



กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ
ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

อัญชิตา เพ็ชรคำ

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ
ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ



อัญชิตา เพ็ชรคำ

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2564
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

STRATEGY FOR INCREASED CAPABILITY OF COMPETITION
TO EXCELLENT SERVICE OF ARTIFICIAL TURF FIELD
KAIZEN FOOTBALL CLUB



ANCHITA PHETKHAM

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM FOR
EXECUTIVE
GRADUATE SCHOOL OF COMMERCE
BURAPHA UNIVERSITY
2021

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางาน
นิพนธ์ของ อัญชิตา เพ็ชรคำ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....

(ดร.ศิริัญญา วิรุณราช)

..... ประธาน

(ดร.ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง)

..... กรรมการ

(ดร.ศิริัญญา วิรุณราช)

..... กรรมการ

(ดร.รชฎ จันทร์น้อย)

..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร ศรีจำปา)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

62710015: สาขาวิชา: -, บธ.ม. (-)

คำสำคัญ: การเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน, การบริการที่เป็นเลิศ, ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า
 อัญชิตา เพ็ชรคำ : กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ. (STRATEGY FOR INCREASED CAPABILITY OF COMPETITION TO EXCELLENT SERVICE OF ARTIFICIAL TURF FIELD KAIZEN FOOTBALL CLUB) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: ศิริญา วิจารณ์ราช, Ph.D. ปี พ.ศ. 2564.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการกับธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้ประสบความสำเร็จ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และปรับปรุงการบริการให้ได้เปรียบเปรียบทางการแข่งขัน และกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ โดยทำการศึกษากับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กับ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ จำนวน 18 ท่าน คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิจัยด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้ง ในการสร้างองค์ความรู้ ของประเด็นการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ คือ 1) ด้านลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วย 1.1) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของสนามฟุตบอล 1.2) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของการบริการ 1.3) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ด้านความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย 2.1) การซื่อสัตย์ต่อลูกค้า คือการให้บริการตรงตามข้อตกลงที่ทางสนามฟุตบอลได้กำหนดไว้ 3) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ประกอบด้วย 3.1) ความพร้อมในการให้บริการ โดยมีการวางแผนการปฏิบัติงานในแต่ละวัน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการให้บริการ 3.2) การยินดีช่วยเหลือลูกค้า คือการปฏิบัติตามความต้องการของลูกค้า และนอกเหนือจากความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว 3.4) กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) คือการเก็บค่าเช่าสนามฟุตบอลให้ถูกลงจากเดิม และจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้า 4) ด้านความไว้วางใจ ประกอบด้วย 4.1) การฝึกอบรมพนักงาน คือการจัดการฝึกอบรมพนักงานก่อนการให้บริการ ในเรื่องทักษะกีฬาฟุตบอลเบื้องต้น ทักษะการบริการ และบุคลิกภาพ การแต่งกายในการให้บริการ รวมถึงอบรมเกี่ยวกับกฎระเบียบ และข้อกำหนดต่าง ๆ 4.2) การสร้างชื่อเสียงธุรกิจ คือการพัฒนาคุณภาพของสนามฟุตบอล และการบริการ ให้แตกต่างจนลูกค้าเกิดความประทับใจ รวมถึงการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน คลับ ในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และเกิดการบอกต่อ 5) ด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ ประกอบด้วย 5.1) การรับฟังความต้องการของลูกค้า โดยการจัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า 5.2) การติดต่อสื่อสาร คือการเพิ่มช่องทางการติดต่อให้หลากหลาย ให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย เช่น เฟซบุ๊ก, Instagram, Line และเบอร์โทรศัพท์ ประเภท ซึ่งทั้งหมดนี้ เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ธุรกิจมีศักยภาพทางการแข่งขันด้านการบริการที่เป็นเลิศเหนือกว่าคู่แข่งเป็นระยะเวลายาวนาน และสามารถตอบโจทยงานวิจัยนี้ได้

62710015: MAJOR: -; M.B.A. (-)

KEYWORDS: COMPETITIVE POTENTIAL, SERVICE EXCELLENCE, ARTIFICIAL TURF FOOTBALL FIELD RENTAL BUSINESS

ANCHITA PHETKHAM : STRATEGY FOR INCREASED CAPABILITY OF COMPETITION TO EXCELLENT SERVICE OF ARTIFICIAL TURF FIELD KAIZEN FOOTBALL CLUB. ADVISORY COMMITTEE: SIRINYA WIROONRATH, Ph.D. 2021.

This research had the objective to make the management strategy of artificial turf football field to be successful. The data were analyzed, and the service was improved to have competitive advantage and to specify strategy to increase competitive potential to the service of artificial turf football field business of Kaizen Football Club. The study was conducted with concerned 18 people with Kaizen Football Club artificial turf which were the group of customers who used the service of artificial turf football field. This study was qualitative research by using in-depth interview to acquire in-depth data in building the knowledge of the research issues.

The research result was found that the strategy to increase the competition potential to an excellent service of artificial turf football field business of Kaizen Football Club were 1) the physical aspects including 1.1) strategy of creating difference of the football field 1.2) the strategy of building difference of the service 1.3) strategy of building difference of facilities 2) reliability aspect including 2.1) honesty to customers which was to provide service according to the agreement that the football field specified 3) response to the needs of customers including 3.1) preparation to provide service by planning work operation each day for preparation before the service 3.2) willingness to provide help to customers which was to follow the needs of customers and apart from the needs of customers quickly 3.4 strategy on cost leadership which was to collect rental of the football field in reduced price and arranged business promotion activity 4) reliability aspect including 4.1) training of employees which was to train employees before providing the service on basic football sports skill, service skill and personality, dress in service and training on regulation and various specification 4.2) building business reputation was to develop the quality of the football field and the service to be different and customers felt impressed and to make advertising, publication of the artificial turf of the Kaizen Football Club in online media to be well known and to be passed on by word of mouth 5) understanding and sympathizing aspect including 5.1) paying attention to the need of customers by arranging a questionnaire for satisfaction and needs of customers 5.2 communication was to diversity contact channels which could easily accessed by customers such as Facebook page, Instagram, Line and telephone number. These were all strategies enabling the business to have competitive potential on the service which was superior to competitors for a long time and could very well meet the needs of this research.

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ดร.ศิริัญญา วิรุณราช อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่คอยเป็นกำลังใจ และให้ความหวังใจเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณท่าน เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ประธานกรรมการสอบงานนิพนธ์ และกรรมการสอบงานนิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะให้งานนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และกราบขอบพระคุณคณาจารย์ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์มหาวิทาลัยบูรพาทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และประสบการณ์ การเรียนการสอนที่มีค่ายิ่ง

สุดท้ายนี้ขอรำลึกพระคุณของบิดามารดาผู้เป็นที่รัก และมีพระคุณอันยิ่งใหญ่ที่ทำให้กำเนิด ให้สติปัญญาให้ความรักความหวังใจ และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้วิจัยด้วยความกรุณาเสมอมา ขอขอบคุณพี่น้องในครอบครัวทุกท่าน รวมทั้งกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือ ในด้านต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา จนงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บุพการี คณาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

อัญชิตา เพ็ชรคำ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามของการวิจัย	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
กรอบขั้นตอนการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขัน	8
หลักการสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ มีหลักสำคัญดังนี้	9
การกำหนดทิศทาง (Direction Setting)	11
การประเมินองค์การและสภาพแวดล้อม (Environment Scanning)	12
เครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัจจัยการแข่งขันของธุรกิจ	12
การวิเคราะห์ Five Force Model	13

ความสำคัญของทฤษฎี Five Forces Model.....	15
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	16
เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ	18
เครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพบริการ	21
คุณภาพการบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence).....	24
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหญ้าเทียม และข้อมูลสนามฟุตบอล	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	35
1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	35
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	37
4. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ	38
บทที่ 4 ผลการวิจัย	39
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	40
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การบริหารจัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	41
ส่วนที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ.....	83
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	88
สรุปผลการวิจัย	88
การอภิปรายผล	95
ข้อจำกัดของการวิจัย	100
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	100

บรรณานุกรม	102
ภาคผนวก	105
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	106
ภาคผนวก ข ผลวิเคราะห์ IOC	110
ประวัติย่อของผู้วิจัย	116



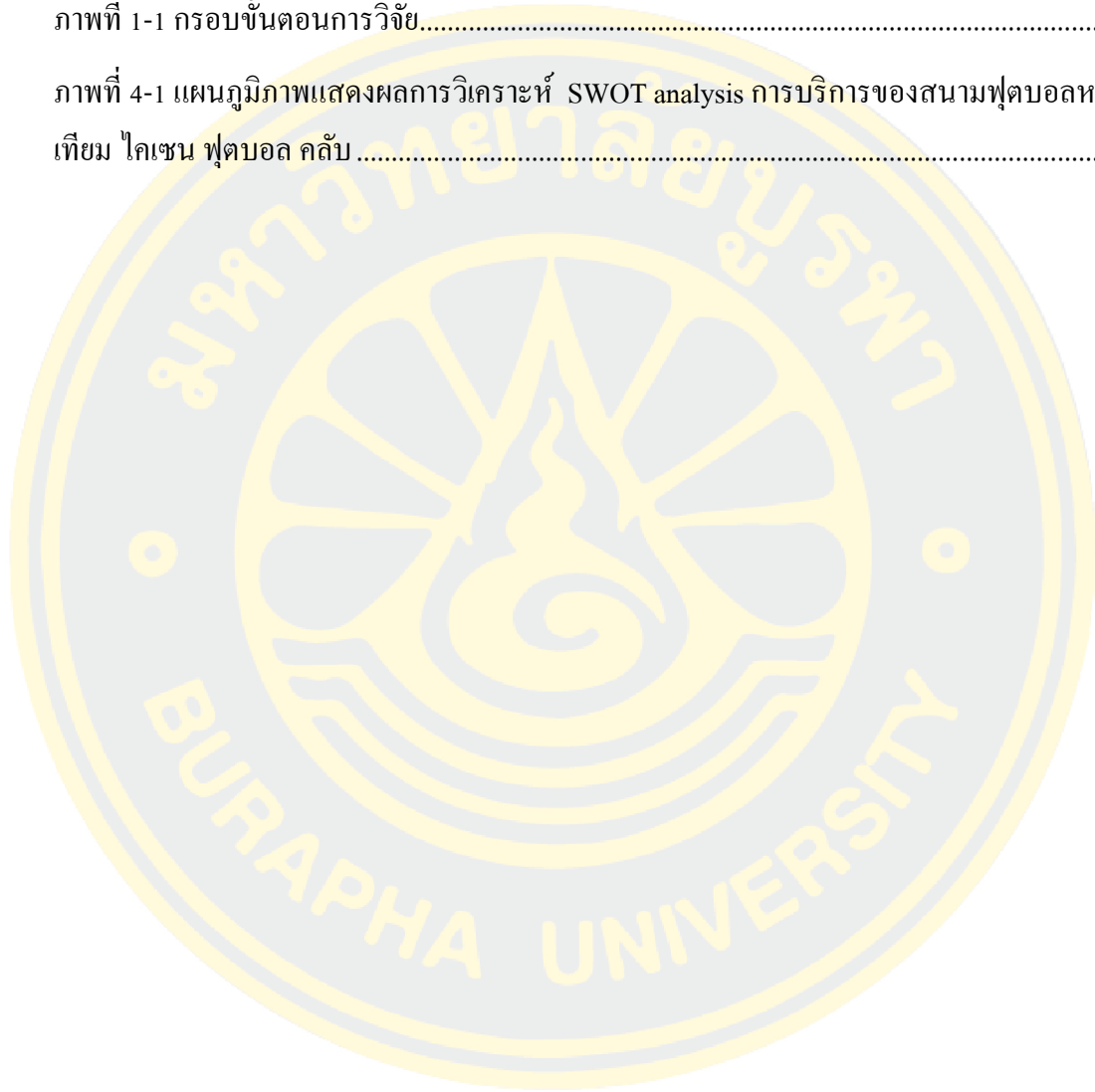
สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2-1 ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้า.....	24
ตารางที่ 4-1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	40
ตารางที่ 4-2 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ	43
ตารางที่ 4-3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	46
ตารางที่ 4-4 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ	48
ตารางที่ 4-5 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านความน่าเชื่อถือ	52
ตารางที่ 4-6 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	54
ตารางที่ 4-7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	59
ตารางที่ 4-8 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจ	61
ตารางที่ 4-9 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านความไว้วางใจ	65
ตารางที่ 4-10 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ	66
ตารางที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ	70
ตารางที่ 4-12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ	71
ตารางที่ 4-13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนการบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ	74
ตารางที่ 4-14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวก (โอกาส) ของการบริการของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ.....	76
ตารางที่ 4-15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงลบ (อุปสรรค) ของการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ.....	77
ตารางที่ 4-16 สรุปการวิเคราะห์ Five force model การบริหารด้านการให้บริการของ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ.....	83



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1-1 กรอบขั้นตอนการวิจัย.....	5
ภาพที่ 4-1 แผนภูมิภาพแสดงผลการวิเคราะห์ SWOT analysis การบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ	80



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ฟุตบอล (Association football) หรือ ซอกเกอร์ (Soccer) เป็นชนิดกีฬาประเภททีม ที่ใช้ลูกบอล เป็นสื่อกลางในการเล่นระหว่างทีม 2 ทีม ซึ่งในทีมประกอบไปด้วยผู้เล่น 11 คน โดยจะเล่นในสนามหญ้าสีเขียวหรือสนามหญ้าเทียม ซึ่งฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากที่สุดในโลก โดยการแข่งขันฟุตบอลนั้น มีรายการแข่งขันสูงสุดคือ ฟุตบอลโลก ที่จัดขึ้นทุก 4 ปี โดยทีมที่ร่วมเล่นจะเป็นทีมชาติของแต่ละประเทศ ที่ผ่านการแข่งขันรอบคัดเลือกของทางสมาคมฯ โดยแต่ละสมาคมฯจะมีการจำกัดจำนวนทีมที่ร่วมเล่นแตกต่างกัน โดยวัดจากผลงานการแข่งขันของทีมในอดีต โดยมีทางฟีฟ่าเป็นผู้กำหนด ในการทำงานที่มีสิทธิ์เข้าร่วมการแข่งขันแต่ละทีมชาติที่ร่วมเข้าแข่งขันต้องเป็นสมาชิกของฟีฟ่า นอกเหนือจากรายการฟุตบอลโลก ที่เป็นรายการแข่งขันสูงสุดของกีฬาฟุตบอลแล้ว ในแต่ละสมาคมฯยังมีรายการสูงสุดของแต่ละสมาคมฯเอง รวมถึงรายการที่นอกเหนือจากการจัดการแข่งขันโดยฟีฟ่า อย่างการแข่งขันฟุตบอลทีมชาติระหว่างประเทศ ที่เป็นที่นิยม และจับตามองของคนทั่วโลก เช่น โอลิมปิก (ทั่วโลก), เอเชียเกมส์ (ทวีปเอเชีย) หรือซีเกมส์ (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้) (กรมพลศึกษา, 2555)

ประเทศไทยกีฬาฟุตบอล เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 ในปี พ.ศ.2440 กีฬาฟุตบอลได้เริ่มเข้ามาในประเทศไทย โดยในวันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ.2468 ฟุตบอลทีมชาติไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกฟีฟ่า นับว่าเป็นประเทศแรกของโซนเอเชียที่ได้เป็นสมาชิกของฟีฟ่า ในอดีตประเทศไทยไม่ค่อยให้การสนับสนุนนักฟุตบอลอาชีพมากนัก ทำให้นักฟุตบอลหลายคนผันตัวไปค้าแข้งอยู่ต่างประเทศ แต่หลังจากปี 2552 ได้มีการเริ่มของฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ทำให้ฟุตบอลอาชีพเริ่มต้นตัว และเป็นที่ยอมรับของแฟนบอล ส่งผลให้การจัดการของสโมสรดีขึ้น ลีกไทยได้เริ่มพัฒนาเป็นระดับ และหลังจากนั้น 2 ปี ฟุตบอลไทยได้พัฒนาอย่างก้าวกระโดด มีการสร้างทีมสร้างสโมสรของจังหวัด ส่งผลให้เกิดท้องถิ่นนิยม นอกจากนั้นฟุตบอลไทยก็ได้สร้างผลงานคว้าเหรียญทองซีเกมส์ และถัดมาปี 2014 ทีมชาติไทยชุดใหญ่ก็ได้คว้าแชมป์ เอเอฟเอฟ ซูซูกิคัพ

2014 ซึ่งถือเป็นครั้งแรกในรอบ 12 ปีด้วย ทำให้แฟนบอลให้ความสนใจหันมาชมการแข่งขันฟุตบอลของไทยมากขึ้น (กรมพลศึกษา, 2555)

จากกระแสความนิยมที่เพิ่มขึ้นของกีฬาฟุตบอล ส่งผลให้ผู้คนสนใจเข้ามาร่วมเชียร์ และออกกำลังภายในกีฬาประเภทนี้มากขึ้น ก่อให้เกิดธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า เพื่อให้บริการผู้ที่มีความชื่นชอบในกีฬาฟุตบอล ซึ่งปัจจุบันธุรกิจนี้ขยายขึ้นอย่างแพร่หลาย กระจายอยู่ทุกจังหวัด ทั่วประเทศ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และรองรับจำนวนผู้ที่ชื่นชอบกีฬาประเภทนี้ได้เป็นอย่างดี จังหวัดชลบุรี เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่กีฬาฟุตบอล เป็นกีฬาที่ผู้คนให้ความสนใจ และนิยมออกกำลังภายในกีฬาประเภทนี้ ความนิยมนี้ส่วนหนึ่งมาจาก กระแสฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ซึ่งในจังหวัดชลบุรี มีสโมสรประจำจังหวัดชื่อดังอย่าง ชลบุรี เอฟซี ที่ได้สร้างผลงานและความภาคภูมิใจให้กับคนชลบุรีไว้มากมาย ส่งผลให้ผู้ที่ชื่นชอบกีฬาประเภทนี้สนใจที่จะเล่นกีฬาประเภทนี้มากขึ้นทั้งเล่นเพื่อการแข่งขัน และการออกกำลังกาย จึงทำให้เหล่าผู้ประกอบการเล็งเห็นช่องทางในการทำธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า (ศุภกาญจน์ แก้วมรกต, 2558)

คุณภาพการบริการ เป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจในส่วนของงานบริการมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงทางธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีที่สุด วิระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2553); วิระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2550); Lewis, and Bloom (1983 อ้างถึงใน ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต, 2554) ได้ให้ความหมายคุณภาพบริการโดยสรุปว่าคุณภาพการบริการ คือการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยเครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพบริการ “SERVQUAL” หรือที่เรียกว่า เครื่องมือวัดคุณภาพบริการ เครื่องมือนี้จะแบ่งออกได้เป็นสองส่วน ส่วนแรก คือใช้วัดความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการ ส่วนที่สองคือคำถามเพื่อวัดคุณภาพบริการจริงที่ลูกค้ารับรู้ โดยปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) ความไว้วางใจ (Assurance) และความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

