20/10 ถนนบางแสนสาย 4 เหนือ ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130	750	โกลคลับฟุตซอล บางแสน (Goal Club Futsal Bangsaen) (ม.ป.ป.)
11. พีคสกอว์คลับ	หมู่บ้านดอนบน 1 ตำบลดอนหัวฬ่อ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000	1,400	พีคสกอว์คลับ (Peak Score Club) (ม.ป.ป.)
12. เจ็ดประจัญบาน	1/1 บางแสน ซอย 22 ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัด ชลบุรี 20130	800-1,200	เจ็ดประจัญบาน (ม.ป.ป.)

การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

การจัดลำดับสำหรับข้อมูลแบบตอบสนองคู่

รูปแบบของการให้ตอบข้อมูลแบบตอบสนองคู่ (Dual-response format) มักปรากฏในแบบสอบถามที่มีข้อความให้ตอบในรูปมาตราประมาณค่า โดยให้ระบุข้อมูลทั้งสองชุด คือ ระดับของสภาพที่เป็นอยู่จริงและสภาพที่ควรจะเป็น รูปแบบนี้สร้างขึ้นโดยมีพื้นฐานแนวคิดของการนิยามความต้องการจำเป็นตามโมเดลความแตกต่าง (Discrepancy model) วิธีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสามารถกระทำดังต่อไปนี้

กลุ่มวิธีที่ใช้หลักประเมินความแตกต่าง

วิธีการใช้หลักประเมินความแตกต่างพบว่าเป็นที่นิยมกันมาก เป็นวิธีที่มีรากฐานมาจากการประเมินความต้องการจำเป็นที่ใช้โมเดลความแตกต่าง ซึ่งมีการรวบรวมข้อมูลแบบการตอบสนองคู่ตามมาตรวัดที่แสดงระดับความสำคัญ (I = Importance) ของข้อความนั้น เปรียบเสมือนค่าที่บอกระดับของ “What should be” และมาตรวัดที่แสดงระดับรายข้อรายการนั้นได้รับการตอบสนองหรือระดับสัมฤทธิ์ผล (D = Degree of success) ที่เป็นอยู่ในขณะนั้น เปรียบเสมือนค่าที่บอกระดับของ “What Is” สูตรในการคำนวณระดับความต้องการจำเป็นแต่ละวิธีมีดังนี้

1. วิธี Mean Difference Method (MDF) กำหนดโดยหาผลต่างของค่าเฉลี่ยของ I และค่าเฉลี่ยของ D บางคนเรียกวิธีนี้ว่า Rang order of difference scores

$$MDF = I - D$$

ข้อดีของการใช้วิธีการจัดลำดับความสำคัญตามผลต่างของค่าเฉลี่ย คือ เป็นวิธีที่สามารถวิเคราะห์ได้ง่าย ไม่ต้องใช้สถิติวิเคราะห์ขั้นสูง สามารถวิเคราะห์ด้วยมือ และเป็นที่ยอมรับง่าย ข้อเสียของวิธีนี้ คือ บางครั้งความต้องการจำเป็นหลายข้อมีคะแนนความแตกต่าง (Difference score) เท่ากันทำให้มีการตีความว่าเป็นความต้องการจำเป็นที่มีความสำคัญเท่ากัน โดยไม่ได้ให้ความสนใจกับสภาพที่เป็นอยู่จริงกับสภาพที่ควรจะเป็นว่ามากหรือน้อย วิธีนี้เป็นที่วิจารณ์กันว่าข้อรายการหลายข้ออาจมีระดับความคาดหวัง (Expected หรือ What should be) สูงมาก แต่ผลการวิเคราะห์ก็อาจปรากฏว่าไม่ใช่ความต้องการจำเป็นในระดับต้น ๆ ถ้าหากว่าข้อรายการนั้นมีระดับบรรลุความสำเร็จหรือสภาพที่เป็นจริง (What is) สูงด้วย ในขณะที่บางข้อรายการซึ่งไม่ได้เป็นข้อที่มีระดับความคาดหวังสูง (สำคัญน้อยกว่า) แต่ระดับสัมฤทธิ์ผลหรือสภาพที่เป็นจริงต่ำอาจเป็นความต้องการจำเป็นที่มีความสำคัญสูงกว่า ด้วยข้อจำกัดของวิธีนี้จึงทำให้นักวิชาการคิดหาวิธีอื่นที่

เหมาะสมกว่ามาทดแทน โดยใช้น้ำหนักความสำคัญให้กับระดับที่คาดหวังเป็นตัวถ่วงคะแนน เรียกว่า วิธี Priority Need Index (PNI)

2. วิธี Priority Need Index (PNI) เป็นวิธีการเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นซึ่งพัฒนาขึ้นมาโดยใช้ค่าสถิติในรูปดัชนีที่สามารถบอกค่าต่ำสุดและสูงสุดได้ Lane, Crofton และ Hall (1983 cited in Witkin, 1984) ได้สร้างดัชนีนี้ชื่อว่า Priority Need Index (PNI) ซึ่งดัดแปลงมาจากวิธีการเรียงลำดับตำแหน่งความต้องการจำเป็นจากความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของสภาพที่คาดหวังกับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Mean difference) โดยการถ่วงน้ำหนักของผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง I และ D ด้วยน้ำหนักความสำคัญของ I

$$PNI = (I - D) \times I$$

3. วิธี Priority Need Index (PNI) แบบปรับปรุง เป็นสูตรที่ปรับปรุงจากสูตร PNI ดั้งเดิม โดยนงลักษณ์ วิรัชชัย และสุวิมล ว่องวานิช เป็นวิธีการที่หาค่าผลต่างของ (I - D) แล้วหารด้วยค่า D เพื่อควบคุมขนาดของความต้องการจำเป็นให้อยู่ในพิสัยที่ไม่มีช่วงกว้างมากเกินไป และให้ความหมายเชิงเปรียบเทียบ เมื่อใช้ระดับของสภาพที่เป็นอยู่เป็นฐานในการคำนวณค่าอัตราการพัฒนาเข้าสู่สภาพที่คาดหวังของกลุ่ม

$$PNI_{\text{Modified}} = (I - D) / D$$

4. การวิเคราะห์เมทริกซ์ (Matrix analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่เน้นการเสนอผลการดำเนินงานของหน่วยงานในส่วนที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนที่ควรได้รับการพัฒนา โดยการแบ่งตารางออกเป็น 4 ช่อง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพที่มุ่งหวัง (หรือเรียกว่าเกณฑ์ที่ควรจะเป็น) และสภาพที่เกิดขึ้นจริง จุดที่ใช้ในการแบ่งอาจเป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนสูง-ต่ำที่กำหนด หรือเกณฑ์ที่ผู้ประเมินเห็นว่าเหมาะสมที่จะตัด (Cut-off score)

สรุปได้ว่าในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธี Priority Need Index (PNI modified) เพื่อใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี และนำผลการจัดลำดับความความต้องการจำเป็น ลำดับที่ 1-5 มาเป็นแนวคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group interview)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศไทย

ชุตিকাญจน์ จิตต์เป็นธรรม (2547) ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาปากเพรียว จังหวัดสระบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคาร เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพบริการที่ได้รับจากธนาคารของผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มาใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทย สาขาปากเพรียว 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่าระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการความเชื่อถือได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การเข้าถึงจิตใจผู้รับบริการอยู่ในระดับสูง ผู้ใช้บริการที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ในคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน ส่วนเพศ สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการที่ไม่แตกต่างกัน สำหรับผู้ให้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านประเภทบริการที่ใช้ ลักษณะบริการที่ใช้ วันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และสาเหตุที่มาใช้บริการ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการที่ไม่แตกต่างกัน โดยข้อเสนอแนะของงานวิจัยคือ การหาแนวทางปรับปรุงพัฒนาคุณภาพบริการตลอดจนข้อมูลทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเพื่อสร้างความไว้วางใจ ความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ให้บริการ เพื่อผู้ให้บริการจะได้กลับมาใช้บริการของธนาคารอย่างต่อเนื่อง

สุนันทา ยอดเพชร (2551) การประเมินคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการงานเภสัชกรรมในสถานบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิในกรุงเทพมหานคร การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการงานเภสัชกรรมซึ่งแสดงถึงคุณภาพการบริการในสถานบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้รับบริการงานเภสัชกรรมในสถานบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิในกรุงเทพมหานคร จำนวน 408 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติวิเคราะห์ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ และสถิติวิเคราะห์ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มประชากรแบบจับคู่ โดยประมวลผลจากโปรแกรม SPSS for Window ผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา/ ปวช. ประกอบอาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจหรือพนักงานของรัฐ และอาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มารับบริการโดยใช้สิทธิบัตรทอง (30 บาทรักษา

ทุกโรค) ใช้เวลาในการเดินทางเพื่อมารับบริการ 30 นาทีหรือน้อยกว่า เคยมารับบริการที่สถานบริการ สาธารณสุขแล้วมากกว่า 4 ครั้ง และหน่วยงานที่มารับบริการคือ คลินิกตรวจรักษาโรคทั่วไป ผู้รับบริการมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านความมั่นใจและเอาใจใส่ในบริการ และด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยของคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของผู้รับบริการมีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง ทั้ง 5 ด้าน ซึ่งแสดงว่าคุณภาพการบริการอยู่ในระดับต่ำกว่าความคาดหวัง โดยด้านการรักษาความลับของผู้รับบริการเป็นด้านที่มีช่องว่างความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้มากที่สุด ดังนั้นควรมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการในด้านนี้มากที่สุด ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลที่ได้รับมาพัฒนากระบวนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นและเพื่อให้คุณภาพการบริการมีความสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการให้มากยิ่งขึ้น

วาสนา บุตร โปธิ์ (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า

ความคาดหวังในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเกือบทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ยกเว้นด้านสินค้า/บริการซึ่งอยู่ในระดับมาก

การรับรู้ในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่มีเพียงสองด้านอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านพนักงาน ตามลำดับ

ความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรีโดยรวมอยู่ในระดับประทับใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยรวมอยู่ในระดับประทับใจ โดยด้านสินค้า/ บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคาอยู่ในระดับประทับใจ ตามลำดับ

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความคาดหวังในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม พบว่าผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายที่ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกัน ความ

คาดหวังในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกาย ไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมพบว่าผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายที่ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการรับรู้ในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายที่มีเพศ และอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมพบว่าผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการรับรู้ในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กฤษฎา ตามประดิษฐ์ (2551) ได้ศึกษาความคาดหวังและความเป็นจริงต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่าง เป็นสมาชิกผู้ให้บริการในศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 340 คน (ชาย = 192 คน หญิง = 148 คน) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น 48 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา .97 และมีค่าความเชื่อมั่นด้านความคาดหวัง .98 ด้านความเป็นจริง .96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า

ระดับความคาดหวังต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านสถานที่ ด้านบริการ ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านประชาสัมพันธ์ตามลำดับ

ระดับความเป็นจริงต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และ

ด้านประชาสัมพันธ์ มีเพียงสามด้านอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านสถานที่ ด้านบริการ และด้านราคา ตามลำดับ

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีค่าความคาดหวังต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการของศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่แยกประเภทสมาชิก และความถี่การให้บริการต่างกัน มีความคาดหวังต่อการใช้บริการของศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ผู้ใช้บริการของศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีเพศแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีค่าความเป็นจริงต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการของศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีเพศแตกต่างกัน มีความเป็นจริงต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ผู้ใช้บริการของศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่แยกประเภทสมาชิก และความถี่การให้บริการแตกต่างกัน มีความเป็นจริงต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบความคาดหวังและความเป็นจริงต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวมมีความคาดหวังและความเป็นจริงต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

งานวิจัยต่างประเทศ

Jiju, Jiju and Sid (2004) ทำการประเมินคุณภาพบริการของโรงแรมในเครือในประเทศอังกฤษ โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยใช้กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในประเทศอังกฤษในบริเวณที่ต่างกัน 6 แห่ง ซึ่งการประมวลผลคุณภาพบริการนี้ทำโดยการปรับปรุงเครื่องมือ SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1990, p. 129) ซึ่งประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) 5) การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) จากผลการวิจัยพบว่า การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด และการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) เป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การให้บริการซ้ำเป็นปัญหาสำคัญของโรงแรมในเครือนี้ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่พนักงานขาดความเข้าใจในความต้องการของผู้มาใช้บริการ

Yu, Hsiu and Huang (2006 อ้างถึงใน วาสนา บุตรโพธิ์, 2549) ได้ศึกษา เรื่องคุณภาพ การบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีต่อ Taiwanese leisure industry วัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีต่อ อุตสาหกรรมการบันเทิงเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์เป็นที่น่าพอใจ ทั้งคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดี ของอุตสาหกรรม

