แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: กรณีศึกษาสนามฟุตบอล เวสเทิร์น

สอ วรรณศักดิ์

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ. 2564

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: กรณีศึกษาสนามฟุตบอล เวสเทิร์น

สอ วรรณศักดิ์

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ. 2564
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

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

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

THIS THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN SPORT AND RECREATION MANAMENT, FACULTY OF LIBERAL ARTS
THAILAND NATIONAL SPORTS UNIVERSITY CHON BURI CAMPUS
2021

ALL RIGHTS RESERVED BY THAILAND NATIONAL SPORTS UNIVERSITY

ชื่อวิทยานิพนธ์ แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมือง พนมเปญ: กรณีศึกษาสนามฟุตบอล เวสเทิร์น

ชื่อ สกุลผู้วิจัย นายสอ วรรณศักดิ์

สาขาวิชา, คณะ การบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ, ศิลปศาสตร์

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

.....ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ดร.อัศวิน จันทรสระสม)

.....ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ดร.นพเวช บุญมี)
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปทัญทิญา สิงห์คราม)
รองคณบดีคณะศิลปศาสตร์ ประจำวิทยาเขตชลบุรี

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุวัฒน์ ยาวศิริ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปทัญทิญา สิงห์คราม)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิษฎี กุฏอินทร์)

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: กรณีศึกษาสนามฟุตบอล เวสเทิร์น
ชื่อ สกุลผู้วิจัย	นายสอ วรรณศักดิ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา, คณะ	การบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ, ศิลปศาสตร์
ปีที่ส่งวิทยานิพนธ์	2564
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	1. ดร. อัศวิน จันทรสระสม 2. ดร. นพเวช บุญมี

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการทีมีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ 2) เสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยคือ ผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเพียงแต่ทราบว่ามีจำนวนมาก ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran ที่ได้ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน แต่เพื่อการป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 คน โดยผู้วิจัยเลือกผู้ที่ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้บริหารสนาม 1คน ผู้จัดการสนาม 1 คน ผู้ดูแลสนาม 1 คน งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน(Mixed Method) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย แบบสอบถาม ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้เชียวชาญ จำนวน 5คน เท่ากับ .95 การวิจัยเชิงคุณภาพใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการทีมีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ภาพรวม ทุกด้านอยู่ในระดับมาก 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

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

สำหรับแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ให้มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นสัดส่วน สวยงาม และมีการบำรุงรักษาให้พร้อมใช้อยู่ตลอดเวลา ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ให้มีบริการจัดหา คู่แข่งขัน รวมถึงกรรมการและมีจุดบริการปฐมพยาบาล ด้านการเข้าถึงจิตใจ การชำระเงินและส่งเสริม การขายให้เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ ด้านความน่าเชื่อถือในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ให้มีการประชุมการดำเนินงาน มีการติดตามผลการดำเนินงาน การจัดอบรม การพัฒนาบุคลิกภาพ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ให้มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทางและสถานที่จอดรถ

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา คุณภาพบริการธุรกิจ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ABSTRACT

Thesis name	Guidelines for the Development of Service Quality of the Artificial Turf Football Business in Phnom Penh: A Case Study of Football Fields Western
Researcher's name	Mr. Sor Vannsak
Degree	Master of Business Administration
Discipline, Faculty	Sports and Recreation Management, Faculty of Liberal Arts
Year	2021
Advisor Committee	

1. Dr. Assawin Chanthonsarasom
2. Dr. Noppavaj Boonmee

The objectives of this research are to 1) Study the opinions of users on the service quality of the artificial turf football field business in Phnom Penh 2) To propose a guideline to improve the service quality of the artificial turf football field business in Phnom Penh. In research is People who use the service towards the service quality of the artificial turf football field business in Phnom Penh. The researcher does not know the exact population, but only knows that there is a large number. The researcher determined the sample size by using the WG Cochran formula that obtained 95% confidence level and 5% tolerance level. 384 people were used, but to prevent errors from the questionnaires from the group. Incomplete example the researcher assigned a sample of 400 people using convenience sampling and 3 main informants. Purposive sampling was selected, namely field administrators 1 Field manager 1 field supervisor 1 field supervisor this research was a mixed method using quantitative research methods. (Quantitative research) and qualitative research. The quantitative research instruments consisted of a questionnaire with an IOC score of 5 experts equal to .95. The qualitative research was used as a semi-structured interview tool. The statistics used in the quantitative data analysis were percentage, mean and standard deviation. And qualitative data analysis Use content analysis

The results of the research were as follows: The opinions of those using the service towards the service quality of the artificial turf football field business in Phnom Penh; the overall picture in all aspects is very high. The average value was 4.51 when considered on each side, sorted by the highest to the lowest average, ie the response of the client's needs. The average value was 4.65, followed by the physical environment, field. The mean was 4.62 in terms of mental accessibility.

Has a mean of 4.52 in terms of reliability. Has a mean of 4.51 in terms of trust the mean been 4.44, respectively

For the development of service quality of the artificial turf football field business in Phnom Penh.

Field's physical environment to provide various facilities to be in balance beautiful and maintained parts ready to use all the time. Responding to the needs of service recipients, there is a recruiting service for competitors, including directors, and a first aid service. To reach the mind payment and promotion sales to increase public channels relationship promotional activities that are timely the reliability of duties and behavior of field staff. To have an operation meeting Performance results were followed up and personality development training was carried out. Ease of access provide clear directions, such as maps and route signs, must be consistent. For the convenience of accessing the service and safety in travel and parking locations.

Keywords: Development guidelines, Quality of business services, Artificial turf football fields

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างดียิ่งจาก ดร. อัศวิน จันทรสระสม และ ดร.นพเวช บุญมี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่คอยให้คำแนะนำชี้แนะแนวทาง สั่งสอน ประสิทธ์ประสาทวิชาให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้วิทยาใหม่ ๆ ซึ่งต่างไปจากโลกทัศน์ที่ข้าพเจ้าเคยรู้จัก ที่กรุณาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น กราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ให้วิทยานิพนธ์สมบูรณ์

ขอบกราบขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี ประเทศไทยที่เป็นแหล่งให้เรียนรู้ชีวิตและสังคมของผู้คนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาระดับปริญญาโท ทั้งนี้เพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้การศึกษาสำเร็จลงอย่างสมบูรณ์ในทุก ๆ ด้าน คุณค่าและความดีงามอันใดเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศแด่ครูอาจารย์ผู้มีพระคุณและมีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณ สนามฟุตบอล เวสเทิร์น ประเทศกัมพูชา ที่ให้ความร่วมมือในการใช้สถานที่ในการเก็บข้อมูลวิจัย ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจตั้งแต่เริ่มการศึกษาจนกระทั่งลุล่วงไปได้ด้วยดี

สอ วรรณศักดิ์

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ฉ
กิตติกรรมประกาศ ..... ซ
สารบัญตาราง ..... ฎ
สารบัญภาพ ..... ฎ

บทที่

1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย 2
ขอบเขตของการวิจัย 3
นิยามศัพท์เฉพาะ 4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย 6
กรอบแนวคิดการวิจัย 7

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา 8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 10
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 15
แนวคิดละทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น 16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 20

3 วิธีดำเนินการวิจัย 29
การวิจัยเชิงปริมาณ 29
การวิจัยเชิงคุณภาพ 32

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 35
สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล 35
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 35
การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง 43

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
5	**สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**	**47**
	สรุปผลการวิจัย	47
	อภิปรายผลการวิจัย	48
	ข้อเสนอแนะ	50
	บรรณานุกรม	**53**
	ภาคผนวก	**58**
	ภาคผนวก ก	59
	ประวัติผู้วิจัย	**63**

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

สารบัญตาราง

ตาราง **หน้า**

4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ จำแนกตามเพศ 35

4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ จำแนกตามอายุ 36

4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ จำแนกตามระดับการศึกษา 36

4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ จำแนกตามรายได้ประจำปีต่อเดือน 37

4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ โดยภาพรวมและรายด้าน 37

4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ตามปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสนาม 38

4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ตามปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ 39

4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ตามปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ 40

4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ตามปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านความไว้วางใจ 41

4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ตามปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจ 42

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	7
4.1	กระบวนการผลิต	46

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลมีนโยบายสร้างเสริมสุขภาพและสนับสนุนให้ประชาชนสนใจ การออกกำลังกายมากขึ้น การออกกำลังกายจึงได้รับความนิยมจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกีฬาฟุตบอล ซึ่งเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2548 : 15) กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ยอดนิยมมากที่สุดของคนทั่วโลก รวมถึงในประเทศกัมพูชา กระแสความนิยมในกีฬาฟุตบอลก็ได้ขยายวงกว้างมากขึ้น เพื่อช่วยเสริมสร้างให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง ฟุตบอลเป็นกีฬาที่นิยมทั้งในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยเฉพาะในกรุงพนมเปญที่เป็นเมืองหลวงของประเทศกัมพูชาที่มีคนให้ความสนใจกับกีฬาชนิดนี้มากขึ้นเรื่อย ๆ เฉพาะในกรุงพนมเปญได้มีการจัดแข่งขันกีฬาฟุตบอลลีคระดับสูงสุดที่เดี่ยวของประเทศกัมพูชาที่ทำให้แต่ละจังหวัดมีสโมสรฟุตบอลเป็นของตัวเองต้องเข้ามาแข่งขันภาพในกรุงพนมเปญ และทำให้แต่ละจังหวัดมีคนสนใจเล่นกีฬาฟุตบอลกันเพิ่มขึ้น จนกลายเป็นกระแสความนิยมในกีฬาประเภทนี้มากขึ้น ด้วยกระแสความนิยมเล่นกันกีฬาฟุตบอลนี้ทำให้มีธุรกิจทำสนามฟุตบอลมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น (ปรัชญา เทพสกุล. 2555) ซึ่งสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้อย่างหลากหลายเช่น การฝึกซ้อม การแข่งขัน การออกกำลังกาย และกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบริเวณสนามและสถานที่ดังกล่าว มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยให้บริการผู้ที่มาใช้บริการ และผู้มาชม เช่น ห้องอาบน้ำ ห้องรับรองผู้ติดตาม ร้านอาหาร และมีสัญญาณอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

ธุรกิจสนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในกรุงพนมเปญปัจจุบันกำลังเติบโตส่งผลให้ทุกวันนี้มีสนามฟุตบอลให้เช่าเพิ่มขึ้นมาเป็นจำนวนมากกระจัดกระจายไปทั่วทั้งพื้นที่ในกรุงพนมเปญในประเทศกัมพูชา จึงทำให้เริ่มมีการแข่งขันกันอย่างมากในการให้บริการสนามฟุตบอล และผู้ที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลจะมีทางเลือกมากขึ้น ในการตัดสินใจเลือกที่ใช้สนาม โดยพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ทั้งในด้านของตัวสนาม ความน่าเชื่อถือของบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ความไว้วางใจ การเข้าถึงจิตใจ ดังนั้นในปัจจุบันธุรกิจเหล่านี้กำลังทำการแข่งขันกันอย่างมาก โดยมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมีความจงรักภักดีและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

การบริการถือเป็นหัวใจสำคัญในการทำธุรกิจทุกรูปแบบ เพราะในการบริการเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถสร้างความแตกต่างกันและดึงดูดผู้ที่ใช้บริการให้มาใช้บริการกับธุรกิจของเราในระยะยาว นอกจากนี้ก็ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างชื่อเสียงให้กับธุรกิจด้วย จึงต้องมีการพัฒนาการให้บริการและปรับปรุงกลยุทธ์การบริการให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อรองรับความต้องการของผู้ที่ใช้บริการในการให้บริการแต่ละครั้งควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมทั้งการให้บริการที่รวดเร็วและมีความถูกต้องแก่ผู้ที่ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ และกลับมาใช้บริการซ้ำ (จุลชัย จุลเจือ. 2557)

คุณภาพการบริการคือความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขันได้ (Oliver, R. L. 1980: 460)

สรุปได้ว่าคุณภาพการบริการเป็นการรับรู้ในการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่ใช้บริการที่เกิดขึ้นจริงเพื่อให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงและสามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงที จะช่วยเพิ่มคุณค่าในการให้บริการให้มากยิ่งขึ้น (วิชัย ปีติเจริญธรรม. 2548: 17)

ปัจจุบนสนามฟุตบอล เวสเทิร์น เป็นสนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียมที่มีขนาดมาตรฐานกว้าง 68 เมตร หรือ ยาว 105 เมตร หรือยาว 115 เมตร (พื้นเรียบและมีหญ้าสม่ำเสมอ) ซึ่งพอเหมาะสำหรับผู้เล่นจำนวน 11 คน และภายในตัวสนามยังมีสปอตไลท์ที่ให้ความสว่างภายในสนามในเวลากลางคืน ที่ตั้งของสนามอยู่บนถนนเดินทางสะดวกสบาย จราจรไม่ติดขัด ที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้ มีห้องน้ำสะอาด และมีห้องอาบน้ำเพียงพอ มีร้านบริการเครื่องดื่ม มีสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ดี และมีความปลอดภัยในทรัพย์สินของผู้มาใช้บริการ จึงเป็นแรงดึงดูดให้คนหันมาออกกำลังกายเล่นกีฬาฟุตบอลเพิ่มมากขึ้น เพราะสามารถเล่นกีฬาได้ทุกชวงเวลา โดยเฉพาะสนามฟุตบอลเวสเทิร์นเป็นสนามที่มีผู้มาใช้บริการเพื่อเล่นกีฬาฟุตบอลมากที่สุดในเมืองพนมเปญจำนวนค่าเฉลี่ย 4800 คน ต่อปี (Vuthy. 2562) และเป็นสนามที่มีขนาดมาตราฐานที่ดีที่สุดในเมืองพนมเปญ (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศกัมพูชา. 2562)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยเห็นได้ว่า ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในเมืองพนมเปญมีการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการแข่งขันที่สูงมากขึ้นในการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา : แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ : กรณีศึกษาสนามฟุตบอล เวสเทิร์น ซึ่งเป็นสนามกีฬาฟุตบอลที่กำลังได้รับความนิยมและเพื่อแสวงหาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญและปรับปรุงในคุณภาพการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการรับบริการ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มเป้าหมายของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม และจะเป็นประโยชน์ต่อคุณภาพการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ และเพื่อได้เปรียบทางการแข่งขันในการให้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ

2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

ปทุมธานี มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ : สนามฟุตบอลเวสเทิร์น ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) แบบเชิงปริมาณและแบบเชิงคุณภาพ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเพียงแต่ทราบว่ามีจำนวนมาก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเพียงแต่ทราบว่ามีจำนวนมาก ผู้วิจัยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีคำนวณได้จากสูตรของ W.G. Cochran ที่ได้ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน แต่เพื่อการป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างไม่สมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไขกำหนดคือไม่น้อยกว่า 384 คน ซึ่งแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

โดยผู้วิจัยเลือกผู้ที่ให้ข้อมูลหลัก แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้บริหารสนาม 1คน ผู้จัดการสนาม 1 คน ผู้ดูแลสนาม 1 คน โดยใช้เกณฑ์จากผู้มีหน้าที่บริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซึ่งผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างนี้เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ : สนามเวสเทิร์น จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องคุณภาพบริการ การวัดคุณภาพบริการตามแนวคิด SERVQUAL ที่เสนอโดย Parasuraman; Zeithaml; & Berry (1988) ปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านดังนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม (Tangibles)
2. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)
3. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)
4. ด้านความไว้วางใจ (Assurance)
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ (Empsthy)

ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: สนามเวสเทิร์น

ขอบเขตด้านระยะเวลา ใช้เวลาในการศึกษาวิจัย เดือน มิถุนายน สิงหาคม พ.ศ. 2562

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ตัวแปรที่ศึกษา

ขอบเขตในด้านตัวแปรผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ

1.1 ข้อมูลพื้นฐาน

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.4 รายได้

1.2 ปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ของ พาราสุรามาน; และคนอื่น ๆ (2531)

1.2.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม (Tangibles)

1.2.2 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)

1.2.3 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

1.2.4 ด้านความไว้วางใจ (Assurance)

1.2.5 ด้านการเข้าถึงจิตใจ (Empsthy)

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

นิยามศัพท์เฉพาะ

แนวทางการพัฒนา หมายถึง วิธีปฏิบัติในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงเพื่อมุ่งสู่การพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม หมายถึง สถานที่ให้บริการกิจกรรมออกกำลังกายด้วยกลุ่มกีฬาฟุตบอลที่สนามฟุตบอลมีพื้นเรียบและมีหญ้าสม่ำเสมอ และต้องทำการเช่าพื้นที่เพื่อมีสิทธิ์ในการใช้สนาม

คุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการหรือเกินความคาดหวังของผู้ที่มาใช้บริการ ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจในการได้รับบริการและเกิดความจงรักภักดีกับผู้ให้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยมีองค์ประกอบของคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม (Tangibles)
2. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)
3. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)
4. ด้านความไว้วางใจ (Assurance)
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ (Empsthy)

ผู้ที่ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเพื่อเล่นกีฬาฟุตบอล

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกด้านความรู้สึก ความเชื่อ และการตัดสินใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาศัยฐานความรู้ การรับรู้ และประสบการณ์

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

เมืองพนมเปญ หมายถึง เมืองหลวงและเมืองที่ใหญ่ที่สุดของประเทศกัมพูชา

สนามฟุตบอลหญ้าเทียมเวสเทิร์น หมายถึง สนามฟุตบอลที่เปิดบริการให้เช่ามีขนาดมาตราฐานกว้าง 68 เมตร และความยาว 105 เมตร และมีสนามในร่ม 4 สนาม ขนาดมาตรฐาน 26x44 เมตร มีหลังคาสามารถเล่นได้ทุกวันเวลา ทุกฤดูกาล พร้อมมีไฟส่องสว่างในช่วงกลางคืน มีที่จอดรถกว้างขวางรวมทั้งบริการร้านค้า ร้านบริการเสริมสิ่งอวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการที่สนามฟุตบอลสนามฟุตบอล

สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งปลูกสร้าง วัสดุอุปกรณ์และสิ่งแวดล้อมบริเวณสนาม เครื่องมือการได้รับการดูแลและตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นได้อย่างชัดเจน

บริการให้เช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม หมายถึง ธุรกิจที่มีพื้นที่ หรือสถานที่ที่สร้างขึ้นและเปิดให้บริการเพื่อเป็นสนามฟุตบอล หรือที่เรียกว่า สนามฟุตซอลให้บริการเช่าเตะฟุตบอลกับกลุ่มบุคคล หรือทีมฟุตบอลที่สนใจโดยมีทั้งสนามในร่ม และสนามกลางแจ้ง