ปัจจุบันเทคโนโลยี ได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิต ส่งผลให้ธุรกิจหลายธุรกิจต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าก็เช่นกันต้องมีการปรับธุรกิจให้มีความก้าวหน้าตามทันเทคโนโลยี เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมากขึ้น (Positioning, 2558)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ช่วงปลายพ.ศ.2562 จนถึง พ.ศ.2563 เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปในประเทศต่างๆทั่วโลกผู้คนเจ็บป่วยล้มตายจำนวนมากจนกลายเป็นความสูญเสียอย่างใหญ่หลวงอีกครั้งหนึ่งของมนุษยชาติ มนุษย์จึงจำเป็นต้องป้องกันตนเองเพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิม ๆ หรือที่เราเรียกกันว่าฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) โดยมีการปรับหาวิธีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อควบคู่ไปกับความพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจนำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งประดิษฐ์ใหม่ใหม่ เทคโนโลยีใหม่ใหม่มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์ วิธีการจัดการ ตลอดจนบริการที่เคยทำมาเป็นกิจวัตร เกิดการบ่ายเบงออกจากความคุ้นเคยอันเป็นปกติมาแต่เดิมในหลายมิติทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย การรักษา สุขอนามัย การศึกษาเล่าเรียน การสื่อสาร การทำธุรกิจ ซึ่งสิ่งใหม่เหล่านี้ได้กลายเป็นความปกติใหม่จนในที่สุด เมื่อเวลาผ่านไปก็ทำให้เกิดความคุ้นชินก็จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของบุคคลในสังคม (กรุงเทพธุรกิจ, 2563)

จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่ให้ความสนใจกีฬาฟุตบอลมาก ซึ่งจะเห็นได้จากใน จังหวัดชลบุรีมีทีมฟุตบอลอาชีพ เช่น ที่เช่น ชลบุรีเอฟซี ทีมในอำเภอเมืองชลบุรี พัทยาในเต็ด ทีมในเมืองพัทยา ศรีราชาบ้านบึง เอฟซี ทีมในเทศบาลเมืองศรีราชา อำเภอศรีราชา และราชนาวี ทีมในอำเภอสัตหีบ รวมไปถึงทีมฟุตบอลที่สร้างชื่อเสียงให้แก่จังหวัดชลบุรีอีกทีม คือ ชลบุรี ธ.อ.ส. อาร์เบค หรือที่เรียกกันว่า ชลบุรี บลูเวฟ ที่เล่นอยู่ในการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ ระดับสูงสุดของ ประเทศไทย และรายการต่าง ๆ และมีโครงการวิชั่นเอเชีย วิชั่น ไทยแลนด์ ของสมาพันธ์ฟุตบอล เอเชีย หรือเอเอฟซี ร่วมมือกับทางสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย โดยคัดเลือกให้จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดแรกที่ร่วมโครงการโดยได้ก่อตั้งสมาคมฟุตบอลจังหวัดชลบุรีขึ้น และมีการแข่งขันฟุตบอล วิชั่นชลบุรีลีก เป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในจังหวัดชลบุรีทั้งหมด 11 ทีม (ชลบุรี เอฟซี, 2553) ซึ่งจากที่ได้กล่าวมานี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ประชาชนสนใจและหันมาเล่นกีฬาฟุตบอลมากขึ้น ทำให้

เกิดกระแสของธุรกิจการให้บริการทางด้านกีฬา โดยเฉพาะธุรกิจบริการสนามฟุตบอล หญ้าเทียม สาเหตุนี้จึงทำให้มีผู้สนใจประกอบกิจการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้เล่นฟุตบอล ซึ่งในปัจจุบันจำนวนของธุรกิจสนามฟุตบอล หญ้าเทียมที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันที่สูง โดยมีมีการมีการใช้การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด การจัด โปรโมชัน และการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาสร้างรายได้เปรียบทางธุรกิจ (กุญจนาท จันเจริญ, รัชฎ ยอดนิล และสุนทร วิริยะศิริไพศาล, 2554)

จากที่กล่าวมาสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ให้เช่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี ที่ได้สังเกตเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจ จากการที่กีฬาฟุตบอลเป็นที่นิยม และในช่วงของการเริ่มทำกิจการ ธุรกิจประเภทนี้ในจังหวัดชลบุรีกำลังเป็นที่นิยม และมีธุรกิจประเภทนี้เกิดขึ้นมากตามอำเภอต่าง ๆ แต่ในขณะที่เดียวกันอำเภอพานทอง เป็นอำเภอที่ธุรกิจประเภทนี้ยังมีไม่มาก สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ จึงเป็นสถานที่ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า เจ้าแรก ๆ ในอำเภอพานทอง ส่งผลให้ผู้ใช้บริการหลายหลายคนรู้จักและมารับบริการ ในส่วนของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ไม่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันมากนัก เนื่องจากเมื่อเกิดสถานการณ์ ทุกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีความจำเป็นต้องปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคที่เหมือนกัน ทำให้ไม่เกิดการแข่งขันกันในช่วงนั้น แต่ปัญหาหลักของธุรกิจ คือในสภาวะปกติ ปัจจุบันคู่แข่งทางการค้าเกิดขึ้นอย่างมากมาย ทำให้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับได้รับผลกระทบจากการที่ลูกค้ามีตัวเลือกในการใช้บริการมากขึ้น โดยสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแต่ละที่มีขนาดที่เหมือนกัน รูปแบบราคาและการบริการที่ใกล้เคียงกัน ทำให้ทางสนามจึงจำเป็นต้องหาแนวทางกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้เกิดความได้เปรียบ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างเป็นเลิศ และเป็นที่ยอมรับของผู้มาใช้บริการ

คำถามของการวิจัย

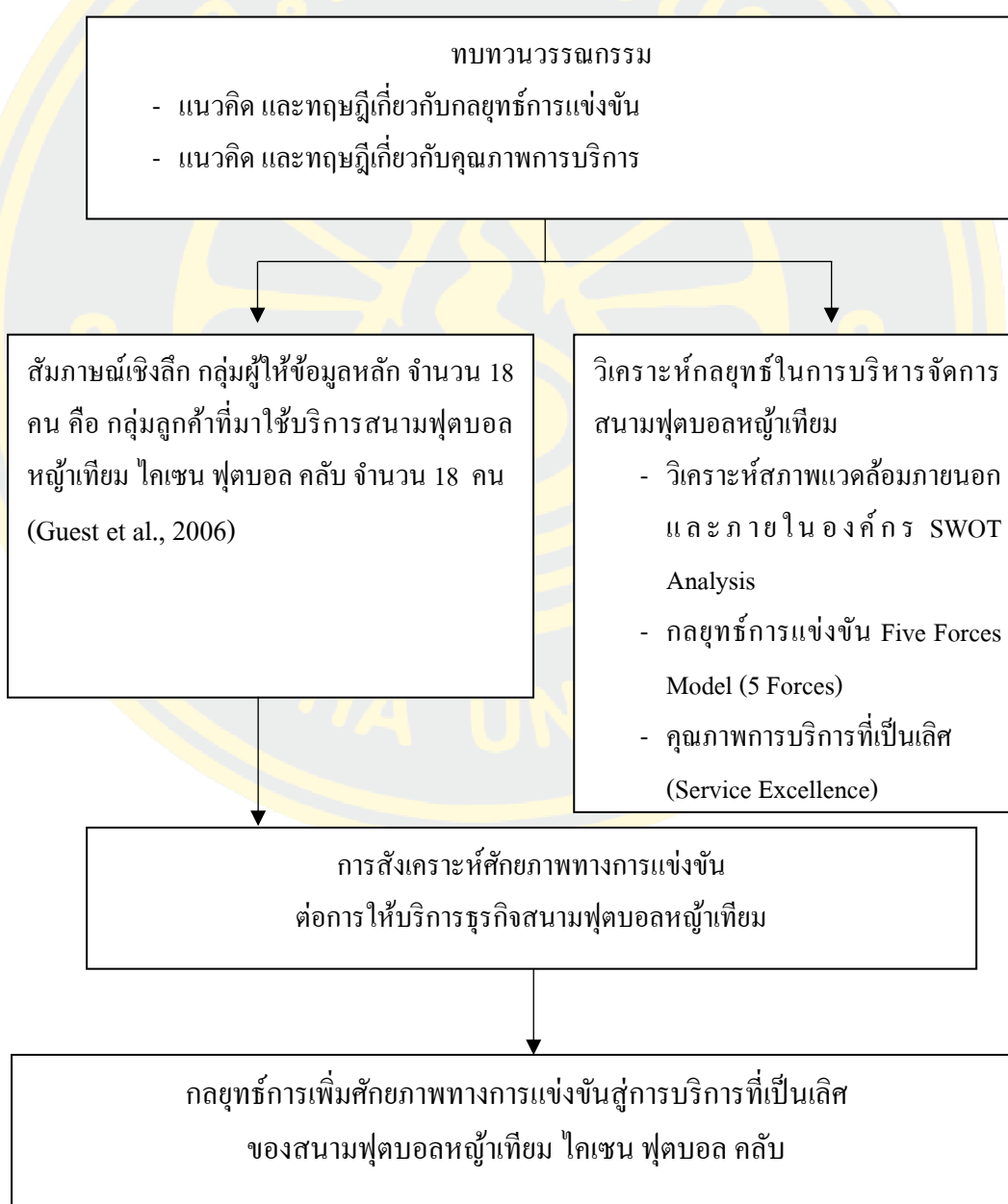
1.ควรมีกลยุทธ์อย่างไรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการกับธุรกิจสนามฟุตบอลให้ประสบความสำเร็จ
2. เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การบริการเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของสนามฟุตบอล

หญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

กรอบขั้นตอนการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบขั้นตอนการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ
2. ทำให้ทราบแนวทางการปรับปรุงกลยุทธ์การบริการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ
3. สามารถนำแนวทางกลยุทธ์การบริการไปวางแผนในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหาการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ประกอบด้วย

- กลยุทธ์การแข่งขัน
- คุณภาพการบริการ
- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และภายในองค์กร

ขอบเขตประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ จำนวน 18 คน โดยมีคุณสมบัติ คือ มีจำนวนการเข้าใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมียอดสะสมประจำตลอดปี

ขอบเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูล

สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ จังหวัดชลบุรี

นิยามศัพท์

ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม หมายถึง กิจการที่ให้บริการเช่าใช้สนามฟุตบอลที่ทำจากหญ้าเทียม ขนาด 7 ผู้เล่น เพื่อใช้ในการออกกำลังกาย การแข่งขันกีฬาฟุตบอลหรือกิจกรรมอื่นๆ ที่ผู้ใช้บริการต้องการ และ ในบริเวณรอบๆสนามจะมีพื้นที่อำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับผู้ใช้บริการ เช่น ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว ห้องรับรอง เป็นต้น ธุรกิจสนามฟุตบอลจะมีรายได้จากการให้บริการเช่าใช้สนามฟุตบอลโดยคิดเป็นอัตราต่อชั่วโมงต่อสนาม

คุณภาพการให้บริการ หมายถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจ ให้บริการคุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ

ผู้ประกอบการ หมายถึงเจ้าของกิจการ ที่มีความสามารถในการพัฒนา ลงทุน และบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อให้เกิดสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้ก่อเกิดกำไรสูงสุด

ผู้ใช้บริการ หมายถึงบุคคลที่เข้ามาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้า

คู่แข่ง หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือสถาบันที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะเดียวกัน หรือมีความคล้าย หรือใกล้เคียงกัน ซึ่งสามารถใช้แทนกันได้ โดยต้องแข่งขันกันด้านการผลิต การขายที่เน้นปริมาณและคุณภาพ เพื่อเป็นกิจการที่ยึดครองตลาดให้มากที่สุด

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัย เรื่องกลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศในยุคเทคโนโลยีเปลี่ยนโลกที่สอดคล้องกับฐานวิถีชีวิตใหม่ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎี ความรู้ ที่เกี่ยวข้องรวมไปถึงงานวิจัยต่าง ๆ ที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์ที่จะช่วยให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้บรรลุผลสำเร็จซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การแข่งขัน
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหญ้าเทียม และข้อมูลสนามฟุตบอล
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขัน

Porter (1990) กล่าวว่า กลยุทธ์การแข่งขัน คือ เครื่องมือของนักบริหารงานเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น การบริหารเชิงกลยุทธ์จะเน้น และให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ที่ไม่เหมือนกับการตัดสินใจในลักษณะอื่น ๆ เพราะการบริหารเชิงกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องกับอนาคตในระยะยาวขององค์กรทั้งหมด เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา อาจก่อให้เกิดโอกาส หรืออุปสรรคแก่องค์กรได้ องค์กรจึงจำเป็นต้องพิจารณาสภาพแวดล้อมภายในขององค์กรเพื่อหาจุดแข็ง และจุดอ่อนในการหลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่นั้นได้ ดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นการบริหาร โดยคำนึงถึง

1. ลักษณะการดำเนินการขององค์กร
2. ลักษณะธุรกิจในอนาคต
3. สภาพแวดล้อม
4. การจัดสรรทรัพยากร
5. การปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์

หลักการสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ มีหลักสำคัญดังนี้

1. การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ ทิศทาง ภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กรธุรกิจอย่างเป็นระบบดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางขององค์กรและช่วยให้นักบริหารปรับตัวต่อการเป็นแปลงของสภาพแวดล้อมการตระหนักถึงความเป็นแปลงนั้นทำให้นักบริหารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และทิศทางการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับสภาวะความเปลี่ยนแปลงได้

2. การจัดการเชิงกลยุทธ์นำไปสู่การจัดการความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นทำให้องค์กรสามารถค้นหาแนวทางการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆที่เหมาะสมที่สุดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆที่เข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้

3. การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการนำแนวทางในการดำเนินองค์กรที่คิดค้นขึ้น และนำมาใช้เพื่อให้สำเร็จไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

4. การวางแผนกลยุทธ์เป็นหน้าที่หลักของนักบริหารนักบริหารต้องกำหนดทิศทางในการดำเนินงานและจัดทำให้ตรงตามแผนกลยุทธ์นักบริหารต้องมีความสามารถในการควบคุมงานให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้ได้ซึ่งจะสะท้อนถึง ศักยภาพของผู้บริหารได้เป็นอย่างดี

5. การจัดการเชิงกลยุทธ์ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน การจัดการเชิงกลยุทธ์จะช่วยสร้างศักยภาพในการแข่งขันและเสริมสร้างการพัฒนาขีดความสามารถทางการบริหารของนักบริหาร รวมถึงช่วยพัฒนาบุคลากรภายในองค์กร นอกจากนี้แล้วการจัดการเชิงกลยุทธ์ยังช่วยให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในองค์กรเข้าใจในภาพรวมในการดำเนินงานทำให้สามารถลำดับความสำคัญการดำเนินงานให้ตรงไปตามเป้าหมาย

6. การจัดการเชิงกลยุทธ์ช่วยให้การทำงานเกิดความสอดคล้องในการปฏิบัติหน้าที่ทำให้เกิดความร่วมมือและความเข้าใจตรงกัน โดยเฉพาะความเข้าใจในวัตถุประสงค์ขององค์กร เนื่องจากมีการกำหนดกลยุทธ์การประยุกต์ใช้ และการตรวจสอบควบคุม ไว้อย่างชัดเจน

องค์ประกอบของกลยุทธ์การแข่งขัน

Porter (1985) ได้กล่าวว่าองค์ประกอบของกลยุทธ์การแข่งขันประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยพื้นฐาน 5 ประการ คือ

1. การกำหนดทิศทาง (Direction Setting)

2. การประเมินองค์การและสภาพแวดล้อม (Environment Scanning)
3. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation)
4. การดำเนินกลยุทธ์ (Strategy Implementation)
5. การประเมินผลและการควบคุม (Evaluation and Control)

Porter (1985) ได้กล่าวว่า แนวคิดพื้นฐานที่สำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ คือ การกำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจการทั้งในระยะสั้น และระยะยาว โดยการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์จะมีผลต่อการดำเนินงานในระยะยาว ดังนั้น องค์กรจึงต้องมีการวางแผนการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ดำเนินงาน ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยองค์กรต้องมีการพิจารณาถึงจุดแข็งที่มีอยู่แล้วนำมาใช้ประโยชน์และพิจารณาถึงจุดอ่อน เพื่อหาแนวทางการแก้ไขจุดอ่อนขององค์กร ในแนวคิดด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้นจะแตกต่างจากการจัดการโดยทั่วไป ซึ่งการจัดการโดยทั่วไป จะศึกษาถึงบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารตามกระบวนการหรือขั้นตอนต่างๆ และเน้นไปที่การจัดการและการบริหารภายในองค์กร แต่การจัดการเชิงกลยุทธ์นั้นจะให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ โดยเฉพาะปัจจัยภายนอกองค์กรหรือสภาพแวดล้อมภายนอกที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการแข่งขัน การจัดการเชิงกลยุทธ์จะคำนึงถึงการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวและสถานะการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม นอกจากนั้นการจัดการ กลยุทธ์ยังคำนึงถึงความสำคัญของผู้ที่มีส่วน ได้ส่วนเสียบกับองค์กรและยังทำหน้าที่ในการประสานหน่วยงานต่างๆในองค์กรให้สามารถบริหารจัดการงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ร่วมกัน

Porter (1980) กล่าวว่า กลยุทธ์ในการแข่งขันที่ทำให้กิจการมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่ง เป็นระยะเวลายาวนานประกอบด้วย 3 อย่าง คือ

1. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการ (Differentiation) คือ การสร้างความโดดเด่น ความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่างให้เกิดขึ้นในสินค้าเพื่อส่งผลให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้า
2. กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) คือ การทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการต่ำกว่าคู่แข่ง ผู้ประกอบการอาจค้นพบวิธีที่ทำให้เกิดการประหยัดในต้นทุน หรือสามารถจัดหาวัตถุดิบที่คู่แข่งอื่นไม่สามารถเข้าถึงได้ และได้วัตถุดิบในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง

3. กลยุทธ์เจาะจงลูกค้า (Focus Group) คือ กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการเข้าใจถึงสภาพความแตกต่างของความต้องการของลูกค้าและรู้จักกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งกลยุทธ์นี้เหมาะสมกับสภาพของลูกค้าในปัจจุบันที่มีความหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง

การกำหนดทิศทาง (Direction Setting)

การกำหนดทิศทางขององค์กรประกอบด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) และการกำหนดภารกิจ (Mission)

ภารกิจ (Mission) ชั้นแรกของกระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์จะต้องระบุภารกิจและเป้าหมายหลักที่สำคัญของบริษัท ซึ่งภารกิจคือการกำหนดว่า ปัจจุบันและอนาคตจะทำอะไรและจะก้าวไปสู่การเป็นองค์กรแบบไหน ทั้งนี้เพื่อบรรลุเป้าหมายที่จะนำไปสู่ความเป็นเลิศเหนือกว่าคู่แข่ง

เป้าหมาย (Goal) คือ เป้าหมายที่องค์กรต้องการที่จะให้เกิดขึ้นในอนาคตและพยายามบรรลุโดยมีการกำหนดให้ชัดเจน และสามารถวัดได้ ซึ่งเป้าหมายจะมีการกำหนดที่ชัดเจนมากกว่าการกำหนดภารกิจว่าจะต้องทำอะไร (Porter, 1985)

การประเมินองค์การและสภาพแวดล้อม (Environment Scanning)

Porter (1985) กล่าวว่า การประเมินสภาพแวดล้อมขององค์กรจะประกอบไปด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก และภายใน หรือที่เรียกกันว่าการวิเคราะห์ SWOT ได้แก่

ปัจจัยภายใน (Internal Factors)

S : Strength

จุดแข็ง หรือข้อได้เปรียบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

W : Weakness

จุดอ่อน หรือข้อเสียเปรียบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

ปัจจัยภายนอก (External Factors)