Yu, Chang and Liang (2006, pp. 126-132) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการกับความ พึงพอใจและความภักดีในอุตสาหกรรมนันทนาการของชาวไต้หวันวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจ และความภักดีของอุตสาหกรรม นันทนาการ โดยใช้แบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง 200 ชุด และได้รับคืนกลับมา 182 ชุด คิด เป็นร้อยละ 91 จากประชากร โดยมีค่าความเชื่อมั่นจากแบบสอบถามคิดเป็นด้านคุณภาพบริการ 0.92 ด้านความพึงพอใจ 0.88 และด้านความภักดี 0.70 โดยวิเคราะห์ผลสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านประชากรศาสตร์พบว่า ความแตกต่างระหว่างด้านประชากรศาสตร์กับคุณภาพ การบริการ ความพึงพอใจและความภักดี
2. ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งต้องการ การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ
3. มีความสัมพันธ์กันทุกมิติ ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการและความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Lau (2006 อ้างถึงใน กฤษดา ตามประดิษฐ์, 2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความจงรักภักดีของผู้ใช้ เสื้อผ้ากีฬาในฮ่องกงพบว่าความภักดีของนักศึกษา 280 คนอายุระหว่าง 18-24 ปี ของการใช้เสื้อผ่า กีฬา มีปัจจัยด้านความภักดี คือ ตราสินค้า คุณภาพ ราคา รูปแบบ และสถานะการเก็บรักษา การส่งเสริมการขายและคุณภาพการบริการ ผู้บริโภคจะแบ่งเป็น 2 ประเภทคือผู้บริโภคที่มีความ ภักดีสูง และผู้บริโภคที่ชอบเปลี่ยนตราสินค้า การศึกษาสรุปว่าปัจจัยด้านตราสินค้า รูปแบบและ การส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่ใช้ในการแบ่งประเภทผู้บริโภคดังกล่าว ปัจจัยด้านตราสินค้า รูปแบบจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีสูง ส่วนการส่งเสริมการขายจะมีอิทธิพลต่อ ผู้บริโภคผู้บริโภคที่ชอบเปลี่ยนตราสินค้า ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งสอง กลุ่ม ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความจงรักภักดีต่อสินค้า

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีแนวทางในการทำวิจัย และช่วยในการออกแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพบริการ และ

การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ซึ่งทั้งหมดเป็นการวัดประสิทธิภาพของการบริการ ทั้งประเภทให้บริการ และรับบริการ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive research) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี เพศชาย ซึ่งมีจำนวนประชากรที่ไม่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้จากกรณีที่มีจำนวนประชากรไม่แน่นอน สามารถคำนวณโดยใช้สูตรของ Roscoe (1975, p. 183 อ้างถึงใน บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ, 2540, หน้า 70) ดังนี้

$$n = \left[\frac{(Z_c)(S)}{e_m} \right]^2$$

โดย	n	คือ	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	Z_c	คือ	มาตรฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ต้องการ
	S	คือ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	e_m	คือ	ความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้
	M_s	คือ	จำนวนเท่าของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยมีสูตรที่ใช้คำนวณ คือ

$$e_m = \frac{S}{M_s}$$

ตัวอย่าง ต้องการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรไม่ทราบจำนวน โดยกำหนดระดับความมั่นใจร้อยละ 95 (นัยสำคัญทางสถิติ .05) และความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ 10 เท่าของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

วิธีทำ เปิดตาราง 3: ที่นัยสำคัญทางสถิติ .05 แบบ 2-tailed (.025 x 2 = .05) คูณที่ Area beyond Z = .025 จะได้ $Z_c = 1.96$ แล้วแทนค่าในสูตร จะได้

$$\begin{aligned} n &= \left[\frac{(1.96)(S)}{\frac{S}{10}} \right]^2 \\ &= (1.96 \times 10)^2 \\ &= 384 \end{aligned}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 384 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ จึงได้ทำการสำรวจแบบสอบถามเพิ่มอีก 22 ชุด รวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 406 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเป็นจำนวน 406 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มจากประชากรธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี 12 แห่ง สนามย่อย 29 สนาม สนามละ 14 คน การสุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample random sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวนธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	จำนวนสนามย่อย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. สนาม ศรีราชาอารีน่า	4	56
2. สนาม อมตะ ซอคเกอร์ สเตเดียม	4	56
3. สนาม พีไอเอ สเตเดียม	3	42
4. สนาม สกายคิก	3	42
5. สนาม เค ฟุตบอล สเตเดียม พัทยา	2	28
6. สนาม ทศนา สตัดด์ ฟุตซอล	2	28
7. สนาม บราเธอร์ ฟุตซอล	2	28
8. สนาม บางแสนฟุตบอลคลับ	2	28
9. สนาม โกลคลับฟุตซอล บางแสน	2	28
10. สนาม ฟิสกอร์คลับ	2	28
11. สนาม เจ็ดประจัญบาน	2	28
12. สนาม ซอคเกอร์เพลย์ ชลบุรี	1	14
รวม	29	406

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากแบบประเมินคุณภาพบริการสนามแบดมินตันของนภพร ทศนัยนา (2557) เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซึ่งแบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม มีองค์ประกอบ 6 ด้าน จำนวน 52 รายการย่อย โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

ด้านบริการอำนวยความสะดวก

ด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม

ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม

ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย

ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบประมาณค่าระดับ โดยแบ่งระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงออกเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2540, หน้า 153) มีเกณฑ์คะแนนดังนี้

ระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริง

มากที่สุด	ให้คะแนน	5
มาก	ให้คะแนน	4
ปานกลาง	ให้คะแนน	3
น้อย	ให้คะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

จากนั้นนำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ตามเกณฑ์ของวิเชียร เกตุสิงห์ (2541, หน้า 36)

เกณฑ์การให้คะแนนคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริง

4.50-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง	มาก
2.50-3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง	น้อย
1.00-1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำมาสร้างแบบวัดครั้งนี้
2. ศึกษาแบบการประเมินคุณภาพการบริการสนามเบดมินตันของนภพร ทศนัยนา (2557) และปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยปรับปรุงแล้วไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงของเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน จากนั้นนำมาปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจน ก่อนนำไปทดลองใช้

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อทำการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2532, หน้า 174) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้แสดงถึงระดับความคงที่ของผลการตอบแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ค่าที่ได้ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นได้มาก

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ให้อาจารย์ที่ปรึกษาช่วยปรับปรุงแก้ไข และเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาเกี่ยวกับความตรงของเนื้อหา โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

- 1.1 ผู้มีความรู้หรือมีประสบการณ์หรือหน้าที่ในเรื่องของการบริหารจัดการกีฬา
- 1.2 ผู้มีความรู้หรือมีประสบการณ์หรือหน้าที่ในเรื่องการตลาดบริการ
- 1.3 ผู้มีความรู้หรือมีประสบการณ์หรือหน้าที่ในการบริหารสนามกีฬา

ตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนในการใช้ภาษาตลอดจนความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยการใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) ตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้ (บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์, 2543, หน้า 69)

ให้ 1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ให้ 0 หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ให้ -1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคำถามไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เกณฑ์การพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 ถือว่า ข้อคำถามข้อนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหา ถ้ามีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามนั้นควรปรับปรุงหรือตัดทิ้ง (พิชิต ฤทธิจรูญ, 2547, หน้า 243) ในการวิจัยครั้งนี้มีแบบสอบถาม 52 ข้อ ซึ่งทุกข้อผ่านเกณฑ์ 0.50 ขึ้นไป ดังนั้นจึงถือว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00

2. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบใช้กับผู้ให้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบภาษาความเข้าใจ ในการตอบคำถามทั้งฉบับ และทำการตรวจสอบค่าคงที่ของแบบสอบถาม นำข้อมูลที่มาตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2538, หน้า 174) และเมื่อตรวจสอบเป็นรายข้อกับผลรวมของค่าคำถามทั้งฉบับแต่ละชุดของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ (Corrected item-total correlation) เกณฑ์ ($r \geq .2$) โดยถือค่าคะแนนทั้งฉบับเป็นคะแนนที่แทนโครงสร้างรวมของเนื้อหาที่ต้องศึกษา จากนั้นพิจารณาตัดข้อคำถามที่มีค่าสหสัมพันธ์กับผลรวมของข้อคำถามที่เหลือน้อยกว่าออก (เรณา พงษ์เรืองพันธุ์ และประสิทธิ์ พงษ์เรืองพันธุ์, 2543) เนื่องจากค่าสหสัมพันธ์ที่ต่ำแสดงว่าข้อคำถามนั้น ไม่ได้วัดในสิ่งที่ เป็นโครงสร้างตามเนื้อหาและยังช่วยปรับปรุงให้แบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นสูงขึ้น (ชัชชัย งามสันติวงศ์, 2539, หน้า 32 อ้างถึงใน วาสนา บุตรโพธิ์, 2549, หน้า 53) ในการพิจารณาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ (2543, หน้า 199) ได้กล่าวไว้ว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในระดับที่ยอมรับได้ จะต้องไม่ต่ำกว่า .70 ขึ้นไป

แบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม มีค่าความเชื่อมั่นของคุณภาพที่คาดหวังทั้งฉบับเท่ากับ .96 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อตั้งแต่ .27 ถึง .77 และค่าความเชื่อมั่นของคุณภาพตามความเป็นจริงทั้งฉบับเท่ากับ .92 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อตั้งแต่ .23 ถึง .68

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

การใช้แบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวัดระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี และเปรียบเทียบระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธี Priority Needs Index (PNI modified) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมและนำผลการจัดลำดับความความต้องการจำเป็น 5 ลำดับแรก มาสร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี และรับรองแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี จากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group interview) โดยผู้เชี่ยวชาญที่คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 5 ท่าน โดยที่มีคุณสมบัติอย่างน้อยข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้

1. มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวน 2 ท่าน
2. มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงานด้านการบริหารงานธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่อย่างน้อย 5 ปี จำนวน 2 ท่าน
3. เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในการบริหารธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 3 สนามขึ้นไป จำนวน 1 ท่าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ทำหนังสือบันทึกข้อความเสนอต่อฝ่ายบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อออกหนังสือถึงผู้จัดการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ในการศึกษาครั้งนี้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย จากคณะวิทยาศาสตร์การกีฬามหาวิทยาลัยบูรพา
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไปทำการเก็บข้อมูลในหลากหลายเวลา จากผู้ใช้บริการจำนวน 406 คน พร้อมชี้แจงและรับคืนด้วยตนเอง ช่วงเวลาของการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557
4. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจดูความเรียบร้อย และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ
5. นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ มาสร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรีและรับรองแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี จากการสัมภาษณ์กลุ่ม
6. นำผลการสัมภาษณ์กลุ่มมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นพร้อมข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์ตามลักษณะข้อมูล 3 ส่วน ดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงบรรยาย อายุ ความถี่ของการใช้บริการ ใช้สถิติความถี่ และร้อยละ ข้อมูลด้านคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การเปรียบเทียบระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธี Priority Needs Index (PNI modified) เป็นวิธีการหาค่าผลต่างของ (I-D) แล้วหารด้วยค่า D เพื่อควบคุมขนาดความต้องการจำเป็นให้อยู่ในพิสัยที่ไม่มีช่วงกว้างมากเกินไป และให้ความหมายเชิงเปรียบเทียบ เมื่อใช้ระดับคุณภาพตามความเป็นจริงเป็นฐานในการคำนวณค่าอัตราการพัฒนาเข้าสู่คุณภาพที่คาดหวังของกลุ่ม (สุวิมล ว่องวานิช, 2548)

$$PNI_{\text{Modified}} = (I - D) / D$$

PNI_{Modified} หมายถึง ดัชนีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

I หมายถึง ค่าเฉลี่ย (Mean) ของคุณภาพที่คาดหวัง

D หมายถึง ค่าเฉลี่ย (Mean) ของคุณภาพตามความเป็นจริง

3. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยนำเสนอตารางประกอบด้วยความเรียง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ได้นำเสนอเป็นตารางประกอบด้วยความเรียงตามลำดับดังนี้ ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริง และผลการการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น (PNI) ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 3 การสร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group interview)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยมีข้อตกลงเกี่ยวกับการวิเคราะห์และการประมวลผลข้อมูลด้วยสัญลักษณ์ต่อไปนี้

n แทน กลุ่มตัวอย่าง

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

SD แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

PNI แทน ค่าดัชนีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ได้นำเสนอเป็นตารางประกอบด้วยความเรียงจำนวน 13 ตาราง ตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ ความถี่ในการเข้าใช้บริการของ
ผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล	กลุ่มตัวอย่าง (n = 406)	
	จำนวน	ร้อยละ
1. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	65	16.00
21-30 ปี	248	61.00
31-40 ปี	57	14.00
41 ปี ขึ้นไป	36	8.90
2. ความถี่ในการเข้าใช้บริการ		
2 ครั้ง/ สัปดาห์หรือน้อยกว่า	267	65.80
3 ครั้ง/ สัปดาห์หรือมากกว่า	139	34.20

จากตารางที่ 5 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี จำนวน 406 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 อายุระหว่าง 31-40 ปี 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อายุระหว่าง 41 ปีขึ้นไป 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 ความถี่ในการเข้าใช้บริการ ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการ 2 ครั้งต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 65.80 และรองลงมา 3 ครั้งต่อสัปดาห์หรือมากกว่า กลุ่มตัวอย่างเข้ามาใช้บริการ 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริง และผลการการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น (PNI) ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริง และผลการการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น (PNI) ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