หญ้าเทียม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ถูกพัฒนาขึ้นให้มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับหญ้าจริงมากที่สุด เป็นวัสดุสังเคราะห์ที่ผลิตมาจาก Polypropylene ซึ่งเป็นพลาสติกชนิดหนึ่งที่นิยมใช้เนื่องจากมีความทนทานเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนสีสันสดใสที่เห็นเกิดจากสีสังเคราะห์ที่ผสมสารป้องกันรังสี UV ที่จะทำให้สีสวยสดทนนานตลอกอายุการใช้งาน

การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ หมายถึงความปรารถนาในการช่วยเหลือผู้ใช้บริการ และจัดหาบริการมาให้ตามที่ได้สัญญาตกลงไว้ได้แก่การให้บริการตอบสนองด้วยขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็ว มีการแจ้งระยะเวลาการใช้สนามก่อนผู้เล่นเข้าใช้บริการสนามมีความกระตือรือร้นในการให้บริการสามารถให้ความช่วยเหลือผู้ใช้ได้ตรงตามความต้องการ

ความน่าเชื่อถือของบริการ คือความสามารถกระทำตามสัญญาที่แจ้งไว้ว่าจะให้บริการเกิดขึ้น และสร้างความไว้วางใจความถูกต้อง และความสม่ำเสมอได้แก่ เมื่อผู้ใช้สนามมีปัญหาเจ้าหน้าที่จะสนใจแก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง สามารถรับรู้ถึงปัญหาของผู้ใช้อย่างถูกต้องสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก และให้บริการได้ตามระยะเวลาที่แจ้งไว้

ความไว้ว่างใจ คือ การมีความรู้ ความสามารถและความสุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ และการสร้างให้ผู้รับบริการเกิดความไว้ว่างใจได้แก่ผู้ให้บริการมีความรู้ที่จะตอบปัญหาได้สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่าง ๆ ผู้ให้บริการมีพฤติกรรมที่สร้างความมั่นใจในการบริการ มีกิริยามารยาทสุภาพและเป็นมิตร

การเข้าถึงจิตใจ คือ การให้ความเป็นห่วงและสนใจผู้มารับบริการทุกคน และมีความตั้งใจที่จะจัดหาสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการมาตอบสนองได้ ได้แก่ผู้ให้บริการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการผู้ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ ผู้ให้บริการเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการมีการคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ใช้และผู้ให้บริการเข้าใจถึงความจำเป็นในการมาขอใช้บริการ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

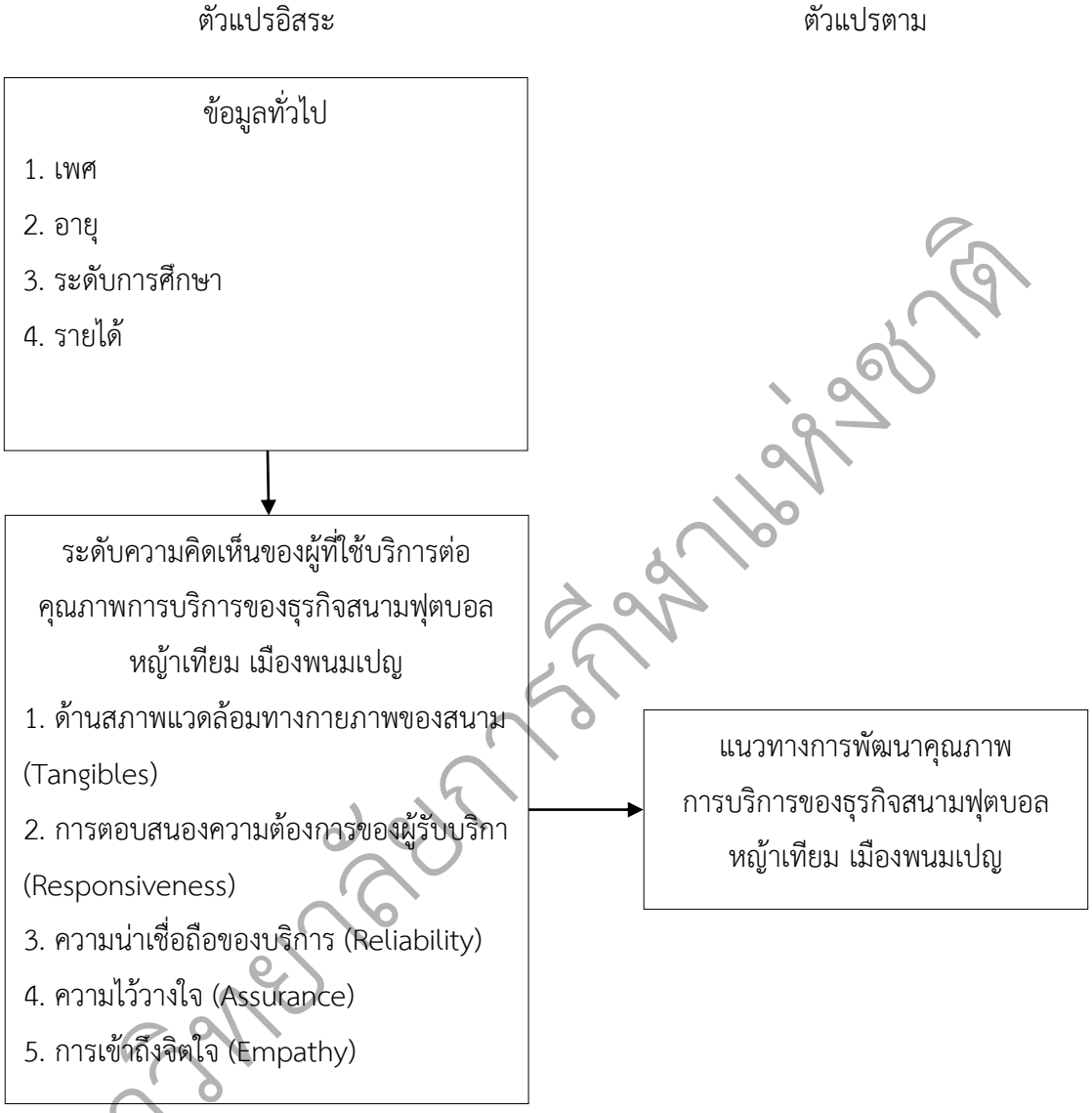
1. ทราบความคิดเห็นผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

2. ได้ข้อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

3. เป็นฐานข้อมูลการพัฒนคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ: แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ: กรณีศึกษาสนามฟุตบอล เวสเทิร์น ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสนามฟุตบอลหญ้าเทียม
4. แนวคิดละทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา

1. ความหมายของการพัฒนา (Development)

คำว่า การพัฒนาตรงกับภาษาอังกฤษว่า Development ตามความหมายของรูปศัพท์แปลว่าการทำให้เจริญ (จำรัส นวลนิ่ม. 2540: 7) ได้อธิบายว่า หมายถึง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทีละน้อย ๆ โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้น เติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมไปกว่าเดิม หรืออาจก้าวหน้าไปถึงถึงที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจในลักษณะความหมายหรือนิยามของการพัฒนาที่มีนักวิชาการกล่าวไว้เป็นการใช้โดยทั่วไปกว้าง ๆ (สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2532: 5) การพัฒนา หมายถึงการเปลี่นยแปลงที่มีการกำหมดทิศทางหรือการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดแผนเอาไว้หล่วงหน้าแล้วซึ่งทิศทางหรือแผนที่กำหนดไว้นี้ย่อมจะเป็นไปในลักษณะที่พึงปราถนาของสมาชิกในสังคมนั้น (ชนิตา รักษ์พลเมือง. 2532: 55) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาว่า หมายถึง เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นในทิศทางที่กำหนด (ดารา ทีประปาล. 2538: 15) ให้ความหมายว่า หมายถึง เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างมีเป้าหมาย เป็นการเปลี่นยแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง เพื่อให้บรรลุตามแผนที่กำหนดไว้หล่วงหน้า (มีชัย สายอร่าม. 2540: 59) อธิบายความหมายของการพัฒนาในลักษณะครบคลุมและกว้างขวาง พอสรุปได้ว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงและสรรค์สร้างความก้าวหน้าในทิศทางเศรษฐกิจ ความเป็นธรรมในสังคมความเสมอภาคในทางการเมือง การธำรงรักษาวัฒนธรรมอันดีงาม การจัดสรรและกระจายทรัพยากรด้วยวิธีการบริหารที่เหมาะสม เพื่อบรรลุเป้าหมายในอันที่จะสร้างคุณภาพที่ดีขึ้น

2. แนวคิดการพัฒนา

แนวคิดการพัฒนา ในที่นีหมายถึงแนวทางในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมตั้งแต่ระดับบุคคล สถาบันไปจนถึงระดับสังคม จากลักษณะที่สังคมเคยเป็นอยู่ให้ก้าวไปสู่การเป็นสังคมตามแบบอย่างที่ควรจะเป็นหรือเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นกว่าเดิม ซึ่งอาจเรียกว่า สังคมที่ได้รับการพฒนานั้นเอง คำว่า พัฒนา ถูกกำหนดขึ้นโดยนักวิชาการด้านต่าง ๆ แตกต่างกันออกไป ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาต่างมีรากฐานพัฒนาการทาง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ความคิดที่แตกต่างกันด้านความเชื่อ พื้นฐานของนักคิดแตละยุคสมัยและความเหมาะสมของสถานการณ์ภายใต้บริบทการพัฒนาที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มทฤษฎี ทฤษฎีที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีความทันสมัย ทฤษฎีการพัฒนาแบบพึ่งพาและทฤษฎีทางเลือกอื่น ๆ ได้แก่ทฤษฎีการพัฒนาที่เน้นความต้องการขั้นพื้นฐานและทฤษฎีการพัฒนาแบบยั่งยืน

การพัฒนาธุรกิจ หมายถึง การประสานประโยชน์เข้าด้วยกันระหว่างการพัฒนาธุรกิจกับการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสมและเกิดศักยภาพเพื่อความเจริญงอกงามทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาศัยการปรับประยุกต์ของคณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา หรือ World Commission on Environment and Development ในรายงาน Our Common Future 1987 หรือ Brundtland Report โดยมี 3 องค์ประกอบคือ 1) ด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ความสามารถในการทำกำไร 2) ด้านสังคม หมายถึง องค์กรแห่งความสุข และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีนิยามปฏิบัติการและวิธีการวัดทั้ง 3 ประเด็นดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ความสามารถในการทำกำไรหมายถึง การมีกำไรที่มั่นคงมีเสถียรภาพ กระตุ้นการประหยัดเพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร มีความสามารถในการสร้างตราสินค้าเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด มีความเข้าใจและ เข้าถึงลูกค้า

2. ด้านสังคม หมายถึง องค์กรแห่งความเอื้ออาทร หมายถึงระดับความเป็นจริงในการใส่ใจสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจ เน้นความจริงใจ โปร่งใสในการทำงาน เป็นองค์กรแห่งความสุข

3. ด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ระดับความเป็นจริงของการเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงด้านรักษาสิ่งแวดล้อม การเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงมีผลิตภัณฑ์ที่เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อม

3. ความหมายโดยทั่วไป

การพัฒนา ที่เข้าใจโดยทั่วไป มีความหมายใกล้เคียงกับความหมายจากรูปศัพท์คือ หมายถึง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่าเดิมอย่างเป็นระบบ หรือการทำให้ดีขึ้นกว่าสภาพเดิมที่เป็นอยู่อย่าเป็นระบบ (ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. 2526: 1) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบทางด้านคุณภาพระหว่างสภาพการณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาที่ต่างกัน กล่าวคือ ถ้าในปัจจุบันสภาพการณ์ของสิ่งนั้นดีกว่า สมบรณ์กว่าก็แสดงว่าเป็นการพัฒนา (ปกรณ์ ปรียากร. 2538: 5)

การพัฒนาในความหมายโดยทั่วไปจึงหมายถึงการเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดคุณภาพดีขึ้นกว่าเดิม ความหมายนี้ นับว่าเป็นความหมายที่รู้จักกันโดยทั่วไป เพราะนำมาใช้มากกว่าความหมายอื่น ๆ แม้ว่าจะไม่เป็นที่ยอมรับของนักวิชาการก็ตาม (สนธยา พลศรี. 2547: 2)

4. ความหมายทางการวางแผน

ในทางการวางแผน การพัฒนา เป็นเรื่องเกี่ยวกับการชักชวน การกระตุ้นเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ด้วยการปฏิบัติตามแผนและโครงการอย่างจริงจัง เป็นไปตามลำดับขั้นตอนต่อเนื่องกันเป็นวงจร โดยไม่มีการสินสุด (นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. 2534: 91-92) ซึ่งองค์การศึกษาวิยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United National Educational, Scientific and cultural

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

Organization: NESCO. 1982: 305, อ้างถึงใน อัจฉรา โพธิยานนท์. 2539: 11) สรุปได้ว่า การพัฒนาเป็นหน้าที่ (Function) ของการวางแผนและการจัดการดังนี้

$$\mathbf{D = f(P + M)}$$

เมื่อ **D** = Development คือการพัฒนา
P = Planning คือการวางแผน
M= Management คือการบริหารงานหรือการจัดการ

ดังนั้น การพัฒนาจะเกิดขึ้นได้ด้วยการวางแผนที่ดี มีการบริหารงานและการจัดการอย่างเป็นระบบทำให้การดำเนินการเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาในความหมายของนักวางแผนจะเป็นไปอีกแนวทางหนึ่ง โดยอาจสรุปได้ว่าหมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการเตรียมการของมนุษย์ไว้ล่วงหน้า ในลักษณะของแผนและโครงการ แล้วบริหารหรือจัดการให้เป็นไปตามแผนและโครงการจนประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ จะเห็นได้ว่าความหมายของการพัฒนาทางการวางแผนกำหนดให้การพัฒนาเป็นกิจกรรมของมนุษย์และเกิดขึ้นจากการเตรียมการไว้ล่วงหน้าเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้เกิดจากการวางแผนโดยมนุษย์ไม่ใช่การพัฒนาในความหมายนี้ (สนธยา พลศรี. 2547: 4)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

1. คุณภาพบริการ

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

2. ความหมายของคุณภาพบริการ

คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) (Johnston. 1995; Lloyd-Walker; & Cheung. 1988)

คำว่าบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ หมายถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่วิเศษมาก ประทับใจคุ้มค่าแก่การตัดสินใจ รวมทั้งคุ้มค่าเงิน (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546: 106)

คุณภาพเป็นคำที่มีความหมายว่า เป็นสิ่งที่ดี ได้มีผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าคุณภาพ ผู้วิจัยสรุปได้ ดังนี้

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

Oliver, R. L. (1980: 460) ได้ให้ความหมายคุณภาพบริการโดยสรุปว่า คุณภาพบริการเป็นการรับรู้การให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการขอผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้นจริงตามคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยเปรียบเทียบความเป็นจริงที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ที่รับรู้ได้ถึงความพึงพอใจต่อบริการ

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2538. 14), ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญ ลักษิตานนท์; และศุภกร เสรีรัตน์ (2541: 35) ได้ให้ความหมายคุณภาพบริการโดยสรุปว่า สิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ว่าจะได้รับการตอบสนองความต้องการ จากการบริการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจความประทับใจ และความภักดี

คุณภาพบริการ (Service Quality) เป็นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยประเมินจาก การเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectedservice) กับการบริการที่รับรู้จริง (Percepted service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการ ของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการ ดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

วิไล ฤกษ์นุ้ย (2538: 234) กล่าวว่า คุณภาพหมายถึงคุณสมบัติคุณลักษณะที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของการบริการที่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) รับรู้ว่ามีความโดดเด่นตรงหรือเกิดความคาดหวังเป็นที่น่าประทับใจจากการที่ผู้รับบริการได้จ่ายแลกเปลี่ยนสัมผัสมีประสบการณ์ทดลองใช้ ฯลฯ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 340-342) กล่าวไว้ในการบริการกาบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน (Managing Competitive Differentiation) งานการตลาดของผู้ขายสินค้าที่เป็นบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน เป็นการลำบากที่จะสร้างให้เป็นข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งสามารถทำได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่สำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจคือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขันโดยเสนอคุณภาพให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไวข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปากจากการโฆษณาของธุรกิจโดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามคุณภาพของการให้บริการมีหลักการดังนี้คือ

1.1 บริการที่เสนอ (Offer) โดยพิจารณาความคาดหวังจากลูกค้าซึ่งประกอบด้วย 2 ประการคือ

1.1.1 การให้บริการพื้นฐาน (Primary Service Package) ไดแก่สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ

1.1.2 ลักษณะการให้บริการเสริมได้แก่บริการที่มีกิจกรรมเพิ่มเติมให้นอกเหนือจากการบริการพื้นฐานทั่วไป

1.2 การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอเหนือกว่าคู่แข่งโดยตอบสนองความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

1.3 ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สาหรับองค์กรที่ให้บริการโดยอาศัยสัญลักษณ์ตราสินค้าโดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณาประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การที่ให้บริการโดยอาศัยสัญลักษณ์ตราสินค้าโดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารทางการตลาดอื่น ๆ

1.4 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative Feature) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวคิดริเริ่มแตกต่างจากการบริการของคู่แข่งขันทั่วไป

2. โมเดลคุณภาพของการบริการ (Service-Quality Model) ได้กำหนดโมเดลคุณภาพการ ให้บริการซึ่งเนน้ความตอ้งการที่สำคัญ โดยเนน้การส่งมอบคุณภาพการให้บริการที่คาดหวัง ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้การส่งมอบบริการคุณภาพไม่ประสบความสำเร็จซึ่งแสดงช่องว่าง 5 ประการ ดังนี้

ช่องว่างที่ 1 คือช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ของผู้บริหารกิจการ (The Management Perception Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจไม่เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเพราะผู้บริหารมีข้อมูลที่ไม่ถูกต้องทำให้การตีความข้อมูลที่ได้รับเกิดความผิดพลาดได้

ช่องว่างที่ 2 คือมาตรฐานคุณภาพของการบริการที่กำหนดขนไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่ฝ่ายบริหารรับรู้ (The Quality Specification Gap) ช่องว่างนี้ผบู้ริหารอาจเข้าใจได้อย่างถูกต้อตามความต้องการของผู้บริโภคแต่ไม่มีการกำหนดมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ในการทำงานที่ชัดเจน รวมทั้งผู้บริหารไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอในการวางแผนคุณภาพของการบริการ

ช่องว่างที่ 3 คือการให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการที่ได้กำหนดไว้ (Service Delivery Gap) ช่องว่างนี้จะเกี่ยวข้องกับพนักงานของธุรกิจบริการโดยตรงซึ่งมาจากวิธีการและวิธีปฏิบัติที่ไม่มีคุณภาพไม่มีประสิทธิภาพตลอดจนความสามารถในการทำงานซึ่งจะรวมถึงแนวความคิดเทคนิคและทักษะในการให้บริการรวมทั้งการตลาดภายในขององค์กรที่ยังไม่มีประสิทธิผล

ช่องว่างที่ 4 คือการน้ำเสนอบริการให้กับลูกค้าไม่ตรงกับที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้า (The Marketing Communication Gap) ช่องว่างนี้เป็นการคาดหวังของผู้บริโภคที่ควรจะได้รับการบริการตามที่ทางองค์กรได้ลงในสื่อโฆษณาขององคก์รที่ปรากฏออกมาแต่เมื่อมารับบริการกลับทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการอย่างที่คาดหวังไว้

ช่องว่างที่ 5 คือการบริการที่ลูกค้ารับรู้หรือได้รับไม่ตรงกับบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (The Perceived Service Quality Gap) ช่องว่างนี้จะปรากฏขึ้นต่อเมื่อผู้บริโภคได้รับการบริการที่แตกต่างกับการบริการที่ได้คาดหวังไว้ซึ่งการบริการต่าง ๆ จะอยู่ในช่องว่างที่1ถึงช่องว่างที่ 4

ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพบริการจะเกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Consumer) และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงจากผู้ให้บริการ (Marketer) เพื่อเป็นการปิดกันช่องว่างดังกล่าวและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในที่สุดความคาดหวังของลูกค้าจะมีบทบาท สำคัญมากเพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้คือคุณภาพที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Quality) จากการใช้บริการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ (Customer expectations) (Kotler on Marketin: 594)

พาราสุรามันซีทฮอ์มและเบอร์รี่ (Parasuraman; Zeithaml; & Berry. 1990: 20-23) กล่าวว่า คุณภาพบริการในสายตาผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความความหวังและการรับรู้ที่ได้รับจากการบริการและสามารถจำแนกคุณลักษณะของการบริการของผู้รับบริการออกเป็น 10 ประการ ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรม (Tangible) คือสิ่งที่สามารถจับต้องได้เช่นสถานที่อาคารสำนักงาน การตกต่างและบริเวณที่ให้บริการลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการการแต่งกายของผู้ให้บริการ

2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) คือการบริการที่ทำให้สามารถนาเสนอได้อย่างถูกต้องการให้บริการตามที่สัญญาไว้และมีความน่าเชื่อถือ

3. ความกระตือรือร้น (Responsiveness) คือการแสดงน้ำใจยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันทีให้ความสนใจกับปัญหาของผู้รับบริการ

4. ความเชี่ยวชาญ (Competence) คือการเรียนรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถแสดงให้ผู้รับบริการเห็นได้ว่าตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได

5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) คือความสุภาพอ่อนโยนให้เกียรติมีน้ำใจและมีความเป็นมิตรเห็นอกเห็นใจต่อผู้รับบริการ

6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการซึ่งผู้รับบริการรับรู้ได้จากการพูดปากต่อปาก

7. ความปลอดภัย (Security) คือความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินชื่อเสียงปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษาเช่นการรักษาความลับของผู้รับบริการ

8. เข้าถึงบริการ (Access) คือการที่ผู้รับบริการสามารถติดต่อเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจาการรับบริการ

10. การเข้าใจและเข้าใจผู้รับบริการ (Understanding / Knowing the Customer) คือผู้ ให้บริการทำความเข้าใจและเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

พบว่า ปัจจยัทั้ง 10 ประการ ซึ่งลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการในบางด้านไม่เป็นอิสระจากกันเช่นปัจจัยด้านความน่าศรัทธา (Creditability) กับความปลอดภัย (Security) อาจมีความเหลื่อมกันอยู่ผลการวิจัยในช่วงแรกสามารถสรุปได้ดังภาพประกอบด้านล่างนี้

ได้มีการพัฒนาปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการจากปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ซึ่งผู้บริโภคใช้ในการกำหนดคุณภาพการบริการได้แก่ลักษณะทางกายภาพความน่าศรัทธาการตอบสนองความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเข้าถึงการสื่อสาร และความเข้าใจ โดยผู้วิจัยได้สร้างชุดคำถามจำนวน 97 รายการเพื่อวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ทั้ง 10 ด้าน แต่ละคำถามจะให้คะแนนโดยระบบ Seven-point Likert Scale ผลคะแนนที่ได้จะถูกนำมาคำนวณโดยนำคะแนนจากคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้ลบด้วยคะแนนคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวังผลจากการลบจะทำให้ได้ระดับคะแนนที่แตกต่างกันตั้งแต่ +6 ถึง -6 คะแนนผล คะแนนที่สูงหมายถึงคุณภาพการบริการตามความรับรู้ของผบู้ริโภคอยู่ในระดับสูงและจากการใช้วิธีการทางสถิติ

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

หลายวิธีในการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้สามารถลดจำนวนคำถามลงถึง 2 ใน 3 ของ คำถามทั้งหมดและสามารถรวมปัจจัยด้านที่มีความเหลื่อมล้ำกัน หรือมีความสัมพนัธ์กันเข้าด้วยกันทำให้คงเหลือปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ 5 ด้านจากปัจจัยพื้นฐาน 10 ด้าน ดังแสดงในภาพด้านล่างนี้

Parasuraman; Zeithaml; & Berry (1990: 25-26) ได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการเรียกว่า Servqual (Service Quality) ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสรุปมิติการประเมินคุณภาพจาก 10 ด้านเหลือเพียง 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) คือการบริการที่นำเสนอในลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และสามารถสัมผัสได้ซึ่งไดแก่เครื่องมืออุปกรณ์บุคลากรและการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือความสามารถในการให้บริการนั้น ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการบริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของบริการที่จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนอง (Responsiveness) คือผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงทีผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพรวมทั้งการเอาใจใส่มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการรวมทั้งสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจในการรับบริการได้

5. การเอาใจใส่ (Empathy) คือความสามารถในการดูแลความเอืออาทรเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการ

สรุปได้ว่า Servqual เป็นเครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของ ลูกค้าซึ่งเกิดจากการวิจัยศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบโดยการสัมภาษณ์ลูกค้าในธุรกิจบริการหลายประเภทงานวิจัยในช่วงแรกซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพได้ข้อ สรุปว่า ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพการบริการโดยการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังหรือปรารถนาโดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้า 4 ประการคือ สิ่งที่ผู้บริโภครับฟังมาจากการบอกปากต่อปากความต้องการส่วนบุคคลประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภคและการสื่อสารประชาสัมพนัธ์นอกจากนั้นการวิจัยยังช่วยให้ทราบถึงปัจจัยโดยทั่วไปซึ่งผู้บริโภคใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการ 10 ด้านและการวิจัยช่วงที่สองซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณทำให้สามารถรวมปัจจัยบางด้านซึ่งมีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกัน ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติจนในที่สุดก็ได้พัฒนาจนได้เครื่องมือซึ่งเรียกว่า Servqual เพื่อวัดความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการใน 5 ด้านคือสิ่งที่สัมผัสได้ความน่าเชื่อถือการตอบสนองการ ให้ความมั่นใจการเอาใจใส่ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความคาดหวังและความรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณ

ภาพการบริการโดยผู้บริโภคจะรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการเมื่อระดับความรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าเท่ากับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการหากระดับความรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่ามากกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการก็จะเป็นการบริการที่ทำให้

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ผู้บริโภคพึงพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวังแต่เมื่อระดับความรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าน้อยกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการผู้บริโภคก็จะรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการบริการ

การที่ธุรกิจต่าง ๆ จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดการบริการลูกค้านับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่งการที่ลูกค้ามาติดต่อเราและมาพร้อมการขอรับบริการจากเราแล้วมีความรู้สึกประทับใจอยากใช้บริการของเราอีกนั่นเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ให้บริการปรารถนาเป็นอย่างยิ่งซึ่งในขณะนี้การเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบันที่เราเรียกว่า ยุคโลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจการเมืองและสังคมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมีการแข่งขันทางการตลาดในด้านการบริการของบรรดาโรงแรมต่าง ๆ ดีไม่แตกต่างกันดังนั้นจึงต้องหันมาให้ความสำคัญในเรื่องของการให้บริการเพราะการบริการที่ดีจะสนับสนุนให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและชักชวนบอกต่อแก่ผู้อื่นในเรื่องความพึงพอใจของการใช้บริการโรงแรมนั้น ๆ แล้วก็จะส่งผลดีแก่โรงแรมต่อไป

การบริการเป็นงานที่ไม่มีรูปธรรมชัดเจนแน่นอนแม้จะมีนักบริการต่าง ๆ พยายามที่จะสร้างและกำหนดมาตรฐานการบริการอย่างมีคุณภาพแต่สุดท้ายแล้วการที่จะประเมินผลของการให้บริการว่าดีหรือไม่อย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับความประทับใจและพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสำคัญดังนั้นผู้ให้บริการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการรู้จักเข้าใจและยอมรับในคุณค่าและศักดิ์ศรีของคนทุกคนมองผู้รับบริการว่า เป็นผู้ที่มีพระคุณต่อตนเองที่ช่วยทำให้ตนเองมีงานทำมีเกียรติมีรายได้หากผู้ให้บริการคิดและกระทำได้ดังกล่าวแล้วย่อมก่อให้เกิดความสุขทั้งผู้ให้และประทับใจพึงพอใจในผู้รับในที่สุด

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ปัจจุบันการดูแลรักษาสุขภาพเป็นเทรนด์ใหม่ที่กำลังได้รู้บความนิยามมากทั้งในและต่างประเทศเห็นได้จากการที่หนุ่มสาว นักเรียน นักศึกษาวัยทำงานหันมาดูแลตัวเองกันมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการออกกำลังกายการรับประทานอาหาร-กินคลีนการดูแลบุคลิกภาพและเช่นเดียวกัน

สนามฟุตบอลเช่าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้ที่ชอบออกกำลังกายเป็นหมู่คณะและเพลิดเพลินไปกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอล รวมไปถึง มิตรภาพทางสังคมของกลุ่มคนที่ชื่นชอบในการเล่นฟุตบอล ในกรุงพนมเปญ มีการสนับสนุนการกีฬา โดยเฉพาะกีฬาฟุตบอล เนื่องจากมีการตื่นตัวของคนในกรุงพนมเปญ ซึ่งทีมสโมสรของจังหวัด ได้เข้าแข่งขันในลีกอาชีพ Cambodia Premier League เป็นลีกสูงสุดของประเทศกัมชาในขณะนี้เพราะมีคนเล่นหันมาเล่นกีฬาเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีสนามฟุตบอลเช่าไม่เพียงพอต่อความต้องการ ดังนั้นธุรกิจสนามฟุตบอลจึงเป็นหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจในการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจเช่าสนามฟุตบอลได้รับความสนใจมากในเขตพื้นที่กรุงพนมเปญและปริมณฑล ข้อดีของสนามเช่าฟุตบอลคือหญ้าเทียมสามารถเล่นได้ทุกวันไม่ต้องใช้เวลาในการพักสนามที่ยาวนานเหมือนหญ้าจริง สามารถเล่นได้แม้นขณะฝนตกและสำหรับผู้ประกอบการนั้น จะได้รับประโยชน์จากการทำ ธุรกิจคือประหยัดค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาสนามฟุตบอลผลประกอบการสูงขึ้น ไม่เสียโอกาสในการทำธุรกิจเนื่องจากไม่ต้องพักสนาม และสามารถต่อยอดธุรกิจได้เช่น การเปิดบาร์อาหาร เครื่องดื่ม ฟิตเนสยิม และบริการล้างรถ เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ธุรกิจกีฬาในกรุงพนมเปญยังไม่ถึงจุดอิ่มตัว เพราะในแต่ละวันจะมีคนหันมาเล่นกีฬากันมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษาสุขภาพและผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน และได้พบปะสังสรรค์กับเพื่อนและกลุ่มคนที่ชอบในการเล่นฟุตบอลเหมือนกัน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของตัวเอง และครอบครัวและปัจจัยที่สำคัญ คือยุคนี้ประชาชนเริ่มที่จะมีความพร้อมที่จะเล่นกีฬามากขึ้นทั้งในเรื่องของเวลา และค่าใช้จ่ายผิดกับสมัยก่อนที่ผู้คน ส่วนใหญ่ทุ่มเทเวลาให้กับการทำงานเพื่อสร้างฐานะและหาปัจจัย 5 จนไม่ค่อยมีเวลาทำกิจกรรมประเภทนี้มากนัก

การออกกำลังกายกลายมาเป็นเทรนด์ฮิตของผู้บริโภคยุคใหม่ที่หันมาใส่ใจสุขภาพ กระแสความสนใจดังกล่าวเกิดขึ้น จากการตื่นตัวด้านรักสุขภาพ ที่มาพร้อมกับการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมเช่น การแข่งขันฟุตบอลรวมไปถึงการออกกำลังกายในรูปแบบใหม่ ส่งผลให้กลุ่มผู้รักการออกกำลังกายเหล่านี้ กลายเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่น่าสนใจและมีจำนวนไม่น้อย จากข้อมูลล่าสุดที่มาจากการสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือการออกกำลังกายของประชากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2563 พบว่า ในประเทศกัมพูชามีจำนวนผู้ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬากว่า 10 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้น ตามลำดับ

จากกระแสดังกล่าวธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการออกกำลังกายโดยตรงอย่าง สินค้าในกลุ่มชุดกีฬา จึงเป็นหนึ่งธุรกิจที่น่าจับตาและมีแนวโนม้การเติบโตที่ค่อนข้างจะสดใสเนื่องจากผู้เล่นกีฬาต้องสวมใส่อย่างเป็นประจำ และเมื่อมีความถี่ในการออกกำลังกายมากขึ้นความต้องการสินค้ากลุ่มนี้ก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้สิ่งหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตนั้นก็คือ ยอดการนำเข้าสินค้าในกลุ่มนี้เติบโตแบบก้าวกระโดด จะเห็นได้ว่า ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2563 ประเทศกัมพูชามีการนำเข้าสินค้ากลุ่มชุดกีฬาราว 9.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวถึงร้อยละ 8.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี2562 ซึ่งเติบโตติดต่อกันเป็นปี

บทความที่กล่าวว่า สุขภาพของประชากรมีอิทธิพลต่ออนาคตของชาติฉันใด สุขภาพของคนในองค์ก็มีอิทธิพลต่ออนาคตของสถานประกอบการฉันนั้น การดูแลสร้างสุขภาพแนวใหม่จะไม่ใช่อำนาจ บทบาท หน้าที่ของบุคลากร และหน่วยงานด้านการแพทย์และสาธารณสุขแต่ผู้เดียวอีกต่อไป แต่การดูแลสร้างเสริมสุขภาพของแรงงานแนวใหม่จะต้องเป็นภาระ หน้าที่และความร่วมมือของคนในสังคม ทั้งในส่วนของนายจ้าง ลูกจ้างเอง และหน่วยงานต่าง ๆ ที่จะต้องเข้ามาร่วมสร้างค่านิยมที่ถูกต้องเกี่ยวกับสุขภาพ สร้างสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย และเอื้อต่อการมีสุขภาพดีร่วมสร้างวัฒนธรรมของการดำเนินชีวิตที่ไม่เบียดเบียนตนเอง และผู้อื่น และร่วมกันสร้างสังคมที่อยู่ร่วมกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น

1. ความหมายของความคิดเห็น

Foster, Charles R. F.; & Richard, C. (1952: 119) ได้สรุปเกี่ยวกับความคิดเห็นว่าเกิดจากมูลเหตุ 2 ประการ คือ

1.1 ประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งของบุคคลหมู่คณะ เรื่องราวหรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยความคิดเห็นจะเกิดขึ้นในตัวบุคคลจากการได้พบเห็นความคุ้นเคย ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์ตรง และจากการได้ยินได้ฟังได้เห็นรูปถ่าย หรืออ่านจากหนังสือโดยไม่ได้พบเห็นของจริงถือว่าเป็นประสบการณ์ทางอ้อม

1.2 ระบบค่านิยมและการตัดสินค่านิยมที่หากแต่ละกลุ่มมีนิยมและการตัดสินค่านิยมไม่เหมือนกัน ความคิดเห็นในสิ่งต่าง ๆ ก็จะแตกต่างกันไปด้วย Feld M. P. Man (1971: 3) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้ว่า การสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษา ความรู้สึกของบุคคลกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆ ออกมาโดยการพูด การเขียนเป็นต้น การสำรวจความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่อการวางนโยบายต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงนโยบาย หรือการเปลี่ยนแปลงระบบงาน รวมทั้งในการฝึกหัดทำงานด้วย เพราะว่าจะทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเป็นไปตามความพอใจของผู้ร่วมงาน Best (1977: 42) ความคิดเห็นหมายถึง การแสดงออกด้านความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ด้วยการพูด การเขียน โดยมีพื้นฐานความรู้เดิม ประสบการณ์ที่บุคคลได้รับตลอดจนสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้นเป็นหลักในการแสดงความคิดเห็น Oskamp (1977: 119-133) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความคิดเห็นนอกจากประสบการณ์ คือ

1.2.1 ปัจจัยทางพันธุกรรมและสรีระ ได้แก่ อวัยวะต่าง ๆ ของบุคคลที่ใช้รับรู้ความผิดปกติของอวัยวะความบกพร่องของอวัยวะสัมผัสมีผลต่อความคิดเห็นไม่ดีต่อบุคคลภายนอก

1.2.2 อิทธิพลของผู้ปกครอง คือ เมื่อเป็นเด็กผู้ปกครองจะเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดและให้ข้อมูลแก่เด็กได้มาก ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของเด็กด้วย

1.2.3 ทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่ม คือ เมื่อบุคลิกเจริญเติบโตย่อมจะมีกลุ่มและสังคมดังนั้นความคิดของกลุ่มเพื่อน กลุ่มอ้างอิง หรือการอบรมสั่งสอนในโรงเรียน หน่วยงานที่มีความคิดเห็นเหมือนหรือแตกต่างกันย่อมจะส่งผลต่อความคิดเห็นของบุคคลด้วย

1.2.4 สื่อมวลชน คือ สื่อต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารเป็นปัจจัยอันหนึ่งที่มีผลต่อความคิดเห็นของบุคคล