O : Opportunity

โอกาส และความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ

T : Threats

อุปสรรค ความเสี่ยง หรือข้อจำกัดต่าง ๆ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ

เครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัจจัยการแข่งขันของธุรกิจ

Porter (2008 อ้างถึงใน ธนิตพงศ์ ไตรพัฒน์พัชร, ปัญญา ชีระวิทย์เลิศ และประพันธ์ ภักดีกุล, 2552) ได้เสนอแนวคิดที่ Five Forces Model หรือแรงกดดันทั้ง 5 คือ เครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัจจัยการแข่งขันของธุรกิจ 5 ประการ คือ คู่แข่งรายใหม่ ลูกค้าย้ายถิ่น ผู้จัดหาวัตถุดิบ และการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ธุรกิจสามารถนำเครื่องมือนี้มาใช้วิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจและอุตสาหกรรม เพื่อหากลยุทธ์รับมือที่เหมาะสมที่สุด

สาเหตุที่คนเรียก Five Forces Model ว่า ‘Porter’ s Five Forces’ เนื่องจาก เครื่องมือ Five Forces ถูกสร้างขึ้นโดยศาสตราจารย์ Michael Porter จาก Harvard Business School ศาสตราจารย์ประจำวิชา “กลยุทธ์และการแข่งขัน” ซึ่งเครื่องมือวิเคราะห์ Five Forces ถือว่าเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจได้อย่างชัดเจน ในอดีต การวิเคราะห์กลยุทธ์

ธุรกิจจะเริ่มจากการวิเคราะห์ที่ คู่แข่ง และลูกค้า ก่อน แต่ Michael Porter ได้มีการนำเสนอความคิดแบบใหม่ว่า คู่แข่ง และลูกค้า ไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญต่อการสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจเพียงแค่ 2 ปัจจัยอีกต่อไป แต่มีปัจจัยสำคัญทั้งหมด ดังนี้

1. คู่แข่งรายใหม่ (New Entrants)
2. ลูกค้า (Buyers)
3. สินค้าทดแทน (Substitutes)
4. ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers)

หน้าที่หลักของการวิเคราะห์ Five Forces ในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมธุรกิจ (Competitors) คือการดูว่าธุรกิจได้รับผลกระทบจากแรงกดดัน แต่ละแรงกดดัน มาก หรือน้อยเพียงใด

การวิเคราะห์ Five Force Model

หัวใจสำคัญของ Five Force Model ก็คือการระดมสมองหาปัจจัยทั้งหมดที่ส่งผลกระทบต่อแรงกดดันแต่ละอย่าง โดยมีวิธีวิเคราะห์แรงกดดันแต่ละอย่างของ Five Forces มีดังนี้

1. คู่แข่งรายใหม่ (New Entrants) - อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ขึ้นอยู่กับมุมมองของตลาดว่า อุตสาหกรรมธุรกิจสามารถเข้าง่ายแค่ไหน ธุรกิจที่ถูกมองว่าเข้ายาก ได้แก่ ธุรกิจที่ทำงานกับภาครัฐ ธุรกิจผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่ต้องลงทุนเยอะ ส่วนอุตสาหกรรมที่ถูกมองว่าเข้าได้ง่าย ได้แก่ การขายของซื้อมาขายไป การขายของออนไลน์ เป็นต้น ตำแหน่งสินค้า (Positioning) และความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) คืออุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรม (Barriers to entry) ที่จะช่วยป้องกันธุรกิจของคุณจากคู่แข่งรายใหม่

2. ลูกค้า (Buyers) เป็นแรงกดดันที่ทุกธุรกิจก็ให้ความสำคัญมาก สิ่งที่เราต้องถามก็คือลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองมากแค่ไหน สำหรับธุรกิจทั่วไปที่ไม่ได้มีการผูกมัดตลาด (monopoly) จะเห็นได้ว่าลูกค้ามีตัวเลือกเยอะ และหากลูกค้าไม่พอใจในสินค้าหรือบริการในราคาที่ลูกค้ารับได้ ลูกค้าก็มีสิทธิ์ที่จะไม่ซื้อหรือไปซื้อที่อื่น ในส่วนนี้ต้องมาดูอำนาจการต่อรองของลูกค้า (bargaining power) จำนวนของลูกค้า และขนาดของการซื้อแต่ละครั้ง

3. สินค้าทดแทน (Substitutes) ถ้ามองว่าจุดหมายของธุรกิจคือการแก้ปัญหาให้ลูกค้า ก็ต้องเข้าใจว่าหนึ่งปัญหามีวิธีแก้หลายอย่างและแรงกดดันจากสินค้าทดแทนก็คือ ความง่ายในการที่ลูกค้าสามารถหาสินค้าอื่นมาทดแทน แก้ปัญหาแทนการใช้สินค้าของเรา อาหาร และความสวยงาม เป็นสองตัวอย่างที่เห็นได้ชัดที่สุด เช่น ต่อให้เราไม่อยากทานเนื้ออย่างเราก็สามารถหาข้าวเหนียวหมูบึ่งทานได้ และวิธีที่ทำให้หน้าดูริ้วขึ้น ก็มีมากกว่าแค่การฉีดโบท็อก สินค้าทุกอย่างมีสินค้าทดแทนเสมอ คนที่ไม่อยากซื้อรถยนต์ก็อาจจะนั่งรถเมล์ หรือเลือกที่จะเดินก็ได้ ซึ่งต้องวิเคราะห์ว่าตัวเลือกแต่ละอย่าง มีความน่าจะเป็นแค่ไหน ในส่วนนี้ต้องมาคิดว่า จุดยืนของสินค้าคืออะไร ถึงจะใส่ของได้เหมือนกัน สินค้าทดแทนของกระเป๋าแบรนด์เนมคงไม่ใช่ถุงกระสอบสี่สายรุ่ง แต่สินค้าทดแทนของดอกกุหลาบวันวาเลนไทน์อาจจะเป็นตุ๊กตามีหัวใจ สินค้าที่มีจุดยืนชัดเจนสามารถแก้ปัญหาได้ดีที่สุดในสถานการณ์พิเศษและในช่วงเวลาพิเศษก็จะมีสินค้าทดแทนน้อย แต่ก็อาจจะมีลูกค้าน้อยเช่นกัน

4. ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) คือแรงกดดันว่าผู้จัดหาวัตถุดิบสามารถขึ้นราคาสินค้าได้ง่ายแค่ไหน หากธุรกิจต้องพึ่งผู้จัดหาวัตถุดิบแค่เจ้าเดียว ก็คงต้องซื้อสินค้าจากผู้ขายคนนั้นจนกระทั่งผู้ราคาไม่ไหว ขายไม่ได้กำไร แต่ถ้าธุรกิจมีผู้จัดหาวัตถุดิบหลายเจ้า ก็สามารถนำราคามาต่อรองลดราคาได้

5. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitors) คือปัจจัยที่ทุกธุรกิจกลัวกันมากที่สุด เพราะแรงกดดันจากคู่แข่งก็ทำให้หลายธุรกิจปิดตัวกันมามากแล้ว คำถามที่ต้องตอบก็คือว่า คู่แข่งมีเยอะแค่ไหน และคู่แข่งแต่ละคนเข้มแข็งแค่ไหน โดยที่ความเข้มแข็งก็ดูได้หลายอย่างเช่น คุณภาพสินค้า ราคา การบริการแบรนด์ หรือแม้แต่ความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่ม

หลังจากที่ทำความเข้าใจเกี่ยวกับ แรงกดดันทั้ง 5 อย่าง ที่ส่งผลต่อธุรกิจมีอะไรบ้าง จากนั้นเขียนออกมาดูว่าแรงกดดันทั้ง 5 ยังสามารถถูกย่อยออกมาเป็นปัจจัยเล็กได้ยังไง เช่น แรงกดดันจากคู่แข่งอาจจะมีมาจากทั้งคู่แข่งในประเทศ และคู่แข่งนอกประเทศ หากเรามีปัจจัยย่อยของแรงกดดันทั้ง 5 แล้ว ก็สามารถให้คะแนนว่าแต่ละปัจจัยที่มีผลกระทบกับธุรกิจ และอุตสาหกรรมมากแค่ไหน บางคนอาจจะให้คะแนนเขียนว่าปานกลางหรือมาก บางคนก็อาจจะให้คะแนนจาก 1-10 เป็นต้น ซึ่งถ้าเอาคะแนนทั้งหมดมาบวกกันก็จะรู้ว่าปัจจัยไหนและแรงกดดันไหนเป็นสิ่งที่ควรที่จะให้ความสำคัญมากที่สุด

ความสำคัญของทฤษฎี Five Forces Model

Five Forces Model เป็นรูปแบบการวิเคราะห์ธุรกิจที่มีมานานกว่า 30 ปีแล้ว และยังเป็นเครื่องมือที่ถูกสอนในโรงเรียนบริหารธุรกิจทุกที่ทั่วโลก เรียกได้ว่า Five Forces Model เป็นภาษากลางในการสื่อสารข้อมูลธุรกิจให้คนอื่นเข้าใจได้ง่าย จะเห็นได้ว่าแรงกดดันทั้ง 5 อย่างนั้นครอบคลุมกรณีหลัก ๆ ในการทำธุรกิจไว้หมดแล้ว แต่ก็ไม่ได้รวมถึงปัจจัยภายนอกทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น ปัจจัยภายนอกจำพวกเศรษฐกิจและเทคโนโลยีปัจจัยเหล่านี้ก็ทำให้หลายบริษัทปิดกิจการกันมามากแล้ว บางคนอาจจะบอกว่าปัจจัยพวกนี้คือปัจจัยของลูกค้า ที่มีความเปลี่ยนแปลงตามเทรนด์ของตลาดอีกที ไม่ว่าจะปัจจัยทั้งหมดนี้จะครอบคลุมธุรกิจหรือไม่ สิ่งที่คุณควรได้จากทำ Five Forces ก็คือกลยุทธ์หรือแนวทางในการทำธุรกิจในอนาคต ซึ่งก็หมายความว่าขั้นตอนถัดไปหลังจากที่ทำ Five Forces ก็คือการวางแผนและการลงรายละเอียดในส่วนขั้นตอนวิธีการปฏิบัติการในบริษัทอีกที ซึ่งนักวิเคราะห์กลยุทธ์หลาย ๆ คนใช้ Five Forces Model ควบคู่กับเครื่องมือธุรกิจอย่างอื่น โดยเฉพาะ SWOT เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งโอกาสและอุปสรรค

ประโยชน์ของ Five Forces Model

Five Forces Model เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง ซึ่งก็แปลว่า Five Forces Model มีข้อดีข้อเสียเช่นกัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์การใช้งาน เครื่องมือ Five Forces Model เป็นโครงสร้างการวิเคราะห์ธุรกิจที่นักธุรกิจทั่วโลกยอมรับกัน การใช้เครื่องมือ Five Forces ทำให้เราสามารถวิเคราะห์แรงกดดันภายนอกต่าง ๆ ที่มีต่อธุรกิจ

ตั้งแต่ดั้งเดิม จุดหมายของการใช้ Five Forces Model คือการย่อยข้อมูลปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจทั้งหลาย ให้ออกมาอยู่เป็นหมวดหมู่ที่คนเข้าใจง่ายในรูปแบบของ แรงกดดันทั้ง 5 ซึ่งการทำแบบนี้จะช่วยให้สามารถจัดลำดับความสำคัญ และหาทิศทางในการสร้างกลยุทธ์เพื่อตอบโต้แรงกดดันได้ หากลูกค้าเป็นการกดดันที่สำคัญก็ไม่สามารถปรับราคาได้ หรือหากธุรกิจมีแรงกดดันจากคู่แข่งใหม่สูง ก็ควรหาวิธีพัฒนาความสามารถในการแข่งขันให้แข็งแกร่งขึ้น

ข้อเสียของ Five Forces Model

Five Forces Model ข้อเสียแรก คือ การจัดหมวดหมู่แรงกดดัน อาจจะไม่ได้ออกมาครอบคลุมปัจจัยทุกอย่างที่อาจจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น บางธุรกิจอาจจะได้รับผลกระทบจาก

กฎหมายและจากทางรัฐบาล ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ก็ไม่ได้ถูกรวมไว้ใน Five Forces Model หมายความว่าบางอุตสาหกรรมอาจจะไม่เหมาะกับการถูกวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ Five Forces Model

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ เป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจในส่วนของงานบริการมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงทางธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีที่สุด

ความหมายของคุณภาพการบริการ

ความหมายของคุณภาพการบริการ มีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้หลากหลาย ดังนี้

วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2553) กล่าวว่า บริการหมายถึงการส่งมอบการบริการไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้า โดยผ่านผู้ให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการได้ใช้บริการนั้นโดยทันทีหรือภายในระยะเวลาเกือบจะทันทีที่มีการให้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ เป็นสิ่งที่ไม่ถาวร และเสื่อมสลายไปอย่างรวดเร็ว

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2550) กล่าวว่า การบริการ คือ การเสนอสิ่งที่เรียกว่าการกระทำหรือการปฏิบัติ ซึ่งเป็นการปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่งโดยผู้รับบริการไม่สามารถครอบครองได้

Gronroos (1982, อ้างถึงใน ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต, 2554) ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (product quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมินนั่นเอง

Crosby (1988, อ้างถึงใน ชัชวาล อรวงศ์สุภทัต, 2554) กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หรือ “service quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบความต้องการของลูกค้า หรือผู้รับบริการได้ด้วย

สรุปคุณภาพการบริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ จากผู้ให้บริการไปยัง ผู้รับบริการ โดยบริการเหล่านั้นต้องตอบสนองได้ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ และ คุณภาพการบริการต้องสามารถวัดผลได้

ลักษณะของการบริการ

การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการดังต่อไปนี้ (Kotler, 2010)

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการไม่สามารถมองเห็นหรือรู้สึกได้ก่อน การซื้อและไม่สามารถคาดเดาผลที่จะเกิดขึ้นได้ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงผู้ซื้อจะมองหาสัญญาณที่ บ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการ โดยพิจารณาจากสถานที่ บุคคล วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการ ให้บริการ

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและบริโภคใน ขณะเดียวกันนั้นคือ ไม่มีตัวสินค้าที่สามารถเก็บรักษาทำการจำหน่ายและบริโภคที่หลังได้ ผู้ ให้บริการหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขนาดนั้นได้เพียงหนึ่งรายทำให้เกิดปัญหาเรื่อง ข้อจำกัดด้านเวลาขึ้น ซึ่งกลยุทธ์ที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวนั้นผู้ให้บริการอาจทำการขยายกลุ่ม ผู้ใช้บริการให้มีขนาดใหญ่ขึ้นและกำหนดมาตรฐานเวลาการให้บริการให้รวดเร็วซึ่งจะทำให้ สามารถด้วยกันลูกค้าได้มากขึ้น

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการให้บริการมีความไม่แน่นอนสูงขึ้นอยู่กับ ปัจจัย เช่น สถานที่ให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ ตัวผู้ให้บริการ ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องควบคุม คุณภาพของการบริการซึ่งสามารถทำได้ 3 ขั้นตอนดังนี้

3.1 การคัดเลือก และการอบรมการให้บริการแก่พนักงาน

3.2 กำหนดขั้นตอนในการให้บริการเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งระบบของธุรกิจ

3.3 การตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การให้บริการนั้นไม่สามารถเก็บได้เหมือนกับสินค้าอื่นซึ่งจะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อความต้องการไม่แน่นอนทำให้เกิดการให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้าเกิดขึ้นดังนั้นธุรกิจให้บริการจะต้องใช้ระยะเวลาทางการตลาดเพื่อที่จะปรับความต้องการซื้อและการให้บริการให้มีความสอดคล้องกัน

เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ

นิติพล ภูตะโชติ (2551) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการไว้ดังนี้

1) การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ด้านทำเลที่ตั้งสถานที่ติดต่อเวลา ขั้นตอนของการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องเสียเวลารอนาน เพราะอาจทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเบื่อและเปลี่ยนไปใช้บริการจากที่อื่น

2) ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) คือเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการบริการหากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

3) ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Expectation) เกิดขึ้นจากความแตกต่างของ ลักษณะลูกค้าแต่ละราย ซึ่งลูกค้าอาจจะมีความคาดหวังต่อการบริการที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ลูกค้าย่อมมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

4) การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นการบอกให้ลูกค้าได้รับทราบถึง รายละเอียดของสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยการใช้ภาษาเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย

5) ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ความพร้อมเป็นประสิทธิภาพของการให้บริการซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการนั้น ๆ

6) ความรู้ของผู้ให้บริการ (Knowledge and competence) ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญของผู้ให้บริการจะเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้

7) คุณค่าของการให้บริการ (Value) คุณค่าของงานบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับการบริการ กล่าวคือลูกค้าจะเกิดความรู้สึกประทับใจ และไม่เสียดายที่จะจ่ายเงินค่าบริการเมื่อลูกค้าได้รับการบริการตรงตามที่คาดหวัง

8) ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) หมายถึง ความมีน้ำใจของพนักงาน ความจริงใจ และรู้สึกยินดีที่จะต้อนรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่จะได้รับ

9) ให้ความสนใจในลูกค้า (Interest) การให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อลูกค้านี้เป็นสิ่งจำเป็น ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใคร ต้องดูแลเอาใจใส่เขา อย่าทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าถูกทอดทิ้งไม่ได้รับการเอาใจใส่จากพนักงาน

10) ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง การที่ธุรกิจผู้ให้บริการมีการบริการที่ดีมีการได้รับรางวัล หรือการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการสร้างความน่าเชื่อถือโดยการบริการตามมาตรฐานที่สม่ำเสมอ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในบริการ

11) ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการบริการอย่างถูกต้องสม่ำเสมอ เท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่นๆ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจเมื่อกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

12) การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึงการให้บริการตอบสนองทันทีเมื่อ ลูกค้าต้องการใช้บริการหรือเมื่อเกิดปัญหา ก็สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาต่าง ๆ ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง

13) ความปลอดภัย (Security) ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับความปลอดภัยในการใช้ บริการไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง ไม่ผิดพลาดจากการทำงานของพนักงาน ให้บริการ

14) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer) ผู้ให้บริการจะต้อง ทราบว่าลูกค้าต้องการรู้อะไร ดังนั้นต้องค้นหาสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นมาบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ถ้าผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการมาตอบสนองเขาได้ ก็หมายถึงความมีประสิทธิภาพของบริการ

สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากงานบริการ

นิติพล ภูตะ โชติ (2551) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าตัดสินใจใช้บริการแล้ว ลูกค้ามีความคาดหวังที่จะ ได้รับจากงานบริการหลายอย่างซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1) การดูแลเอาใจใส่ (Care, Take Care) ลูกค้าส่วนมากต้องการให้ผู้ที่ให้บริการดูแล เอาใจใส่ ให้ความสนใจเขา ให้บริการเขาเต็มความสามารถ ไม่ละเลยทอดทิ้ง ติดตามงานนั้นจนสำเร็จ ล่วงไปด้วยดี เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

2) ความเอื้ออาทรช่วยเหลือ (Hospitality) ความมีไมตรีจิตเพื่อให้ความช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนต้องการ ถ้าผู้ให้บริการปฏิบัติดีกับลูกค้าดีมากเท่าไร ก็จะทำให้ลูกค้าประทับใจในบริการมากขึ้นเช่นกัน