การพัฒนาคุณภาพบริการ	คุณภาพที่คาดหวัง			คุณภาพตามความเป็นจริง			PNI	ลำดับ
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ		
1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม	4.13	.168	มาก	2.87	.215	ปานกลาง	0.439	1
2. ด้านบริการอำนวยความสะดวก	3.77	.362	มาก	2.76	.384	ปานกลาง	0.365	2
3. ด้านความเชื่อถือ/ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม	4.16	.072	มาก	3.51	.178	มาก	0.185	6
4. ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม	4.15	.071	มาก	3.34	.372	ปานกลาง	0.242	4
5. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	4.23	.089	มาก	3.42	.287	ปานกลาง	0.236	5
6. ด้านราคา การชำระเงิน และส่งเสริมการขาย	4.20	.151	มาก	3.22	.443	ปานกลาง	0.304	3
รวม	4.11	.170	มาก	3.19	.303	ปานกลาง	0.288	

จากตารางที่ 6 แสดงว่า คุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี คุณภาพที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, $SD = .170$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยที่ด้านความสะดวกในการเข้าถึงมีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, $SD = .089$) และด้านบริการอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.77$, $SD = .362$) และคุณภาพตามความเป็นจริงมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, $SD = .303$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจ

ในการจัดระบบการจัดการสนาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, $SD = .178$) และด้านบริการอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.76$, $SD = .384$) เมื่อพิจารณาค่า PNI และจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม (PNI = 0.439) ด้านบริการอำนวยความสะดวก (PNI = 0.365) ด้านราคาการชำระเงินและส่งเสริมการขาย (PNI = 0.304) ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม (PNI = 0.242) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง (PNI = 0.236) และด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม (PNI = 0.185) ตามลำดับ

ผลการจัดลำดับเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยนำเสนอได้นำเสนอเป็นตารางประกอบด้วยตารางเรียงแสดงผลรายการย่อยจำนวน 6 ตาราง ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

การพัฒนาคุณภาพบริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม	คุณภาพที่คาดหวัง		คุณภาพตามความเป็นจริง		PNI	ลำดับ
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
	1. ความสะอาด ความสวยงามทั่วไป บริเวณสนาม	4.26	.719	3.01	.966	0.415
2. คุณภาพของหญ้าเทียม นุ่ม รับแรงกระแทกเท้า ได้อย่างปลอดภัย	4.28	.710	3.08	1.181	0.389	6
3. คุณภาพและความสว่างของไฟในสนามเพียงพอต่อการแข่งขัน	4.37	.631	2.89	1.009	0.512	4
4. สภาพอุณหภูมิและการถ่ายเทอากาศได้เหมาะสม	4.25	.634	2.65	.862	0.603	2
5. จำนวนของห้องสุขาเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ	4.08	.787	2.97	1.069	0.373	7
6. จำนวนห้องอาบน้ำและเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเพียงพอกับผู้ใช้บริการ	4.01	.749	2.64	.885	0.518	3

ตารางที่ 7 (ต่อ)

การพัฒนาคุณภาพบริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม	คุณภาพที่		คุณภาพตาม		PNI	ลำดับ
	คาดหวัง		ความเป็นจริง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
7. มีบอร์ด ประกาศ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ที่จำเป็นต้องรู้ และสิ่งที่ควรปฏิบัติ ทันต่อ เหตุการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง	3.82	.838	3.10	1.108	0.232	9
8. มีที่นั่งสำหรับผู้ชม หรือกองเชียร์	4.07	.818	3.01	1.067	0.352	8
9. มีที่นั่งพักผ่อนบริเวณรอบสนาม เป็น สัดส่วนที่ชัดเจน	4.10	.728	2.52	.877	0.626	1
รวม	4.13	.168	2.87	.215	0.439	

จากตารางที่ 7 แสดงว่าเมื่อนำค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวัง ค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ตามวิธีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น พบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีที่นั่งพักผ่อนบริเวณรอบสนาม เป็นสัดส่วนที่ชัดเจน (PNI = 0.626) รองลงมาคือ สภาพอุณหภูมิและการถ่ายเทอากาศได้เหมาะสม (PNI = 0.603) จำนวนห้องอาบน้ำและเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเพียงพอกับผู้ใช้บริการ (PNI = 0.518) คุณภาพและความสว่างของไฟในสนามเพียงพอต่อการแข่งขัน (PNI = 0.512) และความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนาม (PNI = 0.415) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ในด้านบริการอำนวยความสะดวก

การพัฒนาคุณภาพบริการ ด้านบริการอำนวยความสะดวก	คุณภาพที่ คาดหวัง		คุณภาพตาม ความเป็นจริง		PNI	ลำดับ
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
	1. การบริการนำค้ำที่สนาม หรือบริเวณ ใกล้เคียง	4.20	.720	2.62		
2. การบริการจัดหาทีม การจัดคู่มือ ธรรมเนียมที่ จำนวนคนไม่พอ	3.81	.855	2.49	1.072	0.530	2
3. การบริการจัดสอน และให้คำแนะนำ ในการเล่นฟุตบอล	3.22	1.186	2.50	.958	0.288	8
4. การมีกรรมการตัดสิน เพื่อการแข่งขัน	3.61	1.110	2.41	.826	0.497	4
5. การจัดให้มีอาสาสมัครประจำบ้าน และ การปฐมพยาบาลเบื้องต้น	3.88	.869	2.56	.878	0.515	3
6. การจัดบริการ นวด สปา และฟิตเนส	3.39	1.127	2.97	1.125	0.141	11
7. การจัดถ่ายทอดฟุตบอลรายการสำคัญ ๆ	3.99	.924	2.94	.967	0.357	6
8. การจัดรายการแข่งขันที่เปิดให้สมาชิก ได้เข้าร่วมการแข่งขันเป็นประจำ	4.11	.786	3.34	1.065	0.230	9
9. บริการบันทึกภาพบรรยากาศการแข่งขัน ในรูปแบบ DVD	3.21	1.126	2.24	.787	0.433	5
10. บริเวณสนามมีระบบสัญญาณ Wi-Fi ไว้ ให้บริการ	3.97	.929	2.96	1.075	0.341	7
11. บริเวณสนามมี ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ ร้านอาหาร ไว้ให้บริการ	4.12	.834	3.42	.907	0.204	10
รวม	3.77	.362	2.76	.384	0.365	

จากตารางที่ 8 แสดงว่าเมื่อนำค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวัง ค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง ด้านบริการอำนวยความสะดวก ตามวิธีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น พบว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง โดยเรียงลำดับจากมาก

ไปหาน้อยได้ดังนี้ การบริการน้ำดื่มที่สนาม หรือบริเวณใกล้เคียง (PNI = 0.603) รองลงมาคือ การบริการจัดหาทีม การจัดคู่ทีม กรณีที่จำนวนคนไม่พอ (PNI = 0.530) การจัดให้มียาสามัญประจำบ้าน และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น (PNI = 0.515) การมีกรรมการตัดสิน เพื่อการแข่งขัน (PNI = 0.497) บริการบันทึกภาพบรรยากาศการแข่งขันในรูปแบบ DVD (PNI = 0.433) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ในด้านความเชื่อถือ/
ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม

การพัฒนาคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม	คุณภาพ ที่คาดหวัง		คุณภาพตาม ความเป็นจริง		PNI	ลำดับ
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
	1. สิทธิ และการจองสนามเป็นไปตามลำดับ ที่ถูกต้อง โปร่งใส	4.24	.681	3.39		
2. ขั้นตอน และวิธีการลำดับการจอง/ ใช้สนาม ที่สะดวก เหมาะสมต่อผู้ใช้บริการ	4.23	.640	3.78	.782	0.119	7
3. การติดต่อกลับเมื่อมีการยกเลิกการจองจาก ผู้ใช้บริการท่านอื่น	4.20	.588	3.62	.737	0.160	6
4. การปิด เปิดบริการเป็นไปตาม วัน เวลา ที่กำหนดไว้	4.19	.711	3.40	.939	0.232	2
5. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอน วิธีการ ระเบียบต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการ ได้ถูกต้อง ชัดเจน	4.04	.732	3.38	.996	0.195	5
6. การตรวจดูความเรียบร้อยของสนาม อุปกรณ์ ทุกครั้งหลังให้บริการ	4.07	.720	3.35	.885	0.214	4
7. มีกฎระเบียบการใช้สนามประกาศไว้ อย่างชัดเจน	4.14	.807	3.76	.792	0.101	8
8. สนามมีขนาดตามมาตรฐานของสนาม ฟุตบอล 7 คน	4.17	.708	3.43	1.001	0.215	3
รวม	4.16	.072	3.51	.178	0.185	

จากตารางที่ 9 แสดงว่าเมื่อนำค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวัง ค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง ด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม ตามวิธีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น พบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้ดังนี้ สิทธิ และการจองสนามเป็นไปตามลำดับที่ถูกต้อง โปร่งใส (PNI = 0.252) รองลงมาคือ การปิด เปิดบริการเป็นไปตาม วัน เวลาที่กำหนดไว้ (PNI = 0.232) สนามมีขนาดตามมาตรฐานของสนามฟุตบอล 7 คน (PNI = 0.215) การตรวจดูความเรียบร้อยของสนาม อุปกรณ์ ทุกครั้งหลังใช้บริการ (PNI = 0.214) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอน วิธีการ ระเบียบต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการ ได้ถูกต้อง ชัดเจน (PNI = 0.195) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ในด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม

การพัฒนาคุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม	คุณภาพที่คาดหวัง		คุณภาพตามความเป็นจริง		PNI	ลำดับ
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
	1. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี เป็นไปตามลำดับ และเหมาะสมทุกครั้งแก่ผู้ใช้บริการ	4.22	.638	3.78		
2. เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นตอบสนอง การร้องขอความช่วยเหลือจากผู้ใช้บริการ โดยไม่ชักช้า	4.16	.553	3.72	.734	0.118	6
3. เจ้าหน้าที่มาปฏิบัติหน้าที่ประจำสนามตลอดเวลาที่เปิดบริการ	4.29	.659	3.21	.877	0.336	4
4. เจ้าหน้าที่ได้ตกแต่ง ห้ามนปรม ผู้ใช้บริการที่ทำผิดระเบียบการใช้สนาม (เช่น การใช้รองเท้าผิดประเภท สวมหูในสนาม)	4.08	.802	2.93	.869	0.392	2
5. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ และเต็มใจให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการ	4.11	.684	3.68	.716	0.116	7
6. ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้องขอ	4.09	.714	2.83	.840	0.445	1

ตารางที่ 10 (ต่อ)

การพัฒนาคุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม	คุณภาพที่คาดหวัง		คุณภาพตามความเป็นจริง		PNI	ลำดับ
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
	7. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่เป็นที่เชื่อมั่นและไว้วางใจจากผู้ให้บริการ	4.13	.698	3.50		
8. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.18	.735	3.12	.943	0.339	3
รวม	4.15	.071	3.34	.372	0.242	

จากตารางที่ 10 แสดงว่าเมื่อนำค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวัง ค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ตามวิธีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น พบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ผู้ให้บริการร้องขอ (PNI = 0.445) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ได้ตกแต่งคอร์ทห้ามปราม ผู้ใช้บริการที่ทำผิดระเบียบการใช้สนาม (เช่น การใช้รองเท้าผิดประเภท สวมบูทหรือในสนาม) (PNI = 0.392) เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ (PNI = 0.339) เจ้าหน้าที่มาปฏิบัติหน้าที่ประจำสนามตลอดเวลาที่เปิดบริการ (PNI = 0.336) พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่เป็นที่เชื่อมั่น และไว้วางใจจากผู้ให้บริการ (PNI = 0.180) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในด้านความสะดวกในการเข้าถึง

การพัฒนาคุณภาพบริการ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	คุณภาพ ที่คาดหวัง		คุณภาพตาม ความเป็นจริง		PNI	ลำดับ
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
	1. การเดินทางมายังสนามมีความสะดวก เช่น มีป้ายบอกเส้นทางอย่างชัดเจน	4.17	.783	2.96		
2. ความปลอดภัยในการเดินทางมาสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียม	4.19	.625	3.59	.864	0.167	5
3. มีรถโดยสารผ่านและสามารถเข้าถึงสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียม	4.12	.857	3.28	1.015	0.256	4
4. การจัดสถานที่จอดรถไว้อย่างเพียงพอต่อ ผู้ใช้บริการ	4.24	.685	3.65	.847	0.161	6
5. ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม	4.39	.646	3.38	.857	0.298	3
6. สถานที่ทำงานของเจ้าหน้าที่ชัดเจน เป็น สัดส่วน และติดต่อได้สะดวก	4.30	.616	3.82	.740	0.125	7
7. ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ เช่น การจองผ่านโทรศัพท์ ช่องทางในการ ติดต่อขอใช้บริการ	4.26	.661	3.27	1.004	0.302	2
รวม	4.23	.089	3.42	.287	0.236	