Hurlock (1995: 145-148) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกด้านความรู้สึกสิ่งหนึ่งสิ่งใด เป็นความรู้สึกเชื่อถือที่ไม่ได้อยู่บนความแน่นอนหรือความจริง แต่ขึ้นอยู่กับจิตใจบุคคลจะแสดงออกโดยมีข้ออ้าง หรือการแสดงเหตุผลสนับสนุน หรือปกป้องความคิดเห็นนั้น ความคิดเห็นบางอย่างเป็นผลของการแปลความหมายของข้อเท็จจริงขึ้นอยู่กับคุณสมบัติเฉพาะตัวของแต่ละคน เช่น พื้นความรู้ ประสบการณ์การทำงาน สภาพแวดล้อมและมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ การแสดงความคิดเห็นอาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่น ๆ ก็ได้

ศรีสมบูรณ์ แย้มกมล (2538: 47) ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางความรู้สึกหรือความเชื่อมั่นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งอาจเกิดจากการประเมินผลสิ่งนั้นหรือเหตุการณ์นั้น โดยมีอารมณ์ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมในขณะนั้นเป็นพื้นฐานการแสดงออก ซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้ อาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธ

จากคนอื่นก็ได้ความคิดเห็นนี้อาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา การแสดงความคิดเห็นอาจจะทำด้วยคำพูดหรือการเขียนก็ได้

สิริพร บุญนันทน์ (2539: 7) ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งอาจเกิดจากการประเมินผลสิ่งนั้นหรือเหตุการณ์นั้นโดยมีอารมณ์ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมในขณะนั้นเป็นพื้นฐานการแสดงออก ซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ตาม

อาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ความคิดเห็นอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา การแสดงออกความคิดเห็นอาจทำด้วยการพูดหรือการเขียนก็ได้ ความคิดเห็นว่าเป็นการแสดงออกทางถ้อยคำ (Verbal Expression) เกี่ยวกับทัศนคติความเชื่อหรือค่านิยมแต่ความคิดเห็นไม่ใช่สิ่งเดียวกับทัศนคติ เพราะในตัวของมันเองไม่จำเป็นต้องประกอบด้วยองค์ประกอบทางอารมณ์หรือพฤติกรรม

นพมาศ ธีรเวคิน (2542: 99) ความคิดเห็นซึ่งตรงกับคำว่า Opinion ในภาษาอังกฤษเป็นการใช้ปัญญาความคิดประกอบถึงแม้จะไม่ได้อาศัยหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไปก็ตาม หรือทัศนะหรือประมาณการเกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นใดประเด็นหนึ่ง หรือ คำแถลงที่ยอมรับนับถือว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อปัญหาที่มีผู้นำมาขอปรึกษา คำว่า ความเห็นมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่าเจตคติ ซึ่งมีคำอธิบายไว้ว่าแนวโน้มที่บุคคลได้รับมาหรือเรียนรู้มา และกลายเป็นแบบอย่างในการแสดงปฏิกิริยาสนับสนุน หรือเป็นปฏิปักษ์ต่อบางสิ่งบางอย่างหรือต่อบุคคลบางคนความคิดเห็นเป็นสิ่งที่มนุษย์ได้แสดงออกมา โดยการพูดหรือการเขียน มนุษย์นั้นจะพูดจากใจจริงพูดตามสังคม หรือพูดเพื่อเอาใจผู้ฟังก็ตาม แต่เมื่อพูดหรือเขียนไปแล้วก็ทำให้เกิดผลได้คนส่วนใหญ่มักจะถือว่าสิ่งที่มนุษย์แสดงออกมาเป็นนั้นเป็นสิ่งที่สะท้อนความในใจ ในปัจจุบันนี้การศึกษาและสำรวจประชามติได้รับความนิยมสูงเนื่องจากมีความน่าเชื่อถือสูง การแสดงประชามตินั้นก็คือการแสดงความคิดเห็น

สุพัตรา สุภาพ (2545: 132) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะการพูดหรือการเขียน ซึ่งในการแสดงออกนี้จะต้องอาศัยพื้นความรู้ ประสบการณ์ และพฤติกรรมระหว่างบุคคล ก่อนที่จะมีการตัดสินใจแสดงออก ซึ่งการแสดงออกนี้อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากผู้อื่นก็ได้

สรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลทางอารมณ์ ความรู้สึก หรือทางความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยไม่ต้องมีหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไปแล้วนำไปสู่การแปลความหมาย หรือการคาดคะเน โดยอาศัยความรู้ อารมณ์ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมขณะนั้นเป็นพื้นฐานแสดงออก ซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ นอกจากนี้ความคิดเห็นยังอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและแสดงออกได้ทั้งในทางบวกหรือทางลบก็ได้ผ่านทางคำพูด การเขียน หรือเครื่องหมายสัญลักษณ์ การสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษาหาความรู้สึกของบุคคล กลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆ ออกมาโดยการพูด การเขียน ความคิดเห็นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งเรื่องเดียวกันก็ไม่จำเป็นที่บุคคลต้องมีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกันเสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่ได้รับว่ามีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้น ๆ มากน้อยเพียงใด

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

2. การวัดความคิดเห็น

จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ พบได้ว่าการวัดความคิดเห็นนั้น มีนักวิชาการได้กล่าวไว้ดังนี้

นีออน กลิ่นรัตน์ (2525 อ้างถึงใน พระมหาเอกมร ฐิตปญฺโญ. 2553: 14) ได้กล่าวว่า ความคิดเห็นและทัศนคติ มีความหมายและลักษณะต่าง ๆ ใกล้เคียงกันมาก ดังนั้นการวัดความคิดเห็นจึงใช้วิธีการวัดทางทัศนคติได้ด้วย แต่เนื่องจากทัศนคติเป็นพฤติกรรมภายใน และไม่สามารถทราบได้เลยว่าบุคคลมีทัศนคติ อย่างไร ดังนั้นจึงต้องใช้วิธีการอนุมานจากพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออก และมีวิธีการวัดหลาย ๆ อย่างด้วยกันการรายงานตนเองเป็นการวัดทัศนคติโดยวิธีการให้ผู้ถูกวัดรายงานตนเองถึงความรู้สึกท่าทีต่อสิ่งนั้น ๆ อาจเป็นไปในรูปทางบวกหรือทางลบ ไม่ได้แยกวัดองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน คือด้านความคิด ความรู้สึก หรือด้านพฤติกรรม แต่จะวัดเพียง ดีหรือไม่ดี สนับสนุนหรือคัดค้าน เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย มาตราวัด ทัศนคติแบบนี้แบ่งออกได้หลายประเภท เช่น มาตราวัดของ ลิเคิร์ท (Likert scales) ได้สร้างมาตรวัดทัศนคติโดยพัฒนามาจากของ Thurstone มีข้อความทั้งบวกและทางลบปะทะกัน ส่งไปให้ผู้ตอบตัดสินว่าข้อความใดตรงกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบมากที่สุด ซึ่งมี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่มีความเห็น ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่จากการใช้มาตรวัดแบบนี้มักจะพบว่า ผู้ตอบที่ช่องไม่มีความเห็นเป็นส่วนมาก จึงมีการใช้คำว่าเห็นด้วยเพียงเล็กน้อย และไม่เห็นด้วยเพียงเล็กน้อย แทนคำว่าเฉย ๆ เพื่อให้สามารถวัดความเห็นของผู้ตอบได้

การสังเกตพฤติกรรมภายนอกของบุคคล เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ทราบถึงทัศนคติของบุคคลได้ ซึ่งอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ประกอบด้วยเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์อธิบายเพิ่มเติม และนอกจากนั้นอาจจะใช้วิธีการต่าง ๆ ต่อไปนี้ เพื่อวัดทัศนคติหรือความคิดเห็น ได้แก่

1. การใช้วิธีการกึ่งสะท้อนภาพ เช่น การใช้ผู้ถูกศึกษาบรรยายภาพที่มองเห็นไม่ชัดเจน หรือใช้เติมคำ หรือข้อความ หรือให้พูดคำใดคำหนึ่งที่นึกขึ้นได้ทันทีหลังจากที่เสนอคำที่ต้องการวัด

2. ผลการทำแบบทดสอบแบบปรนัย คือ การเลือกคำตอบจากแบบทดสอบแบบปรนัยในตัวเลือกที่ไม่ถูกต้อง และแสดงถึงความลำเอียงในเรื่องนั้น โดยจะต้องมีคำตอบที่ถูกต้องไว้ด้วย

3. การวัดจากปฏิกิริยาของร่างกาย เนื่องจากว่าขณะที่ร่างกายเกิดอารมณ์จะมีปฏิกิริยาของร่างกายที่สามารถวัดได้ เช่น การใช้เครื่องวัดการตอบสนองของผิวหนัง การวัดจากอัตราการเต้นของหัวใจ การบีบตัวของหลอดเลือด การหดและการขยายตัวของม่านตา สิ่งเหล่านี้จะทำให้รู้ถึงความเข้มข้นของทัศนคติ แต่ไม่สามารถบอกทิศทางว่าเป็นไปในทางลบหรือทางบวก

4. การวัดด้วยการแสดงออกทางใบหน้าแบบนี้ แบ่งเกณฑ์การวัดออกเป็นอาการของปากกล่าวคือ ถ้าริมฝีปากโค้งขึ้นก็แสดงว่ามีความเหด้วย ถ้าริมฝีปากอยู่ในระดับแนวราบหรือปกติแสดงว่าไม่แสดงความคิดเห็นหรือไม่แน่ใจ แต่ถ้าริมฝีปากโค้งงอลงล่าง แสดงให้เห็นว่าไม่เห็นด้วยการวัดความคิดเห็น หรือทัศนคติส่วนใหญ่จะใช้วิธีการแบบรายงานตนเอง เพราะสามารถจัดเก็บข้อมูลได้จากคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งอาจกระทำได้โดยการสัมภาษณ์ ซึ่งมีทั้งแบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะคำถามไว้ให้เลือกตอบและลักษณะคำถามที่ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ หรืออาจใช้แบบสอบถามซึ่งสามารถใช้ได้รวดเร็ว ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปอธิบายได้กว้างขวาง แต่มีข้อจำกัด เพราะอาจได้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริงกับพฤติกรรมของเขา เนื่องจากบุคคลเกิดความระมัดระวังในการตอบ

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

แบบสอบถาม เพราะฉะนั้น การวัดทัศนคติจึงควรใช้หลาย ๆ วิธีประกอบกันเพื่อช่วยเสริมข้อบกพร่องในวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นพรเพ็ญ เพชรสุขศิริ (2531 อ้างถึงใน พระมหาเอกมร ฐิตปญฺโญ. 2553: 16) ได้กล่าวถึงมาตราวัดทัศนคติและความคิดเห็นที่ใช้กันอยู่แพร่หลายมี 4 วิธี คือ

1. วิธีของเธอร์สโตน (Thuston's method) เป็นวิธีสร้างมาตราวัดออกเป็นปริมาณแล้วเปรียบเทียบตำแหน่งของความคิดเห็นหรือทัศนคติไปในทางเดียวกันและเสมือนว่าเป็น Scale ที่มีช่วงห่างเท่ากัน (Equal-appearing Intervals)

2. วิธีของกัตต์แมน (Guttman's Scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติหรือความคิดเห็นในแนวเดียวกันและสามารถจัดอันดับของทัศนคติสูงหรือต่ำ แบบเปรียบเทียบกันและกันได้ จากอันดับต่ำสุดถึงสูงสุดได้ และแสดงถึงการสะสมของข้อความคิดเห็น

3. วิธีจำแนกแบบ เอส ดี สเกล (Semantic Differential Scale) เป็นวิธีการวัดทัศนคติหรือความคิดเห็น โดยอาศัยคู่คำคุณศัพท์ที่มีความหมายตรงกันข้าม (Bipolar Adjective) เช่น ดีหรือเลว ขยันหรือขี้เกียจ เป็นต้น

4. วิธีของไลเคิร์ท (Likert's method) เป็นวิธีสร้างมาตรวัดทัศนคติและความคิดเห็นที่นิยมแพร่หลาย เพราะว่าเป็นวิธีสร้างมาตราวัดที่ง่าย ประหยัดเวลา ผู้ตอบสามารถแสดงทัศนคติในทางชอบหรือไม่ชอบ โดยจัดอันดับความชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งอาจมีคำตอบให้เลือก 4 หรือ 5 คำตอบ และให้คะแนน 5, 4, 3, 2, 1 หรือ +2, +1, 0, -1, -2 ตามลำดับ สรุปได้ว่า การวัดความคิดเห็น เป็นประเมินการแสดงออกทางด้านความรู้สึกของแต่ละบุคคลในการตัดสินใจ ประเมินค่า หรือแสดงทรรศนะเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยมีความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมเป็นองค์ประกอบ ความคิดเห็นแสดงออกได้ทางการพูดหรือการเขียน โดยอาศัยพื้นฐานทางด้านความรู้ ประสบการณ์ สภาพแวดล้อม และข้อมูลข่าวสารของแต่ละบุคคลซึ่งไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

ศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการ และจัดเรียงลำดับดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการเพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ทำการศึกษาโดยเก็บแบบสอบถามคุณภาพบริการ จำนวน 406 ชุด กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการธุรกิจสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัด ชลบุรีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และดัชนีการจัดเรียงลำ ดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น (PNI) และ รับรองแนวทางพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจ โดยใช้วิธิสัมภาษณ์กลุ่ม

ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพที่คาดหวังของผู้ใช้บริการต่อการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากและคุณภาพการบริการตามความเป็นจริงอยู่ในระดับ ปานกลาง การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการ พบว่าความต้องการจำเป็นที่ต้องการปรับปรุงมากที่สุดคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ประเด็นที่ได้จาก การจัดลำดับความสำคัญ PNI ลำดับ 1 คือ มีที่นั่งพักผ่อนบริเวณรอบสนามเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน รองลงมาคือ

ด้านบริการอำนวยความสะดวก ประเด็นลำดับ 1 คือการบริการน้ำ ดื่มที่สนาม หรือ บริเวณใกล้เคียง ต่อมาด้านราคาการชำระเงินและส่งเสริมการขาย ประเด็นที่ได้จากการจัดลำดับความสำคัญ ลำดับ 1 คือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นประจำและทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ สำคัญของโลก ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ประเด็น ที่สำคัญ ลำดับ 1 คือความสะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้องข้อ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ประเด็นลำดับ 1 คือ การเดินทางมายังสนามมีความสะดวก เช่น มีป้ายบอก 24 เส้นทางอย่างชัดเจน และสุดทายด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม ประเด็นที่ได้จากการจัดลำดับความสำคัญ ลำดับ 1 คือ สิทธิและการจองสนามเป็นไปตามลำดับที่ถูกต้อง โปร่งใสตามลำดับ แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ให้มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นสัดส่วนสวยงาม และมีการบำรุงรักษาให้พร้อมใช้ตลอดเวลา ด้านบริการอำนวยความสะดวกให้มีบริการจัดหาคู่แข่งขันรวมถึงกรรมการ และมีจุดบริการปฐมพยาบาล ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ให้เพิ่มช่องทางการ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ให้มีการประชุมการดำเนินงาน มีการติดตามผลการ ดำเนินงาน การจัดอบรม การพัฒนาบุคลิกภาพ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ให้มีป้ายบอก เส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกันเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทางและสถานที่จอดรถ

ไพฑูรย์ คุ้มคง (2557) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการ ให้บริการของเทศบาลตำบลนายายอาม อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี โดยเก็บข้อมูลจาก ประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ใน เขตเทศบาลตำบลนายายอาม อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี จำนวน 363 คน จาก 7 หมู่บ้าน ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลนายายอาม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าในด้านความเป็น รูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมากเห็นด้วยเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านความน่าเชื่อถือและ ไว้วางใจอยู่ในระดับมาก ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก ด้านการให้ความมั่นใจ แก่ผู้มารับบริการอยู่ในระดับมาก และสุดท้ายด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีเพศ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลนายายอามไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีอายุ อาชีพและรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลนายายอาม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อมรารัตน์ บุญมา (2557) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในภาพรวมระดับมากที่สุด โดย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีระดับความพึงพอใจเป็นอันดับแรกพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้ใจในการบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ซึ่งพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน และอันดับสุดท้ายด้าน การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และผลการเปรียบเทียบ

พบว่า ประชาชนที่มีเพศระดับการศึกษาและอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวาไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ณัฐพงษ์ ชุ่มชื่นสกุลสุข (2556) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการของงานกองช่างองค์การบริหารส่วนตำบลสะเดา อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างประชาชนอย่างเป็นสัดส่วนเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากแต่ละหมู่บ้าน (17 หมู่บ้าน) รวมไม่น้อยกว่า 385 คน

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านโครงสร้างพื้นฐาน ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงการก่อสร้างถนน ด้านโครงการปรับปรุงซ่อมแซมถนน ด้านโครงการติดตั้งไฟฟ้าสาธารณะ ด้านการดูแลซ่อมแซมปรับปรุงระบบไฟฟ้าสาธารณะ ด้านโครงการก่อสร้างระบบประปา หมู่บ้าน และด้านโครงการซ่อมแซมระบบประปาหมู่บ้าน และการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการให้บริการด้านโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนต่อไป

ศิริวรรณ จุลแก้ว; โศภิน สุดสะอาด; และ ชัชฎาภรณ์ บุญชูวงศ์ (2556) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้กลุ่ม ตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการของเทศบาลเมืองทุ่งสง โดยรวมอยู่ในระดับคุณภาพสูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับคุณภาพสูงทุกด้าน โดยมีระดับคุณภาพการให้บริการสูงที่สุด ด้านการให้บริการของพนักงานได้แก่ การให้บริการด้วยความเสมอภาค การให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถาม และการบริการด้วยความใส่ใจ เต็มใจ และรวดเร็ว รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ระยะเวลาในการให้บริการ มีขั้นตอนชัดเจนและง่าย รวมทั้งมีป้ายประชาสัมพันธ์บอกจุดให้บริการและบอกทาง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ มีอาคารสถานที่สะอาด มีพื้นที่ให้นั่งคอย มีน้ำดื่มบริการ และมีการให้บริการข้อมูลสารสนเทศ