3) ความซาบซึ้ง (Appreciation) ความซาบซึ้งในบุญคุณของผู้มีอุปการะคุณ ลูกค้าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด การให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าว่าลูกค้าคือบุคคลสำคัญ จะทำให้ผู้ทำงานในธุรกิจบริการตั้งใจทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่เขาได้รับ

4) ความพร้อมของผู้ให้บริการ (Readiness) ความพร้อมของผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของงานบริการคือ ต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเครื่องมืออุปกรณ์ เครื่องใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งความพร้อมของพนักงาน จะต้องมีความรู้ในเรื่องของงานนี้เป็นอย่างดี และพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าทันที

5) เปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็น (Open Minded) ผู้ที่ทำงานในธุรกิจให้บริการจะต้องเปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำต่าง ๆ จากลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง การรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ จะทำให้เราได้ข้อมูลเพื่อนำมาปรับปรุงงานบริการให้ดีขึ้นและเหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

6) ความกระตือรือร้น (Enthusiast) เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่มีความตื่นตัวและมีชีวิตชีวาไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ดังนั้นผู้ที่ทำงานนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในเรื่องการทำงาน มีความตั้งใจในการทำงาน ใช้ความพยายามในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงอย่างรวดเร็ว ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลารอคอยนาน

7) ความประทับใจ (Impression) ความประทับใจในการบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา เพราะลูกค้าจ่ายแพง สิ่งที่เขาควรจะได้รับคือความประทับใจในบริการถ้าเขาไม่ได้รับความประทับใจ ก็เท่ากับว่าเขาได้รับบริการที่ไม่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป การสร้างความประทับใจนั้นต้องคำนึงถึง ความรู้ความสามารถของพนักงาน มีประสบการณ์ในการทำงาน และผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี

8) สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ (Initiative) เนื่องจากธุรกิจบริการมีการแข่งขันกันสูง การปรับปรุง การเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้าย่อมเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

9) ความประณีตเรื่องบริการ (Neat and Nice) งานบริการเป็นงานที่ต้องใช้ความประณีต และความสุขาพอ่อนโยนในการให้บริการ งานบริการควรหลีกเลี่ยงการทำงานในลักษณะที่มีคุณภาพต่ำ เพราะจะทำให้เกิดปัญหา งานบริการที่ดีต้องมีมาตรฐานและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับว่าเป็นบริการระดับมืออาชีพ

10) มีคุณค่า (Value of Service) คุณค่าของงานให้บริการเกิดขึ้นจากความภาคภูมิใจของผู้มาใช้บริการเพราะทำให้เขาได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม เหมาะสมกับเกียรติยศศักดิ์ศรี บารมี และตำแหน่งหน้าที่ในสังคม

11) ความปลอดภัย (Security) ลูกค้าต้องการความปลอดภัยทั้งชีวิต ทรัพย์สินและบริหารสถานบริการใดที่มีความเสี่ยง ลูกค้าจะหลีกเลี่ยงไม่ไปใช้บริการลูกค้าจะเลือกไปใช้บริการที่มีความปลอดภัยสูง ถึงแม้ว่าราคาจะแพงกว่าลูกค้าก็เต็มใจที่จะจ่าย

12) ความจริงใจ (Sincerity) ผู้ให้บริการจะต้องให้ความจริงใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่หวังแต่เพียงผลประโยชน์จากการทำธุรกิจ เมื่อลูกค้ามีปัญหาเกิดขึ้นจะต้องให้ความช่วยเหลือแนะนำ และมีความจริงใจที่จะแก้ไขปัญหาดังต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

13) การยอมรับนับถือ (Respect) เนื่องจากลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุดของธุรกิจ ให้บริการการยอมรับนับถือ การยกย่อง การให้เกียรติ และการให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญ ยิ่ง พนักงานจะต้องให้เกียรติลูกค้าทั้งต่อหน้า และลับหลัง

14) ตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา (Get Desire) สิ่งที่ลูกค้าปรารถนา คือความพึงพอใจ ในบริการที่เขาได้รับ เห็นคุณค่าของบริการที่เขาได้รับ

เครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพบริการ

คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับจากการให้บริการ บริการลูกค้าโดยคุณภาพการบริการ ลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้านดังนี้ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 2013)

1. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) หมายถึงงานบริการที่สามารถจับต้องได้ หรือมีลักษณะปรากฏให้เห็น เช่น อาคาร สถานที่ บุคคล วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน ท่าทีที่ตั้งสภาพแวดล้อม การแต่งกายของพนักงาน ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ลักษณะดังกล่าวนี้จะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ และสัมผัสได้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ โดยบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าทุกครั้งนั้น ต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม แม่นยำ และมีความสม่ำเสมอ ตรงตามเวลาที่ตกลงไว้กับลูกค้า จากนั้นมีการเก็บข้อมูลของลูกค้า นำมาบันทึก เพื่อในครั้งถัดไปสามารถนำข้อมูลมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการลูกค้าอย่างทันท่วงที โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้ลูกค้าต้องรอนาน รวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้นที่จะให้ความช่วยเหลือ มองเห็นลูกค้า คอยสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย

4. ความไว้วางใจ (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มี ความรู้ความสามารถ ในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่า ลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง การให้ความสนใจและดูแลเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเอง คอยแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

“SERVQUAL” หรือที่เรียกว่า เครื่องมือวัดคุณภาพบริการ เครื่องมือนี้จะแบ่งออกได้เป็นสองส่วน คือ

1. ส่วนที่ใช้วัดความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการบริการของลูกค้าจำนวน 22 ข้อ

2. คำถามเพื่อวัดคุณภาพบริการจริงที่ลูกค้ารับรู้ ประกอบด้วยชุดคำถามจึงเข้าสู่กับชุดคำถามแรกจำนวน 22 ข้อ

ชุดคำถาม 22 ข้อ พัฒนามาจากปัจจัยอเมท พื้นฐาน 10 ประการ ซึ่งผู้บริโภคว่าใช้ในการกำหนดคุณภาพบริการ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าศรัทธา ความปลอดภัย การเข้าถึงบริการการสื่อสาร และความเข้าใจ โดยผู้วิจัยได้ทำการสร้างชุดคำถามจำนวน 97 รายการเพื่อวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ทั้ง 10 ด้านแต่ละคำถามจะให้คะแนน โดยระบบ Seven-point Likert scale ผลคะแนนที่ได้จะถูกนำมาคำนวณโดยนำคะแนนจากคุณภาพการบริการที่ถูกสำรวจด้วยคะแนนคุณภาพการบริการที่ถูกคาดหวังผลจากการลบจะทำให้ได้ ระดับคะแนนที่แตกต่างกันตั้งแต่ +6 ถึง -6 คะแนน ผลคะแนนที่สูง หมายถึงคุณภาพการบริการตามความรู้ของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูง และจากการใช้วิธีการทางสถิติหลายวิธีในการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้สามารถลดจำนวนคำถามลงถึง 2 ใน 3 ของคำถามทั้งหมด และสามารถรวมปัจจัยด้านที่มีความเหมือนกันหรือมีความสัมพันธ์กันเข้าด้วยกันทำให้คงเหลือปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ 5 ด้าน

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

1. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles)
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive)
4. ความไว้วางใจ (Assurance)
5. ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

ตารางที่ 2-1 ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้า

ตัวแปร	เกณฑ์ที่ใช้ประเมิน
ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles)	<ul style="list-style-type: none"> - สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ - บุคลากรที่ให้บริการ - อุปกรณ์หรือเครื่องมือการให้บริการ
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	<ul style="list-style-type: none"> - ความถูกต้องของการเรียกเก็บเงิน และการจัดบันทึกข้อมูล - การบริการตรงตามข้อตกลง - การบริการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง
การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive)	<ul style="list-style-type: none"> - การให้บริการอย่างรวดเร็ว - การยินดีช่วยเหลือลูกค้า - การติดต่อกลับลูกค้าเมื่อถูกเรียก - การปฏิบัติตามข้อเรียกร้องที่เร่งด่วนของลูกค้า
ความไว้วางใจ (Assurance)	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้และทักษะของพนักงาน - บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ - ความมีชื่อเสียงของบริษัท - สมรรถนะ ความสุภาพ และการให้ความรู้ที่ปลอดภัยของพนักงาน
ความเข้าใจและ ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	<ul style="list-style-type: none"> - การรับฟังความต้องการของลูกค้า - การให้บริการเป็นรายบุคคล - มีการติดต่อสื่อสารที่ดี และมีความเข้าใจลูกค้า

ที่มา: Parasuraman, Zeithaml, & Berry (2013, pp. 41 – 50)

คุณภาพการบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการสร้างบริการที่เป็นเลิศ ประกอบด้วย

1. Staff
2. Software
3. Standard

4. Service Culture

ซึ่งเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จในการมีศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. Staff คือ พนักงาน ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เพราะธุรกิจบริการจะเกิดขึ้นไม่ได้ หากปราศจากพนักงานผู้ให้บริการลูกค้า พนักงานนี้เป็นผู้มีคุณค่าที่สุดในธุรกิจบริการ เป็นผู้สร้างมูลค่าเพิ่มต่าง ๆ ในธุรกิจ เพราะรูปแบบธุรกิจบริการจะใช้เครื่องจักร เครื่องมือเป็นเพียงแค่สิ่งที่จะช่วยเสริมงาน ซึ่งหาซื้อที่ใดก็ได้ แต่บุคลากรในองค์กร ไม่สามารถใช้เงินซื้อมาได้ ต้องคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติ มาทำงานฝึกฝน และพัฒนาในความรับผิดชอบในงานที่สูงขึ้น และการดูแลให้เขารักองค์กร และอยู่คู่กับการพัฒนาขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

2. Software คือ โปรแกรมซอฟต์แวร์ คือ เครื่องมือที่ใช้ช่วยในการทำงานของพนักงาน เช่น ค้นหาข้อมูลลูกค้า แสดงข้อมูลเพื่อตอบคำถามลูกค้า นำเสนอบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองบริการให้โดนใจลูกค้าในแต่ละบุคคล ใช้บริหารระบบงาน โดยรวมสามารถแสดงถึงขั้นตอนแต่ละขั้นตอนว่าจุดใดให้บริการเร็ว ช้า จุดใดใช้คนมากน้อย ต้นทุนในแต่ละขั้นตอนนี้เป็นเท่าใด รายได้ที่เกิดขึ้นโดยรวมเป็นเท่าใด โปรแกรมซอฟต์แวร์ สามารถช่วยทำงานให้รวดเร็วและง่าย ในการบริหารจัดการสามารถให้ซอฟต์แวร์ประมวลผล ตามเป้าหมายที่เราตั้งไว้ได้ ข้อระวังในเรื่องซอฟต์แวร์ก็คือซอฟต์แวร์เป็นตัวช่วยให้เราทำงานให้ง่ายขึ้น สะดวกรวดเร็วขึ้น แต่ในบางองค์กร แทนที่จะใช้เป็นตัวช่วย กลับใช้มาเป็นภาระ เช่น การคีย์ข้อมูลย้อนหลังจากการให้บริการไปแล้ว การจ้างคนเพิ่มขึ้นมาทำหน้าที่คีย์ข้อมูลอย่างเดียว หรือการซื้อซอฟต์แวร์มาราคา 10 ล้านบาท แต่ใช้มันราคา 1 แสน อย่างนี้ถือว่าผิดวัตถุประสงค์ มี waste มาก ในการเลือกซื้อซอฟต์แวร์ทุกครั้งเราต้องพิจารณาก่อนว่า มันได้ตอบโจทย์อะไรให้กับกระบวนการทำงานของธุรกิจโดยรวมแล้วหรือไม่

3. Standard คือ มาตรฐานการทำงาน คือ สิ่งที่บอกว่าพนักงานต้องทำงานอะไรบ้างตามขั้นตอน โดยทั่วไปมักแสดงอยู่ในรูปของเอกสาร เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนนี้เป็นเป็นภาพเดียวกัน เข้าใจตรงกัน ใช้สำหรับอบรมพนักงานใหม่ก่อนเข้างาน หรือบางแห่งมาตรฐานการทำงาน ก็อยู่ในรูปแบบโปรแกรม คอมพิวเตอร์คือหน้าจอคอมพิวเตอร์จะบังคับให้พนักงานปฏิบัติตามมาตรฐาน หากไม่ทำจะเข้าไปหน้าจอถัดไปไม่ได้ การจัดทำมาตรฐานการทำงานนี้เป็นหลักการและแนวทาง เพื่อให้พนักงานอยู่ในแนวทางที่บริษัทอยากให้เป็น ซึ่งมาตรฐานการทำงานมิสามารถครอบคลุม

การทำงานได้ทั้งหมด เช่น การยิ้มแย้ม ความสุภาพ หรือการตัดสินใจในการให้สิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า เรื่องเหล่านี้จะอยู่ในดุลพินิจของตัวพนักงานเอง บริษัทอย่าไปควบคุมอะไรมาก มิเช่นนั้นพนักงานจะกลายเป็นหุ่นยนต์ที่ถูกบังคับ ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ดี พนักงานก็ไม่อยากทำงานแบบถูกบังคับให้ทำ แนวทางที่ช่วยในการให้พนักงานรู้จัก มาตรฐานการทำงานที่เป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึก ก็คือการทำตัวอย่างให้พนักงานเห็น เช่น จัดทำ VDO ให้พนักงานเห็นตัวอย่างที่ดี ในการยิ้มแย้ม ความสุภาพ การแต่งกาย การพูดจา การไหว้ การโต้ตอบลูกค้าอย่างเป็นธรรมชาติ ก็จะช่วยให้พนักงานเข้าใจได้ง่ายขึ้น และเมื่อไปปฏิบัติงาน ก็พบกับสภาพแวดล้อมที่มีมาตรฐานหัวหน้าและผู้จัดการที่เป็นต้นแบบ ก็จะสามารถกลมกลืนเข้ากับเพื่อร่วมงานในหน้าที่ที่มีมาตรฐานเดียวกันได้ หากบริษัทไม่จัดทำมาตรฐานขึ้นมาพนักงานที่ให้บริการทุกคนก็จะไม่รู้ว่าจะต้องอ้างอิงอะไร

4. Service Culture คือวัฒนธรรมการบริการกล่าวได้ว่าเป็นผลจากการทำงานของ S ใน 3 ตัวแรก ก็คือ Staff, Software และ Standard หากองค์กรดำเนินการอย่างต่อเนื่องใน 3 ตัวแรกนี้ ก็จะทำให้เกิดการหล่อหลอมของพนักงานที่ปฏิบัติงานแบบนี้จนเคยชิน และเป็นนิสัยคล้าย ๆ กันทุกคน ย่อมทำให้เกิดวัฒนธรรมในองค์กรที่มีการบริการเป็นรูปแบบเดียวกัน การสร้างวัฒนธรรมการบริการแบบนี้ แน่แน่นอนว่าต้องใช้ระยะเวลาสามารถสร้างเสร็จภายใน 1 ปี เราต้องทำอย่างต่อเนื่อง หมั่นชำระรักษาใหม่อย่างต่อเนื่อง แม้พนักงานบางส่วนตามธรรมชาติย่อมมีการลาออก มีการเปลี่ยนแปลง แต่เมื่อคนใหม่เข้ามาที่ย่อมสามารถปรับตัวให้เข้ากับคนหมู่มากและหล่อหลอมเป็นวัฒนธรรมเดียวกันที่พัฒนาให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

ทั้ง 4 ปัจจัยนี้ บริษัทที่ต้องหมั่นดูแล และทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องย่อมจะส่งผลให้เกิดคำว่า "บริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence)" ซึ่งคำนี้มันสะท้อนถึงแบรนด์ในองค์กรของเรา อันจะเป็นมูลค่าที่เหนือกว่ามูลค่าราคาในการบริการแต่เป็นมูลค่าของแบรนด์ในองค์กรนั้น ๆ และเป็นสิ่งจูงใจที่ลูกค้าจะซื้อซ้ำและบอกต่อในธุรกิจของเรา เสียงที่จะบอกว่าองค์กรของเราเป็นองค์กรที่มีบริการที่เป็นเลิศ มิใช่เป็นเสียงที่พูดกันเองภายในองค์กร หากแต่ต้องเป็นเสียงจากลูกค้าที่จะบอกว่าเราเป็นองค์กรบริการที่เป็นเลิศ (ฟิลิท์ พิพัฒน์ โภคากุล, 2558)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหญ้าเทียม และข้อมูลสนามฟุตบอล

จุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมสนามหญ้าเทียม เกิดขึ้นเมื่อต้นทศวรรษที่ 1960 ได้มีบริษัทหนึ่งที่ชื่อว่า บริษัท Monsanto ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ “ทำหน้าที่เหมือนหญ้าและมีลักษณะคล้ายหญ้า” ซึ่งเป็นการทดลองเพื่อค้นหาว่าทำอะไรให้หญ้าได้อย่างธรรมชาติ นับว่าเป็นงานที่ทำทายนามาก โดยในปี ค.ศ. 1965 ทีมวิศวกรได้ใช้ความพยายามจนสามารถสร้างสนามกีฬาที่ชื่อว่า Providence Rhode Island ได้สำเร็จ โดยสนามกีฬา Houston Astrodome เป็นสนามกีฬาปิดแห่งแรก โดยจุดเด่นของสนามคือหลังคาโปร่งแสง แต่ต้องถูกปิดลง เพราะมีแสงเข้ามามากเกินไป ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ส่งผลให้หญ้าในสนามเริ่มตายลง จนทำให้เจ้าของกิจการจำเป็นต้องหาหญ้าเทียมมาทดแทนหญ้าจริง เพื่อมาแก้ไขปัญหาล่าช้า ซึ่งทำให้เป็นการเปิดตลาดหญ้าเทียมอย่างไม่ต้องใจ นับแต่นั้นสนามหญ้าเทียมจึงเป็นที่นิยม และรู้จักในอเมริกา (ศุภกิจ กิจจนศิริ, 2554)

ช่วงสิบปีถัดมา เริ่มมีเสียงบ่นจากทีมผู้เล่นว่าสนามทำให้เกิดอุบัติเหตุ ส่งผลให้ดีไซน์ของสนามหญ้ามีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย โดยได้มีการปรับปรุง และพัฒนาดีไซน์ของสนามใหม่ แต่ยังคงรูปแบบเดิมไว้ในปลายศตวรรษที่ 70 ต่อมาในช่วงเวลานั้น ได้มีการก่อตั้งสมาคมอุตสาหกรรมสนามหญ้าเทียมเพื่อกีฬา โดยผู้ก่อตั้ง Target Technologies ที่ชื่อว่า John B Giraud และในขณะนั้น John B Giraud ได้ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมซิลิกา ซึ่งมีประโยชน์ต่อนักกีฬาขณะเล่นบนสนาม โดยนำทรายขนาด 20-40 Silica โรยลงไปบนสนาม ลักษณะของทราย จะมีลักษณะกลมและไม่มีขอบคม ซึ่งเป็นผลดีต่อตัวนักกีฬา และหญ้า

ช่วงต้นทศวรรษ 1990 - 2001 มีการดีไซน์สนามหญ้าใหม่ๆเกิดขึ้น เพื่อให้สนามหญ้าเทียมมีประสิทธิภาพที่ใกล้เคียงสนามหญ้าจริงมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของทรายซิลิกา ทำให้เกิดปัญหาการระบายน้ำ ในปี ค.ศ. 2001 ได้มีการก่อตั้ง Target Technologies International (TTII) เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ โดยการขยายบริการ และการหาแหล่งผลิตการขนส่งในอุตสาหกรรมหญ้าเทียมเกิดขึ้น