จากตารางที่ 11 แสดงว่าเมื่อนำค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวัง ค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ตามวิธีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น พบว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ การเดินทางมายังสนามมีความสะดวก เช่น มีป้ายบอกเส้นทางอย่างชัดเจน (PNI = 0.408) รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ เช่น การจองผ่านโทรศัพท์ ช่องทางในการติดต่อขอใช้บริการ (PNI = 0.302) ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (PNI = 0.298) มีรถโดยสารผ่านและสามารถเข้าถึงสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (PNI = 0.256) ความปลอดภัยในการเดินทางมาสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (PNI = 0.167) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย

การพัฒนาคุณภาพบริการด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย	คุณภาพที่ คาดหวัง		คุณภาพตาม ความเป็น จริง		PNI	ลำดับ
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. ความคุ้มค่าของอัตราค่าบริการกับบริการ ที่ได้รับจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	4.40	.669	3.25	1.079	0.353	4
2. อัตราค่าใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ตรงตามที่ให้สัญญาไว้กับผู้ใช้บริการ	4.34	.709	3.74	1.004	0.160	8
3. อัตราค่าบริการอาหารและเครื่องดื่มมีความ เหมาะสม	4.29	.716	3.59	.963	0.194	6
4. มีป้ายแสดงราคารายการสินค้าที่ชัดเจน	4.06	.565	3.50	.880	0.160	8
5. การจัดจำหน่าย/ ให้เช่าลูกฟุตบอล และ อุปกรณ์ต่าง ๆ ในราคาที่เหมาะสม	4.10	.703	3.50	.983	0.171	7
6. ความหลากหลายของรูปแบบการชำระเงิน ค่าบริการ	3.95	.832	2.55	.847	0.549	2
7. การมีกิจกรรมสะสมชั่วโมงที่ใช้บริการครบ นำมาเป็นส่วนลด หรือใช้บริการฟรี	4.35	.689	2.94	.828	0.479	3
8. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นประจำ และ ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์สำคัญของโลก	4.16	.787	2.55	.901	0.631	1
9. การให้รายละเอียด รายการส่งเสริมการตลาด (โปรโมชั่น ส่วนลดพิเศษ) ผ่านทางเว็บไซต์ของ ทางสนาม	4.21	.731	3.39	.962	0.241	5
รวม	4.20	.151	3.22	.443	0.304	

จากตารางที่ 12 แสดงว่าเมื่อนำค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวัง ค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง ด้านราคา การชำระเงิน และส่งเสริมการขาย ตามวิธีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความ

ต้องการจำเป็น พบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นประจำ และทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์สำคัญของโลก (PNI = 0.631) รองลงมา คือ ความหลากหลายของรูปแบบการชำระเงินค่าบริการ (PNI = 0.549) การมีกิจกรรมสะสมชั่วโมงที่ใช้บริการครบ นำมาเป็นส่วนลด หรือใช้บริการฟรี (PNI = 0.479) ความคุ้มค่าของอัตราค่าบริการกับบริการที่ได้รับจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (PNI = 0.353) การให้รายละเอียด รายการส่งเสริมการตลาด (โปรโมชั่น ส่วนลดพิเศษ) ผ่านทางเว็บไซต์ของทางสนาม (PNI = 0.241) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การสร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรีใน 5 ลำดับแรกมาสร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรีและรับรองแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group interview) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม		
ความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้า เทียมในจังหวัดชลบุรี	ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม
<p>ความต้องการจำเป็นที่ต้องการปรับปรุง คือ ที่นั่งพักผ่อนบริเวณสนามไม่เป็นสัดส่วน เน้นในเรื่องความสะอาด ความสวยงาม ทั่วไป บริเวณสนาม และอากาศถ่ายเทให้สะดวก รวมถึง จำนวนห้องอาบน้ำ ห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย และความสว่างของไฟในสนาม ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ควรจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นในสนาม และจัดที่นั่งสำหรับผู้ติดตามให้เป็นสัดส่วน - ควรจัดร้านอาหาร ร้านกาแฟ และห้องที่มี Internet หรือ Wifi ให้เป็นสัดส่วน สวยงาม - ควรเปลี่ยนป้ายโฆษณาไวน์ลที่ติดรอบสนาม เป็นวัสดุที่อากาศสามารถถ่ายเทได้ เช่น ตาข่ายกรองแสง และปลูกต้นไม้ให้มีความร่มรื่นสวยงาม - ห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย ควรมีการบำรุงรักษา และทำความสะอาดให้พร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา - ควรมีการตรวจเช็ค และบำรุงรักษาคุณภาพของหลอดไฟ 	<ul style="list-style-type: none"> - ความปลอดภัยของผู้ใช้บริการถือเป็นสิ่งสำคัญ การปรับปรุงขอบสนามและที่นั่งพักให้มีระยะห่างที่ไม่เป็นอันตราย - การใช้เทคโนโลยีประหยัดไฟ หลอด LED ราคาค่อนข้างสูง แต่ประสิทธิภาพการใช้งานระยะยาว ค่าไฟลดลง

จากการวิเคราะห์สรุปเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนามได้ ดังนี้

- ควรจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นในสนาม ต้องไม่เป็นอันตรายต่อผู้เล่น และจัดที่นั่งสำหรับผู้ติดตามให้เป็นสัดส่วน
- ควรจัดร้านอาหาร ร้านกาแฟ และห้องที่มี Internet หรือ WiFi ให้เป็นสัดส่วน สวยงาม
- ควรใช้วัสดุที่อากาศสามารถถ่ายเทได้ เช่น ตาข่ายกรองแสง และปลูกต้นไม้ให้มีความร่มรื่นสวยงาม
- ห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย ควรมีการบำรุงรักษาและกำหนดให้มีการทำ ความสะอาดให้พร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา
- ควรมีการตรวจเช็ค และบำรุงรักษาคุณภาพของหลอดไฟ หรือใช้เทคโนโลยีประหยัดไฟ เช่น หลอดไฟ LED

ตารางที่ 14 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านบริการอำนวยความสะดวก

2. ด้านบริการอำนวยความสะดวก		
ความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี	ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม
<p>ความต้องการจำเป็นที่ต้องการปรับปรุง คือ การบริการน้ำดื่มที่สนามหรือบริเวณใกล้เคียง การบริการจัดหาทีม หรือการหาคู่แข่งชั้นกรณีที่จำนวนคนไม่ครบ และให้มีกรรมการตัดสินสำหรับการแข่งขัน บริการบันทึกภาพบรรยากาศการแข่งขันในรูปแบบ CD/ DVD การจัดให้มีอาสาสมัครประจำบ้าน และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ควรจัดสถานที่จำหน่ายน้ำในสนาม และหาตู้กดน้ำ หรือเครื่องทำน้ำเย็นไว้บริการ - ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งชั้น รวมถึงกรรมการ และบริการบันทึกภาพตามที่ผู้บริการร้องขอ - ควรมีจุดบริการปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - ควรจัดสถานที่จำหน่ายน้ำดื่ม เครื่องดื่มต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และง่ายต่อการบริหารจัดการ - การมีจุดบริการปฐมพยาบาล คลินิก ภายภาพบำบัด ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแล และให้คำปรึกษา

จากการวิเคราะห์สรุปเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านบริการอำนวยความสะดวก ได้ดังนี้

- ควรจัดสถานที่จำหน่ายน้ำดื่ม เครื่องดื่มต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และง่ายต่อการบริหารจัดการ

- ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งชั้น รวมถึงกรรมการ และบริการบันทึกภาพตามที่ใช้บริการ ร้องขอ

- มีจุดบริการปฐมพยาบาล คลินิกกายภาพบำบัด ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแล และให้คำปรึกษา การประสานงานและการแก้ไขกรณีมีอุบัติเหตุ

ตารางที่ 15 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย

3. ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย		
ความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี	ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม
ความต้องการจำเป็นที่ต้องการปรับปรุง คือ การประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริม การขายให้ทันสมัยหลากหลาย และมีกิจกรรม สะสมชั่วโมงที่ใช้บริการ นำมาเป็นส่วนลดหรือ ใช้บริการฟรียังไม่เพียงพอต่อความต้องการของ ผู้ใช้บริการ รูปแบบการชำระเงินค่าบริการที่มี อย่างจำกัด รวมถึงความคุ้มค่าของอัตรา ค่าบริการที่ได้รับจากสนาม	- ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรม ส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์สำคัญในปัจจุบัน พร้อมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ เช่น Internet fan page รวมถึง จอมอนิเตอร์ประจำที่สนาม - ควรมีการบริการอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ลูกฟุตบอล เสื้อ แบ่งทีมให้เหมาะสมกับอัตราค่าบริการ	- การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรม ต่าง ๆ โดยผ่าน Social media ทุกช่องทาง - การมีกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการสะสม ชั่วโมงที่ใช้บริการ นำมาเป็นส่วนลดหรือใช้ บริการฟรี - ลูกฟุตบอลเป็นวัสดุสิ้นเปลือง มีการตรวจเช็ค ความพร้อม และทำความสะอาดก่อนใช้งานใน แต่ละครั้ง

จากการวิเคราะห์สรุปเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขายได้ ดังนี้

- ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์สำคัญในปัจจุบัน พร้อมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ โดยผ่าน Social media ทุกช่องทาง

- การติดตั้งจอมอนิเตอร์ประจำสนาม ลดการใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์โดยการป้ายไวนิล

- การมีกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการสะสมชั่วโมงที่ใช้บริการ นำมาเป็นส่วนลดหรือใช้บริการฟรี

- มีการตรวจเช็คความพร้อม และทำความสะอาดของลูกฟุตบอลก่อนใช้งานในแต่ละครั้ง

ตารางที่ 16 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม

4. ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม		
ความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี	ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม
ความต้องการจำเป็นที่ต้องการปรับปรุง คือ พฤติกรรมที่น่าเชื่อถือ และเป็นที่น่าไว้วางใจในการแก้ปัญหาที่ผู้บริการร้องขอด้วยความสะดวก รวดเร็ว ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ รวมถึงบทบาทของเจ้าหน้าที่สนามในการเข้าปัดักเตือนห้ามปรามผู้บริการที่ทำผิดระเบียบการใช้สนาม	- ควรมีการพัฒนาบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ เช่น บุคลิกภาพที่ดี การแต่งกาย มีมนุษยสัมพันธ์ดี ให้ความอบอุ่นและมีไมตรีจิตแก่ผู้มาติดต่อ และสามารถแก้ไขปัญหามาตามที่ผู้บริการร้องขออย่างรวดเร็ว	- การเรียกประชุมถึงการดำเนินงาน อุปสรรคต่าง ๆ เพื่อหาวิธีปรับปรุงแก้ไข การควบคุมบุคลากร มีการติดตามผลการดำเนินการเป็นระยะตามกำหนด การจัดอบรมในเรื่องต่าง ๆ การพัฒนาบุคลิกภาพ การมีชุดทำงาน สามารถทำงานได้ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ

จากการวิเคราะห์สรุปเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนามได้ ดังนี้

- ควรมีการเรียกประชุมถึงการดำเนินงาน อุปสรรคต่างๆ เพื่อหาวิธีปรับปรุงแก้ไข การควบคุมบุคลากร มีการติดตามผลการดำเนินการเป็นระยะตามกำหนด การจัดอบรมในเรื่องต่างๆ การพัฒนาบุคลิกภาพ การมีชุดทำงาน สามารถทำงานได้ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ

ตารางที่ 17 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

5. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง		
ความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการ	แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจสนาม	ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม
ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	ฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี	
ความต้องการจำเป็นที่ต้องการปรับปรุง คือ ป้ายบอกเส้นทางที่ไม่ชัดเจน ทำให้เดินทางมายังสนามฯ ไม่สะดวก การจองสนามฯ ผ่านทางโทรศัพท์ที่ไม่สามารถเห็นตารางการจอง ไม่มีเจ้าหน้าที่รับสายในบางครั้ง การจัดการความปลอดภัยของสถานที่จอดรถของสนามฯ	- ควรมีการทำป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง - ควรมี รปภ. ดูแลและอำนวยความสะดวกในพื้นที่จอดรถ	- การเพิ่มช่องทางการจองสนามผ่านระบบออนไลน์ที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ - การติดตั้งป้ายบอกเส้นทางที่สะดวกและทั่วถึง

จากการวิเคราะห์สรุปเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมใน
จังหวัดชลบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึงได้ ดังนี้

- ควรมีการทำป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความ
สอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง
- ควรจัดทำช่องทางการจองสนามผ่านระบบออนไลน์ที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบ
ได้
- ควรมี รปภ.ดูแลและอำนวยความสะดวกในพื้นที่จอดรถ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นกระบวนการการดำเนินการวิจัยซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดโดยสรุป ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 12 แห่ง ในจังหวัดชลบุรี เป็นเพศชาย ซึ่งมีจำนวน 406 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม มีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ที่ผู้วิจัยได้ปรับปรุงมาจากแบบประเมินคุณภาพการบริการสนามเบดมินตันของนภพร ทัศนัยนา (2557) ในองค์ ประกอบ 6 ด้าน คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านบริการอำนวยความสะดวก ด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย มีจำนวน 52 ข้อ

มีความตรงเชิงเนื้อหา อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 มีค่าความเชื่อมั่นของคุณภาพที่คาดหวัง ทั้งฉบับเท่ากับ .96 และค่าความเชื่อมั่นของคุณภาพตามความเป็นจริงทั้งฉบับเท่ากับ .92

