

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: กรณีศึกษาสนามฟุตบอล เวสเทิร์น

สอ วรรณศักดิ์ และอัศวิน จันทระธรรม

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมือง พนมเปญ 2) เสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในเมืองพนมเปญ ซึ่งจำนวนประชากรมีจำนวนมีขนาดใหญ่และไม่แน่นอนผู้วิจัยจึงใช้วิธีคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran ที่ได้ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน แต่เพื่อการป้องกันความผิดพลาด ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 คน โดยผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริหารหลักของแต่ละส่วนในหน่วยงานในองค์กรเพื่อให้ทราบถึงปัญหาในหน่วยงานนั้น ๆ งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย แบบสอบถาม ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน เท่ากับ .95 การวิจัยเชิงคุณภาพใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสนาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ด้านการเข้าถึงจิตใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ด้านความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ตามลำดับ

สำหรับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญซึ่งได้มาจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์สามารถสรุปผลได้ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ให้มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นสัดส่วนสวยงาม และมีการบำรุงรักษาให้พร้อมใช้อยู่ตลอดเวลา ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้มีบริการจัดหา คู่แข่งขัน รวมถึงกรรมการและมีจุดบริการปฐมพยาบาล ด้านการเข้าถึงจิตใจ การชำระเงินและส่งเสริม การขายให้เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ ด้านความน่าเชื่อถือในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ต้องมีการติดตามผลการดำเนินงาน การจัดอบรม การพัฒนาบุคลิกภาพ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ให้มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกันเพื่อความปลอดภัยในการเดินทางและสถานที่จอดรถ

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา; คุณภาพบริการธุรกิจ; สนามฟุตบอลหญ้าเทียม

GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT OF SERVICE QUALITY OF THE ARTIFICIAL TURF FOOTBALL BUSINESS IN PHNOM PENH: A CASE STUDY OF FOOTBALL FIELDS WESTERN

Sor Vannsak, and Assawin Chanthonsarasom

Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University Chon Buri Campus

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the opinions of the service users towards the service quality of the artificial turf football field business in Phnom Penh City 2) to propose a guideline for improving the service quality of the artificial turf soccer field business in Phnom Penh City. The population in this research were the people who used the services of artificial turf football fields in Phnom Penh City. The population size was large and uncertain, so the researcher used a calculation method from W.G. Cochran's formula that has a 95% confidence level and a 5% error level to find out the samples which equaled of 384 people, but to prevent mistakes, the researcher defined a sample of 400 people using a convenient sampling method (Convenience Sampling) and a group of 3 key informants by collecting data from the group of key executives of each department in the organization to know the problems in that department. This research was a mixed method research using quantitative research tools, comprising a questionnaire with the Index of Conformity (IOC) from 5 experts equal to .95. The qualitative research used a semi-structured interview.

The results showed that the opinions of those who used the service towards the service quality of the artificial turf football field business in Phnom Penh City, overall, were at a high level. The mean was 4.51 when considering each aspect, sorted in descending order of the mean, i.e. the response to the needs of the service recipient with an average of 4.65, followed by the field physical environment with an average of 4.62, in terms of access to the mind, it had an average of 4.52, in terms of reliability it had an average of 4.51, on trust he mean was 4.44, respectively.

For guidelines for improving the service quality of the artificial turf football field business Phnom Penh City, which was obtained by collecting data from questionnaires and interviews, can be summarized as follows: The physical environment of the field to provide various facilities into a beautiful proportion and maintenance is available at all times. In response to the needs of service users, there is a provision of services for competitors, including judges, and there is a first aid service point. access to the mind payment and promotion sales to increase public relations channels, promotional activities that are up to date reliability in the performance and behavior of the field staff. There must be monitoring of performance, training, personality development. For ease of access there must be clearly marked directions. For example, the map and the route sign must be consistent for safety in traveling and parking.