หลังจากนั้น TTII ก็กลายเป็นบริษัทที่รายแรก ๆ ที่ขายทราย และ Crumb rubber ในอเมริกาเหนือ หลายปีที่ผ่านมา Giraud ร่วมกับทีมงานได้พัฒนาปรับปรุงขนาด และความกลมของ Crumb rubber อยู่ตลอด เพื่อช่วยยกระดับการติดตั้งและประสิทธิภาพสนาม จนในที่สุดได้ทำการกำจัด 30 และ 40 Mesh particulates อย่างละเอียดออก รวมทั้งหิน เส้นใย และเหล็ก ซึ่งนับเป็น

ความภาคภูมิใจอย่างยิ่งในตอนนั้น ต่อมาอุตสาหกรรมฟุตบอลยังคงเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ในศตวรรษที่ 21 ได้มีการสนับสนุนการใช้สนามหญ้าเทียม โดยหญ้าเทียมที่ใช้ต้องใช้ ส่วนประกอบใหม่ และมีศักยภาพที่สูงขึ้นในการแข่งระดับนานาชาติ โดยสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ (ฝรั่งเศส : Federation International de Football Association) หรือฟีฟ่า (FIFA) องค์กรกีฬาฟุตบอลระหว่างประเทศที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งปัจจุบัน มีสำนักงานทำการอยู่ที่ซูริก ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ส่งผลให้อุตสาหกรรมหญ้าเทียมเกิดการขยาย และเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สุธี ปรีชาเชียว, 2553 หน้า 24)

สำหรับธุรกิจการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในประเทศไทย เริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 แต่ในขณะนั้นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากผู้เล่นส่วนใหญ่ได้รับบาดเจ็บจากหญ้าเทียม ต่อมาบริษัทที่ผลิตหญ้าเทียมได้มีการพัฒนา และปรับปรุงหญ้าเทียมให้มีความใกล้เคียงหญ้าจริงให้ได้มากที่สุด เพื่อลดการบาดเจ็บที่จะเกิดขึ้นกับตัวผู้เล่น จึงเกิดการนิยมนำสนามหญ้าเทียมขึ้นในประเทศไทย ส่วนหนึ่งก็เกิดจากภูมิประเทศของประเทศไทยที่เป็นเขตร้อนชื้น การดูแลรักษาหญ้าจริงจะค่อนข้างยาก และใช้ระยะเวลา และราคาที่สูงในการดูแล ต่างจากยุโรปซึ่งมีภูมิประเทศเป็นเขตนาน ทำให้การดูแลรักษาหญ้าจริงเป็นได้ง่ายกว่าประเทศไทย เหล่าผู้ประกอบการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จึงนิยมนำหญ้าเทียมในสนามของตน (วิวิธ เสนาวัตร์, 2555)

ปัจจุบันธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้รับความนิยม และเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในประเทศไทย ด้วยลักษณะ และคุณสมบัติของหญ้าเทียมที่มีความใกล้เคียงหญ้าจริง โดยมีความสวยงาม ประหยัดค่าใช้จ่าย และเวลาต่อการดูแลมากกว่า นอกเหนือจากนั้นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมยังสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจได้ดีกว่าสนามหญ้าจริง เนื่องจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสามารถเปิดบริการได้ทั้งวัน และทุกวัน ไม่ต้องเสียเวลาพักผ่อน ผู้เล่นก็สามารถเล่นได้ในทุกสภาพอากาศ และผู้ประกอบการก็ยังสามารถหาธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องมาเปิดร่วมกับ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้ เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหาร สปา ฯลฯ เพื่อทำให้เกิดผลประกอบการที่สูงขึ้น (วราวุธ มหิมา, 2555)

ประโยชน์ของหญ้าเทียม (ศุภกิจ กิจจนศิริ, 2554)

1. ความทนทาน สนามหญ้าเทียมสามารถใช้งานได้นานกว่า สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง 7 วันต่อสัปดาห์ ในขณะที่สนามหญ้าจริงจะเริ่มเสื่อมลงหลังจากผ่านการเล่นประมาณ 250 ชั่วโมงต่อปีใน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความบำรุงรักษา
2. สภาพสนามหญ้าเทียมมีความสม่ำเสมอ ไม่เหมือนสนามหญ้าจริงที่ไวต่อแสงแดด และเกิดปัญหาน้ำท่วมขังอยู่บ่อยครั้งเมื่อเกิดฝนตก แต่สนามฟุตบอลหญ้าเทียมไม่ไวต่อแสงแดด และสามารถดูดซึมน้ำได้ดี
3. ความเอนกประสงค์ สนามหญ้าเทียม สามารถต่อยอดพื้นที่กิจกรรมเพื่อรองรับ กิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากการเล่นฟุตบอลได้ เช่น การจัดกิจกรรมสันทนาการ คอนเสิร์ตและการจัดอีเวนต์ต่าง ๆ เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับธุรกิจ ทั้งนี้ต้องมีการดูแล และระมัดระวังความปลอดภัยที่จะส่งผลกระทบต่อตัวสนามหญ้าให้ดี
4. ลดค่าใช้จ่าย และค่าบำรุงรักษา การสร้างสนามหญ้าเทียม มีการใช้เงินลงทุนที่สูงกว่าสนามหญ้าจริง แต่ในระยะยาวการดูแลรักษาสนามหญ้าจริงต้องใช้แรงงาน เวลา และค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาที่สูงกว่าสนามหญ้าเทียม
5. ความคุ้ม ถ้ามองในระยะยาวการลงทุนในสนามหญ้าเทียมคุ้มค่ากว่าสนามหญ้าจริง เพราะสนามหญ้าเทียมสามารถใช้งานได้ในระยะที่ยาวกว่า ต่อยอดกิจกรรมอื่น ๆ ได้ และดูแลรักษาได้ง่ายกว่า ในขณะที่สนามหญ้าจริง หากมองในระยะสั้นมีการลงทุนที่ต่ำกว่าก็จริง แต่มีระยะการใช้งานที่สั้นกว่า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความดูแลรักษาที่ต้องเป็นไปอย่างเคร่งครัด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558) การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการธุรกิจสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียมใน จังหวัดชลบุรี จำนวน 406 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม คุณภาพบริการธุรกิจสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียม มีค่าความตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.95 และค่าความ เชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และดัชนีการจัดเรียงลำดับ ความสำคัญของความต้องการจำเป็น (PNI) และรับรอง

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจ สนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการ สัมภาษณ์กลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า

1. คุณภาพที่คาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมาก และคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับปานกลาง

2. การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี พบว่า ความต้องการจำเป็นที่ตรงการปรับปรุง มาก ที่สุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้าน บริการอำนวยความสะดวก ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่ และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และด้านความเชื่อถือ ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม ตามลำดับ

3. แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ให้มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นสัดส่วน และมีการบำรุงรักษาให้พร้อมใช้ตลอดเวลา ด้านการอำนวยความสะดวก ให้มี บริการจัดหา คู่แข่งชั้น รวมถึงกรรมการและมีจุดบริการปฐมพยาบาล ด้านราคา การชำระเงินและ ส่งเสริม การขาย ให้เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ให้มีการประชุมการ ดำเนินงาน มีการติดตามผลการดำเนินงาน การจัดอบรม การพัฒนาบุคลากร ด้านความสะดวกใน การเข้าถึง ให้มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการและความปลอดภัยในการเดินทาง และสถานที่จอดรถ

เบญชภา แจ่มเวชฉาย (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษา คุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ใน กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร และ3) เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของด้านคุณภาพการ ให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นในการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค

จำนวน 220 คนที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าใน กรุงเทพมหานคร สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษพบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ใน กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยรวมกันพยากรณ์ ความพึงพอใจ ของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 78.10 ในขณะที่คุณภาพการบริการด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการและด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ ผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

ขวัญเรือน โขยา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของกลยุทธ์การแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานร้านข้าวแกงในจังหวัดเพชรบุรี ปัจจุบันร้านขายข้าวแกงในจังหวัดเพชรบุรีมีจำนวนเพิ่มขึ้นจึงมีการแข่งขันกันสูงทำให้ร้าน ขายข้าวแกง ในพื้นที่ที่มีต้นทุนการผลิตสินค้าสูงขึ้นส่งผลทำให้ผลดำเนินงานกิจการมีกำไรลดลง ผู้วิจัยจึงสนใจวิจัยเรื่องนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ผลการดำเนินงานธุรกิจของร้านข้าวแกงในจังหวัดเพชรบุรี 2) กลยุทธ์การแข่งขันได้แก่กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และสร้างกลยุทธ์ความแตกต่างของร้านข้าวแกงในจังหวัด เพชรบุรี และ 3) ผลกระทบของกลยุทธ์การแข่งขันที่มีผลต่อการดำเนินงานร้านข้าวแกงในจังหวัดเพชรบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ เจ้าของร้านขายข้าวแกงในจังหวัดเพชรบุรี ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมีค่า ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.941 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผลการดำเนินงานร้านข้าวแกงในจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ จากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านอัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย ด้านอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ด้านกำไรสุทธิ ด้านยอดขายสุทธิ ด้านชื่อเสียงของร้าน ด้านปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการตามลำดับ

2. กลยุทธ์การแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ตามลำดับ

3. ผลกระทบของกลยุทธ์ต้นทุนต่ำส่งผลต่อการดำเนินงานร้านข้าวแกงในจังหวัดเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีประสิทธิภาพการทำนายร้อยละ 47.10 ($R^2 = 47.10$) โดยแสดง สมการถดถอยอย่างง่ายเท่ากับ $Y = 1.225 + 0.845x_2$ และกลยุทธ์สร้าง ความแตกต่างส่งผลต่อการดำเนินงานร้านข้าวแกง จังหวัดเพชรบุรี โดยมีประสิทธิภาพการทำนาย ร้อยละ 67.40 ($R^2 = 67.40$) โดยแสดงสมการถดถอยอย่างง่ายเท่ากับ $Y = 1.009 + 0.970x_2$

จากงานวิจัยที่ค้นพบทำให้ทราบว่า ในภาวะการแข่งขันของธุรกิจสูงแต่ธุรกิจร้าน ข้าวแกงเมืองเพชรสามารถยืนหยัดอยู่ได้ โดยการเลือกใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำโดยการปลูกพืชผักที่ใช้ ในการประกอบ อาหารเอง และเลือกใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างที่มีสินค้าผลิตภัณฑ์และ การบริการที่มีความหลากหลาย ตามความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลทำให้มียอดขายและกำไร เพิ่มขึ้นได้

พลทวิ บุญศิริพิทักษ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรับซื้อ ของเก่า งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อม ภายใน ของธุรกิจรับซื้อของเก่า 2) เพื่อพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรับซื้อของเก่า และ 3) เพื่อประเมิน ความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรับซื้อของเก่า โดยใช้ผลการ ดำเนินงานขององค์กร เป็นเกณฑ์กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 282 คน ได้แก่ 1) ประธานและกรรมการบริษัท คัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล วงษ์พาณิชย์ จำกัด จำนวน 5 คน และ 2) ผู้จัดการสาขา บริษัท คัดแยกขยะ เพื่อรีไซเคิล วงษ์พาณิชย์ จำกัด จำนวน 277 คน กำหนดขนาด ตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่ และมอร์แกน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ เทคนิคการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็น โอกาสในการดำเนินธุรกิจของบริษัทนั้น แยกได้เป็น 3 ด้าน คือ

(1) โอกาสด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (2) โอกาสด้านยุทธศาสตร์ชาติ และ (3) โอกาส ด้านความต้องการทางเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคในการ ดำเนินธุรกิจ ของบริษัท แยกได้เป็น 2 ด้าน คือ (1) อุปสรรคด้านแรงงาน และ(2) อุปสรรคด้าน

การถดถอย ทางด้านเศรษฐกิจ ในส่วนสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจของบริษัท แยกได้เป็น 3 ด้าน คือ (1) จุดแข็งด้านความสามารถขององค์กร (2) จุดแข็งด้านชื่อเสียงและการบริการลูกค้า และ (3) จุดแข็งด้านความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจ ของบริษัท แยกได้เป็น 2 ด้าน ได้แก่ (1) ประสิทธิภาพในการสรรหาพนักงานเข้าทำงาน และ (2) ความสามารถ ของพนักงานในร้าน

2. กลยุทธ์การแข่งขันที่ถูกพัฒนาขึ้นแยกได้เป็น 3 ด้าน ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ 9 กลยุทธ์ คือ

(1) กลยุทธ์ SO ได้แก่ กลยุทธ์หนึ่งตำบลหนึ่งวังษ์พาณิชย์ กลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ กลยุทธ์ การขยายธุรกิจไปข้างหน้า กลยุทธ์ร้านรับซื้อของเก่าสีเขียว กลยุทธ์วังษ์พาณิชย์เคลื่อนที่กลยุทธ์เครือข่าย ใยแมงมุม และกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม

(2) กลยุทธ์ ST ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาคนในสังคม และ

(3) กลยุทธ์ WT ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาทักษะความสามารถและคุณภาพชีวิตของพนักงาน

พรพิมล แผ่นผา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการวิจัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research) วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 13 ราย

ผลการวิจัยพบว่า ความรุนแรงของการแข่งขันธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป ได้รับผลกระทบจากห้างสรรพสินค้าร้านค้าส่งขนาดใหญ่มากที่สุด และใช้กลยุทธ์ด้านราคาขายในการสู้กับคู่แข่งอำนาจการต่อรองของผู้ขายในการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปสามารถต่อรองได้อยู่ในระดับมากเนื่องจากซื้อในปริมาณที่มาก การต่อรองในการซื้อสินค้าของลูกค้ามีส่งผลกระทบต่อธุรกิจคือส่งผลทำให้กำไรจากการขายไม่คงที่มากที่สุด ภัยคุกคามที่เกิดจากคู่แข่งรายใหม่ทำให้เกิดปัญหาด้านราคาขายมากที่สุด กลยุทธ์ที่ทางร้านใช้รับมือกับคู่แข่งรายใหม่คือการจัด โปรโมชันซื้อสินค้าในราคาสมาชิกอาหารสุนัขสำเร็จรูปมีสินค้าทดแทน ไม่ว่าจะ เป็นข้าวคลุกเอง หรืออาหารสุนัขยี่ห้ออื่น ๆ

มากมาย โดยวิธีการรับมือใช้การนำเสนอคุณประโยชน์ของอาหารสุนัขสำเร็จรูปมาก จุดแข็งของธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป เป็นเรื่องของราคาสินค้าที่ไม่แพง เป็นราคาที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้

จุดอ่อนของธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปของร้านค้าที่ส่งผลต่อการทำธุรกิจอาหารสุนัขคือสินค้าขาดจากชั้นวางจำหน่าย สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งส่งผลทำให้พลาดโอกาสที่จะขายสินค้าในช่วงนั้นไป พื้นที่การจัดเรียงสินค้าน้อยเกินไป สถานที่จอดรถไม่สะดวกเนื่องจากเป็นร้านในตลาด ทำให้มีปัญหาในการหาที่จอดรถของลูกค้า พื้นที่ในการสต็อกสินค้าไม่เพียงพอเนื่องจากมีสินค้าหลากหลายส่งผลต่อพื้นที่จัดเก็บสินค้าคงคลังโอกาสในการทำธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป คือสิ่งแวดล้อมของกรตลาดอาหารสุนัขสำเร็จรูปสามารถสร้างโอกาสให้กับธุรกิจคือในปัจจุบันคนนิยมเลี้ยงสุนัขมากขึ้น เกิดจากแนวโน้มในปัจจุบันคนแต่งงานน้อยลงจึงหันมาเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น อุปสรรคในการทำ ธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปเกิดจากสถานะเศรษฐกิจที่ซบเซา ทำให้ผู้ซื้อไม่อยากจะเสียเงินในสิ่งที่ไม่จำเป็น น่าจะอะไรที่ประหยัดได้ก็จะประหยัดทำให้ส่งผลโดยตรงกับยอดขายที่ลดลงของทางร้าน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของ สโมสรฟุตบอลหญิงอาชีพ ไทเซน ฟุตบอลคลับ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการกับธุรกิจสโมสรฟุตบอลเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

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

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีดำเนินการศึกษาออกเป็น 2 แบบ ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
2. วิเคราะห์กลยุทธ์การบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลหญิงอาชีพ

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างตามสะดวกของผู้วิจัย (Convenience sampling) การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยถือเอาความสะดวก หรือความง่ายต่อการรวบรวมข้อมูล จำนวน 18 คน คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสโมสรฟุตบอลหญิงอาชีพ ไทเซน ฟุตบอลคลับ (Guest et al. , 2006) โดยมีคุณสมบัติ คือ มีจำนวนการเข้าใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมียอดสะสมประจำตลอดเดือน และตลอดปี ซึ่งทางสโมสรฟุตบอลหญิงอาชีพ ไทเซน ฟุตบอลคลับ จะมีการลงบันทึกสะสมการเข้าใช้บริการของลูกค้าทุกครั้งที่เข้าใช้บริการ เพื่อตรวจเช็คจำนวนการเข้าใช้บริการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ ของ สโมสรฟุตบอลหญิงทีมชาติไทย โกลเดน ฟุตบอล คลับ มีเครื่องมือการวิจัยประกอบด้วย

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งเอกสารงานวิจัย และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษากลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศเพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัย และสร้างแบบคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย

2. ผู้วิจัยศึกษาสภาพข้อมูลทั่วไป เพื่อนำมาสร้างแบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์การวิจัย

3. ผู้วิจัยเตรียมข้อมูล ความรู้ในเรื่องระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณของนักวิจัย รูปแบบการสัมภาษณ์ เทคนิคการสัมภาษณ์ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและการขอคำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัย เพื่อให้ครอบคลุมกับประเด็นที่ต้องการศึกษามากที่สุด

4. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้สัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างรายบุคคล (In - depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure interview) ในลักษณะของคำถามประเภทคำถามปลายเปิด (Open question) โดยผู้สัมภาษณ์สามารถ แสดงความคิดเห็น เสนอแนะเพื่อเก็บรายละเอียดของข้อมูลอย่างครบถ้วนเพื่อนำเสนอกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ ของสโมสรฟุตบอลหญิงทีมชาติไทย โดยมีโครงสร้างของ แบบสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับลูกค้าที่เข้าใช้บริการสโมสรฟุตบอลหญิงทีมชาติไทย โกลเดน ฟุตบอล คลับ ประกอบด้วยเพศ อายุ การศึกษา และจำนวนการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์ ในลักษณะคำถามปลายเปิด

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลหญิงทีมชาติไทย

5. ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องที่เที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) และนำแบบสัมภาษณ์ให้คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Item objective congruence index : IOC) เพื่อตรวจสอบการใช้ภาษา และความครอบคลุมของเนื้อหาในแต่ละข้อคำถาม โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 1	ผ่าน
คะแนน 0	ไม่แน่ใจ
คะแนน -1	ไม่ผ่าน

จากนั้นนำผลคะแนนของแต่ละข้อคำถามที่ได้จากการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าเฉลี่ยให้เท่ากับ 1