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยและผู้ช่วยเก็บข้อมูล นำแบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไปทำการเก็บข้อมูลในหลากหลายเวลา จากผู้ใช้บริการพร้อมชี้แจง

และรับคืนด้วยตนเอง โดยที่นำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลส่งยังผู้มีอำนาจตัดสินใจ จากนั้นแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง และรอรับแบบสอบถามคืนทันที รวมแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลได้ครบสมบูรณ์ จำนวน 406 ฉบับ ช่วงเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ ตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557-31 ธันวาคม พ.ศ. 2557

4. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากตอนที่ 1 ใช้สถิติความถี่ และร้อยละ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริง ใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธี Priority Needs Index (PNI modified) เป็นวิธีการหาดัชนีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น และสร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี และรับรองแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group interview) ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน และนำผลการสัมภาษณ์กลุ่มมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นพร้อมข้อเสนอแนะ สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยสรุปผลได้ ดังนี้

1. ระดับคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี คุณภาพที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยที่ด้านความสะดวกในการเข้าถึงมีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด และด้านบริการอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด และระดับคุณภาพตามความเป็นจริงมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม อยู่ในระดับมาก และด้านบริการอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด
2. ผลการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีค่า PNI modified เท่ากับ .288 โดยเรียงลำดับรายด้านจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านบริการอำนวยความสะดวก ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ด้านความสะดวกในการเข้าถึงด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม ตามลำดับ

3. แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

3.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

- ควรจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นในสนาม ต้องไม่เป็นอันตรายต่อผู้เล่น และจัดที่นั่งสำหรับผู้ติดตามให้เป็นสัดส่วน

- ควรจัดร้านอาหาร ร้านกาแฟ และห้องที่มี Internet หรือ Wifi ให้เป็นสัดส่วน

สวยงาม

- ควรใช้วัสดุที่อากาศสามารถถ่ายเทได้ เช่น ตาข่ายกรองแสง และปลูกต้นไม้ให้มี

ความร่มรื่นสวยงาม

- ห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย ควรมีการบำรุงรักษาและกำหนดให้มีการทำความสะอาดให้พร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา

ความสะอาดให้พร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา

- ควรมีการตรวจเช็ค และบำรุงรักษาคุณภาพของหลอดไฟ หรือใช้เทคโนโลยี

ประหยัดไฟ เช่น หลอดไฟ LED

3.2 ด้านบริการอำนวยความสะดวก

- ควรจัดสถานที่จำหน่ายน้ำดื่ม เครื่องดื่มต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และง่ายต่อการบริหารจัดการ

- ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งชั้น รวมถึงกรรมการ และบริการบันทึกภาพตามที่ใช้บริการ ร้องขอ

- มีจุดบริการปฐมพยาบาล คลินิกกายภาพบำบัด ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแล และให้คำปรึกษา การประสานงานและการแก้ไขกรณีมีอุบัติเหตุ

3.3 ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย

- ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ สำคัญในปัจจุบัน พร้อมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ โดยผ่าน Social media ทุกช่องทาง เป็นการลงทุนที่ใช้งบประมาณน้อย

- การติดตั้งจอมอนิเตอร์ประจำสนาม ลดการใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ โดยการทำป้ายไว้นิล

- การมีกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการสะสมชั่วโมงที่ใช้บริการ นำมาเป็นส่วนลด หรือใช้บริการฟรี

- มีการตรวจเช็คความพร้อม และทำความสะอาดลูกฟุตบอลก่อนใช้งานในแต่ละครั้ง

3.4 ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม

- ควรมีการเรียกประชุมถึงการดำเนินงาน อุปสรรคต่าง ๆ เพื่อหาวิธีปรับปรุงแก้ไข การควบคุมบุคลากร มีการติดตามผลการดำเนินการเป็นระยะตามกำหนด การจัดอบรมในเรื่องต่าง ๆ การพัฒนาบุคลิกภาพ การมีชุดทำงาน สามารถทำงาน ได้ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ

3.5 ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

- ควรมีการทำป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง

- ควรจัดทำช่องทางการจองสนามผ่านระบบออนไลน์ที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้

- ควรมี รปภ.ดูแลและอำนวยความสะดวกในพื้นที่จอดรถ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปรายผลไว้ดังนี้

ระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริง และการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ระดับคุณภาพที่คาดหวังและระดับคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดชลบุรี พบว่า คุณภาพที่คาดหวังอยู่ในระดับสูงกว่าคุณภาพตามความเป็นจริงทุกด้าน และจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นได้ ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านบริการอำนวยความสะดวก ด้านราคา การชำระเงิน และส่งเสริมการขาย ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านความเชื่อถือ/ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์พิจารณาระดับความพึงพอใจในการเปรียบเทียบ ความคาดหวังและการรับรู้ในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยใช้เกณฑ์พิจารณา (Parasuraman & Berry, 1985, p. 44 อ้างถึงใน วาสนา บุตรโพธิ์, 2549, หน้า 10) กล่าวว่า ความคาดหวังมากกว่า การรับรู้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่พอใจ และแตกต่างจากงานวิจัยของ วาสนา บุตรโพธิ์ (2549, หน้า 61) ศึกษาวิจัย เรื่องความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์พิจารณาระดับความพึงพอใจในการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ใน

ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยใช้เกณฑ์พิจารณา (Parasuraman & Berry, 1985, p. 44 อ้างถึงใน วาสนา บุตรโพธิ์, 2549, หน้า 10) กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังน้อยกว่าการรับรู้ผู้ใช้บริการ รู้สึกประทับใจ

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดชลบุรี ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ควรมีการจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นและผู้ติดตามที่ไม่เป็นอันตราย และการจัดร้านอาหาร ร้านกาแฟ และห้องที่มี Internet หรือ Wifi ให้เป็นส่วน ลัดส่วน การใช้วัสดุที่อากาศสามารถถ่ายเทได้ เช่น ตาข่ายกรองแสง และปลูกต้นไม้ให้มีความร่มรื่นสวยงาม รวมถึงห้องน้ำ ห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย ควรมีการบำรุงรักษาและกำหนดให้มีการทำความสะอาดให้พร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา เช่นเดียวกับจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545, หน้า 29) ที่กล่าวว่าสภาพแวดล้อมและบรรยากาศมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ชื่นชม สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม เช่น การตกแต่ง การจัดพื้นที่ให้เป็นสัดส่วน สอดคล้องกับ สุนันทา ยอดเนตร (2551) ได้ศึกษาการประเมินคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการงานเกษตรกรรมในสถานบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิใน กรุงเทพมหานคร พบว่าด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการน้อยกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ จึงควรเพิ่มจำนวนเก้าอี้นั่งรอรับยาให้มีความเพียงพอ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ จัดให้บริการสถานที่ที่มีความสะอาดมากขึ้น

ด้านบริการอำนวยความสะดวก

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดชลบุรี ด้านบริการอำนวยความสะดวก ควรมีการจัดสถานที่จำหน่ายน้ำดื่ม เครื่องดื่มต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และง่ายต่อการบริหารจัดการ มีบริการจัดหาคู่แข่งขัน โดยผ่าน Social media รวมถึงกรรมการ และบริการบันทึกภาพตามที่ผู้ใช้บริการร้องขอ การมีจุดบริการปฐมพยาบาล คลินิกกายภาพบำบัด ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลให้คำปรึกษา และการประสานงานกรณีมีอุบัติเหตุ สอดคล้องกับรักชนก มณีรัตน์ (2550) ได้กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวก หรือสิ่งที่สร้างความสะดวกที่ทำให้การประกอบกิจกรรมได้ง่ายขึ้น เพื่อรองรับกิจกรรมของผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกับแนวคิดของ Grönroos (1988) ที่มีการเสนอบริการ (The service offering) เป็นแนว ความคิดที่ประกอบด้วย ชุดบริการพื้นฐาน อาทิเช่น สิ่งที่ผู้ใช้บริการจะได้รับจากการบริการหลักที่มีความสะดวกสบาย หรือสิ่งที่เพิ่มเติมในกระบวนการบริการ เช่น กิจกรรม วัสดุอุปกรณ์ ที่จัดเตรียมขึ้นมาในการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย จูงใจให้เข้ามาใช้บริการ

ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดชลบุรี ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ควรมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์สำคัญในปัจจุบัน พร้อมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ โดยผ่าน Social media การติดตั้งจอมอนิเตอร์ประจำสนาม ลดการใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์โดยการทำป้ายไว้นิต การมีกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการสะสมชั่วโมงที่ใช้บริการ นำมาเป็นส่วนลดหรือให้บริการฟรี ซึ่งการประชาสัมพันธ์และการมีกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นแนวทางการสื่อสารไปยังผู้ใช้บริการกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับสินค้าและบริการ ราคา ข้อมูลอื่น ๆ ของสินค้าและบริการ ให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วยการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย เช่นเดียวกับแนวคิดของสมวงศ์ พงศ์สถาพร (2546, หน้า 88) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการ มีความคล้ายคลึงกับธุรกิจการขายสินค้า ซึ่งสามารถทำได้ทุกรูปแบบ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลด แลก แจก แถม หรือการผ่านสื่อต่าง ๆ หากต้องการเจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ หากเจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางหรือระดับล่าง ซึ่งมีราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการลด แลก แจก แถม เป็นต้น สอดคล้องกับเฉลิมพงษ์ เฉลิมชิต (2553) ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจบริการของสนามกอล์ฟเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า การให้บริการสนามกอล์ฟซึ่งเป็นธุรกิจบริการนั้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของธุรกิจประเภทนี้ เช่นเดียวกับกิตติ ลักขณาวงศ์ (2548) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรกในการเลือกใช้บริการ

ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดชลบุรี ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ควรมีการเรียกประชุมถึงการดำเนินงาน อุปสรรคต่าง ๆ เพื่อหาวิธีปรับปรุงแก้ไข การควบคุมบุคลากร มีการติดตามผลการดำเนินการเป็นระยะตามกำหนด การจัดอบรมในเรื่องต่าง ๆ การพัฒนาบุคลิกภาพ การมีชุดทำงาน และสามารถทำงานได้ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ ซึ่งเป็นบทบาทสำคัญในการปฏิบัติงานบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของผู้ใช้บริการเป็นหลัก Kotler (2003) กล่าวว่า การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคน ทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ คนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้ บริษัทต้องเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับคนหรือบุคลากรเป็นสำคัญตั้งแต่ การสรรหา การรับ การฝึกอบรม และการกระตุ้นพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานในส่วนที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง บุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้อุปกรณ์

ความสำเร็จ เนื่องจากบุคคลจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการมากที่สุด เช่นเดียวกับจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545, หน้า 40-41) ที่กล่าวว่า การบริการให้มีคุณภาพต้องเริ่มจากการให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานบริการ ให้มีความรับผิดชอบ และความพยายามตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดในการนำเสนอบริการต่อผู้ใช้อย่างเป็นระบบ มีความจงรักภักดีต่อองค์กรจะปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ตลอดจนการสร้างกิจกรรมให้เกิดความกลมเกลียว และพร้อมที่จะทำหน้าที่บริการ สอดคล้องกับธีรศักดิ์ ศิริรักษา (2546) ศึกษาความต้องการการบริการการออกกำลังกายของสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความต้องการการบริการการออกกำลังกาย ในด้านบุคลากรเรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมาก

ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดชลบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ควรมีการทำป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง การจัดทำช่องทางการจองสนามผ่านระบบออนไลน์ที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ และมี รปภ.ดูแลและอำนวยความสะดวกในพื้นที่จอดรถ ซึ่งการบริการมักเป็นการติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ทำเลที่ตั้งจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจบริการที่ต้องดึงดูดผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับวีระวัฒน์ ปัญญาบุรพา (2537) ศึกษาความคาดหวังในการจัดการบริการด้านการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพของสมาชิกศูนย์สุขภาพในกรุงเทพมหานคร พบว่า สมาชิกในศูนย์สุขภาพในกรุงเทพมหานครมีความคาดหวังในการจัดการบริการการออกกำลังกายด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545, หน้า 24) ที่กล่าวว่า การเข้าถึงบริการได้สะดวกรวดเร็วเมื่อผู้ใช้บริการมีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ สอดคล้องกับยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2541, หน้า 28-30) กล่าวว่า ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึง เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ควรมีการจัดตั้งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นสัดส่วน สวยงาม และมีการบำรุงรักษา ทำความสะอาดให้พร้อมใ้ช้อยู่ตลอดเวลา
2. ด้านบริการอำนวยความสะดวก ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งชั้น รวมถึงกรรมการ และมีจุดบริการปฐมพยาบาล การประสานงานและการแก้ไขกรณีมีอุบัติเหตุ

3. ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ การมีกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการสะสมชั่วโมงที่ใช้บริการ นำมาเป็นส่วนลดหรือใช้บริการฟรี

4. ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ควรมีการประชุมการดำเนินงาน มีการติดตามผลการดำเนินงาน การจัดอบรม การพัฒนาบุคลากร

5. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ควรมีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง และสถานที่จอดรถ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ทั้งในระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

2. ควรมีการศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมองค์กรของรัฐ

3. ควรศึกษาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เพื่อสร้างศักยภาพในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในการให้บริการ ในส่วนของผู้ใช้บริการ

บรรณานุกรม

- กฤษดา ตามประดิษฐ์. (2551). *ความคาดหวังและความเป็นจริงต่อการใช้บริการของสมาชิกศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กิตติ ลักษณะวงศ์. (2548). *พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กาญจนาท จันเจริญ, รชฎ ยอดนิล และสุนทร วิริยะศิริไพศาล. (2554). *รูปแบบธุรกิจให้บริการเช่าสนามฟุตบอลออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก <http://www.cmmu.mahidol.ac.th/cmmushowcase/index.php/showcase/3-strategy-and-business-model/10-2011-04-21-07-17-02>
- โกลคลับฟุตบอล บางแสน (Goal Club Futsal Bangsaen). (ม.ป.ป.). *ข้อมูลสนาม*. เข้าถึงได้จาก <http://www.facebook.com/pages/Goal-Club-Futsal-Bangsaen/136863789720677>
- เค ฟุตบอล สเตเดียม พัทยา (K Football Stadium Pattaya). (ม.ป.ป.). *ราคาค่าเช่า*. เข้าถึงได้จาก <http://www.kfspattaya.com/>
- จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ และคณะ. (2544). *จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1-15 (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิตตินันท์ เฉชะคุปต์. (2545). *เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ*. ใน วิไล ฤกษ์นุ้ย และสมพิศ นิชลานนท์ (บรรณาธิการ), *จิตวิทยาการบริการ* (หน้า 19-43). กรุงเทพฯ: แสงจันทร์การพิมพ์.
- จุลชัย จุลเจือ. (2557). *การยกระดับคุณภาพการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า*. เข้าถึงได้จาก <http://www.sbdc.co.th/filedownload/improving%20service.pdf>
- เจ็ดประจัญบาน. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลสนาม*. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/pages/เจ็ดประจัญบาน/197695256963032>
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2545). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2547). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.

- เฉลิมพงษ์ เฉลิมชิต. (2553). *กลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจบริการของสนามกอล์ฟเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- ชลบุรี เอฟซี. (2553). *บอส AFC ร่วมเปิดศึกวิชั่นชลบุรีลีก*. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/Sport/ViewNews.aspx?NewsID=9530000149673>
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชาย โปธิสิตา. (2547). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชุดิกกาญจน์ จิตต์เป็นธรรม. (2547). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาปากเพรียว จังหวัดสระบุรี*. ม.ป.ท.
- ซอคเกอร์เพลย์ (Soccer Play) สนามฟุตบอลหญ้าเทียมชลบุรี. (ม.ป.ป.). *สินค้าและอัตราค่าบริการ*. เข้าถึงได้จาก <http://www.soccerplaychonburi.com/>
- ณัฐพงษ์ โดมา. (2557, 6 มีนาคม). *เจ้าหน้าที่ที่สนา สตัด ฟุตซอล*. สัมภาษณ์.
- ธีรศักดิ์ ธีรรักษา. (2546). *ความต้องการการบริการการออกกำลังกายของสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปรินญาณิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาพลศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นภพร ทศนัยนา. (2557). *พัฒนากลยุทธ์การจัดการสนามแบดมินตันมหาวิทยาลัยบูรพา*. ชลบุรี: คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บราเธอร์ ฟุตซอล (Brother Futsal). (ม.ป.ป.). *อัตราค่าบริการ*. เข้าถึงได้จาก <http://www.brotherfutsal.com>
- บางแสนฟุตบอลคลับ (Bangsaen Football Club). (ม.ป.ป.). *ข้อมูลสนาม*. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/BangSaenFC>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2532). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย (ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญผล การพิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). *วิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ: สุริยสาสน์การพิมพ์.
- บุญเชิด ภิญ โยอนันตพงษ์. (2543). *การวัดและประเมินผลการศึกษาทฤษฎีและประยุกต์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์และปกเจริญผล.

- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2543). *การวิจัยการวัดและการประเมินผล* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศรีอนันต์.
- ปลานวิน ศิริรวม. (2555). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบล บางสมบูรณ์ อำเภองครักษ์ จังหวัดนครนายก*. งานนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารงานยุติธรรมและสังคม, คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปรัชญา เทพสกุล. (2555). *ธุรกิจล่าฝันบนสนามหญ้าเทียม*. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/idea-design/.html>
- พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2547). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เข้าออฟเคอร์มิสท์.
- พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. (2546). *คู่มือปฏิบัติวิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้า*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ บีไบร์ทบุ๊กส์.
- พีคสกอร์คลับ (Peak Score Club). (ม.ป.ป.). *ข้อมูลสนาม*. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/pages/Peak-Score-Club/219467878077301>
- พีโอเอ สเตเดียม. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลสนาม*. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/JlekSoccerStadium>
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2541). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- รักษนก มณีรัตน์. (2550). *ทัศนะของนักท่งเกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการ ณ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง จังหวัดพิจิตร โลกและจังหวัดเพชรบูรณ์*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- เรณา พงษ์เรืองพันธุ์ และประสิทธิ์ พงษ์เรืองพันธุ์. (2543). *การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows*. ชลบุรี: ภาควิชาวิจัยประเมินผลและบริหารการพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วราจุฑ มหิมา. (2555). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ดวงกมล.
- วาสนา โฉมดี. (2550). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ในศูนย์ฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- วาสนา บุตรโพธิ์. (2549). *ความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิชัย ปิติเจริญธรรม. (2548). *การบริการด้วยหัวใจ*. กรุงเทพฯ: บুকเบงก์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). *สถิติวิเคราะห์สำหรับกรวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วิวิธ เสนาวัตร์. (2555). *รูปแบบให้บริการที่มีประสิทธิผลของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเทียม ในร่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร*. ม.ป.ท.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2538). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพฯ: ดวงกลมสมัย.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วีระวัฒน์ ปัญญาบูรพา. (2537). *ความคาดหวังในการจัดการบริการด้านการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพของสมาชิกศูนย์สุขภาพ กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพลศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์. (2554). *แนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเกาะกู่ จังหวัดภูเก็ต*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ศรียาชาอารีนา สปอร์ตคลับ (Sriracha Arena Sport Club). (ม.ป.ป.). *ค่าบริการสนาม*. เข้าถึงได้จาก <http://srirachaarena.com/index.php/sport-service/football-arena/rate>
- ศศิประภา ชัยประสิทธิ์. (2554). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด: เคสศึกษาแห่งการอยู่รอดของผู้ประกอบการปัจจุบัน*. *วารสารนักบริหาร*, 31(2), 51-54
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไอเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และไอเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2540). *การวิจัยตลาด ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: เอ.เอ็น การพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2549). *การวิจัยการตลาด ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

- ศุภกิจ กิจจนศิริ. (2554). *ต้นทุนและผลตอบแทนของการทำธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระบัญชีมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบัญชี, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สกายคิก (Sky Kick). (ม.ป.ป.). *ข้อมูลสนาม*. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/pages/Sky-Kick/261239477318827>
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2546). *Service marketing*. กรุงเทพฯ: นัทธิพิบูลิก.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *การตลาดธุรกิจบริการ (Service marketing)*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมิต สัจฉกร. (2548). *ศิลปะการให้บริการ*. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- สุธี ปรีชาเชี่ยว. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุนันทา ยอดเนตร. (2551). *การประเมินคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการงานเภสัชกรรมในสถานบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิในกรุงเทพมหานคร*. ปรินิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการองค์การเภสัชกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุวิมล แม่นจริง. (2546). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2548). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมตะ ซอคเกอร์ สเตเดียม (Amata Soccer Stadium). (ม.ป.ป.). *ข้อมูลสนาม*. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/pages/Amata-Soccer-Stadium/179152672144815>
- Bertrand, J. T., Brown, J. E., & Ward, V. M. (1992). Technique for analyzing focus group data. *Journal of Evaluation Review*, 16, 198-209.
- Feigenbaum, A. V. (1991). *Total quality control* (3rd ed.). New York: McGraw Hill.
- Gilmore, G. D., & Cambell, M. D. (1996). *Needs assessment strategies for health education and promotion*. WI: Brown & Benchmark.
- Grönroos, C. (1988, Winter). Service quality: The six criteria of good perceived service quality. *Review of Business*, 9, 10-13.
- Grönroos, C. (1990). *Service management and marketing*. Lexington, MA: Lexington Books.

- Hutton, J. G. (1996). Making the connection between public relations and marketing: Building relationships, corporate equity and a 'culture-to-customer' business philosophy. *Journal of Communication Management*, 1(1), 37-48
- Jiju, A. (2004). *Design of experiments for engineers and scientists*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Jiju, A., Jiju, A. F., & Sid, G. (2004). Evaluating service quality in a UK Hotel Chain: A case study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(6), 380-384.
- Johnston, R. (1995). The determinants of service quality: satisfiers and dissatisfiers. *International Journal of Service Industry Management*, 6(5), 53-71.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kruger, R. A. (1994). *Focus group: A practical guide for applied research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lehtinen, J. R., & Lehtinen, U. (1982). *Service quality: A study of quality dimensions*. Helsinki: Service Management Institute.
- Lloyd-Walker, B., & Cheung, Y. P. (1998, November). IT to support service quality excellence in the Australia banking industry. *Managing Service Quality*, 8, 350-358.
- Maslow. (1970). *Motivation and personality*. New York: Haper and Low.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *JMR, Journal of Marketing Research*, 17(3), 460.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988, Spring). SERVQUAL: A multiitem scale for measuring consumer perceptions of quality. *Journal of Retailing*, 12-38.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.
- Witkin, B. R. (1984). *Assessing needs in education and social program*. San Francisco: Jossey-Boss.

Yu, C., Chang, H., & Liang, G. (2006). A study of service quality, customer satisfaction and loyalty in Taiwanese leisure industry. *The Journal of American Academy of Business, Cambridge, 1*(9), 126-132.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจความตรงของเครื่องมือ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พราหม อินพรม รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาและพัฒนา
คุณภาพคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล
2. ดร.อิชฎี กุฎอินทร์ ผู้ช่วยหัวหน้าสาขาวิชาการจัดการทางการกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. ดร.จุฑา ดิงศรัทธี ประธานแขนงวิชาการจัดการการกีฬา
ประจำคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

ตัวอย่างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา
แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอล
หญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี”

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

ด้านบริการอำนวยความสะดวก

ด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม

ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม

ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรีทุกท่านในการกรอกข้อมูล และให้คำแนะนำ เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิจัยมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต

ผู้วิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอล หญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาทางวิชาการ ซึ่งผลการศึกษาจะไม่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด และข้อมูลที่ได้รับจะถือเป็นความลับ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ในช่อง () ตรงตามสภาพความเป็นจริงที่เกี่ยวกับตัวท่าน

1. อายุปี

2. ความถี่ในการเข้าใช้บริการ

() 2 ครั้ง/ สัปดาห์หรือน้อยกว่า

() 3 ครั้ง/ สัปดาห์หรือมากกว่า

ตอนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

คำชี้แจง: กรุณาภาเครื่องหมาย / ลงในช่องที่มีข้อความตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยมาก

ระดับคุณภาพที่คาดหวัง (ก่อนเข้ารับบริการ)					ประเด็นคุณภาพ	ระดับคุณภาพตามความเป็นจริง (หลังเข้ารับบริการ)				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม					
					1. ความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนาม					
					2. คุณภาพของหญ้าเทียม นุ่ม รับแรงกระแทกเท้า ได้อย่างปลอดภัย					
					3. คุณภาพและความสว่างของไฟในสนามเพียงพอต่อการแข่งขัน					
					4. สภาพอุณหภูมิและการถ่ายเทอากาศได้เหมาะสม					
					5. จำนวนของห้องสุขาเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ					
					6. จำนวนห้องอาบน้ำและเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเพียงพอกับผู้ใช้บริการ					
					7. มีบอร์ด ประกาศ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่จำเป็นต้องรู้ และสิ่งที่ควรปฏิบัติ ทันต่อเหตุการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง					
					8. มีที่นั่งสำหรับผู้ชม หรือกองเชียร์					
					9. มีที่นั่งพักผ่อนบริเวณรอบสนาม เป็นสัดส่วนที่ชัดเจน					

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยมาก

ระดับคุณภาพที่คาดหวัง (ก่อนเข้ารับบริการ)					ประเด็นคุณภาพ	ระดับคุณภาพตามความเป็นจริง (หลังเข้ารับบริการ)				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					ด้านบริการอำนวยความสะดวก					
					1. การบริการนำดื่มที่สนาม หรือบริเวณใกล้เคียง					
					2. การบริการจัดหาทีม การจัดคู่ทีม กรณีที่จำนวนคนไม่พอ					
					3. การบริการจัดสอน และให้คำแนะนำในการเล่นฟุตบอล					
					4. การมีกรรมการตัดสิน เพื่อการแข่งขัน					
					5. การจัดให้มียาสามัญประจำบ้าน และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น					
					6. การจัดบริการ นวด สปา และฟิตเนส					
					7. การจัดถ่ายทอดฟุตบอลรายการสำคัญ ๆ					
					8. การจัดรายการแข่งขันที่เปิดให้สมาชิกได้เข้าร่วมการแข่งขันเป็นประจำ					
					9. บริการบันทึกภาพบรรยากาศการแข่งขันในรูปแบบ DVD					
					10. บริเวณสนามมีระบบสัญญาณ Wi-Fi ไว้ให้บริการ					
					11. บริเวณสนามมี ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ ร้านอาหารไว้ให้บริการ					