Keywords: Development guidelines, quality of business services, artificial turf football fields

บทนำ

รัฐบาลมีนโยบายสร้างเสริมสุขภาพและสนับสนุนให้ประชาชนสนใจ การออกกำลังกายมากขึ้น การออกกำลังกายจึงได้รับความนิยมจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกีฬาฟุตบอล ซึ่งเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (Ministry of Youth and Sports Phnom Penh, 2010) กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ยอดนิยมมากที่สุดของคนทั่วโลก ฟุตบอลเป็นกีฬาที่นิยมทั้งในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองหลวงของประเทศกัมพูชาที่มีคนให้ความสนใจกับกีฬานี้มากขึ้นเรื่อย ๆ เฉพาะในกรุงเทพมหานครได้มีการจัดแข่งขันกีฬาฟุตบอลลีกระดับสูงสุดของประเทศกัมพูชาที่ทำให้แต่ละจังหวัดมีสโมสรฟุตบอลเป็นของตัวเองต้องเข้ามาแข่งขันภายในกรุงเทพมหานคร และทำให้แต่ละจังหวัดมีคนสนใจเล่นกีฬาฟุตบอลกันเพิ่มขึ้น จนกลายเป็นกระแสความนิยมในกีฬาประเภทนี้มากขึ้นเห็นได้จาก (Wiki, 2021) ได้พบว่า การแข่งขันที่สนามกีฬาโอลิมปิกแห่งชาติพนมเปญสามารถได้ดึงดูดแฟน ๆ 40,000 ถึง 60,000 ให้มาดูการแข่งขันในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นการแข่งขันในฟุตบอลโลกปี 1966 เมื่อเกาหลีเหนือเผชิญหน้ากับออสเตรเลีย ซึ่งที่ได้กล่าวมานั้นเป็นสิ่งที่กระตุ้นทำให้มีคนสนใจหันมาเล่นกีฬาฟุตบอลมากขึ้น กระแสของธุรกิจการให้บริการทางด้านกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียม จึงได้รับความนิยมมาก ด้วยเหตุนี้ทำให้มีผู้สนใจประกอบธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเป็นจำนวนมากเกิดขึ้นในกรุงเทพมหานครซึ่งสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้อย่างหลากหลาย เช่น การฝึกซ้อม การแข่งขัน การออกกำลังกาย และกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบริเวณสนามและสถานที่ดังกล่าวมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยให้บริการผู้ที่มาใช้บริการ และผู้มาชม เช่น ห้องอาบน้ำ ห้องรับรองผู้ติดตามร้านอาหาร และมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตเป็นต้นธุรกิจสนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันกำลังเติบโตส่งผลให้ทุกวันนี้ มีสนามฟุตบอลให้เช่าเพิ่มขึ้นมาเป็นจำนวนมากกระจายไปทั่วทั้งพื้นที่ในกรุงเทพมหานครในประเทศกัมพูชา จึงทำให้เริ่มมีการแข่งขันกันอย่างมากในการให้บริการสนามฟุตบอล และผู้ที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลจะมีทางเลือกมากขึ้น ในการตัดสินใจเลือกที่ใช้สนาม โดยพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ทั้งในด้านของตัวสนาม ความน่าเชื่อถือของบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ความไว้วางใจ การเข้าถึงจิตใจ ดังนั้นในปัจจุบันธุรกิจเหล่านี้กำลังทำการแข่งขันกันอย่างมาก โดยมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ มีความจงรักภักดี และกลับมาใช้บริการซ้ำอีก การบริการถือเป็นหัวใจสำคัญในการทำธุรกิจทุกรูปแบบ เพราะในการบริการเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถสร้างความแตกต่างและดึงดูดผู้ใช้บริการให้มาใช้บริการกับธุรกิจของเราในระยะยาว นอกจากนี้ก็ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างชื่อเสียงให้กับธุรกิจด้วย จึงต้องมีการพัฒนาการให้บริการและปรับปรุงกลยุทธ์การบริการให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อรองรับความต้องการของผู้ที่ใช้บริการ ในการให้บริการแต่ละครั้งควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมทั้งการให้บริการที่รวดเร็วและมีความถูกต้องแก่ผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ และกลับมาใช้บริการซ้ำ (Chulachai Chulacue, 2014) คุณภาพการบริการ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ (Oliver, 1980, p. 460; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, p. 42)