วิวิศนา ทับทิม; และคนอื่น ๆ (2556) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้เทศบาลเมืองอรัญญิก จังหวัดพิษณุโลก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 246 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการของเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ เทศบาลเมืองอรัญญิก จังหวัดพิษณุโลก มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้เทศบาลเมืองอรัญญิก จังหวัดพิษณุโลก โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ด้านความสุภาพ ด้านการิดต่อสื่อสาร ด้านความเชี่ยวชาญ ด้านการเข้าถึงบริการได้ ด้านความกระตือรือร้น และด้านความ เข้าใจลูกค้าผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความ คิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ แต่ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุเมศวร์ เสือทอง; และคนอื่น ๆ (2556) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการสาธารณะของสำนักงานปลัดเทศบาล เทศบาลำตบลฉวาก จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 266 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการสาธารณะของสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลตำบล ฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีคุณภาพอยู่ในระดับมากคือ ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านสถานที่ให้บริการ ส่วนด้านที่มีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประสานงาน ตามลำดับ 2) การเปรียบเทียบคุณภาพ

การให้บริการสาธารณะของสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลตำบลฉวาง จังหวัด นครศรีธรรมราช โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านสถานที่ให้บริการ ด้าน บุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการประสานงาน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการ ให้บริการสาธารณะของสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลตำบลฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

ดำริสถิตเสมากุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้า แอร์ พอร์ต เรล ลิงก์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลจากการศึกษา พบว่า คุณภาพของบริการที่ได้รับและคุณค่าของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ส่วนความคาดหวังของผู้ใช้บริการส่งผลเชิงลบต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า แอร์พอร์ต เรล ลิงก์ จะส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการวิจัยนี้ จะเป็นประโยชน์กับผู้ให้บริการระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครและพื้นที่ต่อเนื่อง สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการ การกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจและวางแผนทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพทางธุรกิจมากขึ้นในอนาคต

สมหญิง เปี่ยมฤทัย (2556: บทคดัย่อ) ทำการวิจัยเรื่องประสิทธิภาพการให้บริการของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราดสาขาเมืองตราด การวิจยัครั้งนี้มีวตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพทางด้านการบริการของสำนกังานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขาเมืองตราด 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขาเมืองตราด จำแนกตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา รายได้ กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใชบริการของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขาเมืองตราด ในปีงบประมาณ 2555 จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อ มูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากบั .85 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test (One-Way ANOVA) ผลการวิจัย 1) ประชาชนผู้มาขอรับบริการเห็นด้วยมาก ในการให้บริการในด้านต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้าน และมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านดังนี้ด้านการบริการได้แก่ พนักงานแต่งกายสะอาดสุภาพเรียบร้อย ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงาน ได้แก่ความรู้สึกปลอดภัย เมื่อเข้ามาติดต่อราชการ ด้านสภาพแวดล้อ มภายในหน่วยงาน ได้แก่ การจัดสำนักงานมีความเป็นระเบียบและคล่องตัวในการติดต่อ ด้านการประชาสัมพันธ์ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ สิทธิประโยชน์ในด้าน สรรพสามิตทันตามความต้องการ และด้านระบบสารสนเทศ ได้แก่ ความเพียงพอของจำนวน เจ้าหน้าที่ให้บริการในเวลาปกติ 2) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้มารับบริการที่มีต่อ ประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนกังานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขาเมืองตราด จำแนกตาม ลักษณะประชากรเป็นดังนี้ผู้รับบริการที่มี เพศ อายุและระดับการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อ ประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สาขาเมืองตราด ไม่แตกต่างกันยกเว้นผู้รับบริการที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดบั .05

สำนักวิทยบริการและการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ทศรัฐ จันยาง (2555) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานเทศบาลตำบลลำตาเสา อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้กลุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบวา โดยภาพรวมของผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของ สำนักงานเทศบาลตำบลลำตาเสา อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ใน ระดับดี โดยผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในด้านการให้บริการอยางเพียงพอมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างกาวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอยางเสมอภาค ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบพบว่า ผู้รับบริการที่มี เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่างกันความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกด้าน แต่ผู้ใช้บริการที่มีระดับ การศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

ปริมปภา วงค์คำตา (2555: บทคัดย่อ) คุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ องค์การบริหารส่วนตำบลสำโรง อำเภอตาลสุม จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ในภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน 2) กลุ่มตัวอย่างทีมีอายุต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ในภาพรวม ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความมันใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเป็นมืออาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทีระดับ .01 ในด้านการติดต่อสือสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทีระดับ .05 และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ไม่แตกต่างกัน 3) กลุ่มตัวอย่างทีมีอาชีพต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน 4) กลุ่มตัวอยางทีมีระดับการศึกษาต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน 5) กลุ่มตัวอย่างทีมีรายได้ต่อเดือนต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บรายได้ ด้านการติดต่อสือสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทีระดับ .05 ส่วนภาพรวมและด้านอืนๆ ไม่แตกต่างกัน

ณัฐรดา ประสงค์ทรัพย์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของผู้บริโภคภายในเขตกรุงเทพมหานครและเขตบริหารพิเศษฮองกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปีสถานภาพโสด มีรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท ใช้อินเตอร์เน็ต 3-4 ชั่วโมงต่อวัน ผ่านโทรศัพท์มือถือ ซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เพราะสะดวกและรวดเร็ว ไม่เกิน 16-30 นาทีช่วง 21:01-24:00 นาฬิกา ซื้อครั้งละ 1,001-5,000 บาท ผ่านบัตร เครดิต ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า คุณภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการตกแต่งสวยงาม ด้านการบริการและด้านการเอาใจใส่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของผู้บริโภคภายในเขตกรุงเทพมหานครและเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กรกนก ชุบแวงวาปี; และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2557) ทำวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการบอกต่อและความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการบางจากกรีนวอช เดอะพรีเมี่ยม ได้ทำการสำรวจจากผู้ใช้บริการ 320 คน ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมของทั้ง 3 ปัจจัยอยู่ในระดับที่ดี โดยคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อความไว้วางใจในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบอกต่อ โดยผลจากการศึกษานี้ช่วยส่งเสริมการกำหมดแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการเพื่อช่วยรักษาหรือเพิ่มยอดขาย ส่วนแบ่งทางการตลาดรวมทั้งเพิ่มความสามารถในการสร้างผลกำไร

แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร (2559) งานวิจัยนี้มีวตัถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทยโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจยัด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจยัด้านการส่งเสริม การตลาดปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และปัจจัยด้านกระบวนการ การบริการ รวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ เพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการทางการเงินในการนำไปปรับปรุง และพัฒนาระบบการใช้งานให้ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการที่นำไปสู่ความพึงพอใจในการใช้ บริการของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดในการขยายฐานลูกค้าไปสู่ภาคธุรกิจอื่น ๆ โดยการวิจัยจะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลผ่านทางแบบสอบถามทางออนไลน์

ผลการิวจัย พบว่า ปัจจยัที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศพัท์มือถือของ ธนาคารกรุงไทย โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัย ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัย ด้านกระบวนการบริการ ในส่วนของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์พบว่า ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

รัฐภรณ์ ฟองทอง; และ วินิต ชินสุวรรณ (2558) ศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการแพทย์แผนไทยในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองดีหมีจังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการแพทย์แผนไทยของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองบัวดีหมีและเพื่อหาแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการแพทย์แผนไทย ใช้แบบสอบถามตามแนวคิด SERVQUAL สุ่มสอบถามกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มาใช้บริการด้านแพทย์แผนไทย ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการให้ ความคาดหวังในคุณภาพงานบริการมากกว่าการรับรู้จากบริการที่ได้รับจริง ด้านที่ได้รับความ คาดหวังมากที่สุดคือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ส่วนด้านของการรับรู้ในคุณภาพบริการที่ ได้รับจริงมากที่สุดคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และเมื่อเปรียบเทียบผลของความคาดหวังและการับรู้พบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการเป็นด้านที่ผู้ใช้บริการให้ความคาดหวังมากที่สุด แต่มี การรับรู้จริงเพียงระดับปานกลาง ทั้งนี้เมื่อพิจารณาร่วมกับการวิเคราะห์สถานการณ์และ สภาพแวดล้อมทั่วไปที่สามารถส่งผลต่องานบริการแพทย์แผนไทยของ โรงพยาบาลส่งเสริม สุขภาพตำบลบ้านหนองบัวดีหมี จึงได้แนวทางในการพัฒนาคุณภาพงานบริการแพทย์แผนไทย โดยเสนอหัวข้อโครงการทั้งหมด 5 โครงการคือ โครงการสวนสมุนไพร

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

รวมน้ำใจโครงการชมรม คนรักสุขภาพ โครงการแผนไทยเชิงรุกสู่ชุมชน โครงการความรู้สู่เสียงตามสายและโครงการพัฒนาคนพัฒนางาน

งานวิจัยในต่างประเทศ

Jiju; & Sid (2004) ทำการประเมินคุณภาพบริการของโรงแรมในเครือในประเทศอังกฤษ โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยใช้กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในประเทศอังกฤษในบริเวณที่ต่างกัน ซึ่งการประมวลผล 6 คุณภาพบริการนี้ทำโดยการปรับปรุงเครื่องมือ SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1990: 129) ซึ่งประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) 5) การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) จากผลการวิจัย พบว่า การตอบสนองความต้องการ)Responsiveness) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด และการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ)Empathy) เป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการให้บริการช้าเป็นปัญหาสำคัญของโรงแรมในเครือนี้ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่พนักงานขาดความเข้าใจในความต้องการของผู้มาใช้บริการ

Yu C.; Chang, H; & Liang, G (2006: 126-132) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจและความภักดีในอุตสาหกรรมนันทนาการของชาวไต้หวันวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจ และความภักดีของอุสาหกรรมนันทนาการ โดยใช้แบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง 182 ชุด และได้รับคืนกลับมา 200 ชุด จากประชากร โดยมีค่าความเชื่อมั่นจากแบบสอบถามคิดเป็นด้านคุณภาพบริการ คิดเป็นร้อยละ 91 โดยวิเคราะห์ผลสรุปได้ 0.70 และด้านความภักดี 0.88 ด้านความพึงพอใจ 0.92 ดังนี้ 1) ด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ความแตกต่างระหว่างด้านประชากรศาสตร์กับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและความภักดี 2) ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งต้องการการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ 3) มีความสัมพันธ์กันทุกมิติ ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05.

Lau (2006 อ้างถึงใน กฤษดา ตามประดิษฐ์. 2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความจงรักภักดีของผู้ใช้เสื้อผ้ากีฬาในฮ่องกง พบว่า ความภักดีของนักศึกษาของการใช้เสื้อผ้า 280 คน อายุระหว่าง 24-18 ปี มีปัจจัยด้านความภักดีคือ ตราสินค้า คุณภาพ ราคา รูปแบบ และสภาวะการเก็บรักษาการส่งเสริมการขายและคุณภาพการบริการ ผู้บริโภคจะแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ผู้บริโภคที่มีความภักดีสูงและผู้บริโภคที่ชอบเปลี่ยนตราสินค้า การศึกษาสรุปว่าปัจจัยด้านตราสินค้า รูปแบบและการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่ใช้ในการแบ่งประเภทผู้บริโภคดังกล่าว ปัจจัยด้านตราสินค้ารูปแบบจะมีอิทธิผลต่อผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีสูง ส่วนการส่งเสริมการขายจะมีอิทธิผลต่อผู้บริโภคที่ชอบเปลี่ยนตราสินค้าส่วนปัจจัยด้านคุณภาพจะมีอิทธิผลต่อผู้บริโภคทั้งสองกลุ่ม ซึ่งเป็นปัจจัยที่สาคัญต่อความจงรักภักดีต่อสินค้า

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทาให้ผู้วิจัยมีแนวทางในการทาวิจัยและช่วยในการออกแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพบริการและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ซึ่งทั้งหมดเป็นการวัดประสิทธิภาพของการบริการ ทั้งประเภทให้บริการและรับบริการ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการต่อไป

Mei-Ju Huang (2006) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพร้อมของอุปกรณ์ พนักงาน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ณ สนามกีฬา ฮซินชวง, ไทเป โดยในการทำการวิจัยนี้เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้การสังเกต แบบสอบถาม และ แบบสัมภาษณ์ โดยผลการวิจัย พบว่า ที่สนามกีฬา ฮซินชวง มีความพร้อมด้านอุปกรณ์ และ พนักงานมีความรู้ในการใช้อุปกรณ์เป็นอย่างดี จากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬา ฮซินชวงอยู่ในเกณฑ์ดี ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการสนามกีฬามีความพึงพอใจแตกต่างกันตาม เพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ สถานภาพการสมรส ผู้วิจัยได้ทำ การเสนอให้สนามกีฬา ฮซินชวงทำการปรับปรุงนโยบายการจัดการ โดยการให้คำแนะนำกับผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการครั้งแรกถึงการใช้อุปกรณ์ให้มากขึ้น และเน้นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นหลัก

Lai; & Chen (2011) ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับ บทบาทคุณภาพการให้บริการคุณค่าที่รับรู้ และ การสร้างความพึงพอใจของการขนส่งสาธารณะที่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้า เก็บรวบรวมข้อมูลได้ ทั้งสิ้น 763 คน โดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

Suki (2014) ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสายการบินมาเลเซีย ทำเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทั้งสิ้น 300 คน ใช้วิธีเลือกตัวอย่างอาศัยความสะดวก โดยโมเดลสมการโครงสร้าง ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อ

Rasoolimanesh; Dahalan; & Jaafar (2016) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ที่ระหว่างกฎระเบียบของโรงเรียน คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีที่มีต่อการบริการรถรับส่งของโรงเรียน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากครูนักเรียน และผู้ปกครองที่ใช้บริการรถรับส่งทั้งสิ้น 3,261 คน โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างในการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ

Ramseook-Munhurrun; Seebaluck; & Naidoo (2015) ศึกษาทำ การตรวจสอบความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ คุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว: กรณีของสาธารณรัฐมอริเชียส โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่สนามบินนานาชาติในเกาะมอริเชียส จำนวน 500 คน ซึ่งส่วนใหญ่มาจากประเทศฝรั่งเศส สหราชอาณาจักรเยอรมนีเบลเยียม อิตาลีสวิตเซอร์แลนด์แอฟริกาใต้ และอินเดีย ใช้สถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่ามีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Zakaria; et al. ได้ศึกษาคุณภาพบริการในห้องสมุดประชาชน Sungai Petani รัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย โดยใช้แบบสอบถามที่ประยุกต์จากเครื่องมือ SERVQUAL ซึ่งมีองค์ประกอบครอบคลุม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความ

ต้องการ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้รับบริการจำนวน 132 คน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างมิติด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนองความต้องการ กับคุณภาพบริการในห้องสมุด ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพบริการทั้ง 3 ด้านมีความสัมพันธ์กัน โดยด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมากกับคุณภาพบริการ ผู้วิจัยได้ให้ความเห็นว่าการบริหารจัดการของห้องสมุดประชาชน Sungai Petani ยังต้องปรับปรุง เช่น การให้บริการสืบค้นแบบออนไลน์ และบรรยากาศการต้อนรับ

Chingang; & Lukong. ได้ศึกษาคุณภาพบริการของร้านขายของชำในมหาวิทยาลัยอูเมอา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของร้านขายของชำ 2) หาแนวทางในการพัฒนาการบริการจัดการร้านค้าปลีก แนวทางแก้ไขปัญหาและการพัฒนาร้านค้าปลีกสู่การเจริญเติบโต โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL เป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการให้บริการ โดยใช้นักศึกษามหาวิทยาลัยที่ใช้บริการในร้านขายของชำเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 คน ผลการวิจัยพบว่าคะแนนการประเมินคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในคะแนนช่องว่างเชิงลบแสดงคุณภาพการให้บริการที่ไม่ดีไม่มีความพึงพอใจของลูกค้า ผลการศึกษาโดยภาพรวมคุณภาพบริการถูกมองว่าต่ำ ผลการประเมินคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า ต้องปรับปรุงการบริการจึงจะทำให้ลูกค้าพอใจ

Mehran; & Mostafa ได้ศึกษาการประเมินคุณภาพบริการของ ห้องสมุดกลาง มหาวิทยาลัย Teharan ประเทศอิหร่าน โดยใช้แบบสอบถามตามแนวคิดของเครื่องมือ SERVQUAL จำนวน 20 ข้อ ครอบคลุมองค์ประกอบของคุณภาพบริการ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความ น่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการ ติดต่อสื่อสาร และด้านความเห็นอกเห็นใจ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้รับบริการของห้องสมุดกลาง มหาวิทยาลัย Teharan ผลการวิจัย พบว่า ข้อคำถามที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังมากใน 3 อันดับแรก ได้แก่ ความพร้อมของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการสืบค้นมีบริการมากพอไม่ต้องรอ เวลาที่รอคอย ที่จุดบริการ ยืม-คืน และระเบียนที่จัดเก็บสอดคล้องกับสภาพจริง ซึ่งอยู่ในด้านการเข้าถึงได้และด้านความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจ ข้อคำถามที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังในคุณภาพบริการน้อย 3 อันดับแรกคือ ภาคภูมิ รักเกียรติยศ แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร: 2557)

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

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

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรเพียงแต่ทราบว่ามีจำนวนมาก ผู้วิจัยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีคำนวณได้จากสูตร ของ W.G. Cochran ที่ได้ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน แต่เพื่อการป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างไม่สมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน คือไม่น้อยกว่า 384 คน ผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ (แบบสอบถาม)

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่อมือเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณโดยมีขั้นตอนดังนี้

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

1. ศึกษาข้อมูล เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้าน เป็นกำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

2. สร้างแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นผู้ที่ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

3. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการควบคุมวิยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามและแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

4. จัดพิมพ์แบบสอบถาม เพื่อส่งผู้เชี่ยวชาญในการหาค่าความเที่ยงตรงและความสอดคล้องเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ชนิด 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่น ๆ (2540: 153) มีเกณฑ์คะแนนดังต่อไปนี้

มากที่สุด	เท่ากับ	5 คะแนน
มาก	เท่ากับ	4 คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ	3 คะแนน
น้อย	เท่ากับ	2 คะแนน
น้อยที่สุด	เท่ากับ	1 คะแนน

และจากระดับค่าคะแนนทั้ง 5 ผู้วิจัยนำมากำหนดเป็นระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ พิจารณารายปัจจัย โดยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ระดับความคิดเห็นจากการคำนวณอันตราภาคชั้น (Class Interval) ดังนี้

$$\textbf{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\textbf{คะแนนสูงสุด} - \textbf{คะแนนต่ำสุด}}{\textbf{จำนวนอันตรภาคชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

จากนั้น นำอันตรภาคชั้นที่คำนวณได้มาเป็นเกณฑ์กำหนดระดับ ดังนี้

4.21-5.00 หมายความว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้ระดับมากที่สุด

3.41-4.20 หมายความว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้ระดับมาก