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยมาก

ระดับคุณภาพที่คาดหวัง (ก่อนเข้ารับบริการ)					ประเด็นคุณภาพ	ระดับคุณภาพตามความเป็นจริง (หลังเข้ารับบริการ)				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					ด้านความเชื่อถือ/ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม					
					1. สิทธิ และการจองสนามเป็นไปตามลำดับที่ถูกต้อง โปร่งใส					
					2. ขั้นตอน และวิธีการลำดับการจอง/ ใช้สนามที่สะดวกเหมาะสมต่อผู้ใช้บริการ					
					3. การติดต่อกลับเมื่อมีการยกเลิกการจองจากผู้ใช้บริการท่านอื่น					
					4. การปิด เปิดบริการเป็นไปตาม วัน เวลา ที่กำหนดไว้					
					5. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอน วิธีการ ระเบียบต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการ ได้ถูกต้อง ชัดเจน					
					6. การตรวจดูความเรียบร้อยของสนาม อุปกรณ์ ทุกครั้งหลังใช้บริการ					
					7. มีกฎระเบียบการใช้สนามประกาศไว้อย่างชัดเจน					
					8. สนามมีขนาดตามมาตรฐานของสนามฟุตบอล 7 คน					

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยมาก

ระดับคุณภาพที่คาดหวัง (ก่อนเข้ารับบริการ)					ประเด็นคุณภาพ	ระดับคุณภาพตามความเป็นจริง (หลังเข้ารับบริการ)				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม					
					1. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี เป็นไปตามลำดับ และเหมาะสม ทุกครั้งแก่ผู้ใช้บริการ					
					2. เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นตอบสนอง การร้องขอความช่วยเหลือจากผู้ใช้บริการโดยไม่ชักช้า					
					3. เจ้าหน้าที่มาปฏิบัติหน้าที่ประจำสนามตลอดเวลาที่เปิดบริการ					
					4. เจ้าหน้าที่ได้ تذากเตือน ห้ามปราม ผู้ใช้บริการที่ทำผิดระเบียบการใช้สนาม (เช่น การใช้รองเท้าผิดประเภท สวมบุหรี่ในสนาม)					
					5. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ และเต็มใจให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการ					
					6. ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้องขอ					
					7. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่เป็นที่เชื่อมั่น และไว้วางใจจากผู้ใช้บริการ					
					8. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ					

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยมาก

ระดับคุณภาพที่คาดหวัง (ก่อนเข้ารับบริการ)					ประเด็นคุณภาพ	ระดับคุณภาพตามความเป็นจริง (หลังเข้ารับบริการ)				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					ด้านความสะดวกในการเข้าถึง					
					1. การเดินทางมายังสนามมีความสะดวก เช่น มีป้ายบอกเส้นทางอย่างชัดเจน					
					2. ความปลอดภัยในการเดินทางมาสนามฟุตบอลหญ้าเทียม					
					3. มีรถโดยสารผ่านและสามารถเข้าถึงสนามฟุตบอลหญ้าเทียม					
					4. การจัดสถานที่จอดรถไว้อย่างเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ					
					5. ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม					
					6. สถานที่ทำงานของเจ้าหน้าที่ชัดเจน เป็นสัดส่วน และติดต่อได้สะดวก					
					7. ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ เช่น การจองผ่านโทรศัพท์ ช่องทางในการติดต่อขอใช้บริการ					

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยมาก

ระดับคุณภาพที่คาดหวัง (ก่อนเข้ารับบริการ)					ประเด็นคุณภาพ	ระดับคุณภาพตามความเป็นจริง (หลังเข้ารับบริการ)				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย					
					1. ความคุ้มค่าของอัตราค่าบริการกับบริการที่ได้รับจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม					
					2. อัตราค่าใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตรงตามที่ให้สัญญาไว้กับผู้ให้บริการ					
					3. อัตราค่าบริการอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม					
					4. มีป้ายแสดงราคารายการสินค้าที่ชัดเจน					
					5. การจัดจำหน่าย/ ให้เช่าลูกฟุตบอล และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในราคาที่เหมาะสม					
					6. ความหลากหลายของรูปแบบการชำระเงินค่าบริการ					
					7. การมีกิจกรรมสะสมชั่วโมงที่ใช้บริการครบ นำมาเป็นส่วนลด หรือใช้บริการฟรี					
					8. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นประจำ และทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์สำคัญของโลก					
					9. การให้รายละเอียด รายการส่งเสริมการตลาด (โปรโมชั่น ส่วนลดพิเศษ) ผ่านทางเว็บไซต์ของทางสนาม					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค

1. ค่าความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย
2. ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามคุณภาพที่คาดหวัง
3. ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามคุณภาพตามความเป็นจริง

ตารางภาคผนวก ค-1 ค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถามเรื่องแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ข้อ	ค่าความตรงเชิงเนื้อหา	ข้อ	ค่าความตรงเชิงเนื้อหา	ข้อ	ค่าความตรงเชิงเนื้อหา
1	1.00	21	1.00	41	1.00
2	1.00	22	1.00	42	1.00
3	1.00	23	1.00	43	1.00
4	1.00	24	1.00	44	1.00
5	1.00	25	1.00	45	1.00
6	1.00	26	1.00	46	0.67
7	1.00	27	1.00	47	1.00
8	1.00	28	0.67	48	1.00
9	1.00	29	1.00	49	1.00
10	1.00	30	1.00	50	1.00
11	1.00	31	1.00	51	1.00
12	1.00	32	1.00	52	1.00
13	1.00	33	1.00		
14	1.00	34	1.00		
15	1.00	35	1.00		
16	0.67	36	1.00		
17	0.67	37	1.00		
18	0.67	38	0.67		
19	1.00	39	0.67		
20	1.00	40	1.00		

ตารางภาคผนวก ค-2 ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพที่คาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก
1	0.44	21	0.59	41	0.59
2	0.77	22	0.61	42	0.54
3	0.31	23	0.56	43	0.55
4	0.62	24	0.77	44	0.56
5	0.40	25	0.63	45	0.62
6	0.57	26	0.56	46	0.39
7	0.66	27	0.61	47	0.49
8	0.51	28	0.54	48	0.57
9	0.62	29	0.64	49	0.28
10	0.72	30	0.69	50	0.61
11	0.65	31	0.27	51	0.43
12	0.56	32	0.48	52	0.44
13	0.39	33	0.47		
14	0.59	34	0.54		
15	0.56	35	0.56		
16	0.73	36	0.67		
17	0.55	37	0.55		
18	0.60	38	0.50		
19	0.76	39	0.37		
20	0.58	40	0.39		

หมายเหตุ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามคุณภาพที่คาดหวังทั้งฉบับเท่ากับ 0.96

ตารางภาคผนวก ค-3 ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของ
แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพ
บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก
1	0.33	21	0.40	41	0.51
2	0.63	22	0.50	42	0.45
3	0.43	23	0.52	43	0.46
4	0.30	24	0.37	44	0.53
5	0.31	25	0.39	45	0.32
6	0.42	26	0.63	46	0.64
7	0.42	27	0.23	47	0.45
8	0.34	28	0.38	48	0.68
9	0.27	29	0.27	49	0.56
10	0.38	30	0.65	50	0.37
11	0.52	31	0.28	51	0.45
12	0.57	32	0.51	52	0.51
13	0.47	33	0.43		
14	0.42	34	0.33		
15	0.37	35	0.47		
16	0.39	36	0.40		
17	0.38	37	0.42		
18	0.41	38	0.49		
19	0.37	39	0.33		
20	0.33	40	0.30		

หมายเหตุ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามคุณภาพตามความเป็นจริงทั้งฉบับเท่ากับ 0.92

ภาคผนวก ง

การสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการ
ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

การสัมภาษณ์กลุ่มของผู้เชี่ยวชาญในการหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการ

ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี

สัมภาษณ์วันที่ 7 เมษายน 2558 เวลา 10.00-12.00น.

ณ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 กล่าวว่า

“เห็นควรช่วยให้ปรับปรุงเรื่องขอบกั้นสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เพื่อไม่ให้เกิดอันตรายต่อลูกค้าเวลาเล่นใกล้บริเวณริมเส้นสนามฟุตบอล ถ้ามีการล้อมรั้วอาจจะฟาดขอบปูนได้ ส่วนเรื่องของห้องน้ำ สุขา ควรมีการจ้างแม่บ้านมาทำความสะอาดแทนเจ้าหน้าที่สนามที่มีเพียงคนเดียว เนื่องจากทางสนามได้ใช้สปอร์ตไลท์ให้ความสว่างในสนาม มุมหรือองศาที่มีความคลาดเคลื่อนทำให้แสงไฟปะทะกับดวงตาของลูกค้า”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 กล่าวว่า

“แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการที่ผู้วิจัยได้เสนอนั้นมีความครอบคลุม และเห็นถึงความปลอดภัยของลูกค้าเป็นหลัก และสอดคล้องกับทางการบริหารจัดการสนามที่ได้มีการประชุมถึงโจทย์อันตรายที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้าในระหว่างใช้บริการกับทางสนาม เห็นว่าเหมาะสมที่จะให้มีการปรับปรุงเรื่องขอบปูนของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมและมีการจัดสถานที่ต่าง ๆ บริเวณสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เป็นสัดส่วน”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 กล่าวว่า

“สนามฟุตบอลหญ้าเทียมยังมีข้อจำกัดของขนาดพื้นที่ และเห็นด้วยกับการจัดสถานที่หรือมุมให้บริการต่าง ๆ ให้เป็นโซน รวมถึงการจัดที่นั่งภายในสนามที่จะก่อให้เกิดอันตรายกับลูกค้าได้ ห้องน้ำถึงจะมีให้บริการไม่มากนัก แต่มีการทำความสะอาดทุกวัน”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4 กล่าวว่า

“ทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของเรา มีการจัดระเบียบในด้านสถานที่ให้เป็นระเบียบสัดส่วนเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและผู้ติดตาม เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และมี Internet wifi ไว้รับรองเพื่อให้ลูกค้ามีกิจกรรมระหว่างมาใช้บริการของทางสนามการใช้ตาข่ายกรองแสงและการปลูกต้นไม้ไม่สามารถสร้างทัศนียภาพของสนามได้ดี มีความร่มรื่นสวยงาม”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5 กล่าวว่า

“เห็นด้วยกับการจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นในสนาม ที่จะไม่เกิดอันตราย และการจัดสถานที่พักผ่อนสำหรับผู้ติดตาม และเห็นควรกับการปลูกต้นไม้ ใช้ตาข่ายกรองแสงที่อากาศสามารถถ่ายเท

ได้สะดวกแทนการติดป้ายไว้บริเวณรอบ ๆ สนาม ที่ทำให้อากาศอบอ้าว บรรยากาศในการใช้สนามดูน่าอึดอัด ไม่ปลอดภัย”

2. ด้านบริการอำนวยความสะดวก

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 กล่าวว่า

“การมีจุดปฐมพยาบาลถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะที่สนามมีเจ้าหน้าที่ไว้คอยบริการ แต่ไม่ทุกวัน หรือจะจัดมุมปฐมพยาบาลไว้บริเวณสนามที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้สะดวก การจัดหาคู่แข่งจะมีการลงตารางไว้เมื่อมีทีมที่ขาดคนจะมีการโทรติดต่อคู่แข่งให้มาเล่นด้วยกัน”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 กล่าวว่า

“ไม่เห็นด้วยกับการบริการน้ำดื่มฟรี ซึ่งนอกจากกำไรจากการเช่าสนามแล้ว การจำหน่ายน้ำก็เป็นอีกช่องทางหนึ่ง การมีจุดปฐมพยาบาลที่ชัดเจนความปลอดภัยต้องมาก่อน การมีกรรมการตัดสินในช่วงเวลาที่ต้องการทำการแข่งขัน”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 กล่าวว่า

“ไม่สามารถให้บริการน้ำดื่มฟรีได้ แต่ควรจะจัดจำหน่ายเครื่องดื่มในบริเวณใกล้เคียงไว้ให้บริการได้ การหาคู่แข่งโดยผ่าน Social media การให้บริการบันทึกภาพตามที่ร้องขอ น่าจะเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจ เพราะอยากเก็บภาพบรรยากาศในการเล่นนัดนั้น ๆ ไว้ดูหรือเอาไปลงเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต จุดปฐมพยาบาลควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลไว้ด้วย”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4 กล่าวว่า

“ไม่เห็นด้วยกับการบริการน้ำดื่มฟรีเช่นกัน เพราะทางสนามต้องการขายน้ำที่มีจุดจัดจำหน่าย ซึ่งถ้าเราจะทำกำไร เราต้องการขายน้ำ เห็นด้วยกับการมีจุดปฐมพยาบาล ทางสนามก็มีคลินิกกายภาพบำบัด และมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษา”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5 กล่าวว่า