สรุปได้ว่าคุณภาพการบริการเป็นการรับรู้ในการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่ใช้บริการที่เกิดขึ้นจริงเพื่อให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงและสามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันทั่วทั้ง จะช่วยเพิ่มคุณค่าในการให้บริการให้มากยิ่งขึ้น (Wichai Piticharoentham, 2005, p. 17) ปัจจุบันสนามฟุตบอล เวสเทิร์น เป็นสนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียมที่มีขนาดมาตรฐานกว้าง 68 เมตร หรือ 74 หลา ยาว 105 เมตร หรือ 115 หลา (พื้นเรียบและมีหญ้าสม่ำเสมอ) ซึ่งพอเหมาะสำหรับผู้เล่นจำนวน 11 คน และภายในตัวสนามยังมีสปอตไลท์ที่ให้ความสว่างภายในสนามในเวลา กลางคืน ที่ตั้งของสนามอยู่บนถนนเดินทางสะดวกสบาย จราจรไม่ติดขัด ที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ที่ใช้ มีห้องน้ำ

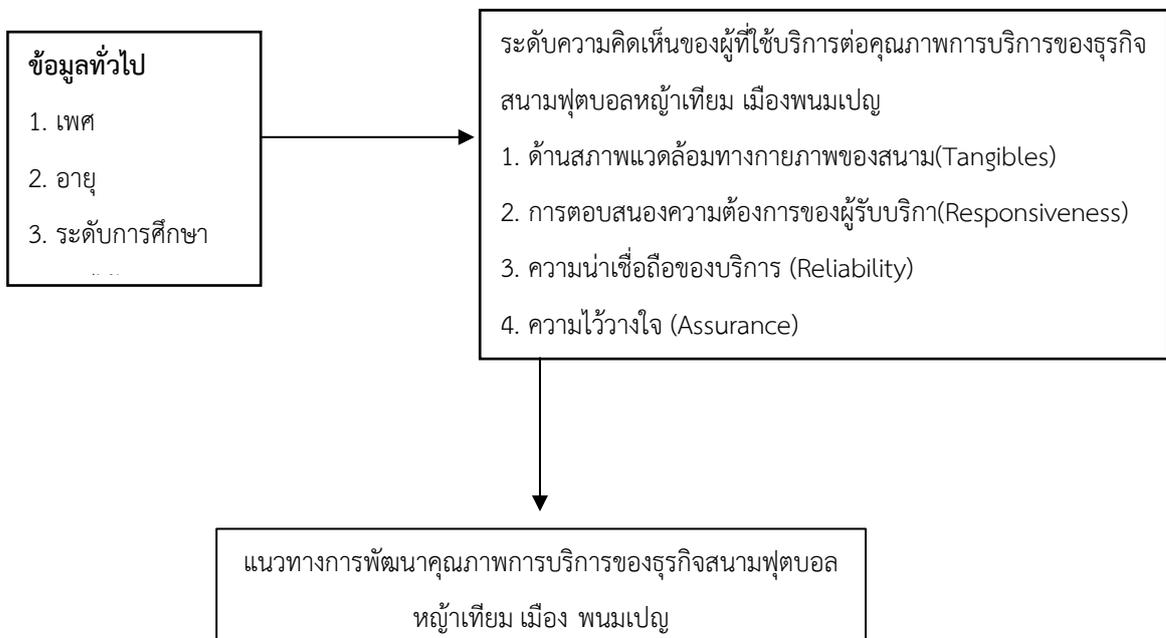
สะอาด และมีห้องอาบน้ำเพียงพอ มีร้านบริการเครื่องดื่ม มีสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ดี และมีความปลอดภัย ในทรัพย์สินของผู้มาใช้บริการ จึงเป็นแรงดึงดูดให้คนหันมาออกกำลังกายเล่นกีฬาฟุตบอลเพิ่มมากขึ้น เพราะสามารถเล่นกีฬาได้ทุกช่วงเวลา โดยเฉพาะสนามฟุตบอลเวสเทิร์นเป็นสนามที่มีผู้มาใช้บริการเพื่อเล่นกีฬาฟุตบอลมากที่สุดในเมืองพนมเปญจำนวนค่าเฉลี่ย 4800 คน ต่อปี และเป็นสนามที่มีขนาดมาตรฐานที่ดีที่สุด ในเมืองพนมเปญ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยเห็นว่าธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในเมืองพนมเปญมีการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีการแข่งขันที่สูงมากขึ้นในการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา : แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ : กรณีศึกษาสนามฟุตบอล เวสเทิร์น ซึ่งเป็นสนามกีฬาฟุตบอลที่กำลังได้รับความนิยมและเพื่อแสวงหาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญและปรับปรุงในคุณภาพการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการรับบริการเพื่อรักษาสถานะลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มเป้าหมายของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม และจะเป็นประโยชน์ต่อคุณภาพการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ และเพื่อได้เปรียบทางการแข่งขันในการให้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