3.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

1. การรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร ข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ บทความต่างๆ ข้อมูลจากระบบสารสนเทศ และงานวิจัยเกี่ยวข้อง
2. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกำหนดคำถามให้ครอบคลุมกับประเด็นที่ต้องการศึกษา ก่อนเริ่มทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แสดงถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ขออนุญาตในการจดบันทึก และบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 60 นาที การสัมภาษณ์แต่ละครั้งจะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยหรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้นเรียกว่าข้อมูลอิ่มตัวจึงหยุดการสัมภาษณ์
3. ผู้วิจัยจะใช้การจดบันทึกสรุปสั้นๆ เฉพาะประเด็นที่สำคัญ และเมื่อจบการสัมภาษณ์จะทำการบันทึกข้อมูลอื่นๆทันที เช่น ลักษณะท่าทาง ลักษณะน้ำเสียง ตามความเป็นจริง โดยไม่มีการตีความ และบันทึกเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้วิจัยขณะที่รวบรวมข้อมูล
4. ผู้วิจัยนำข้อมูลมาทำการบันทึก และถอดเทปสัมภาษณ์ ทำการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจน หรือไม่ครบถ้วน เพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป และข้อมูลที่ได้มาผู้วิจัย

จะนำมาถอดเทปคำต่อคำ ประโยคต่อประโยค แล้วตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งด้วยการฟังเทปบันทึกเสียงซ้ำ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

1. นำข้อมูลที่ได้จากการถอดความจากเครื่องบันทึกเสียงและการบันทึกภาคสนามมาพิจารณาหลายๆครั้งเพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้ และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ

2. นำข้อมูลกลับมาอ่านพิจารณาอีกครั้งโดยละเอียดแล้วจึงตีความพร้อมทำการดึงข้อความหรือประโยคที่สำคัญเกี่ยวข้อง

3. นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกัน ใกล้เคียงกลุ่มเดียวกัน มีการสร้างข้อสรุปโดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความทุกประโยค จากนั้นจึงตั้งชื่อคำสำคัญ จัดเป็นกลุ่มใหญ่และกลุ่มย่อยที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่

4. อธิบายปรากฏการณ์อย่างละเอียดครบถ้วน โดยเขียนให้มีความต่อเนื่องและกลมกลืนระหว่างข้อความหรือประโยคซึ่งในขั้นตอนนี้ต้องพยามตัดข้อมูลหรือหัวข้อที่ไม่จำเป็นออก

5. เขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจนพร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้เพื่อแสดงความชัดเจนของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

การวิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ

1. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลกรณีศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

2. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษากรณีศึกษามาวิเคราะห์ ประชุมร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อจัดทำกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของ สโมสรฟุตบอลหญิงทีมชาติไทย ไคเซน ฟุตบอลคลับ โดยมีวิธีการดำเนินวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้วิธีการวิเคราะห์ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสโมสรฟุตบอลหญิงทีมชาติไทย ไคเซน ฟุตบอลคลับ ที่มีจำนวนการเข้าใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ และมียอดสะสมตลอดเดือน และตลอดปี ซึ่งทางสโมสรฟุตบอลหญิงทีมชาติไทย ไคเซน ฟุตบอลคลับ จะมีการลงบันทึกสะสมจำนวนการเข้าใช้บริการของลูกค้าทุกครั้ง โดยผู้วิจัยเป็นผู้ สัมภาษณ์ด้วยตนเอง เมื่อสัมภาษณ์เสร็จ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลให้ ตรงตามความเป็นจริง เพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยการเรียงเรียงข้อมูล และสรุปผลที่ได้จากการ สัมภาษณ์เชิงลึกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการแสดงผลการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ให้ข้อมูลจากการ สัมภาษณ์ โดยศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และจำนวนการเข้าใช้บริการ ต่อสัปดาห์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลหญิงทีมชาติไทย โดยแบ่งประเด็นการ สัมภาษณ์ ดังนี้

2.1 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะทาง กายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความไว้วางใจ และด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ

2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) การบริการ ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน ผลกระทบเชิงบวก (โอกาส) และผลกระทบเชิงลบ (อุปสรรค)

2.3 การวิเคราะห์ Five Force Model การบริหารด้านการให้บริการ ประกอบด้วย โอกาสเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจต่อรองของผู้ค้า ธุรกิจทดแทน และ สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของ สโมสรฟุตบอลหญิงทีมชาติไทย โกลเซน ฟุตบอล คลับ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ให้ข้อมูลจากการ สัมภาษณ์

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

คนที่	รายการ	เพศ	อายุ (ปี)	ระดับ การศึกษา	รายได้ต่อ เดือน (บาท)	จำนวนการเข้าใช้บริการ ต่อสัปดาห์ (ครั้ง)
1	ลูกค้าคนที่ 1	ชาย	23	ปวส.	12,000	2
2	ลูกค้าคนที่ 2	ชาย	15	ม.3	-	1
3	ลูกค้าคนที่ 3	ชาย	41	ปวส.	20,000	3
4	ลูกค้าคนที่ 4	ชาย	35	ม.3	16,000	2
5	ลูกค้าคนที่ 5	ชาย	29	ปริญญาตรี	18,000	4
6	ลูกค้าคนที่ 6	ชาย	26	ปวส.	15,000	3
7	ลูกค้าคนที่ 7	ชาย	34	ม.6	11,000	1
8	ลูกค้าคนที่ 8	ชาย	18	ม.6	-	2
9	ลูกค้าคนที่ 9	ชาย	18	ปริญญาตรี	-	1
10	ลูกค้าคนที่ 10	ชาย	30	ปวส.	23,000	2
11	ลูกค้าคนที่ 11	ชาย	44	ปริญญาตรี	15,000	2
12	ลูกค้าคนที่ 12	ชาย	24	ปริญญาตรี	-	2
13	ลูกค้าคนที่ 13	ชาย	47	ปวส.	40,000	4
14	ลูกค้าคนที่ 14	ชาย	32	ปวส.	15,000	2

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

คนที่	รายการ	เพศ	อายุ (ปี)	ระดับ การศึกษา	รายได้ต่อ เดือน (บาท)	จำนวนการเข้าใช้บริการ ต่อสัปดาห์ (ครั้ง)
15	ลูกค้าคนที่ 15	ชาย	18	ปวส.	-	1
16	ลูกค้าคนที่ 16	ชาย	21	ปริญญาตรี	-	2
17	ลูกค้าคนที่ 17	ชาย	26	ปริญญาตรี	15,000	1
18	ลูกค้าคนที่ 18	ชาย	25	ปริญญาตรี	18,000	2

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ที่มีจำนวนการเข้าใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมียอดสะสมตลอดเดือน และตลอดปี ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวนทั้งสิ้น 18 คน ทั้งหมดเป็นเพศชาย อายุตั้งแต่ 18-47 ปี โดยเฉลี่ยมีอายุ 27 ปี ระดับการศึกษาตั้งแต่ มัธยมศึกษาตอนต้น จนถึงปริญญาตรี โดยมีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 2 คน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 2 คน ระดับปวส.จำนวน 7 คน และระดับปริญญาตรีจำนวน 7 คน มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 0-40,000 บาท โดยเฉลี่ยรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 12,000 บาทต่อเดือน และมีจำนวนการเข้าใช้บริการตั้งแต่ 1-4 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อสัปดาห์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การบริหารจัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

1. ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ

ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นลูกค้าของทางสนามฟุตบอล จำนวน 18 คน สามารถสรุปข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศ ออกเป็น

1.1 ด้านลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งอำนวยความสะดวก

1.1.2 พนักงานที่ให้บริการ

- 1.1.3 อุปกรณ์ที่ให้บริการ
 - 1.2 ด้านความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย
 - 1.2.1 ความถูกต้องของการเรียกชำระเงิน
 - 1.2.2 การบริการตามข้อตกลง
 - 1.2.3 การบริการมีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง
 - 1.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ประกอบด้วย
 - 1.3.1 การบริการที่รวดเร็ว
 - 1.3.2 การยินดีช่วยเหลือลูกค้า
 - 1.3.3 การติดต่อกลับเมื่อถูกเรียก
 - 1.3.4 การปฏิบัติตามข้อเร่งด่วน
 - 1.4 ด้านความไว้วางใจ ประกอบด้วย
 - 1.4.1 ความรู้ และทักษะของพนักงาน
 - 1.4.2 บุคลิกภาพของพนักงาน
 - 1.4.3 ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ
 - 1.4.4 ความสุภาพ
 - 1.5 ด้านความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจ
 - 1.5.1 การรับฟังความต้องการของลูกค้า
 - 1.5.2 การติดต่อสื่อสารที่ และเข้าใจลูกค้า
- โดยมีผลวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ ดังนี้

ตารางที่ 4-2 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ

คนที่	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
1	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม พร้อมสำหรับลูกค้าเสมอ แต่เก้าอี้บางตัวมีความเก่า และชำรุด ควรเปลี่ยน
	2. พนักงานที่ให้บริการ	มีความพร้อมในการให้บริการ
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	มีครบ พร้อมสำหรับการให้บริการ
2	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกมีความเหมาะสมดี
	2. พนักงานที่ให้บริการ	พนักงานมีทัศนคติดี พุดคุยง่ายเป็นกันเอง
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	อุปกรณ์ที่ให้บริการดี
3	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีที่จอดรถ ร้านค้า ห้องน้ำ และโต๊ะเก้าอี้ให้บริการ
	2. พนักงานที่ให้บริการ	พนักงานมีความสุข และให้บริการด้วยความเต็มใจ
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	มีอุปกรณ์ให้บริการครบ มีถุงมือ เสื้อทีมให้บริการฟรี รวมถึงมีบริการให้เช่ารองเท้าฟุตบอล และขายอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น ถุงเท้า สนับแข้ง
4	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกดี และมีการพัฒนาอยู่ตลอด
	2. พนักงานที่ให้บริการ	พนักงานบริการดี เป็นกันเอง
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	อุปกรณ์ที่ให้บริการดี เหมาะสมกับการให้บริการ
5	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	มีครบตามที่ลูกค้าต้องการ
	2. พนักงานที่ให้บริการ	มีความดูแลเอาใจใส่ลูกค้าดี
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	อุปกรณ์ให้บริการดี มีการเปลี่ยนใหม่เมื่อมีการชำรุด
6	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกดี ให้ความสะดวกสบายต่อลูกค้า
	2. พนักงานที่ให้บริการ	พนักงานให้บริการดี มีความเอาใจใส่ลูกค้า
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	อุปกรณ์ดี และใหม่
7	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสม สะอาด

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

คนที่	ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
8	2. พนักงานที่ให้บริการ	พนักงานบริการดี มีความเป็นกันเอง
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	อุปกรณ์มีความสะอาด เรียบร้อย
	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกครบ และสะอาด
9	2. พนักงานที่ให้บริการ	บริการดี พุดจาสุภาพ และเป็นมิตรกับลูกค้า
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	มีถุงมือฟรีให้ใช้ ในขณะที่สนามฟุตบอลที่อื่นลูกค้าต้องเตรียมมาเอง
	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสม สถานที่สะอาด ลานจอดรถเพียงพอต่อการจอดรถ แต่อยากให้มียากันยุงแบบจุดให้บริการ
10	2. พนักงานที่ให้บริการ	พนักงานบริการสุภาพ เป็นกันเอง คุยง่ายเข้าถึงง่าย
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	อุปกรณ์มีความเหมาะสม อุปกรณ์สะอาด และคู่มืออยู่เสมอ
	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกมีครบ
11	2. พนักงานที่ให้บริการ	พนักงานให้บริการดี
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	อุปกรณ์มีให้บริการครบ
	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวกครบ มีห้องน้ำ และห้องอาบน้ำให้บริการ ซึ่งทำให้สะดวก
12	2. พนักงานที่ให้บริการ	บริการดี มีความยิ้มแย้มแจ่มใส
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	อุปกรณ์สำหรับการเล่นฟุตบอลครบดี
	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	ห้องน้ำสะอาด ร้านขายของภายในมีของครบครัน
13	2. พนักงานที่ให้บริการ	พนักงานบุคลิกภาพดี เป็นกันเอง นิสัยดี ใจดี
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	ถุงมือฟรีให้บริการ และสะอาดเหมือนใหม่เสมอ
	1. สิ่งอำนวยความสะดวก	บริการที่จอดรถกว้างขวาง จอดได้หลายคัน และที่นั่งสำหรับลูกค้ามีจำนวนมาก
	2. พนักงานที่ให้บริการ	พนักงานให้การต้อนรับที่ดี เป็นกันเอง บางครั้งเจ้าของกิจการมาให้บริการลูกค้าด้วยตนเอง
	3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	อุปกรณ์มีคุณภาพ มีมาตรฐาน เป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยม มีถุงมือฟรีให้บริการ ในขณะที่สนามอื่นไม่มีให้บริการ

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

คนที่	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
14	1. สิ่งอำนวยความสะดวก 2. พนักงานที่ให้บริการ 3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	สิ่งอำนวยความสะดวกครบดี ที่จอดรถ ห้องน้ำ มีความสะดวก และสะอาด พนักงานมีความเป็นกันเอง บริการดีมาก อุปกรณ์ครบ และมีถุงมือ เสื้อทีมให้บริการฟรี
15	1. สิ่งอำนวยความสะดวก 2. พนักงานที่ให้บริการ 3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	สะดวกสบาย และสะอาด พนักงานมีความสุภาพ พุดจาดี อุปกรณ์มีมาให้ครบ ต่างจากสนามฟุตบอลที่อื่น
16	1. สิ่งอำนวยความสะดวก 2. พนักงานที่ให้บริการ 3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	สิ่งอำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม ที่จอดรถเยอะ มีที่นั่งจำนวนมาก และบรรยากาศดี พนักงานน่ารัก ใจดี มีความเป็นกันเอง อุปกรณ์ที่ให้บริการดีมาก ใหม่ และก็มีให้ใช้ฟรี
17	1. สิ่งอำนวยความสะดวก 2. พนักงานที่ให้บริการ 3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	มีห้องน้ำ ห้องอาบ น้ำ สะอาด ให้บริการ และมีที่นั่งบริเวณสนามเยอะ พนักงานบริการดีมาก เป็นมิตรกับลูกค้า อุปกรณ์ฟุตบอล เช่น ถุงมือ ลูกฟุตบอล มีคุณภาพ และใหม่
18	1. สิ่งอำนวยความสะดวก 2. พนักงานที่ให้บริการ 3. อุปกรณ์ที่ให้บริการ	ลานจอดรถกว้าง ที่นั่งเยอะ มีร้านขายของที่ครบครัน พนักงานใจดี บริการดี มีความเป็นกันเอง ลูกฟุตบอล มีคุณภาพดี และเป็นแบรนด์ชั้นนำ และมีถุงมือเสื้อทีม ให้บริการฟรี ต่างจากสนามอื่น ที่ต้องเตรียมไปเอง

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อเป็นรหัสในการถอดข้อมูล ดังนี้

T1	หมายถึง	สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน
T2	หมายถึง	สิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสม และสะอาด
T3	หมายถึง	วัสดุมีความเก่า และชำรุด
T4	หมายถึง	พนักงานพร้อมให้การบริการดี
T5	หมายถึง	พนักงานเป็นกันเอง
T6	หมายถึง	อุปกรณ์ที่ให้บริการครบครัน

T7	หมายถึง	อุปกรณ์คุณภาพดี สะอาดใหม่
T8	หมายถึง	บริการอุปกรณ์ฟรี

ตารางที่ 4-3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านลักษณะทางกายภาพ

คนที่	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8
1		√	√	√		√		
2		√			√		√	
3	√			√		√		√
4		√			√		√	
5	√			√			√	
6		√		√	√		√	
7		√		√	√		√	
8	√	√		√				√
9	√	√		√	√		√	
10	√			√		√		
11	√			√		√		
12	√	√		√	√		√	√
13	√			√	√		√	√
14	√	√		√	√	√		√
15		√		√		√		
16	√				√		√	√
17	√	√		√			√	
18	√			√	√		√	√
รวม	12	11	1	15	10	6	11	7
ร้อยละ	66.67	61.11	5.56	83.33	55.56	33.33	61.11	38.89

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็น โดยสรุปได้ว่าในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 กล่าวว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน รองลงมา คือสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะดวก และสะอาด มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 และรองลงมาคือ วัสดุมีความเก่า และชำรุด โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 กล่าวว่าเก้าอี้ให้บริการบางส่วนเกิดการชำรุด ควรปรับเปลี่ยน ในส่วนของพนักงานที่ให้บริการ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 กล่าวว่าพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการที่ดี รองลงมาคือพนักงานมีความเป็นกันเองกับลูกค้า โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ในส่วนของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 กล่าวว่าทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับมีอุปกรณ์ที่สะอาด ใหม่ และมีคุณภาพ รองลงมาคือมีอุปกรณ์ใช้ในการเล่นฟุตบอลฟรี เช่น ถุงมือ เสื้อทีม ซึ่งแตกต่างจากสนามอื่นที่ลูกค้าต้องเตรียมมาเอง โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 และรองลงมาคือ อุปกรณ์ที่ให้บริการมีความครบครัน โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 4-4 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ

คนที่	ด้านความน่าเชื่อถือ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
1	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	มีความถูกต้อง แต่ในส่วนของร้านค้าควรติดป้าย ราคาสินค้าให้ชัดเจน เพราะอาจทำให้เกิดการคิด ราคาผิดได้
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	การบริการตรงตามที่ตกลงไว้
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	การบริการมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้
2	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	มีความน่าเชื่อถือ สามารถขอคืนเงินสดได้
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	การบริการตรงตามข้อตกลง สามารถโทรจองสนาม ล่วงหน้าได้ตลอด
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	การบริการมีความน่าเชื่อถือดี
3	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	มีการทบทวนค่าใช้จ่ายก่อนการเก็บเงิน มีการ ทบทวนเงินทอนทุกครั้ง และเขียนบิลให้กับลูกค้า
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	มีการแจ้งราคา และทวนสิ่งที่ลูกค้าต้องการก่อนทำ การจองทุกครั้ง พอลูกค้ามาถึงทางสนามจะมีการแจ้ง รายละเอียดการจอง และสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับทุกครั้ง
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	มีระบบการจองสนามที่ดี เวลาในการจองสนามไม่ เคยผิดพลาด มีการเขียนระบุที่จองสนามไว้ให้ดู
4	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	มีความการชำระเงินที่ดี และถูกต้อง
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	ดี เป็นไปตามข้อตกลงทุกประการ
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	น่าเชื่อถือ และถูกต้อง

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

คนที่	ด้านความน่าเชื่อถือ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
5	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	มีมาตรฐานในการชำระเงินตามที่ลูกค้าตกลงในเรื่อง ระยะเวลาในการใช้บริการ
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	มีการบริการตามข้อตกลงระหว่างลูกค้า และเจ้าของ กิจการได้ดี
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	มีการทำตามความต้องการของลูกค้าดี และลูกค้า พอใจในข้อตกลง
6	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	มีมาตรฐานในการชำระเงินตามระยะเวลาที่กำหนด
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	มีบริการตรงตามข้อตกลง
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	มีการรักษามาตรฐานที่ดีในการให้บริการ
7	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	ชำระเงินถูกต้องทุกครั้ง ตรงตามที่ตกลงก่อนลงเล่น ในสนามฟุตบอล
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	การบริการตรงตามข้อตกลงมาก
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	ข้อตกลงน่าเชื่อถือดี เก็บเงินตามที่ตกลง
8	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	ชำระเงินถูกต้องทุกครั้ง
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	การบริการตรงตามข้อตกลงทุกข้อ ตามที่สนามได้ แจ้งไว้
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	เวลาคิดเงินมีความน่าเชื่อถือ และถูกต้องทุกครั้ง
9	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	มีความเหมาะสม มีการแจ้งรายละเอียดอย่างครบถ้วน และเรียบเก็บเงินตรงตามราคา กับเวลาที่เล่น
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	มีความเหมาะสม ให้บริการตรงตามข้อตกลง บางครั้งสามารถเล่นเกินเวลาได้นิดหน่อย
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	น่าเชื่อถือ มีการเก็บเงินที่ถูกต้องตามบริการ และ ข้อกำหนด