“เมื่อไม่สามารถให้บริการน้ำฟรีให้ลูกค้าได้ ก็ควรมีที่ขายน้ำที่ใกล้กับสนาม หรือไม่มีบริการส่งน้ำถึงที่โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินมาซื้อเอง การมีตู้กดน้ำอัตโนมัติก็น่าจะแก้ปัญหานี้ได้โดยไม่ต้องใช้เจ้าหน้าที่มายืนขาย ลูกค้าอยากดื่มอะไร ก็เลือกกดเอาได้เลย จุดปฐมพยาบาลควรมีอุปกรณ์ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้ครบถ้วนด้วย”

3. ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 กล่าวว่า

“เห็นด้วยในการทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ผ่าน Internet fan page หรือทาง Social ต่าง ๆ ลงทุนน้อยทำได้ตลอดเวลา สะดวกและรวดเร็ว อัตราค่าใช้จ่ายบริการควรมีการระบุไว้ให้ชัดเจน”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 กล่าวว่า

“เห็นควรที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการสะสมชั่วโมงที่ใช้บริการ นำมาเป็น ส่วนลดหรือใช้บริการฟรี แต่สามารถทำได้เฉพาะช่วงเวลาที่มียูกค้าไม่มาก ลูกฟุตบอลที่นำมาใช้ เมื่อถูกเม็ดยางในสนามแล้วแค่เพียงครั้งเดียวก็ทำให้ฟุตบอลใบใหม่ ดำและดูเก่าได้ จึงควรมีการทำ ความสะอาดเท่าที่จะทำได้และตรวจเช็คความพร้อมก่อนนำไปให้ลูกค้านำไปเล่น”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 กล่าวว่า

“ควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขาย พร้อมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ ให้ลูกค้านำไปได้รับรู้ผ่านทุกช่องทางที่สามารถทำได้ ซึ่งทาง Social media เป็นอีกช่องทางที่ทำได้ และใช้ การลงทุนที่น้อยมาก จะสอดคล้องในปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารผ่านทางการเล่นอินเทอร์เน็ต”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4 กล่าวว่า

“ควรทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางระบบ Social media ให้มากขึ้น เป็นการลงทุนที่ไม่ เสียค่าใช้จ่าย การมีจอมอนิเตอร์ก็เป็นอีกทางที่จะช่วยลดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ โดย การใช้จ่ายไววนิล เรื่องการบริการอุปกรณ์ต่าง ลูกฟุตบอล เสื้อแบ่งทีม ควรมีการบำรุงรักษาและทำ ความสะอาดอยู่เสมอ”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5 กล่าวว่า

“เห็นด้วยกับการทำการประชาสัมพันธ์ มีการติดจอมอนิเตอร์ที่สามารถแก้ไขข้อความ หรือรายละเอียดต่าง ๆ ได้ ถ้าเทียบกับการทำป้ายไววนิลที่ลงข้อความได้เพียงครั้งเดียว เป็นการลงทุน ที่ค่อนข้างสูงแต่มีประโยชน์ในระยะยาว”

4. ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 กล่าวว่า

“ทางสนามมีการใส่เสื้อปฏิบัติที่มีสีเดียวกันของเจ้าหน้าที่ทุกคน การใส่รองเท้าผ้าใบ เพื่อให้ดูมีความน่าเชื่อถือ และลูกค้านำสามารถแยกได้ระหว่างผู้ใช้บริการท่านอื่นกับเจ้าหน้าที่ประจำ สนาม ควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 กล่าวว่า

“ควรมีชุดทำงานหรือยูนิฟอร์มในแบบเดียวกัน เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบว่าใครคือเจ้าหน้าที่ ประจำสนามเพราะในแต่ละวันมีคนเข้ามาใช้บริการมากมาย การพัฒนาบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ มีการจัดอบรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 กล่าวว่า

“ควรมีการเรียกประชุมถึงการปฏิบัติงานในแต่ละวัน เพื่อควบคุมการทำหน้าที่ของ เจ้าหน้าที่ ที่มีปัญหาหรืออุปสรรคตรงไหน จะได้หาวิธีแก้ไขได้ทันที่ การจัดอบรมความรู้ เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การบริการ”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4 กล่าวว่า

“เห็นด้วยเรื่องเจ้าหน้าที่ประจำสนามควรมีมนุษยสัมพันธ์ ความอดทนในการให้บริการ เนื่องจากผู้ให้บริการมีความหลากหลาย ควรมีชุดทำงานเพื่อความเป็นภาพลักษณ์ขององค์กร”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5 กล่าวว่า

“ควรมีการพัฒนาบุคลิกภาพ จัดอบรม การประชุมประจำวันหรือสัปดาห์ถึงการดำเนินงาน ว่ามีปัญหาและอุปสรรคอย่างไรบ้าง การควบคุมบุคลากรให้ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ขาดตกบกพร่อง หรือถ้ามีความผิดพลาดก็ให้มีการปรับปรุงแก้ไขโดยทันที”

5. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 กล่าวว่า

“เห็นด้วยกับการจัดทำป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เนื่องจากที่ตั้งสนามไม่ได้ติดถนน เส้นหลัก จึงค่อนข้างเข้าถึงได้ยาก รวมถึงการเผยแพร่เส้นทางในทุกช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึงได้ ปรับ เรื่องคนดูแลบริเวณที่จอดให้เป็นระเบียบ เพราะลูกค้าบางคนมาถึง วางก็จอดโดยไม่จอดให้ตรงล้อรถ ที่จอดไว้ให้ทำให้ที่จอดไม่เพียงพอต่อผู้ให้บริการท่านอื่น ๆ”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 กล่าวว่า

“เห็นควรด้วยการเพิ่มช่องทางการจองสนามผ่านระบบออนไลน์ เนื่องจากลูกค้า สามารถตรวจสอบตารางได้ว่าวัน เวลาไหนบ้างที่จะสามารถมาใช้บริการได้ และการมีป้ายบอก เส้นทางที่สอดคล้องกับแผนที่เพื่อความสะดวก และความปลอดภัยในการเข้าถึง”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 กล่าวว่า

“ควรเพิ่มป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจนสังเกตเห็นได้ง่าย เห็นด้วยอย่างยิ่งที่ว่า ป้ายบอกทาง ต้องมีความสอดคล้องกับแผนที่ ลูกค้าจะได้เดินทางมาสนามได้สะดวกและปลอดภัยด้วย การจอง สนามผ่านระบบออนไลน์ที่ควรตรวจสอบได้”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4 กล่าวว่า

“เห็นควรให้มี ปรก. ในการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในพื้นที่จอดรถ และการจองสนามผ่านระบบออนไลน์ที่ชัดเจน และตรวจสอบได้ ลูกค้าสามารถเลือกได้ว่าสะดวกจะมาใช้บริการเวลาไหน การเดินทางมายังสนามให้สะดวกและปลอดภัยต้องมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน”

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5 กล่าวว่า

“เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการที่ผู้วิจัยได้นำเสนอนั้น ป้ายบอกเส้นทางและแผนที่ เพื่อความสะดวกปลอดภัยของผู้ใช้บริการ การอำนวยความสะดวกในการจองสนามผ่านระบบออนไลน์ ไม่ต้องเดินทางมายังสนามฟุตบอลหญ้าเทียมประหยัดเวลา และควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลความเป็นระเบียบและความปลอดภัยในพื้นที่จอดรถด้วย”

ภาคผนวก จ

1. สำเนาหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือ
2. สำเนาหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย
3. สำเนาหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่ม



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว ๓๕๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๔ กันยายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ดร. จุฑา ติงศภัทย์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครงการวิจัย จำนวน ๑ ชุด
๒. เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกัญญา แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว๓๕๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๔ กันยายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ดร. อิชฎิ กุฎอินทร์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. ค่าโครงการวิจัย จำนวน ๑ ชุด
๒. เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกัญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)
คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว ๓๕๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๔ กันยายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขออนุญาตเคราะห้ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พราม อินพรม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครงการวิจัย จำนวน ๑ ชุด
๒. เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขออนุญาตเคราะห้จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุญาต และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/๗๕๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม K Football Stadium Pattaya

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า
ในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกัญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/๗๕๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Tassana Studs Futsal Chonburi

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า
ในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกัญญา แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/๐๕๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยราชภัฏ
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม พีโอเอ สเตเดียม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า
ในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกัญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อยในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/๓๕๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม SKY KICK

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า
ในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกัญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/๑๔๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Brother Futsal

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า
ในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกัญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พัทธ์พงษ์วงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/๓๕๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Amata Soccer Stadium

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า
ในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกัญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/๓๔๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Soccer Play

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า
ในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกัญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พัทธ์ชัยวงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/๑๕๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.สกลนคร ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Bangsaen Football Club

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/ก๕๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Goal Club

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า
ในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิชัยวงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/ก ๕๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Peak Score

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า
ในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)
คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓

ที่ ศธ ๖๖๑๖/๑๕๗๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Sriracha Arena

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ นางสาวศุภกัญญา แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ของนิสิตในครั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว๑๕๑

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๗ มีนาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Sriracha Arena

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการประชุมสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ฉบับ

ตามที่ นางสาวศุภกัญญา แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้ถึงขั้นตอนของการเก็บข้อมูลเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของการพัฒนาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยวิธีการสนทนากลุ่มนั้น

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอเชิญท่านเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม ในวันอังคารที่ ๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ เวลา ๑๐.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องเรียน FSS ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ดังรายละเอียดตามเอกสารสิ่งที่ส่งมาด้วยนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สำนักงานคณบดี ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว๑๕๑

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๗ มีนาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Tassana Studs Footsal Chonburi

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการประชุมสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ฉบับ

ตามที่ นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้ถึงขั้นตอนของการเก็บข้อมูลเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของการพัฒนาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยวิธีการสนทนากลุ่มนั้น

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอเชิญท่านเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม ในวันอังคารที่ ๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ เวลา ๑๐.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องเรียน FSS ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬามหาวิทยาลัยบูรพา ดังรายละเอียดตามเอกสารสิ่งที่ส่งมาด้วยนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สำนักงานคณบดี ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว๑๕๑

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๗ มีนาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Bangsaen Football Club

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการประชุมสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ฉบับ

ตามที่ นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้ถึงขั้นตอนของการเก็บข้อมูลเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของการพัฒนาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยวิธีการสนทนากลุ่มนั้น

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอเชิญท่านเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม ในวันอังคารที่ ๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ เวลา ๑๐.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องเรียน FSS ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ดังรายละเอียดตามเอกสารสิ่งที่ส่งมาด้วยนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สำนักงานคณบดี ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว๑๕๑

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๗ มีนาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Goal Club

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการประชุมสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ฉบับ

ตามที่ นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้ถึงขั้นตอนของการเก็บข้อมูลเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของการพัฒนาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยวิธีการสนทนากลุ่มนั้น

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอเชิญท่านเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม ในวันอังคารที่ ๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ เวลา ๑๐.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องเรียน FSS ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ดังรายละเอียดตามเอกสารสิ่งที่ส่งมาด้วยนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สำนักงานคณบดี ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว๑๕๑

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๗ มีนาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เจ็ดประจัญบาน

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการประชุมสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ฉบับ

ตามที่ นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้ถึงขั้นตอนของการเก็บข้อมูลเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของการพัฒนาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยวิธีการสนทนากลุ่มนั้น

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอเชิญท่านเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม ในวันอังคารที่ ๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ เวลา ๑๐.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องเรียน FSS ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ดังรายละเอียดตามเอกสารสิ่งที่ส่งมาด้วยนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สำนักงานคณบดี ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว๑๕๑

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๗ มีนาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Brother Futsal

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการประชุมสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ฉบับ

ตามที่ นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้ถึงขั้นตอนของการเก็บข้อมูลเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของการพัฒนาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยวิธีการสนทนากลุ่มนั้น

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอเชิญท่านเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม ในวันอังคารที่ ๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ เวลา ๑๐.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องเรียน FSS ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ดังรายละเอียดตามเอกสารสิ่งที่ส่งมาด้วยนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สำนักงานคณบดี ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓



ที่ ศธ ๖๖๑๖/ว๑๕๑

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๗ มีนาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม

เรียน ผู้จัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Soccer Play

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการประชุมสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ ฉบับ

ตามที่ นางสาวศุภกาญจน์ แก้วมรกต นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้ถึงขั้นตอนของการเก็บข้อมูลเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของการพัฒนาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยวิธีการสนทนากลุ่มนั้น

ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงใคร่ขอเชิญท่านเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม ในวันอังคารที่ ๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘ เวลา ๑๐.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้องเรียน FSS ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ดังรายละเอียดตามเอกสารสิ่งที่ส่งมาด้วยนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดี รักษาการแทน

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สำนักงานคณบดี ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทร: ๐-๓๘๑๐-๒๐๖๐, ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕

โทรสาร: ๐-๓๘๓๙-๐๐๔๕ ผู้วิจัย: ๐๘๙-๐๐๖๘๐๗๓