2.61-3.40 หมายความว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้ระดับปานกลาง

1.81-2.60 หมายความว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้ระดับน้อย

1.00-1.80 หมายความว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire)

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ (แบบสอบถาม)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตรวจพิจารณาเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความสอดคล้องด้านภาษากัมพูชาของแบบสอบถาม โดยการหาค่าอำนาจจำแนก IOC ดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence) (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์; และ อัจฉรา ชานิประศาสน์. 2545) ดังนี้

ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

R หมายถึง คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึง ผลรวมของคะแนนพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีการกำหนดคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญให้ ดังนี้

ให้ +1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคาถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ให้ 0 หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่าคาถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ให้ -1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคาถามไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เกณฑ์การแปลความหมายมีดังนี้

ค่า IOC > .50 หมายความว่าคำถามตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า IOC < .50 หมายความว่าคำถามไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบอีกครั้งก่อนที่จะนำไปทอดลองใช้

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1990, pp.202-204) ให้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาไม่น้อยกว่า 0.75

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. ประสานงานกับผู้บริหารสนามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

2. ดำเนินการทำหนังสือขอความอนุเคราะห์โดยออกจากคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ในการเก็บรวบรวมข้อมูลถึงสนามเป้าหมาย โดยรายชื่อผู้ดำเนินการให้ข้อมูลในการทำวิจัยเพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

3. การเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยประสานงานและขอความร่วมมือจากบุคลากรของสนาม อธิบายและชี้แจงวัตถุประสงค์ และประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย รวมถึงขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและขอความร่วมมือต่อกลุ่มตัวอย่าง

4. ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อนำข้อมูลมาศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Research)

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: กรณีศึกษาสนามฟุตบอลสนามเวสเทิร์น มีขั้นตอนดังนี้

ประชากร

ผู้ที่ใช้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญและกลุ่มผู้ที่ให้ข้อมูลหลักของสนามจำนวน 3 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ที่ให้ข้อมูลหลักของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้บริหารสนาม ผู้จัดการสนาม และผู้ดูแลสนาม

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ที่ได้จากการศึกษาเชิงปริมาณในตอนที่ 1 นำมาเป็นประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง คือกลุ่มผู้ที่ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้บริหารสนาม ผู้จัดการสนาม และผู้ดูแลสนาม

2. ดำเนินการทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: สนามเวสเทิร์น

3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยใช้การบันทึกเสียงด้วยเครื่องช่วยบันทึกข้อมูล

4. สรุปรายงานการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จากการบันทึกข้อมูลด้วยเครื่องช่วยบันทึกข้อมูล และการจัดบันทึกข้อมูลและเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: สนามเวสเทิร์น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนิมการดังนี้

1. ดำเนินการทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ในการเก็บรวบรวมข้อมูลถึงสนามเป้าหมาย โดยรายชื่อผู้ดำเนินการให้ข้อมูลในการทำวิจัย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: สนามเวสเทิร์น

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยประสานงานและขอความรวมมือจากบุคลากรของสนามฟุตบอลเป้าหมาย และอธิบายชี้แจงวัตถุประสงค์และประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลและขอความรวมมือต่อกลุ่มตัวอย่าง

3. ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อนำข้อมูลมาศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถแบ่งออกการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ใช้บริการ และความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม: สนามเวสเทิร์น สถิติการสถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์ในประเด็นของวัตถุประสงค์ เพื่อนำมาสร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนาม

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจากกลุ่มผู้ที่ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 คน

4.3 สถิติการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: กรณีศึกษาสนามฟุตบอล เวสเทิร์น โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ 2) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$\overline{X}$ แทน คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

S.D แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นตารางต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ จำแนกตามเพศ

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข้อมูลพื้นฐานด้านเพศ	349	87.3	51	12.8	400	100.0

จากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 แบ่งออกเป็นเพศชาย จำนวน 349 คนคิดเป็นร้อยละ 87.3 และเพศหญิง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ตาราง 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ จำแนกตามอายุ

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามอายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 20 ปี	101	25.3
อายุ 20-30 ปี	180	45.0
อายุระว 31-40 ปี	93	23.3
อายุระวาง 41 ปีขึ้นไป	26	6.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.2 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาผู้ที่มีอายุ 20 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ25.3 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตาราง 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	52	13.0
อนุปริญญา	135	33.8
ปริญญาตรี	121	30.3
สูงกว่าปริญญาตรี	92	23.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.3 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ จำแนกตามรายได้ประจำปีต่อเดือน

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ประจำปีต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 9,300 บาท	45	11.3
9,920-10,850 บาท	152	38.0
12,400-13,950 บาท	112	28.0
มากกว่า 20,000 บาท	91	22.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.4 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ส่วนใหญ่มีรายได้ประจำปีต่อเดือน 9,920-10,850 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา คือ 12,400-13,950 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ไม่เกิน 9.300 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

ตาราง 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ โดยภาพรวมและรายด้าน

คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสนาม	4.62	0.15	มากที่สุด
2. ด้านการตอนสนองความต้องการของผู้รับบริการ	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

จากตาราง พบว่า คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ด้วยภาพรวม **(X=** 4.51) (**SD=** 0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ อันดับหนึ่ง ได้แก่ ด้านข้อ2 ด้านการตอนสนองความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (X=4.65) , (SD=0.19) อันดับสอง ได้แก่ ด้านข้อ1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสนาม อยู่ในระดับมากที่สุด (X=4.62) , (SD=0.15) และอันดับสาม ได้แก่ ด้านข้อ5 ด้านการเข้าถึงจิตใจ อยู่ในระดับมากที่สุด (X=4.52) , (SD=0.30) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ตาราง 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ตามปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสนาม

ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ	$\overline{X}$	S.D	ระดับ
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสนาม			
1.ความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนาม	4.55	0.51	มากที่สุด
2.คุณภาพของหญ้าเทียม นุ่ม รับแรงกระแทกเท้าได้อย่างปลอดภัย	4.77	0.53	มากที่สุด
3.คุณภาพและความสว่างของไฟในสนามเพียงพอต่อการแข่งขัน	4.52	0.67	มากที่สุด
4.จำนวนห้องอาบน้ำ และเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเพียงพอกับผู้ใช้บริการ	4.84	0.42	มากที่สุด
5. สภาพอุณหภูมิและการถ่ายเทอากาศได้เหมาะสม	4.75	0.62	มากที่สุด
6. มีบอร์ด ประกาศ ประชาสัมพันธ์	4.62	0.51	มากที่สุด
7.มีที่นั่งสำหรับผู้ชม และกองเชียร์ไว้อย่างเพียงพอ	4.20	0.56	มากที่สุด
8.มีที่นั่งพักผ่อนบริเวณรอบสนาม เป็นสัดส่วนที่ชัดเจน	4.50	0.87	มากที่สุด
9.บริเวณสนามมีร้านสะดวกในการซื้อ เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหารไว้ให้บริการ	4.61	0.70	มากที่สุด
10.มีสถานที่จอดรถไว้อย่างเพียงพอต่อผู้ที่มาใช้บริการ	4.60	0.70	มากที่สุด
11.มีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าจากการใช้บริการ	4.63	0.52	มากที่สุด
12.สถานที่ทำงานของเจ้าหน้าที่ชัดเจน และติดต่อได้สะดวก	4.59	0.52	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.62	0.15	มากที่สุด

จากตาราง 4.6 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ตามปัจจัย คุณภาพบริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสนาม จำนวน 12 รายการอยู่ในระดับมากที่สุด 11รายการ โดยมีระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ได้ให้ความสนใจกับจำนวนห้องอาบน้ำ และเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเพียงพอกับผู้ใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.84 รองลงมาคือคุณภาพของหญ้าเทียม นุ่ม รับแรงกระแทกเท้าได้อย่างปลอดภัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.77 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือมีที่นั่งสำหรับผู้ชม และกองเชียร์ไว้อย่างเพียงพอ 4.20

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ตาราง 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ตามปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านการตอนสนองความต้องการของผู้รับบริการ

ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านการตอนสนองความต้องการของผู้รับบริการ			
13. การบริการจัดหาทีม จัดหาคู่ กรณีที่จำนวนคนไม่พอ	4.59	0.61	มากที่สุด
14. มื่อมีการแข่งขันมีกรรมการผู้ตัดสินเพียงพอ	4.67	0.46	มากที่สุด
15. ในบริเวณสนามมีระบบสัญญาณWi-fi ไว้ให้บริการฟรี	4.52	0.50	มากที่สุด
16. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม และแจ้งไว้อย่างชัดเจน	4.79	0.40	มากที่สุด
17. การเดินทางมายังสนามมีความสะดวกสนาย เช่น มีป้ายบอกเส้นทางอย่างชัดเจน	4.58	0.54	มากที่สุด
18. ความสะดวกในการติดต่อจองสนาม เช่น การจองผ่านโทรศัพท์	4.64	0.47	มากที่สุด
19. การจัดให้มียาสามัญประจำสนาม และมีการปฐพยาบาลเบื้องต้น	4.75	0.55	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.65	0.19	มากที่สุด

จากตาราง 4.7 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ตามปัจจัย คุณภาพบริการ ด้านการตอนสนองความต้องการของผู้รับบริการจำนวน 7 รายการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดยมีระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการได้ให้ความสนใจกับอัตราค่าบริการมีความเหมาะสม และแจ้งไว้อย่างชัดเจน ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.79 รองลงมาคือ การจัดให้มียาสามัญประจำสนาม และมีการปฐพยาบาลเบื้องต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือในบริเวณสนามมีระบบสัญญาณ Wi-fi ไว้ให้บริการฟรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ตาราง 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ตามปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ

ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ตามปัจจัย คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านความน่าเชื่อถือ			
20. มีเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติหน้าที่ประจำสนามตลอดเวลาที่เปิดบริการ	4.23	0.87	มากที่สุด
21. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ และเต็มใจให้ความช่วยเหลือผู้ที่ใช้บริการ	4.31	0.55	มากที่สุด
22. การเปิดบริการเป็นไปตาม วัน เวลา ที่กำหนดไว้	4.58	0.78	มากที่สุด
23. ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้องขอ	4.37	0.70	มากที่สุด
24. เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ที่ใช้บริการ	3.90	0.93	มากที่สุด
25. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่เป็นที่เชื่อมั่น และไว้วางใจจากผู้ใช้บริการ	4.53	0.53	มากที่สุด
26. เมื่อพบปัญหา เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสนามสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงที	4.54	0.66	มากที่สุด
27. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี เป็นไปตามลำดับ และเหมาะสมทุกครั้งแก่ผู้ที่ใช้บริการ	4.72	0.49	มากที่สุด
28. เจ้าหน้าที่ได้ตักเตือน ห้ามปราม ผู้ใช้บริการที่ทำผิดระเบียบการใช้สนาม (เช่น การใช้รองเท้า สูบบุหรี่ในสนาม (เช่น การใช้รองเท้า สูบบุหรีในสนาม)	4.43	0.53	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.51	0.30	มากที่สุด

จากตาราง 4.8 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ตามปัจจัย คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือจำนวน 9 รายการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดยมีระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการได้ให้ความสนใจกับเจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี เป็นไปตามลำดับ และเหมาะสมทุกครั้งแก่ผู้ที่ใช้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.72 รองลงมาคือ การเปิดบริการเป็นไปตาม วัน เวลา ที่กำหนดไว้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมาคือเมื่อพบปัญหา เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสนามสามารถแก้ไข ปัญหาได้ทันท่วงที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ที่ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ตาราง 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ตามปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านความไว้วางใจ

ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านความไว้วางใจ			
29. การติดต่อกลับเมื่อมีการยกเลิกการจองจากผู้ใช้บริการท่านอื่น	4.47	0.69	มากที่สุด
30. การตรวจดูความเรียบร้อยของสนาม อุปกรณ์ ทุกครั้งหลังใช้บริการ	4.47	0.50	มากที่สุด
31.มีกฎระเบียบในการใช้ของสนามประกาศไว้อย่างชัดเจน	4.51	0.62	มากที่สุด
32.ขนาดของสนามตามมาตรฐานของสนามฟุตบอลFIFA	4.38	0.61	มากที่สุด
33. ความปลอดภัยในการเดินทางมาสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	4.26	0.66	มากที่สุด
34. ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	4.49	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.44	0.31	มากที่สุด

จากตาราง 4.9 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ตามปัจจัย คุณภาพบริการ ด้านความไว้วางใจ จำนวน 6 รายการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดยมีระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการได้ให้ความสนใจกับมีกฎระเบียบในการใช้ของสนามประกาศไว้อย่างชัดเจน ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมาคือ การติดต่อกลับเมื่อมีการยกเลิกการจองจากผู้ใช้บริการท่านอื่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือ. ความปลอดภัยในการเดินทางมาสนามฟุตบอล หญ้าเทียมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ตาราง 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ตามปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจ

ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ	$\overline{X}$	S.D	ระดับ
ด้านการเข้าถึงจิตใจ			
35. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี เป็นไปตามลำดับและเหมาะสมทุกครั้งแก่ผู้ใช้บริการ	4.46	0.62	มากที่สุด
36. เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นตอบสนอง การร้องขอความช่วยเหลือจากผู้ใช้บริการโดยไม่ชักช้า	4.38	0.66	มากที่สุด
37. เจ้าหน้าที่มาปฏิบัติหน้าที่ประจำสนามตลอดเวลา	4.66	0.47	มากที่สุด
38. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ และเต็มใจให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการ	4.54	0.62	มากที่สุด
39. ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้องขอ	4.30	0.56	มากที่สุด
40. ความคุ้มค่าของอัตราค่าบริการกับบริการที่ได้รับจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	4.66	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.52	0.30	มากที่สุด

จากตาราง 4.10 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ตามปัจจัย คุณภาพบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจ จำนวน 6 รายการ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดยมีระดับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการได้ให้ความสนใจกับความคุ้มค่าของอัตราค่าบริการกับบริการที่ได้รับจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.66 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มาปฏิบัติหน้าที่ประจำสนามตลอดเวลามีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.66 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ และเต็มใจให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้องขอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง

ผลการสัมภาษณ์ประเด็นข้อคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ กรณีศึกษาสนามฟุตบอล เวสเทิร์น ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์โดยใช้แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นการนำจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม มาจัดเรียงข้อคำถามในการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการอธิบาย แนวทางการพัฒนาการคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ โดยวิธีการบันทึกประเด็นที่สำคัญ ๆ ของการสัมภาษณ์ไว้ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นนำเสนอผลการวิเคราะห์แล้วนำมาเขียนเป็นความเรียง ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้บริหารสนาม 1 คน ผู้จัดการสนาม 1 คน และผู้ดูแลสนาม 1 คน สรุปประเด็นคำถามออกเป็นแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้ แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

ผลวิเคราะห์การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 5 คน ได้แก่ 1) ผู้บริหารสนาม 2) ผู้จัดการสนาม 3) ผู้ดูแลสนาม

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 พบว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม (เวสเทิร์น) การจัดพื้นที่ได้เหมาะสม มีความสวยงาม และได้มาตรฐาน หญ้าเทียมที่มีคุณภาพมาตราฐาน นุ่ม ที่รับแรงกระแทกของเท้าอย่างดี เท่าไม่เจ็บ และภาพในบริเวณสนามก็มีไฟในสนาม มีที่นั่งสำหรับผู้ชม กองเชียร์และในนั้นก็ยังมีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกายสำหรับผู้ใช้บริการอย่างสะอาด และยังมีที่จอดรถสำรับผู้ที่มาใช้บริการอย่างเพียงพอ เนื่องจากธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น และมีการแข่งขันมากขึ้นดังจะเห็น มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นของสนามของสนามฟุตบอล ทำให้ธุรกิจสนามฟุตบอลมีการแข่งขันกันด้านคุณภาพมาตรฐาน ราคา และการบริการ โดยเราเน้นในเรื่องคุณภาพการบริการของผู้ดูแลสนาม และการลดราคาในการเข้ารวมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่มาใช้บริการในสนามฟุตบอล (เวสเทิร์น) ประสิทธิภาพการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ของเรา ก่อนเล่น มีระบบการจองที่สะดวก รวดเร็วให้ผู้ที่มาใช้ มีการต้อนรับให้เป็นดังแขกคนพิเศษ ผู้ดูแลสนามมีทักษะความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ในการสอนฟุตบอล และบุคลากรรอคอยบอกข้อมูลก่อนการเล่นฟุตบอล เช่น ข้อมูลสนาม เวลาเริ่มและสิ้นสุดในการเล่น

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 พบว่า คุณภาพการบริการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ที่ใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม (เวสเทิร์น) ส่วน ใหญ่คือชาวกัมพูชา และชาวเอเชีย และยิ่งกว่านี้เจ้าหน้าที่ประจำสนามของเราพูดภาษาอังกฤษได้ดี รู้ดีในกฎกติกา และสิ่งสำคัญจุดแข็งของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เรามีหญ้าที่นุ่มรองรับเท่า มีบุคลากรช่วยแนะนำในการฝึกซ้อม และฝึกทักษะ สนามฟุตบอลเรามีการจองเวลาการเล่นและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทำให้เกิดความสะดวกสบายและเข้าถึงต่อผู้ที่มาใช้มากขึ้น ธุรกิจสนามฟุตบอลของเราก็มีการจัดแข่งขันรายการต่าง ๆ เช่น การจัดการแข่งขัน Sport for all การจัดการแข่งขัน METFONE CAMBODIA LEAGUE การจัดการแข่งขันฟุตบอลช่วยเหลือผู้ประสบภัย (ผู้จัดการสนาม 2562: สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 พบว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม (เวสเทิร์น) เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาได้อย่างทันที และมีความเต็มใจในความช่วยเหลือแก่ลูกค่าที่มาใช้บริการ หญ้าเทียม

ที่มีคุณภาพมาตราฐาน นุ่ม และภาพในบริเวณสนามก็มีไฟในสนาม มีที่นั่งสำหรับผู้ชม กองเชียร์และในนั้นก็ยังมีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกายสำหรับผู้ใช้บริการอย่างสะอาด

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4 พบว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม (เวสเทิร์น) ใช้ตาข่ายกรองแสงที่อากาศสามารถถ่ายเท ควรหาคู่แข่งโดยผ่าน Social media บันทึกภาพไว้ ติดป้าย ห้ามนำอาหาร เครื่องดื่มมึนเมา บุหรี่ เข้ามาภายในสนาม เมื่อมีผู้ใช้บริการทำผิดระเบียบในการใช้สนาม บุคคลากรควรทำการ ตักเตือน หรือห่ามปราม อย่างถ้อยทีถ้อยอาศัย โดยการอธิบายให้ผู้ที่ใช้บริการเกิดความเข้าใจถึงเหตุและผลที่เกิดขึ้น ควรมีการจดัทำเว็บเพจ และรายละเอียดสำหรับติดต่ออย่างครบถว้น เช่น ที่อยู่แผนที่ โลเคชั่น และมีเบอร์โทรศัพท์อย่างชัดเจน