กรอบแนวคิด



ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเพียงแต่ทราบว่ามีความจำนวนมาก

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเพียงแต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมาก ผู้วิจัยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีคำนวณได้จากสูตรของ W.G. Cochran ที่ได้ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน แต่เพื่อการป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างไม่สมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 คน ซึ่งแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ

โดยผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้บริหารสนาม 1 คน ผู้จัดการสนาม 1 คน ผู้ดูแลสนาม 1 คน โดยใช้เกณฑ์จากผู้มีหน้าที่บริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซึ่งผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างนี้เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ซึ่งเป็นงานวิจัยแบบผสม (Mixed method) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ร่วมกับวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการศึกษาวิจัย ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูล เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้าน เพื่อเป็นการกำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ
2. สร้างแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมือง พนมเปญ ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย
3. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามและแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
4. จัดพิมพ์แบบสอบถาม เพื่อส่งผู้เชี่ยวชาญในการหาค่าความเที่ยงตรงและความสอดคล้องเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น เท่ากับ 0.93

การหาคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำมาปรับปรุง แล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน

ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (Index of Congruence: IOC) เมื่อผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากการตรวจสอบความตรง (Validity) ของแบบสอบถามทั้งสองชุดพบว่า มีดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าเท่ากับ 0.95

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปให้ทดลองลงความคิดเห็นกับแฟนบอลสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าความสัมพันธ์แอลฟา (Coefficient) จากสูตรของครอนบาช Cronbach ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ เท่ากับ 0.93

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี ในการเก็บรวบรวมข้อมูลถึงสนามเป้าหมาย โดยรายชื่อผู้ดำเนินการให้ข้อมูลในการทำวิจัยเพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: สนามเวสเทิร์น

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยประสานงานและขอความร่วมมือจากบุคลากรของสนามฟุตบอลเป้าหมาย และอธิบายชี้แจงวัตถุประสงค์และประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลและขอความร่วมมือต่อกลุ่มตัวอย่าง

3. ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อนำข้อมูลมาศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

- วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.
- การวิเคราะห์สถิติโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติจากโปรแกรมสำเร็จรูป ในคอมพิวเตอร์