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

คนที่	ด้านความน่าเชื่อถือ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
10	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน 2) การบริการตรงตามข้อตกลง 3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	มีมาตรฐานในการชำระเงินที่ถูกต้อง ตรงตามราคาที่ แจ้ง บริการตรงตามข้อตกลง การบริการมีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง
11	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน 2) การบริการตรงตามข้อตกลง 3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	เรียกเก็บเงินถูกต้องทุกครั้ง ตรงตามข้อตกลงทั้งค่าชั่วโมงในการเล่น และ ค่าบริการต่าง ๆ น่าเชื่อถือและถูกต้องตามข้อตกลง
12	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน 2) การบริการตรงตามข้อตกลง 3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	ราคาเป็นไปตามที่ทางสนามกำหนดไว้ ได้สะสมชั่วโมงเล่นฟรี และน้ำดื่มบริการฟรี ตามที่ โฆษณา เวลาตรงตามกำหนด สามารถเลื่อนได้ตาม สถานการณ์
13	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน 2) การบริการตรงตามข้อตกลง 3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	ถูกต้องทุกครั้ง ตกลงเรื่องเวลา และราคากับลูกค้าไว้อย่างไร ลูกค้าก็ ได้รับถูกต้องครบถ้วนตามที่ตกลงไว้ บางครั้งได้ มากกว่าที่มีการตกลงกันไว้ ให้บริการน่าเชื่อถือมาก นัดลูกค้าไม่มีผิดพลาด
14	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน 2) การบริการตรงตามข้อตกลง 3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	การเรียกชำระเงินถูกต้องทุกครั้ง การบริการตรงตามข้อตกลงที่ทางสนามแจ้งไว้ การบริการมีความน่าเชื่อถืออย่างมาก เป็นไปตาม ข้อตกลง

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

คนที่	ด้านความน่าเชื่อถือ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
15	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	เวลาชำระเงินถูกต้องทุกครั้ง สามารถขอบิล และ ตรวจสอบผ่านบิลเงินสดได้
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	การบริการตรงไปตามข้อตกลง ตามที่ทางสนามได้ แจ้งก่อนจองสนาม
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	มีความน่าเชื่อถือดี ทุกอย่างเป็นไปตามข้อตกลงที่ ทางสนามได้แจ้งเอาไว้
16	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	การชำระเงินถูกต้องดี ตรงตามราคาที่กำหนด
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	บริการดี ตรงตามข้อตกลง ไม่ว่าจะเป็นเวลาในการ ให้บริการที่ตรงตามตกลง และสิ่งที่ลูกค้าจะต้อง ได้รับเมื่อมาใช้บริการ
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	การบริการมีความน่าเชื่อ ลูกค้าได้รับบริการตรง ตามที่ตกลงไว้กับสนามทุกครั้ง เช่น แอมน้ำดื่ม 1 แพค ต่อ 1 ชั่วโมง
17	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	ชำระเงินถูกต้องทุกครั้ง มีช่องทางการชำระที่สะดวก
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	บริการตรงตามที่ทางสนามแจ้งไว้
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	น่าเชื่อถือดี และถูกต้อง
18	1) ความถูกต้องของการเรียกชำระ เงิน	มีการชำระเงินที่ถูกต้องทุกครั้ง มีการเขียนบิลแจก แจงรายละเอียดเพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบได้
	2) การบริการตรงตามข้อตกลง	บริการตรงตามข้อตกลงทุกข้อ ตามที่ทางสนามได้ แจ้งกับลูกค้าตั้งแต่ตอนทำการจอง
	3) การบริการมีความน่าเชื่อถือ และ ถูกต้อง	การบริการมีความน่าเชื่อถือมาก ไม่เคยเกิด ข้อผิดพลาดใด ๆ เกิดขึ้น ตรงตามความต้องการของ ลูกค้า

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยได้ใช้
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อเป็นรหัสในการถอดข้อมูล ดังนี้

REL1	หมายถึง	ความถูกต้องของการชำระเงิน
REL2	หมายถึง	การแจ้งรายละเอียดการชำระเงิน
REL3	หมายถึง	การคิดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน
REL4	หมายถึง	การบริการตรงตามข้อตกลง
REL5	หมายถึง	การได้รับบริการมากกว่าข้อตกลง
REL6	หมายถึง	การบริการมีความน่าเชื่อถือ และถูกต้องตามข้อตกลง

ตารางที่ 4-5 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านความน่าเชื่อถือ

คนที่	T1	T2	T3	T4	T5	T6
1	√		√	√		√
2		√		√		√
3		√		√		√
4	√			√		√
5	√			√		√
6	√			√		√
7	√			√		√
8	√			√		√
9	√	√		√	√	√
10	√			√		√
11	√			√		√
12	√			√		√
13	√			√	√	√
14	√			√		√
15	√	√		√		√
16	√			√		√
17	√			√		√
18	√	√		√		√

ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

คนที่	T1	T2	T3	T4	T5	T6
รวม	16	5	1	18	2	18
ร้อยละ	88.89	27.78	5.56	100	11.11	100

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็น โดยสรุปได้ว่าในส่วนของความถูกต้องของการเรียกชำระเงิน ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 กล่าวว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีความถูกต้องของการเรียกชำระเงินทุกครั้ง ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 กล่าวว่าลูกค้าสามารถตรวจเช็คความถูกต้องผ่านบิลเงินสดได้ เนื่องจากมีการแจกแจงรายละเอียดการชำระเงิน ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 กล่าวว่าทางสนามควรมีการติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการผิดพลาดในการชำระเงิน ในส่วนของการบริการตามข้อตกลง เงิน ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่าทางสนามมีการบริการที่เป็นไปตามข้อตกลง ตามที่ได้มีการทำการตกลงกับลูกค้าไว้ และผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 กล่าวว่าบางครั้งลูกค้าได้รับบริการมากกว่าข้อตกลงที่ได้ทำการตกลงเอาไว้ ในส่วนของความน่าเชื่อถือของการบริการ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่า ลูกค้าได้รับบริการที่ดี และถูกต้องทุกครั้ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ จำนวนชั่วโมงในการเล่น ราคา และบริการพิเศษที่ทางสนามมอบให้ เช่นการแถมน้ำดื่มฟรี ซึ่งถือว่ามีบริการที่น่าเชื่อถือมาก และถูกต้องเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และตรงตามข้อหนดที่ทางสนามได้กำหนดไว้

ตารางที่ 4-6 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

คนที่	ด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้า	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
1	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	มีพนักงานสำหรับให้บริการพร้อมตลอดเวลา มีความช่วยเหลือสูง ดูแลลูกค้าดี มีความสนใจ และใส่ใจลูกค้าดี มีการสื่อสารตามข้อเร่งด่วนที่ดี และตรงตามข้อเร่งด่วนที่ ขอไป
2	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	บริการได้รวดเร็ว เป็นที่พึงพอใจอย่างมาก เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ หรือต้องการอะไร เพิ่มเติม ก็สามารถติดต่อกับพนักงานได้ มีการติดต่อกลับเมื่อถูกเรียกได้ดี มีการปฏิบัติตามข้อเร่งด่วนของลูกค้าได้ดี
3	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	มีการเตรียมอุปกรณ์การเล่นฟุตบอลก่อนที่ลูกค้าจะเข้ามา ใช้บริการ ทำให้ลูกค้าไม่เสียเวลาเมื่อมาถึงสนาม ในช่วงที่ มีการเปลี่ยนทีมเข้าเล่น พนักงานมีการเคลียร์สนาม เก็บ ขวดน้ำ และอุปกรณ์ที่ใช้แล้วได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ทีมที่ ใช้บริการต่อไม่ต้องรอนาน เมื่อมีการร้องขอเพิ่มเติม เช่น เสื้อทีมเพิ่ม ลูกฟุตบอลเพิ่ม พนักงานก็สามารถบริการให้ได้ตามที่ขอ มีการตอบสนองที่รวดเร็ว ทางสนามสามารถตอบสนองความต้องการเร่งด่วนของ ลูกค้าได้เป็นอย่างดี และทำได้อย่างรวดเร็ว

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

คนที่	ด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้า	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
4	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	รวดเร็ว เป็นที่น่าพึงพอใจ ช่วยเหลือทุกด้าน ไม่ว่าจะป็นด้านอุบัติเหตุ หรือด้านอื่น ๆ มีการสื่อสารที่รวดเร็ว และอ่อนน้อม สามารถทำได้ตามที่ร้องขอ
5	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	มีความคล่องตัวในเรื่องการบริการลูกค้าได้ดี เมื่อลูกค้า เรียกใช้บริการ ยินดีช่วยเหลือลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ ที่ลูกค้าให้ช่วย ตอบสนองลูกค้าดี เมื่อลูกค้ามีการสอบถามในเรื่องต่าง ๆ เมื่อลูกค้ามีธุระที่เร่งด่วน ไม่สามารถมาใช้บริการตามที่ จองไว้ได้พนักงานสามารถเข้าใจลูกค้าได้ดี และทำการ จัดการแก้ไขปัญหาได้ดี
6	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	มีความคล่องตัว และตอบสนองลูกค้าได้ดี ยินดีช่วยเหลือลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ตอบสนองต่อลูกค้าได้ดี การทำงานตามข้อเร่งด่วนของลูกค้าเป็นที่น่าพึงพอใจ
7	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	รวดเร็ว ทันใจดีมาก มีบริการส่งน้ำดื่มถึงในสนาม โดยลูกค้าไม่ต้องนำเข้าไป เอง รวดเร็ว ทันใจ ปฏิบัติตามข้อเร่งด่วนดีมาก บริการดี

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

คนที่	ด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้า	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
8	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	รวดเร็วทันใจ เพราะพนักงานมีการเตรียมการล่วงหน้า ช่วยเหลือลูกค้าเสมอ เวลาลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ ติดต่อกลับทันทีตอนเรียก เช่น เวลาขอสิ่งที่ต้องการ ก็จะได้รับทันที พนักงานจะจัดการให้โดยทันที เวลาลูกค้าต้องการอะไร
9	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	รวดเร็ว มีการเตรียมการก่อนลูกค้าลงสนาม พนักงานมีปฏิสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถสอบถาม ได้ทุกเรื่อง มีการติดต่อกลับทันที มีความกระตือรือร้น
10	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	บริการดี รวดเร็ว บริการดีช่วยเหลือลูกค้าได้ตามที่ลูกค้าต้องการ มีการติดต่อกลับที่ดี ปฏิบัติตามข้อเร่งด่วนได้ดี
11	1)การให้บริการที่รวดเร็ว 2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3)การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	บริการรวดเร็วตรงตามเวลา ให้บริการ และให้ความช่วยเหลือตามที่ร้องขอ บริการทันทีไม่ล่าช้า ปฏิบัติตามข้อเร่งด่วนได้อย่างรวดเร็ว ไม่ล่าช้า

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

คนที่	ด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้า	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
12	1) การให้บริการที่รวดเร็ว 2) การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3) การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4) การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	บริการรวดเร็ว รอไม่นาน ยินดีช่วยเหลือลูกค้าดี สามารถบอกข้อมูลต่าง ๆ ได้ครบถ้วนเมื่อสอบถาม สามารถแก้ไขปัญหาได้ตามสถานการณ์
13	1) การให้บริการที่รวดเร็ว 2) การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3) การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4) การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	ให้บริการรวดเร็วตรงตามเวลาเสมอ เวลาเล่นแล้วเกิดอุบัติเหตุเล็ก ๆ น้อย ๆ ทางสนามก็พร้อม ช่วยเหลืออย่างดี ได้รับการติดต่ออย่างรวดเร็ว ตามความต้องการของลูกค้า ทุกสิ่ง ได้รับการติดต่อกลับอย่างทันที เวลาต้องการเปลี่ยนบาง สิ่งบางอย่างเพิ่มเติม ไม่ว่าจะป็นอุปกรณ์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ
14	1) การให้บริการที่รวดเร็ว 2) การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3) การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4) การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	รวดเร็ว ทันใจดี ยินดีช่วยเหลือลูกค้าดีมาก มีการติดต่อกลับทันที เมื่อมีการถูกเรียก ปฏิบัติตามข้อเร่งด่วนทันที เมื่อมีการร้องขอของลูกค้า
15	1) การให้บริการที่รวดเร็ว 2) การยินดีช่วยเหลือลูกค้า 3) การติดต่อกลับเมื่อถูก เรียก 4) การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	บริการรวดเร็ว เตรียมสนามเร็ว และมีการเก็บสนามที่ รวดเร็ว ยินดีช่วยเหลือลูกค้าดีมาก เวลาขออะไรก็บริการอย่างเต็ม ใจ ติดต่อกลับทันที เวลาขอความช่วยเหลือ หรือเวลาต้องสิ่ง ใดเพิ่มเติม ปฏิบัติตามสิ่งที่ลูกค้าต้องการเร็วดี แม้จะเป็นการขอที่ เร่งด่วน

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

คนที่	ด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้า	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
16	1)การให้บริการที่รวดเร็ว	บริการดี รวดเร็วมาก เมื่อลูกค้ามาถึงสนามก็สามารถเข้าใช้บริการสนามได้เลย ไม่ต้องรอการจัดเตรียมสนาม เนื่องจากสนามมีการเตรียมล่วงหน้าแล้ว ซึ่งดีมาก ๆ
	2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า	มีบริการส่งน้ำดื่มถึงสนาม โดยลูกค้าไม่ต้องนำไปเอง บางทีเวลาซื้อของในร้านค้า พนักงานก็จะช่วยยกของ โดยลูกค้าไม่ต้องร้องขอ
	3)การติดต่อกลับเมื่อถูกเรียก	เวลาเรียกหาพนักงาน ก็จะมีการติดต่อกลับจากพนักงานทันที
	4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	พนักงานปฏิบัติตามข้อเร่งด่วนได้เป็นอย่างดี รวดเร็วทันใจ เวลาต้องการอะไรเพิ่มเติม หรือต้องการความช่วยเหลือ พนักงานก็จะให้บริการอย่างทันที
17	1)การให้บริการที่รวดเร็ว	รวดเร็วดีมาก มีการเตรียมตัวให้บริการที่ดี
	2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า	เวลาขอให้ช่วยอะไร เช่น ยกของ หรือสิ่งของเพิ่มเติม พนักงานก็จะช่วยเหลืออย่างดี
	3)การติดต่อกลับเมื่อถูกเรียก	เมื่อเรียกหาพนักงาน ก็จะมีการติดต่อกลับทันที
	4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	ปฏิบัติตามข้อเร่งด่วนดีมาก ๆ
18	1)การให้บริการที่รวดเร็ว	รวดเร็วดีมาก ลูกค้าไม่ต้องรอเวลามาใช้บริการ ทางสนามมีการจัดการการบริการที่ดี มีการจัดเตรียมการบริการล่วงหน้า
	2)การยินดีช่วยเหลือลูกค้า	พนักงานบริการดีมาก มีบริการส่งน้ำดื่มถึงสนาม และเก็บสนามหลังที่เล่นเสร็จ เพื่อทำความสะอาดให้ทีมถัดไปใช้บริการต่อ
	3)การติดต่อกลับเมื่อถูกเรียก	ติดต่อกลับอย่างรวดเร็ว และเต็มใจช่วยเหลือ
	4)การปฏิบัติตามข้อ เร่งด่วน	เวลามีการขอสิ่งใดเพิ่มเติม และต้องการด่วน พนักงานก็จะจัดการจัดหาให้ทันที พร้อมส่งตรงถึงมือลูกค้า

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsive) ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อเป็นรหัสในการถอดข้อมูล ดังนี้

RES1	หมายถึง	การบริการรวดเร็ว ตรงตามเวลา
RES2	หมายถึง	การจัดเตรียมอุปกรณ์ก่อนการใช้บริการ
RES3	หมายถึง	การยินดีช่วยเหลือลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
RES4	หมายถึง	การยินดีช่วยเหลือลูกค้านอกเหนือจากความต้องการของลูกค้า
RES5	หมายถึง	การตอบสนองรวดเร็ว
RES6	หมายถึง	ปฏิบัติงานตามข้อเร่งด่วนได้เป็นอย่างดี
RES7	หมายถึง	จัดการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้

ตารางที่ 4-7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

คนที่	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7
1	√		√		√	√	
2	√		√		√	√	
3	√	√	√		√	√	
4	√		√		√	√	
5	√		√		√		√
6	√		√		√	√	
7	√		√		√	√	√
8	√	√	√		√	√	
9	√	√	√	√	√	√	
10	√		√		√	√	
11	√		√		√	√	
12	√		√		√		√
13	√		√		√	√	
14	√		√		√	√	
15	√	√	√		√	√	
16	√		√	√	√	√	
17	√	√	√	√	√	√	

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

คนที่	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7
18	√	√	√	√	√	√	
รวม	18	6	18	4	18	16	2
ร้อยละ	100	33.33	100	22.22	100	88.89	11.11

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าโดยลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็น โดยสรุปได้ว่าผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับ มีการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ พร้อมต่อการให้บริการลูกค้า ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 กล่าวว่าทางสนามได้มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ และเตรียมสนามไว้ล่วงหน้าก่อนลูกค้าเข้าใช้บริการ ในส่วนของการยินดีช่วยเหลือลูกค้า ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่าพนักงานมีความยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้าด้วยความเต็มใจ เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ หรือเข้าช่วยเหลือทันทีโดยลูกค้าไม่ต้องแจ้งความช่วยเหลือประสงค์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ในส่วนของการติดต่อกลับเมื่อถูกเรียก ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่าพนักงานจะติดต่อกลับทันทีเมื่อมีการถูกเรียก ในส่วนของการปฏิบัติตามข้อเร่งด่วน ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 กล่าวว่าพนักงานปฏิบัติตามเวลามีค่าขอเร่งด่วนของลูกค้า พนักงานก็จะตอบรับ และให้บริการในสิ่งที่ลูกค้าต้องการโดยทันที และมีการจัดการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ดี เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น โดยผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

ตารางที่ 4-8 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจ

คนที่	ด้านความไว้วางใจ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
1	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน	ความรู้ และทักษะของพนักงานอยู่ในระดับที่ดี
	2)บุคลิกภาพของพนักงาน	บุคลิกภาพมีความเป็นกันเอง
	3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	เป็นที่รู้จักในเขตพานทอง
	4)ความสุภาพ	มีมารยาทสูง
2	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน	พนักงานมีความรู้ และทักษะที่ดี
	2)บุคลิกภาพของพนักงาน	บุคลิกภาพดี
	3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	มีชื่อเสียงมากในเขตพานทอง และเขตรอบข้าง
	4)ความสุภาพ	พนักงานมีความสุภาพดี
3	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน	เนื่องจากสนามฟุตบอลเปิดมานาน ทำให้พนักงานมีความรู้ และทักษะที่ดี ตอบสนองลูกค้าได้ดี
	2)บุคลิกภาพของพนักงาน	มีความกระตือรือร้น บริการลูกค้าด้วยความสุภาพ
	3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	เป็นที่รู้จักในบริเวณใกล้เคียง และในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร
	4)ความสุภาพ	มีความสุภาพในการให้บริการกับลูกค้า
4	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน	มีความชำนาญในหน้าที่เฉพาะทาง
	2)บุคลิกภาพของพนักงาน	พนักงานมีบุคลิกภาพดูดี น่าเชื่อถือ
	3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	มีชื่อเสียงในระดับหนึ่ง ในเขตพานทอง และพื้นที่ใกล้เคียง
	4)ความสุภาพ	พนักงานมีความสุภาพ อ่อนน้อม
5	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน	พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ และมีความคล่องตัวในการให้บริการเป็นอย่างดี
	2)บุคลิกภาพของพนักงาน	พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งตัวสุภาพเรียบร้อย