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 5 พบว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม (เวสเทิร์น) เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วและยิ่งกว่านี้เจ้าหน้าที่พูดภาษาอังกฤษได้ดี รู้ดีในกฎกติกา และสิ่งสำคัญจุดแข็งของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเรามีหญ้าที่นุ่มรองรับเท่า มีบุคลากรช่วยแนะนำในการฝึกซ้อม และฝึกทักษะ มีการติดตามผลการดำเนินการเป็นระยะตามกำหนด เจ้าหน้าที่ทำการตรวจดูความเรียบร้อยของสนาม อุปกรณ์ทุกครั้งหลังการใช้งาน มีการเน้นย้ำและติดป้าย ห้ามนำอาหาร เครื่องดื่มมึนเมาเข้ามาภายในสนาม เจ้าหน้าที่ควรมีความเป็นมิตร การให้บริการแบบเป็นมิตรเป็นเพื่อนทำให้เกิดความสนิทสนมกับผู้ที่มาใช้บริการ ควรมีการบริการอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้หมาะสมกับอัตราค่าใช้บริการ เช่น เสื้อแบ่งทีม ลูกฟุตบอล เค้าเตอร์ทำงานของเจ้าหน้าที่ประจำสนามควรจัดแบ่งโซนไว้อย่างชัดเจน เพื่อสะดวกในการต่อการติดต่อขอใช้บริการและ แจ้งปัญหาอื่น ๆจากการใช้บริการได้ ควรมีการทำป้ายบอกเส้นทางที่ชดัเจน เช่น แผน ที่กับป้ายบอกเส้นทาง ต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการและความปลอดภัยในการเดินทาง ควรมีกิจกรรมเสริม

สรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน สามารถวิเคราะห์ และสังเคราะห์ และเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ได้ดังนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม (Tangibles)

1.1 หญ้าเทียมอยู่ในสนามมีความนุ่มมารตฐาน ที่ร้องรับการกระแท่กของเท้าได้อย่างดี

1.2 มีที่นั่งสำหรับผู้เล่นและผู้ติดตามอย่างปลอดภัยที่เป็นสัดส่วน

1.3 ในสนามมีไฟเพี่ยวพอ หลอดไฟ (LED) การใช้งานระยะยาว ค่าไฟลดลง

1.4 มีร้านอาหาร ร้านกาแฟ และมีInternet หรือ WIFI

1.5 ป้ายโฆษณาที่ติดรอบสนาม

1.6 มีต้นไม้ให้ความร่มรื่นสวยงามอยู่ข้างสนาม

1.7 มีห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเพียงพอ มีการบำรุงรักษา และทำความสะอาดพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา

2. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)

3. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

3.1 เจ้าหน้าที่มีพฤติกรรมที่น่าเชื่อถือ และเป็นที่ไว้วางใจใน การแก้ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้องขอด้วยความ สะดวก รวดเร็ว ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ รวมถึงบทบาทของเจ้าหน้าที่สนามในการเข้าไป ตักเตือนห้ามปรามผู้ใช้บริการที่ทำผิดระเบียบการใช้สนาม

3.2 เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพที่ดี การแต่งกาย มีมนุษยสัมพันธ์ดี ให้ ความอบอุ่นและมีไมตรีจิตแก่ผู้มาติดต่อ และสามารถ แก้ไขปัญหาตามที่ผู้ใช้บริการร้องขออย่างรวดเร็ว

4. ความไว้วางใจ (Assurance)

5. การเข้าถึงจิตใจ (Empsthy)

5.1 มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน ทำให้เดินทางมายังสนามสะดวกสบาย

5.2 การจองสนามผ่านทางผ่านระบบออนไลน์ โทรศัพท์สะดวกสบาย

5.3 เจ้าหน้าที่รับสายเป็นมิตร

5.4 การจัดการความปลอดภัยของสถานที่จอดรถของสนาม

สรุปข้อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

จากการจัดกลุ่ม (Grouping) ข้อมูลสารสนเทศทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ที่นำเสนอข้างต้น จะถูกนำไปสังเคราะห์เพื่อไปประมวลผลเป็นองค์ความรู้เพื่อสร้างแนวทางตามวัตประสงค์ของการวิจัยนี้ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีบูรณาการข้อมูลและสารสนเทศที่ได้มาจากการศึกษาวิจัยโดยอาศัยทฤษฎีระบบ (System theory) ที่ดำเนินการมาอย่างเป็นขั้นตอน ได้ดังต่อไปนี้ สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้า (Input) ปัจจัยการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ได้แก่ คุณภาพของหญ้าเทียม นุ่ม รับแรงกระแทกเท้าได้อย่างปลอดภัย จำนวนห้องอาบน้ำ และเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเพียงพอกับผู้ใช้บริการ

2. กระบวนการ (Process) กระบวนการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ด้านการจัดการงานทั่วไป (Management) ประกอบด้วย

2.1 อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม และแจ้งไว้อย่างชัดเจน

2.2 การจัดให้มียาสามัญประจำสนาม และมีการปฐพยาบาลเบื้องต้น

2.3 มีอมีการแข่งขันมีกรรมการผู้ตัดสินเพียงพอ

2.4 ความสะดวกในการติดต่อจองสนาม เช่น การจองผ่านโทรศัพท์

3. ผลผลิต (Output) ลักษณะการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ด้านความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย

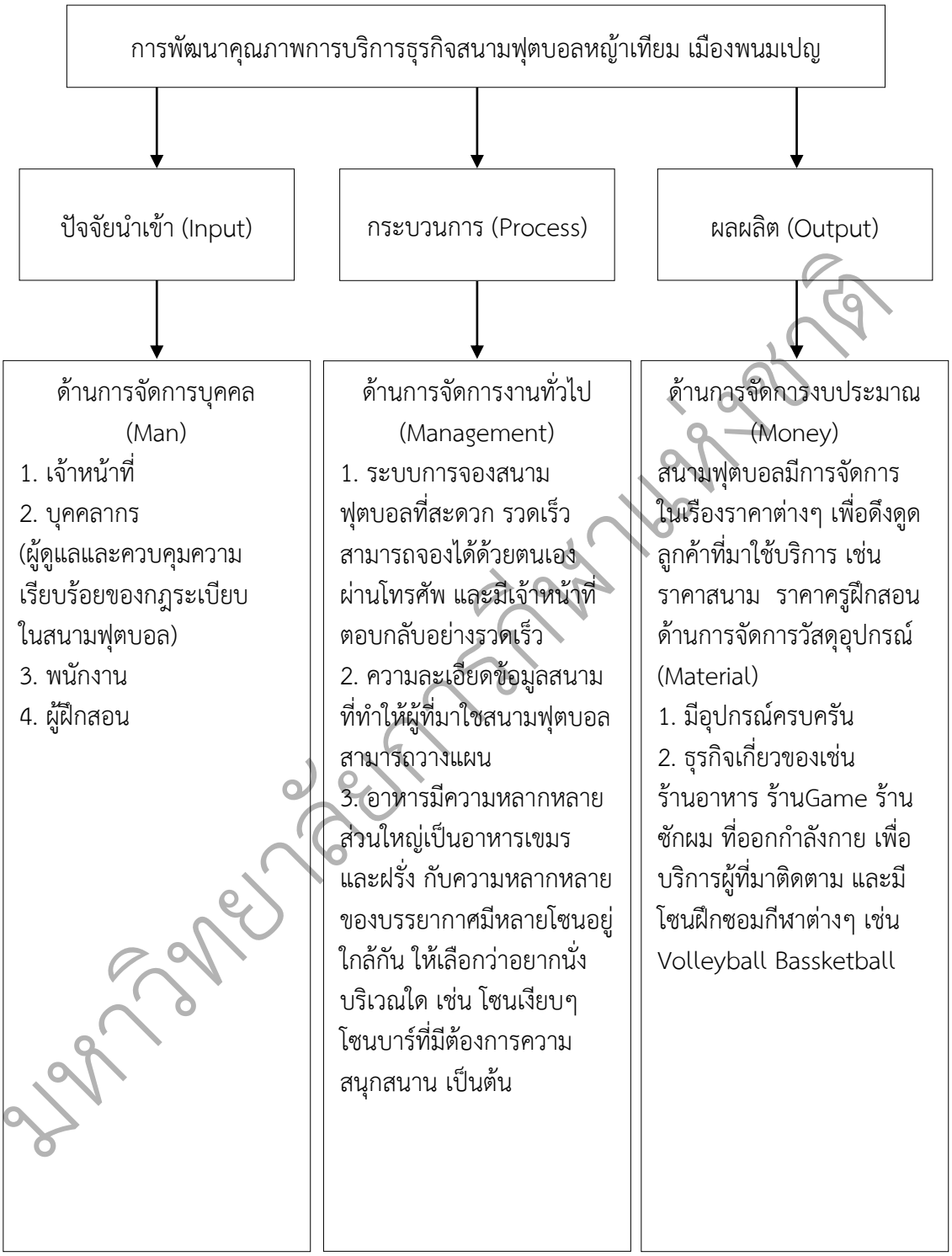
3.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี เป็นไปตามลำดับ และเหมาะสมทุกครั้งแก่ผู้ที่ใช้บริการ

3.2 พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่เป็นที่เชื่อมั่น และไว้วางใจจากผู้ใช้บริการ

3.3 เจ้าหน้าที่ได้ตักเตือน ห้ามปราม ผู้ใช้บริการที่ทำผิดระเบียบการใช้สนาม (เช่น การใช้รองเท้า สูบบุหรี่ในสนาม (เช่น การใช้รองเท้า สูบบุหรี่ในสนาม)

ดังนั้น จากวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสังเคราะห์ (Synthesis) โดยมีบูรณาการข้อมูลและสารสนเทศที่ได้มาจากการศึกษาวิจัยโดยอาศัยทฤษฎีระบบ (System theory) ที่ดำเนินการมาอย่างเป็นขั้นตอน ได้ดังต่อไปนี้ สรุปได้ดังนี้

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ



ภาพ 4.1 กระบวนการผลิต

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์คือ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ 2) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ศึกษา โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research Design) โดยการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ด้วยเครื่องมือชิ้นที่ 1 แบบสอบถามเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ในกลุ่มประชากรทั้งหมด 400 คน ที่เป็นผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ด้วยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ส่วนการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือชิ้นที่ 2 โดยใช้แบบสัมภาษณ์ต่อผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ได้แก่ ผู้บริหาสนาม ผู้จัดการสนาม และผู้ดูแลสนาม

จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อว่าผู้มาใช้บริการแต่ละคนมุ่งเน้นและให้ความสำคัญในด้านใหนเป็นสำคัญจากที่ได้รับข้อมูล จากผู้มาใช้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ให้ความสำคัญทุก ๆ ด้านเท่าเทียมกัน เนื่องจากทุกด้านล้วนมีผลต่อการพัฒนาการผู้ที่มาใช้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แบ่งออกเป็นเพศชาย จำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 87.3 และเพศหญิง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 มีอายุ 20-30 ปีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ซึ่งลำดับอายุน้อยสุดคืออายุระหว่าง 41 ปีขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ระดับการศึกษาอนุปริญญา จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือปริญญาตรี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และรายได้ประจำปีต่อเดือน 9.920-10.850 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา คือ 12.400-13.950 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 มากกว่า 20.000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ไม่เกิน 9.300 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

จากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ ในแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ: กรณีศึกษาสนามฟุตบอล (เวสเทิร์น) โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.65) (S.D=0.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ อันดับหนึ่ง ได้แก่ ด้านข้อ2 การตอนสนองความต้องการของผู้รับบริการอยู่ในระดับมากที่สุด อันที่ 2 ได้แก่ ด้านที่ 1 สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม (Tangibles) ($\overline{X}$=4.62) (S.D=0.15) อันดับที่ 3 ได้แก่ ด้านข้อ 5 การเข้าถึงจิตใจ ($\overline{X}$=4.52) (S.D=0.30)

จากผลการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้จัดการสนาม และผู้ดูแลสนาม ทั้งหมด 5 คน พบว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม (เวสเทิร์น) มาตรฐานเหมาะสม หญ้าเทียมที่มีคุณภาพมาตราฐาน มีความสวยงามที่รับแรงกระแทกของเท้าได้อย่างดี และภาพในบริเวณสนามก็มีไฟในสนามได้อย่างเพียงพอการใช้งานหลอดไฟ (LED) มีที่นั่งสำหรับผู้เล่น ผู้ชม กองเชียร์ และในนั้นก็ยังมีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกายสำหรับผู้ใช้บริการอย่างสะอาด และมีที่จอดรถสำรับผู้ที่มาใช้บริการอย่างเพียงพอ เจ้าหน้าที่ประจำสนามเพียงพอ และพฤติกรรมที่ดี พูดภาษาอังกฤษได้ดี รู้ดีในกฎกติกา มีบุคลากรช่วยแนะนำในการฝึกซ้อม และฝึกทักษะ สนามฟุตบอลเราสามารถจองเวลาการเล่นผ่านระบบออนไลน์ และโทรศัพท์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การจองสนามได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ (เวสเทิร์น) พบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ อยู่ในระดับมากทุกด้าน และจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นได้ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์พิจารณาระดับความพึงพอใจในการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ ในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยใช้เกณฑ์พิจารณา (Parasuraman; & Berry. 1985: 44 อ้างถึงใน วาสนา บุตรโพธิ์. 2549: 10) กล่าวว่าความคาดหวังมากกว่า การรับรู้ผู้ใช้บริการรู้สึก ไม่พอใจ และแตกต่างจากงานวิจัยของ วาสนา บุตรโพธิ์ (2549: 61) ศึกษาวิจัยเรื่องความ คาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการ ในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสม ทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์พิจารณาระดับความพึงพอใจในการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยใช้เกณฑ์พิจารณา (Parasuraman; & Berry. 1985: 44 อ้างถึงใน วาสนา บุตรโพธิ์. 2549: 10) กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังน้อยกว่าการรับรู้ผู้ใช้บริการ รู้สึกประทับใจ

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม มีร้านกาแฟ ร้านอาหาร และห้องที่มี Internet หรือ Wifi และการจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่น ผู้ติดตามที่ไม่เป็นอันตราย แบ่งเป็นสัดส่วน การใช้วัสดุที่อากาศสามารถถ่ายเทได้และปลูกต้นไม้ให้มีความร่มรื่นสวยงาม รวมถึงห้องน้ำ ห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกายมีการบำรุงรักษาและทำความสะอาด อยู่ตลอดเวลาในใช้งาน เช่นเดียวกับ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545: 29) ที่กล่าวว่าสภาพแวดล้อมและบรรยากาศมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ชื่นชม สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม เช่น การตกแต่ง การจัดพื้นที่ให้เป็นสัดส่วน สอดคล้องกับ สุนันทา ยอดเณร (2551) ได้ศึกษาการประเมินคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างความ คาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการงานเภสัชกรรมในสถานบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิใน กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพ บริการน้อยกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ จึงควรเพิ่มจำนวนเก้าอี้นั่งรอรับยาให้มีความเพียงพอเป็นอันดับแรก รองลงมาคือจัดให้บริเวณสถานที่มีความสะอาดมากขึ้น

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีการจัดสถานที่จำหน่ายน้ำดื่ม เครื่องดื่มต่าง ๆ ง่ายต่อการบริหารจัดการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการและมีบริการจัดหาคู่แข่งขัน และบริการบันทึกภาพตามที่ผู้ใช้บริการร้องขอ การมีจุดบริการ ปฐมพยาบาล และการประสานงานกรณี มีอุบัติเหตุ สอดคล้องกับ รักชนก มณีรัตน์ (2550) ได้กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวก หรือสิ่งที่สร้างความสะดวกที่ทำให้การประกอบกิจกรรมได้ง่ายขึ้น เพื่อรองรับกิจกรรมของผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกับแนวคิดของ Grönroos (2000) ที่มีการเสนอบริการ (The Service Offering) เป็นแนวความคิดที่ประกอบด้วย ชุดบริการพื้นฐาน อาทิเช่น สิ่งที่ผู้ใช้บริการจะได้รับจากการบริการหลักที่มีความ สะดวกสบาย หรือสิ่งที่เพิ่มเติมในกระบวนการบริการ เช่น กิจกรรม วัสดุอุปกรณ์ ที่จัดเสริมขึ้นมา ในการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย จูงใจให้เข้ามาใช้บริการ ควรมีการขยายอินเตอร์เน็ตไร้สาย Wi-Fi ให้บริการในบริเวณสนาม สอดค้ลองกับ ศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558: 58-59) ศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ส่งเสริมการขาย และการชำระเงิน ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันเหตุการณ์สำคัญในปัจจุบัน โดยผ่าน Social Media ทุกช่องทางและสอดคล้องกับ อาทิตยา พาหิรัญ (2554: 103-104) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ในจังหวัดเชียงใหม่

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ด้านความน่าเชื่อถือ เจ้าหน้าที่มีบุคลิคภาพที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ไมตรีจิตแก่ผู้มาติดต่อและผู้ที่มาใช้บริการ และสามารถแก้ไขปัญหาตามผู้ใช้บริการร้องขออย่างรวดเร็ว

ด้านการเข้าถึงจิตใจ พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ให้บริการแบบเพื่อนที่เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส ก็จะเกิดความสนิทสนมกับผู้ที่ใช้การดูแลการบริการอุปกรณ์ต่าง ๆ

ด้านการเข้าถึงจิตใจ พบว่า มีการทำป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง และมีรปภ.ดูแลและอำนวยความสะดวกในพื้นที่จอดรถ ซึ่งการบริการมักเป็น การติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ทำเลที่ตั้งจึงมีความจำ เป็นอย่างยิ่งสำหรับ ธุรกิจบริการที่ต้องดึงดูดผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับ วีระวัฒน์ ปัญญาบูรพา (2537) ศึกษาความ คาดหวังในการจัดการบริการด้านการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพของสมาชิกศูนย์สุขภาพในกรุงเทพมหานคร พบว่า สมาชิกในศูนย์สุขภาพในกรุงเทพมหานครมีความคาดหวังในการจัดการ บริการการออกกำลังกายด้านสถานที่อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกับ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545: 24) ที่กล่าวว่าการเข้าถึงบริการได้สะดวกรวดเร็วเมื่อผู้ใช้บริการมีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความ พึงพอใจต่อการบริการ สอดคล้องกับ ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2541: 28-30) กล่าวว่า ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึง เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ทำให้ทราบคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ (เวสเทิร์น) และความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเมืองพนมเปญ (เวสเทิร์น) ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ ไปใช้ในการส่งเสริมคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอล ซึ่งสามารถดึงดูดผู้ที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลได้ทั้งชาวกัมพูชาและชาวต่างชาติ และสามารถสร้างรายได้แก่ประเทศชาติ ชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวข้องกับธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