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ โดยภาพรวมและรายด้าน

คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสนาม	4.62	0.15	มากที่สุด
2 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.65	0.19	มากที่สุด
3 ด้านความน่าเชื่อถือ	4.51	0.30	มากที่สุด
4 ด้านความไว้วางใจ	4.44	0.31	มากที่สุด
5 ด้านการเข้าถึงจิตใจ	4.52	0.30	มากที่สุด
ภาพรวม	4.51	0.25	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ด้วยภาพรวม ($\bar{x} = 4.51$), (S.D. = 0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ อันดับหนึ่ง ได้แก่ ด้านข้อ 2 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.65$), (S.D. = 0.19) อันดับสอง ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสนาม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$), (S.D. = 0.15) และอันดับสาม ได้แก่ ด้านการเข้าถึงจิตใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.52$), (S.D. = 0.30) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

สรุปข้อเสนอแนะทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

จากการจัดกลุ่ม (Grouping) ข้อมูลสารสนเทศทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ที่นำเสนอข้างต้นจะถูกนำไปสังเคราะห์เพื่อไปประมวลผลเป็นองค์ความรู้เพื่อสร้างแนวทางตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีบูรณาการข้อมูลและสารสนเทศที่ได้มาจากการศึกษาวิจัยโดยอาศัยทฤษฎีระบบ (System theory) ที่ดำเนินการมาอย่างเป็นขั้นตอน สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยนำเข้า (Input) ปัจจัยการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ประกอบด้วย คุณภาพของหญ้าเทียม นุ่ม รับแรงกระแทกเท้าได้อย่างปลอดภัย และจำนวนห้องอาบน้ำ และเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเพียงพอให้กับผู้ใช้บริการ

กระบวนการ (Process) กระบวนการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ประกอบด้วย

ด้านการจัดการงานทั่วไป (Management)

1. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม และแจ้งไว้อย่างชัดเจน
2. การจัดให้มีอาสาสมัครประจำสนาม และมีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น
3. เมื่อมีการแข่งขันมีกรรมการผู้ตัดสินเพียงพอ
4. ความสะดวกในการติดต่อจองสนาม เช่น การจองผ่านโทรศัพท์

ผลผลิต (Output) ลักษณะการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ประกอบด้วย

ด้านความน่าเชื่อถือ

1. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี เป็นไปตามลำดับ และเหมาะสมทุกครั้งแก่ผู้ใช้บริการ
2. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่เป็นที่เชื่อมั่น และไว้วางใจจากผู้ใช้บริการ
3. เจ้าหน้าที่ได้ตกแต่งสนาม ห้ามปราม ผู้ใช้บริการที่ทำผิดระเบียบการใช้สนาม (เช่น การใช้รองเท้า สุนัขหรือ

ในสนาม (เช่น การใช้รองเท้า สุนัขหรือในสนาม)

อภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ : กรณีศึกษาสนามฟุตบอล (เวสเทิร์น) สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากผลการความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ (เวสเทิร์น) พบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ อยู่ในระดับมากทุกด้าน และจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นได้ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา บุตรโพธิ์ (Wassana Butpho, 2006, p. 61) ศึกษาวิจัยเรื่องความ คาดหวัง การรับรู้ และ ความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการ ในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์พิจารณาระดับความพึงพอใจในการเปรียบเทียบ

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

ด้านสภาพแวดล้อม

จากการวิเคราะห์ผลวิจัยสามารถสอนแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญได้ก็คือ ควรมีร้านค้ากาแฟ ร้านอาหาร และห้องที่มี Internet หรือ Wifi และการจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่น ผู้ติดตามที่ไม่เป็นอันตรายแบ่งเป็นสัดส่วน การใช้วัสดุที่อากาศสามารถถ่ายเทได้ และปลูกต้นไม้ให้มีความร่มรื่นสวยงาม รวมถึงห้องน้ำ ห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกายมีการบำรุงรักษาและทำความสะอาดอยู่ตลอดเวลา ใช้งาน เช่นเดียวกับ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (Chittinan Dechagup, 2002, p. 29) ที่กล่าวว่า สภาพแวดล้อมและบรรยากาศมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เข้าชม สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม เช่น การตกแต่ง การจัดพื้นที่ให้เป็นสัดส่วน สอดคล้องกับสุนันทา ยอดเนร (Sunandha Yodnen, 2008) ได้ศึกษาการประเมินคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการงานเกษตรกรรม ในสถานบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิใน กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพ บริการน้อยกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ จึงควรเพิ่มจำนวนเก้าอี้ที่นั่งรอรับยาให้มีความเพียงพอเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ จัดให้บริเวณสถานที่ที่มีความสะอาดมากขึ้น

