

การจัดการสนามแบดมินตันพื้นยางสังเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร (SYNTHETIC BADMINTON COURT'S MANAGEMENT IN BANGKOK METROPOLITAN AREA)

รัฐวัลย์ เสงคราวิทย์ 4836858 SHSM/M

ศศ.ม. (การจัดการทางการกีฬา)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : พรม อินพรม, ค.ค. (พลศึกษา), เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย, ค.ม. (พลศึกษา)

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการสนามแบดมินตันพื้นยางสังเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาการจัดการทรัพยากรที่เป็นปัจจัยของการจัดการองค์ประกอบที่สำคัญประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ คน เงิน สถานที่วัสดุอุปกรณ์ การจัดการผสมผสานกับหลักทฤษฎีของส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจ้าของหรือผู้จัดการ สัมภาษณ์จากกลุ่มผู้บริหาร (เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการ) ทั้งหมด 7 แห่ง แห่งละ 1 คน กลุ่มบุคลากร (พนักงาน) ทั้งหมด 7 แห่ง แห่งละ 1 คน รวมทั้งหมด 14 คนและวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามสมาชิกที่มาใช้บริการ ทั้งหมด 7 แห่ง จำนวน 330 คน

ผลการวิจัยพบว่าการบริหารจัดการบุคลากร 2 ลักษณะ ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการแบบครอบครัว และระบบการบริหารจัดการแบบมีระบบ มีจำนวนบุคลากรภายในสนาม 4 – 10 คน ขึ้นอยู่กับการบริหารงาน ความเพียงพอ และความเหมาะสมในการปฏิบัติงาน การสรรหาเพื่อคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานมี 2 ระบบ ได้แก่ การคัดเลือกแบบระบบอุปถัมภ์ และการคัดเลือกอย่างมีระบบ การประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรส่วนใหญ่ไม่มีการประเมินผลอย่างเป็นระบบ รายได้ของสนามแบดมินตันส่วนใหญ่มาจาก ค่าเช่าสนาม และค่าการเรียนการสอน สถานที่ตั้งของสนามแบดมินตันจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งเพื่อให้บริการ โดยอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีผู้พักอาศัยหนาแน่น ในพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียงไม่มีสนามแบดมินตัน การเดินทางสะดวกสบาย เหตุผลในการทำธุรกิจสนามแบดมินตันเนื่องจากเป็นกีฬาที่เจ้าของสนามชอบ จึงไม่คิดถึงรายได้มากนัก บางสนามสร้างเพื่อเป็นธุรกิจ และให้คนในชุมชนได้มีพื้นที่ออกกำลังกาย บางสนามเน้นการเรียนการสอนกีฬาแบดมินตัน เพื่อสร้างนักกีฬาที่มีความสามารถไปสู่ความเป็นเลิศ ด้านความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการพบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจทางด้านผลิตภัณฑ์ และทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ส่วนทางด้านราคา และทางด้านบริการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะควรมีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับกีฬาแบดมินตันและการใช้งานอุปกรณ์อย่างถูกต้อง ควรมีการวางระบบการบริหารอย่างชัดเจน ตรวจสอบอุปกรณ์สนาม และพื้นสนาม การเตรียมความพร้อมใช้งาน การประชาสัมพันธ์สนามแบดมินตัน ในลักษณะของการจัดแข่งขันควรประสานงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐหรือเอกชนที่มีส่วนในการจัดแข่งขันแบดมินตันรายการใหญ่ๆ มีจัดการแข่งขันแบดมินตันแบบใหม่ๆ เช่น แบดมินตันลีลา มีการโฆษณาเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นภายในสนาม ไปสู่ชุมชนใกล้เคียง เพื่อให้สนามแบดมินตันเป็นที่รู้จัก

คำสำคัญ : การจัดการ / สนามแบดมินตัน / พื้นยางสังเคราะห์

SYNTHETIC BADMINTON COURT'S MANAGEMENT IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

RATTHAWAN HENGKRAWIT 4836858 SHSM/M

M.A. (SPORT MANAGEMENT)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: PRAM INPROM, Ph.D.DOCTOR OF EDUCATION (PHYSICAL EDUCATION), TEPPRASIT GULTHAWATCHAI, M.Ed. (P.E.): MASTER OF EDUCATION (PHYSICAL EDUCATION)

ABSTRACT

This research aimed to study the management of synthetic badminton courts in the Bangkok Metropolitan area. The study examined the management of 4 resources - humans, budgets, venues and equipment - which are essential for component management. The management was combined with a marketing mix theoretical basis. For the qualitative research, interviews were conducted with owners or managers of 7 courts along with 7 employees of each, which made 14 interviewees in total. For quantitative research, questionnaires were answered by 330 members of those 7 courts.

The results show that there are two types of personnel management, family business management and system approach. 4-10 staffs were usually employed depending on management, sufficiency and appropriateness. Staff recruitment has been done through two systems, patronage system and merit system. The performance appraisal of all courts has not reached the standard. The revenue of the firms is mainly obtained from court rental and training fee. Mostly, they emphasize service location. High density living areas with fewer marketing competitors are preferable, as well as those with convenient transportation. Most of the owners/managers love the sport thus they are not so much concerned with income. Some propose it as a business giving a chance for people to have exercise. Some seriously provide professional training or customer satisfaction, it was found that clients were highly satisfied with the products and the marketing channel while the satisfaction with price and promotion was moderate.

The suggestion is that there should be intensive training for staff in order to acknowledge all issues concerned including equipment. The management system should be clear and practical. The maintenance of all equipment as well as the court's floor should be arranged. Public relations may be conducted through competitions. The competitions should be coordinated with the government and private organizations concerned. Modern competitions, e.g. Trick Shot, may be used. All activities should regularly be announced to the surrounding living areas. This would give the court recognition.

KEY WORDS: MANAGEMENT / BADMINTON COURT / SYNTHETIC FLOOR (VINYL/POLYURETHANE)

175 PP.