จากการเก็บรวบรวมข้อมวลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ นักวิจัยเสนองานวิจัยแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เมืองพนมเปญ : สนามเวสเทิร์น สำหรับผู้ที่มีความสนใจ ดังนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

1.1 ควรจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นในสนาม ต้องไม่เป็นอันตรายต่อผู้เล่นและจัดที่นั่งสำหรับผู้ติดตามให้เป็นสัดส่วน

1.2 ควรจัดร้านอาหาร ร้านกาแฟ และห้องที่มี Internet หรือ Wifi ให้เป็นสัดส่วนสวยงาม

1.3 ควรใช้วัสดุที่อากาศสามารถถ่ายเทได้ เช่น ตาข่ายกรองแสง และปลูกต้นไม้ให้มีความร่มรื่นสวยงาม

1.4 ห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย ควรมีการบำรุงรักษาและกำหนดให้มีการทำความสะอาดให้พร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา

1.5 ควรมีการตรวจเช็ค และบำรุงรักษาคุณภาพของหลอดไฟ หรือใช้เทคโนโลยีประหยัดไฟ เช่น หลอดไฟ LED

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

1.6 สนามอยู่ในบริเวณที่สามารถเดินทางไปได้ง่าย (ทางเข้าสนามไม่ซับซ้อนและเข้าถึงได้ง่าย)

1.7 มีการตกแต่งสนามแข่งขันให้มีความโดดเด่น และทันสมัยอยู่เสมอ

2. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งขันรวมถึงกรรมการและมีจุดบริการปฐมพยาบาล การประสานงานและการแก้ไขกรณีมีอุบัติเหตุ

2.1 มีที่จอดรถพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน

2.2 มีการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

2.3 มีพนักงานจำนวนเพียงพอต่อการใช้บริการและอำนวยความสะดวกในการใช้บริการและผู้ติดตาม

3. ด้านความน่าเชื่อถือ ควรมีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยใน การเดินทางและสถานที่จอดรถ

3.1 มีการตรวจเช็คความพร้อม และทำความสะอาดลูกฟุตบอลก่อนใช้งานในแต่ละครั้ง

3.2 ควรมีการเรียกประชุมถึงการดำเนินงาน อุปสรรคต่าง ๆ เพื่อหาวิธีปรับปรุงแก้ไข การควบคุมบุคลากร มีการติดตามผลการดำเนินการเป็นระยะตามกำหนด การจัดอบรมในเรื่องต่าง ๆ การพัฒนาบุคลิกภาพ การมีชุดทำงาน สามารถทำงานได้ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ

3.3 มีราคาในการสมัครสมาชิกมีความเหมาะสม

4. ความไว้วางใจ

4.1 ควรจัดทำช่องทางการจองสนามผ่านระบบออนไลน์ที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้

4.2 ควรมีการทำป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง

4.3 ควรมีรปภ.ดูแลและอำนวยความสะดวกในพื้นที่จอดรถ

4.4 ควรจัดสถานที่จำหน่ายน้ำดื่ม เครื่องดื่มต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการและง่ายต่อการบริหารจัดการ

4.5 ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งขันรวมถึงกรรมการและบริการบันทึกภาพตามที่ผู้ใช้บริการร้องขอ

4.6 มีการรักษาความปลอดภัยบริเวณในสนามและโดยรอบที่ดี

5. การเข้าถึงจิตใจ ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ สำคัญในปัจจุบัน พร้อมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ โดยผ่าน Social Media ทุกช่องทาง เป็นการลงทุนที่ใช้งบประมาณน้อย

5.1 มีจุดบริการปฐมพยาบาล คลินิกกายภาพบำบัด ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแล และให้คำปรึกษาการประสานงานและการแก้ไขกรณีมีอุบัติเหตุ

5.2 มีการจัดการเตรียมความพร้อมในการแข่งขันได้มาตรฐาน

5.3 มีการจัดสถานที่รวมไปถึงการรักษาความสะอาดบริเวณสถานที่ให้บริการในสนามแข่งขัน

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

5.4 บุคลากรและเจ้าหม้าที่มาทำงานประจำสนามโดยเน้นให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพหน้าตาการใช้คำพูดในการบริการเป็นต้น

6. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

6.1 มีกิจกรรมภายในบริเวณสนามแข่งขันมีความน่าสนใจ

6.2 มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ เช่นการลดราค

ผู้วิจัยขอเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจสนามหญ้าเทียม ทั้งระดับภูมิภาค และระดับปรพเทศ

2. ควรศึกษาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเพื่อสร้างศักยภาพในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในการให้บริการในส่วนของผู้ใช้บริการ

3. ควรมีการศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

บรรณานุกรม

กรกนก ชุบแวงวาปี; และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2557, พฤษภาคม-สิงหาคม). อิทธิพลความเป็นเลิศของคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อของผู้ใช้บริการบางจาก กรีนวอช เดอะพรีเมี่ยม. **Varidian E-Journal, Silpakorn University ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ.** 7(2).

แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร. (2559). **ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank).** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จำรัส นวลนิ่ม. (2540). **การศึกษากับการพัฒนาประเทศ แนวความคิดและวิธีปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่อง เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชนิตา รักษ์พลเมือง. (2557). กระบวนทัศน์พัฒนศึกษา. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ณัฐพงษ์ ชุ่มชื่นสกุลสุข. (2556). **การศึกษาคุณภาพการให้บริการของงานกองช่าง องค์การบริหารส่วนตำบลสะเดา อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์.** (วิศวกรรมโยธา). สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ณัฐรดา ประสงค์ทรัพย์. (2558). คุณภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของผู้บริโภคภายในเขตกรุงเทพมหานครและเขตบริหารพิเศษฮ่องกง. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ดารา ทีปะปาล. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

ดำริ สถิตเสมากุล. (2558). **การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์** ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ทศรัฐ จันยาง. (2555). **คุณภาพการให้บริการของสำนักงานเทศบาลตำบลลำตาเสา อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.

นพมาศ ธีรเวคิน. (2542). **จิตวิทยาสังคมกับชีวิต.** กรุงเทพฯ: พิมพลักษณ์.

นีออน กลิ่นรัตน์. (2525). **จิตวิทยาเบื้องต้น.** ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปรัชญา เทพสกุล. (2555). ธุรกิจล่าฝันบนสนามหญ้าเทียม. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2560, จาก http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/idea-design/.html

ปริมปภา วงค์คำตา. (2555). **ประสิทธิภาพงานจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลสำโรง อำเภอดอนตาล จังหวัดอุบลราชธานี.** รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การปกครองท้องถิ่น). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. (2531). **การวัดทัศนคติ.** นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.

ไพฑูรย์ คุ้มคง. (2557). **ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตาบลนายายอาม อาเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี.** งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (วิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน). มหาวิทยาลัยบูรพา.

มีชัย สายอร่าม. (2540, พฤศจิกายน-2541, มีนาคม). การพัฒนาในมิติสังคมศาสตร์. **วารสารสีมาจารย์.** 12: 57-60.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2548). **การจัดการการตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ: แสงดาว.

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. (2526). หลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ: ไทยอนุเคราะห์ไทยการพิพ์.

รักชนก มณีรัตน์. (2550). **ทัศนะของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ ณ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดเพชรบูรณ์.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

รัฐภรณ์ ฟองทอง; และ วินิต ชินสุวรรณ. (2558). **แนวทางพัฒนาคุณภาพการ ให้บริการแพทย์แผนไทยในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองดีหมีจังหวัดขอนแก่น.** (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วิไล ฤกษ์นุ้ย. (2539). **จิตวิทยาการบริการ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: สำนักพิพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

วิวิศนา ทับทิม; และคนอื่น ๆ. (2556, มกราคม-มิถุนายน). คุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้เทศบาลเมืองอรัญญิก จังหวัดพิษณุโลก. **Journal of Graduate School, Pibulsongkram Rajabhat University.** 7(1): 90-98.

วีระวัฒน์ ปัญญาบูรพา. (2537). **ความคาดหวังในการจัดการบริการด้านการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพของสมาชิกศูนย์สุขภาพในกรุงเทพมหานคร.** ครุศาสตรมหาบัณฑิต (พลศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรีสมบูรณ์ แย้มกมล. (2538). **ความคิดเห็นของข้าราชการต่อศักยภาพในการบริหารงานของสภาตำบลภายใต้พระราชบัญญัติสภาตำบลฯ พ.ศ. 2537 ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดฉะเชิงเทรา.** ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตร์บัณฑิต (พัฒนาสังคม). คณะพัฒนาสังคมสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริ วรรณ จุลแก้ว; โศภิน สุดสะอาด; และ ชัชฎาภรณ์ บุญชูวงศ์. (2556, กรกฎาคม-ธันวาคม). คุณภาพการให้บริการของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้. 6(2): 61-68.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพฯ: พัฒนศึกษา.

ศุภกาญจน์ แก้วมรกต. (2558). **แนวทางพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัด ชลบุรี.** วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การออกกาลังกายและการกีฬา). คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมหญิง เปี่ยมฤทัย. (2556). **ประสิทธิภาพการให้บริการของ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราดสาขาเมืองตราด.** ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ). คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

สิริพร บุญนันทน์. (2539). **ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมของข้าราชการกรมสรรพสามิต.** ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการพัฒนาสังคม). คณะพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.

สุนันทา ยอดเณร. (2551). **การประเมินคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการงานเภสัชกรรมในสถานบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิใน กรุงเทพมหานคร.** ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการองค์กรเภสัชกรรม). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุพัตรา สุภาพ. (2545). **สังคมวิทยา.** (พิมพ์ครั้งที่ 21). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพาณิช.

สุเมศวร์ เสือทอง; อรสา จรูญธรรม; และ การต์ บุญศิริ. (2556, กรกฎาคม-ธันวาคม). คุณภาพการให้บริการสาธารณะของสานักปลัดเทศบาล เทศบาลตาบลฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. **วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์.** 3(2): 79-90.

อมรารัตน์ บุญมา. (2557). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดนนทบุรี.** รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

อาทิตยา พาหิรัญ. (2554). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวย์ทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิชัย ปีติเจริญธรรม. (2548). **การบริการด้วยหัวใจ.** กรุงเทพฯ: บุ๊คแบงก์.

Mehran, N.; & Mostafa, N. (2008). Ranking airlines' service quality factors using a fuzzy approach: study of the Iranian society. **International Journal of Quality & Reliability Management**. 26: 247-260.

A. Parasuraman, Valarie; A. Zeithaml; & Leonard L. Berry. (1990). **A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research.** Journal of Marketing. 49: 41-50.

Zakaria; & et al. (2009, January). Service Quality in Sungai Petane Public Library. **Canadina social Science.** 5(6): 49-59.

Johnston,R. (1995). The Determinants of Service Quality: Satisfiers and Dissatisfiers. ***International Journal of Service Industry Management.*** 6(5): 53-71.

Lloyd-Walker, B.; & Ping Cheung., Y. (1998). IT to Support Service Quality Excellence in The Australian Banking Industry, Managing ServiceQuality: **An International Journal.** 8(5): 350-358.

Foster, Charles R. F.; & Richard, C. (1952). **Psychology of life adjustment.** Chicago: America Technical.

Grönroos, C. (2000). Creating A Relationship Dialogue: Communication, Interaction andValue. **The Marketing Review.** 1(1): 5-14.

Hurlock. (1995). **Adolescent Development.** New York: McGraw-Hill Book.

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.

Lai, W.-T., Chen, & C.-F. (2011). **Behavioral intentions of public transit passenger The roles of service quality, perceived value, satisfaction and involvement.**

Transport Policy. 18(2): 318-325.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. JMR. **Journal of Marketing Research.** 17(3): 460.

Oskamp,S. (1977). **Attitude and Opinion.** New Jersey: Prentice-Hall.

Parasuraman; Zeithaml & Berry. (1988, January). A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Marketing.** 49:41-50.

Ramseook-Munhurrun; Seebaluck; & Naidoo. (2014, September). Examining the Structural Relationships of Destination Image, Perceived Value, Tourist Satisfaction and Loyalty: Case of Mauritius. **Procedia-Social and Behavioral Sciences.** 175(2015): 252-259.

Rasoolimanesh; Dahalan; & Jaafar. (2016, March). Tourists' Perceived Value and Satisfaction in a Community-Based Homestay in the Lenggong Valley World Heritage Site. **Journal of Hospitality and Tourism Management.** 26(3): 72-81.

Suki, N. M. (2014). Passenger satisfaction with airline service quality in Malaysia: Astructural equation modeling approach. **Research in Transportation Business & Management.** 10(2014): 26–32.

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

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในพนมเปญ	ความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านเพศ ( ) หญิง ( ) ชาย					
อายุ ( ) ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 20-30 ปี ( ) 31-40 ปี ( ) 41 ปีขึ้นไป					
ระดับการศึกษา ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช ( ) อนุปริญญา ( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี					
รายได้ ( ) ไม่เกิน 9300 บาท ( ) 9.920 บาท-10.850 บาท ( ) 12.400 บาท-13.950 บาท ( ) มากกว่า 20.000 บาท					
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสนาม					
1. ความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนาม					
2. คุณภาพของหญ้าเทียม นุ่ม รับแรงกระแทกเท้าได้อย่างปลอดภัย					
3. คุณภาพและความสว่างของไฟในสนามเพียงพอต่อการแข่งขัน					
4. จำนวนห้องอาบน้ำ และเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเพียงพอกับผู้ใช้บริการ					
5. สภาพอุณหภูมิและการถ่ายเทอากาศได้เหมาะสม					
6. มีบอร์ด ประกาศ ประชาสัมพันธ์					
7. มีที่นั่งสำหรับผู้ชม และกองเชียร์ไว้อย่างเพียงพอ					
8. มีที่นั่งพักผ่อนบริเวณรอบสนาม เป็นสัดส่วนที่ชัดเจน					
9. บริเวณสนามมีร้านสะดวกในการซื้อ เช่น ร้านกาแฟร้านอาหารไว้ให้บริการ					
10. มีสถานที่จอดรถไว้อย่างเพียงพอต่อผู้ที่มาใช้บริการ					
11. มีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าจากการใช้บริการ					
12. สถานที่ทำงานของเจ้าหน้าที่ชัดเจน และติดต่อได้สะดวก					

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในพนมเปญ	ความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ					
13. การบริการจัดหาทีม จัดหาคู่ กรณีที่จำนวนคนไม่พอ					
14. มื่อมีการแข่งขันมีกรรมการผู้ตัดสินเพียงพอ					
15. ในบริเวณสนามมีระบบสัญญาณ Wi-fi ไว้ให้บริการฟรี					
16. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม และแจ้งไว้อย่างชัดเจน					
17. การเดินทางมายังสนามมีความสะดวกสนาย เช่น มีป้ายบอกเส้นทางอย่างชัดเจน					
18. ความสะดวกในการติดต่อจองสนาม เช่น การจองผ่านโทรศัพท์					
19. การจัดให้มียาสามัญประจำสนาม และมีการปฐพยาบาลเบื้องต้น					
ด้านความน่าเชือถือ					
20. มีเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติหน้าที่ประจำสนามตลอดเวลาที่เปิดบริการ					
21. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ และเต็มใจให้ความช่วยเหลือผู้ที่ใช้บริการ					
22. การเปิดบริการเป็นไปตาม วัน เวลา ที่กำหนดไว้					
23. ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้องขอ					
24. เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ที่ใช้บริการ					
25. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่เป็นที่เชื่อมั่น และไว้วางใจจากผู้ใช้บริการ					
26. เมื่อพบปัญหา เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสนามสามารถแก้ไข ปัญหาได้ทันท่วงที					
27. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี เป็นไปตามลำดับ และเหมาะสมทุกครั้งแก่ผู้ที่ใช้บริการ					
28. เจ้าหน้าที่ได้ตักเตือน ห้ามปราม ผู้ใช้บริการที่ทำผิดระเบียบการใช้สนาม เช่น การใช้รองเท้า สูบบุหรี่ในสนาม(เช่น การใช้รองเท้า สูบบุหรี่ในสนาม					
ด้านความไว้วางใจ					
29. การติดต่อกลับเมื่อมีการยกเลิกการจองจากผู้ใช้บริการท่านอื่น					
30. การตรวจดูความเรียบร้อยของสนาม อุปกรณ์ ทุกครั้งหลังใช้บริการ					
31. มีกฎระเบียบในการใช้ของสนามประกาศไว้อย่างชัดเจน					
32. ขนาดของสนามตามมาตรฐานของสนามฟุตบอลFIFA					
33. ความปลอดภัยในการเดินทางมาสนามฟุตบอล หญ้าเทียม					
34. ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม					

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แห่งชาติ

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในพนมเปญ	ความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการเข้าถึงจิตใจ					
35. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี เป็นไปตามลำดับและเหมาะสมทุกครั้งแก่ผู้ใช้บริการ					
36. เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นตอบสนอง การร้องขอความช่วยเหลือจากผู้ใช้บริการโดยไม่ชักช้า					
37. เจ้าหน้าที่มาปฏิบัติหน้าที่ประจำสนามตลอดเวลา					
38. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ และเต็มใจให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการ					
39. ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้องขอ					
40. ความคุ้มค่าของอัตราค่าบริการกับบริการที่ได้รับจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม					

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ สกุล	นายสอ วรรณศักดิ์
วัน เดือน ปีเกิด	12 พฤษภาคม 2525
สถานที่เกิด	เปรกเหลียบ อ.มุกกำปูล จ.กันดาล
ที่อยู่ปัจจุบัน	หมู่บ้านเปรกเหลียบ อำเภอ ชรอยช้างวา พนมเปญ
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	รองผู้อำนวยการสำนักวิทยาการคอมพิวเตอร์สื่อกีฬาและกีฬา
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ศูนย์ข้อมูลกีฬาและสถิติการกีฬาแห่งชาติ
ประวัติการศึกษา	2550 วท.บ. สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตศรีสะเกษ 2564 บธ.ม. มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