ด้านการตอบสนองของผู้รับบริการ

จากผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีการจัดสถานที่จำหน่ายน้ำดื่ม เครื่องดื่มต่าง ๆ ง่ายต่อการบริหารจัดการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และมีบริการจัดหาคู่แข่งชั้น และบริการบันทึกภาพตามที่ผู้ใช้บริการร้องขอ การมีจุดบริการปฐมพยาบาล และการประสานงานกรณี มีอุบัติเหตุ สอดคล้องกับ รักชนก มณีรัตน์ (Rakchanok Maneerat, 2007) ได้กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวก หรือสิ่งที่สร้างความสะดวกที่ทำให้การประกอบกิจกรรมได้ง่ายขึ้น เพื่อรองรับกิจกรรมของผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกับแนวคิดของ Grönroos (1992) ที่มีการเสนอการบริการ (The service offering) เป็นแนวความคิดที่ประกอบด้วย ชุดบริการพื้นฐาน อาทิเช่น สิ่งที่ใช้บริการจะได้รับจากการบริการหลักที่มีความ สะดวกสบาย หรือสิ่งที่เพิ่มเติมในกระบวนการบริการ เช่น กิจกรรม วัสดุอุปกรณ์ ที่จัดเสริมขึ้นมา ในการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย จูงใจให้เข้ามาใช้บริการ ควรมีการขยายอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi - Fi) ให้บริการในบริเวณสนาม สอดคล้องกับ สุภาภรณ์ แก้วมรกต (Supakan Kaewmorakot, 2015, pp. 58 - 59) ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัด ชลบุรี ส่งเสริมการขาย และการชำระเงิน ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรม ส่งเสริมการขายที่ทันเหตุการณ์สำคัญในปัจจุบัน โดยผ่าน Social Media ทุกช่องทางและสอดคล้องกับ อาทิตยา พาหิรัญ (Athitaya Phahiran, 2011, pp. 103 - 104) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ในจังหวัดเชียงใหม่

ด้านความน่าเชื่อถือ

จากผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ด้านความน่าเชื่อถือ เจ้าหน้าที่ควรมีบุคลิกภาพที่ดี มีความรู้สามสามารถในงานตำแหน่งนั้น ๆ เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ไม่ตรีจิตแก่ผู้มาติดต่อและผู้ที่มาใช้บริการ และสามารถแก้ไขปัญหาตามผู้ใช้บริการร้องขออย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับ ธรรมจักร เล็กบรรจง (Thammachak legbanchong, 2015) กล่าวว่า การบริการที่ดีต้องยึดหลักการให้บริการที่รวดเร็ว และจะต้องมีความถูกต้องแม่นยำกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ การบริการจะต้องระมัดระวังให้มีความผิดพลาดน้อยที่สุดเพราะความผิดพลาดคือ การถูกตีค่าว่าด้อยคุณภาพในทันที

ด้านการเข้าถึงจิตใจ

จากผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ให้บริการแบบเพื่อนที่เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส ก็จะเกิดความสนทนากับผู้ใช้ การดูแลการบริการอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้านการเข้าถึงจิตใจ มีการทำป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง และมีรป.ดูแลและอำนวยความสะดวกในพื้นที่ยอดรถ ซึ่งการบริการมักเป็นการติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ท่าเลที่ตั้งจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจบริการที่ต้องดึงดูดผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับ กานตันภัส สุรพงษ์รักเจริญ (Kannaphat Surapongrakcharoen, 2014) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ การวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความปลอดภัยในการใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์เป็นอันดับสอง ไม่ว่าจะเป็นการจัดวางอุปกรณ์ออกกำลังกายมีความเหมาะสม อุปกรณ์การออกกำลังกายมีความปลอดภัย อุปกรณ์ที่ใช้ออกกำลังกายมีความแข็งแรงได้มาตรฐาน และอุปกรณ์การออกกำลังกายมีความสะอาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ความสะอาดของห้องสุขา ห้องอาบน้ำ และสถานที่ออกกำลังกายมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนของผู้ใช้บริการก็ยังคงเป็นองค์ประกอบที่ผู้ให้บริการคำนึงถึง ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำให้ทราบคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ (เวสเทิร์น) และความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ (เวสเทิร์น) ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ไปใช้ในการส่งเสริมคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอล ซึ่งสามารถดึงดูดผู้ที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลได้ทั้งชาวกัมพูชา และชาวต่างชาติ และสามารถสร้างรายได้แก่ประเทศชาติ ชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวข้องกับธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ : สนามเวสเทิร์น ผู้วิจัยขอเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ทั้งระดับภูมิภาค และระดับประเทศ
2. ควรศึกษาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเพื่อสร้างศักยภาพในการดำเนินกิจกรรมต่างๆในการให้บริการในส่วนของผู้ใช้บริการ
3. ควรมีการศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

References

- Athitaya Phahiran. (2011). *Service marketing mix factors affecting working age people when choosing an artificial turf football field for rent in Chiang Mai* (Master's thesis), Chiang Mai University.
- Chittinan Dechagup. (2002). *Service Attitude and Satisfaction*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.

- Chulachai Chulacue. (2014). *Upgrading service quality to create customer satisfaction*. Retrieved from <http://www.sbdc.co.th/filedownload/improving%20service.pdf>
- Grönroos. C. (1992). *Strategic Management and Marketing in the Public Sector*. Finland: Swedish School of Economics and Business Management.
- Kannaphat Surapongrakcharoen. (2014). *A study of satisfaction in fitness center service* (Master's thesis), Thammasat University.
- Ministry of Youth and Sports Phnom Penh. (2010). *Educational Indicators and Statistics year 2010 - 2011*. UNICEF and Sida. Phnom Penh: Cambodia. Retrieved from <http://www.moeys.gov.kh/DownLoads/Publications/National>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460 - 469.
- 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.
- Supakan Kaewmorakot. (2015). *An approach to improving the quality of artificial turf football field business services in Chonburi Province* (Master's thesis), Burapha University.
- Sunandha Yodhen. (2008). *Study the assessment of service quality from differences between expectations and perceptions of pharmaceutical service recipients in primary health care facilities in Bangkok* (thesis), Srinakharinwirot University.
- Rakchanok Maneerat. (2007). *Views of tourists towards the management of facilities and services at Thung Salaeng Luang National Park Phitsanulok Province and Phetchabun Province* (Master's thesis), Phranakhon Rajabhat University.
- Thammachak Lekbanchong. (2008). *The 7Ps marketing mix factors affecting the decision making of Halal hotel services of Thai muslim tourists in Phuket Province*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Wassana Butpho. (2008). *Expectations, perceptions, and satisfaction with the mix strategy service marketing of service recipients in the Chonburi Provincial Administrative Center* (Master's thesis), Burapha University.
- Wichai Piticharoentham. (2548). *Management with the Heart*. Bangkok: book bank.
- Wiki. (2012). *Phnom Penh Olympic Stadium*. Retrieved from https://hmong.in.th/wiki/Phnom_Penh_Olympic_Stadium

Received: October, 1, 2021

Revised: November, 11, 2021

Accepted: November, 17, 2021