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

คนที่	ด้านความไว้วางใจ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
	3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	ผู้คนที่รู้จักเยอะ เนื่องจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีเจ้าของกิจการเป็นคนเดียวกับที่บริหาร โรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง ทำให้เป็นที่รู้จักในวงลูกค้าที่ทำงานอุตสาหกรรมเยอะ
6	4)ความสุภาพ	พนักงานมีความสุภาพ เรียบร้อยดี
	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน	พนักงานมีความสามารถ และมีการสื่อสารที่ดีต่อลูกค้า
	2)บุคลิกภาพของพนักงาน	
	3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	เป็นที่รู้จักกว้างขวาง
7	4)ความสุภาพ	พนักงานเรียบร้อย พูดยาไพเราะ
	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน	พนักงานมีความรู้ และทักษะดีเยี่ยม บริการดี
	2)บุคลิกภาพของพนักงาน	บุคลิกภาพสะอาด แต่งตัวสุภาพเรียบร้อย อัจฉริยะดี
	3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	มีชื่อเสียงที่ดี
8	4)ความสุภาพ	พนักงานเรียบร้อย
	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน	ความรู้ และทักษะอยู่ในระดับที่ดี เกิดข้อผิดพลาดน้อย
	2)บุคลิกภาพของพนักงาน	บุคลิกภาพสุภาพเรียบร้อย เป็นกันเอง
	3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	ค่อนข้างมีชื่อเสียงในระแวก พานทอง ทำให้น่าไว้วางใจ
9	4)ความสุภาพ	พนักงานสุภาพ เป็นกันเอง
	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน	พนักงานมีความสามารถ ความเชี่ยวชาญในด้านการบริการ
	2)บุคลิกภาพของพนักงาน	พนักงานมีบุคลิกภาพดี น่ารัก
	3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	ระแวก พานทอง ถือว่ามีชื่อเสียงพอสมควร เพราะเป็นสนามฟุตบอลที่มีขนาดใหญ่
	4)ความสุภาพ	พนักงานมีความสุภาพ พูดยาไพเราะน่าฟัง

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

คนที่	ด้านความไว้วางใจ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
10	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน 2)บุคลิกภาพของพนักงาน 3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ 4)ความสุภาพ	ความรู้และทักษะของพนักงานดีใช้ได้ บุคลิกภาพดี มีชื่อเสียงที่ไว้วางใจได้ พนักงานพูดจาดี เรียบร้อย
11	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน 2)บุคลิกภาพของพนักงาน 3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ 4)ความสุภาพ	พนักงานมีความรู้ และทักษะที่ดีใช้ได้ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง ชื่อเสียงดีระดับหนึ่งในเรื่องของการบริการ และสนามฟุตบอลสวย พนักงานสุภาพในการบริการ และพูดจาไพเราะ
12	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน 2)บุคลิกภาพของพนักงาน 3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ 4)ความสุภาพ	ความรู้และทักษะของพนักงานดีมาก พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี เรียบร้อย พูดจาสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สนามฟุตบอล ไคเซน ฟุตบอลคลับมีชื่อเสียงที่ดี มีความสุภาพดีเยี่ยม
13	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน 2)บุคลิกภาพของพนักงาน 3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ 4)ความสุภาพ	พนักงานมีความเชี่ยวชาญ และทักษะการบริการที่ดี บุคลิกภาพดี มีความอ่อนน้อม และเป็นกันเองกับลูกค้า เป็นที่รู้จักในย่านอำเภอพานทอง และบริเวณใกล้เคียง พนักงานมีความสุภาพมาก ๆ
14	1)ความรู้และทักษะของพนักงาน 2)บุคลิกภาพของพนักงาน 3)ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ 4)ความสุภาพ	ความรู้และของพนักงานดีมาก ให้บริการดีน่าประทับใจ บุคลิกภาพของพนักงานดี น่ารัก เรียบร้อย มีชื่อเสียงในเขตพานทอง และระแวกใกล้เคียง พนักงานมีความสุภาพดีมาก

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

คนที่	ด้านความไว้วางใจ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
15	1) ความรู้และทักษะของพนักงาน	พนักงานมีทักษะในการให้บริการดีมาก
	2) บุคลิกภาพของพนักงาน	บุคลิกภาพดี
	3) ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	เป็นสนามฟุตบอลที่มีชื่อเสียงดี น่าเชื่อถือ
	4) ความสุภาพ	พนักงานมีความสุภาพมาก ใจดี
16	1) ความรู้และทักษะของพนักงาน	พนักงานมีทักษะ และความรู้ในการบริการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
	2) บุคลิกภาพของพนักงาน	พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งตัวเรียบร้อย เหมาะสมกับการให้บริการ
	3) ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	ไคเซน เป็นสนามฟุตบอลที่มีชื่อเสียงที่ดีในพื้นที่อำเภอพานทอง และบริเวณใกล้เคียง เพราะมีขนาดสนามที่ใหญ่กว่าที่อื่น และบรรยากาศดี
	4) ความสุภาพ	พนักงานมีความสุภาพดีมาก
17	1) ความรู้และทักษะของพนักงาน	ความรู้และทักษะดี บริการดี
	2) บุคลิกภาพของพนักงาน	บุคลิกภาพดี เหมาะสมกับการให้บริการ
	3) ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	ชื่อเสียงดีในระดับหนึ่งในบริเวณอำเภอพานทอง เพราะใกล้เขตอุตสาหกรรม และสนามใหญ่
	4) ความสุภาพ	พนักงานพูดจาดี เป็นกันเอง
18	1) ความรู้และทักษะของพนักงาน	พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยไม่เคยเกิดข้อผิดพลาด แสดงให้เห็นถึงการมีความรู้และทักษะที่ดี
	2) บุคลิกภาพของพนักงาน	พนักงานมีบุคลิกภาพดี เหมาะสม แต่งกายสุภาพ
	3) ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ	เขตอำเภอพานทอง และพื้นที่ใกล้เคียง สนามนี้ค่อนข้างมีชื่อเสียง เนื่องจากขนาดสนามที่ใหญ่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี
	4) ความสุภาพ	พนักงานคุยง่าย เป็นกันเอง มีความสุภาพกับลูกค้า

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านความไว้วางใจ (Assurance) ผู้วิจัยได้ใช้
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อเป็นรหัสในการถอดข้อมูล ดังนี้

AS1	หมายถึง	พนักงานมีทักษะ และความรู้ในการบริการ
AS2	หมายถึง	พนักงานบุคลิกภาพดี แต่งกายเรียบร้อย
AS3	หมายถึง	ชื่อเสียงดีในเขตอำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี
AS4	หมายถึง	ชื่อเสียงดีในเขตพื้นที่ใกล้เคียง และเขตอุตสาหกรรมอมตะนคร
AS5	หมายถึง	ชื่อเสียงดีเรื่องการบริหาร และคุณภาพสนามฟุตบอล

ตารางที่ 4-9 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านความไว้วางใจ

คนที่	T1	T2	T3	T4	T5
1	√	√	√		
2	√	√	√	√	
3	√	√		√	
4	√	√	√	√	
5	√	√		√	
6	√	√	√	√	
7	√	√	√	√	
8	√	√			
9	√	√	√		√
10	√	√	√	√	
11	√	√			√
12	√	√	√	√	
13	√	√	√	√	
14	√	√	√	√	
15	√	√	√	√	
16	√	√	√	√	√
17	√	√	√	√	√
18	√	√	√	√	√

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

คนที่	T1	T2	T3	T4	T5
รวม	18	18	14	14	5
ร้อยละ	100	100	77.78	77.78	27.78

ลูกค้าที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจ โดยลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็น โดยสรุปได้ว่าผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีพนักงานที่มีความรู้ และทักษะในด้านการบริการที่ดี พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยไม่เกิดข้อผิดพลาด ในส่วนของบุคลิกภาพของพนักงาน พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย และเหมาะสมกับการให้บริการ ในส่วนของชื่อเสียงผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 กล่าวว่าสนามเป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียงในระดับหนึ่งในเขตพื้นที่อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี และเขตพื้นที่ใกล้เคียง และผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 กล่าวว่า มีสนามมีชื่อเสียงเนื่องจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เป็นสนามฟุตบอลที่มีขนาดสนามที่ใหญ่ และบริการดี

ตารางที่ 4-10 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ

คนที่	ด้านความเข้าใจ และ ความเห็นอกเห็นใจ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
1	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	รับฟัง และคอยช่วยแก้ปัญหาในข้อเรียกร้องได้ดี
	2)การติดต่อสื่อสาร	พนักงานมีความเข้าใจว่าลูกค้าต้องการอะไร
2	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	มีการรับฟังความต้องการของลูกค้าที่ดี
	2)การติดต่อสื่อสาร	การติดต่อสื่อสารดี

ตารางที่ 4-10 (ต่อ)

คนที่	ด้านความเข้าใจ และ ความเห็นอกเห็นใจ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
3	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า 2)การติดต่อสื่อสาร	มีการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงการบริการในครั้งถัดไป การติดต่อสื่อสารดี ติดต่อดีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ Facebook และ Line ทำให้ติดต่อได้ง่าย
4	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า 2)การติดต่อสื่อสาร	รับฟังความคิดเห็น ของลูกค้าทุกกรณี ติดต่อสื่อสารดี ตามที่ลูกค้าต้องการ
5	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า 2)การติดต่อสื่อสาร	รับฟังลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับสนามฟุตบอล เมื่อ ลูกค้ามีเรื่องที่จะนำเสนอ มีการติดต่อสื่อสารที่เข้าใจง่าย
6	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า 2)การติดต่อสื่อสาร	รับฟังเหตุ และผลของลูกค้า และนำมาแก้ไขปรับปรุง มีการติดต่อสื่อสารที่ดี และเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
7	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า 2)การติดต่อสื่อสาร	มีการรับฟังที่ดี มีเหตุมีผล มีการติดต่อสื่อสารที่ดี เข้าใจง่าย และรับโทรศัพท์ไว้มาก
8	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า 2)การติดต่อสื่อสาร	มีการรับฟังที่ดี เวลาเสนออะไรไป ก็นำไปแก้ไขและ ปรับปรุงเสมอ สนามฟุตบอลติดต่อกับ เวลาจองสนาม หรือเวลา สอบถามอะไร ทางสนามก็จะให้คำแนะนำ และคำตอบ ที่ดี
9	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า 2)การติดต่อสื่อสาร	รับฟังดี มีการปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้าใน ระดับหนึ่ง ติดต่อสื่อสารง่าย สามารถติดต่อผ่านโทรศัพท์ได้เลย

ตารางที่ 4-10 (ต่อ)

คนที่	ด้านความเข้าใจ และ ความเห็นอกเห็นใจ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
10	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	การรับฟังความต้องการของลูกค้าดีเยี่ยม
	2)การติดต่อสื่อสาร	สื่อสารดี เข้าใจลูกค้าได้ดี
11	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	มีการรับฟังในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
	2)การติดต่อสื่อสาร	ติดต่อสื่อสารดี เข้าใจง่าย นอกเหนือจากเบอร์โทรศัพท์ ก็สามารถติดต่อผ่าน Facebook และ Line ได้
12	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	มีการรับฟังความต้องการของลูกค้าดีมาก
	2)การติดต่อสื่อสาร	มีการติดต่อสื่อสารที่ดี และเข้าใจลูกค้า
13	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	คอยรับฟังข้อแนะนำ และความต้องการของลูกค้า และ ตอบสนองความต้องการนั้นอย่างรวดเร็ว
	2)การติดต่อสื่อสาร	มีการติดต่อสื่อสารที่ดีมาก ๆ เข้าใจว่าลูกค้าต้องการ หรือไม่ต้องการสิ่งใดเวลาลูกค้ามาใช้บริการที่สนาม
14	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	รับฟังดีมาก เวลาต้องการอะไร พนักงานก็จะรับฟัง และ ให้บริการอย่างเต็มที่
	2)การติดต่อสื่อสาร	รวดเร็วและเข้าใจง่าย
15	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	มีการรับฟังที่ดีมาก แสดงความคิดเห็นอะไรไป ก็ ได้รับการตอบรับที่ดี
	2)การติดต่อสื่อสาร	การติดต่อสื่อสารเข้าถึงง่าย และรวดเร็ว
16	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	พนักงานมีการสอบถามความพึงพอใจกับลูกค้า และรับ ฟังเมื่อลูกค้าแสดงความคิดเห็น จากนั้นก็นำไปพัฒนา และปรับปรุง
	2)การติดต่อสื่อสาร	ติดต่อสื่อสารง่าย สะดวกและรวดเร็ว

ตารางที่ 4-10 (ต่อ)

คนที่	ด้านความเข้าใจ และ ความเห็นอกเห็นใจ	ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
17	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	มีการรับฟังที่ดี และเข้าอกเข้าใจความต้องการของลูกค้า
	2)การติดต่อสื่อสาร	ติดต่อง่าย มีการตอบรับที่ดี
18	1)การรับฟังความต้องการ ของลูกค้า	มีการรับฟังที่ดี เมื่อมีการแสดงความคิดเห็น หรือว่าร้อง ขออะไร ก็จะมีการรับฟัง และเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าสื่อสาร ได้เป็นอย่างดี
	2)การติดต่อสื่อสาร	ติดต่อสื่อสารสะดวก และมีการตอบกลับที่รวดเร็วทันใจ ช่องทางการติดต่อหลากหลาย

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อเป็นรหัสในการถอดข้อมูล ดังนี้

EM1	หมายถึง	รับฟังความต้องการ และความคิดเห็นของลูกค้า
EM2	หมายถึง	ปรับปรุงแก้ไขบริการตามความคิดเห็นของลูกค้า
EM3	หมายถึง	การติดต่อสื่อสารดี และรวดเร็ว
EM4	หมายถึง	ช่องทางการติดต่อหลากหลาย

ตารางที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ

คนที่	T1	T2	T3	T4
1	√	√	√	
2	√		√	
3	√	√		√
4	√		√	
5	√	√	√	
6	√		√	
7	√		√	
8	√	√	√	
9	√	√		√
10	√		√	
11	√			√
12	√		√	
13	√		√	
14	√		√	
15	√		√	√
16	√		√	
17	√		√	
18	√		√	√
รวม	18	5	15	5
ร้อยละ	100	27.78	83.33	27.78

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ โดยลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็น โดยสรุปได้ว่าผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีการรับฟังความต้องการของลูกค้าที่ดี เมื่อมีการแสดงความคิดเห็น หรือมีการสอบถามข้อมูลจากลูกค้า ทางสนามก็

จะรับฟังด้วยความเต็มใจ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 กล่าวว่า หากมีข้อคิดเห็นจากลูกค้า ทางสนามก็จะนำสิ่งที่ลูกค้าแสดงความคิดเห็นไปพัฒนา และปรับปรุงสนามให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ในส่วนของการติดต่อสื่อสาร ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 กล่าวว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีการตอบรับที่รวดเร็ว พนักงานเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าสื่อสารได้เป็นอย่างดี และ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 กล่าวว่าทางสนามติดต่อได้ง่ายได้หลากหลายช่องทาง เช่น เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ Line และFacebook

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน ผลกระทบเชิงบวก (โอกาส) และผลกระทบเชิงลบ (อุปสรรค) ของคุณภาพการบริการของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นลูกค้าของทางสนามฟุตบอลจำนวน 18 คน โดยมีผลวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ดังนี้

ตารางที่ 4-12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

คนที่	ความคิดเห็น
1	สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ร้านค้า และสระว่ายน้ำ
2	1.ขนาดสนามฟุตบอลที่ให้บริการ มีขนาดใหญ่กว่าที่อื่น 2.มีระบบสะสมชั่วโมงสมาชิก เพื่อแลกชั่วโมงเล่นฟรี 3.บริการถุงมือฟรี เสื้อทีมฟรี และน้ำดื่มฟรี 1 แพค ต่อ 1 ชั่วโมง
3	1.จำนวนสนามฟุตบอลมีบริการมากถึง 3 สนาม 2.สิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และครบครัน เช่น ที่จอดรถ ร้านค้า พื้นที่นั่งรอ

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

คนที่	ความคิดเห็น
3	3.บริการแถมน้ำดื่มฟรี 4.มีระบบสะสมชั่วโมงสมาชิก เพื่อแลกชั่วโมงเล่นฟรี
4	1.สนามฟุตบอลที่ให้บริการมีขนาดใหญ่ และบรรยากาศดี 2.มีระบบสะสมชั่วโมงสมาชิก เพื่อแลกชั่วโมงเล่นฟรี 3.มีโปรแกรมสำหรับสมาชิกสนามฟุตบอล เช่น ตะเาะ 10 ครั้ง แคมฟรี 1 ชั่วโมง และตะเาะ 1 ชั่วโมงขึ้นไป ลดราคา 10% สำหรับลูกค้าทั่วไป และลูกค้าที่เป็นสมาชิก
5	1.บรรยากาศสนามฟุตบอลดี ไม่แออัด 2.สนามฟุตบอลมีพื้นที่บริการขนาดใหญ่ รองรับลูกค้าได้เยอะ 3.ทำเลใกล้ศูนย์รวมอุตสาหกรรมอมตะนคร
6	1.บริการดีมาก 2.อุปกรณ์มีคุณภาพ ทันสมัย 3.มีการบำรุงรักษาสนามฟุตบอลที่ดี
7	อุปกรณ์ที่ให้บริการมีคุณภาพที่ดีมาก
8	1.จัดกิจกรรมเยอะ เช่น กิจกรรมช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ และกิจกรรมแข่งฟุตบอลประจำปี งานเลี้ยงประจำปี 2.บรรยากาศสนามที่ให้บริการดี ไม่ทึบ หรือแออัด 3.อุปกรณ์ที่ให้บริการมีครบครัน ไม่ต้องนำมาเอง 4.มีระบบสะสมชั่วโมงสมาชิก เพื่อและสิทธิประโยชน์ในนามสมาชิก 5.เปิดเพลงเพราะ
9	1.ขนาดสนามฟุตบอลที่ให้บริการใหญ่กว่าสนามฟุตบอลที่อื่น 2.ที่จอดรถกว้างขวาง รองรับรถได้หลายคัน 3.บรรยากาศสนามดี 4.มีสระว่ายน้ำให้บริการ
10	1.ดูแลลูกค้า และบริการดี 2.มีการจัดกิจกรรมเฉพาะกลุ่มลูกค้าสมาชิกเป็นประจำ

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

คนที่	ความคิดเห็น
10	3.มีสนามให้บริการถึง 3 สนาม 4.มีสระว่ายน้ำให้บริการ
11	1.สนามฟุตบอลที่ให้บริการมีขนาดใหญ่กว่าที่อื่น 2.พนักงานบริการดี 3.บริการแถมน้ำดื่มฟรี
12	พื้นที่มีขนาดกว้างขวาง
13	1.พนักงานบริการดีเยี่ยม 2.ขนาดสนามฟุตบอลใหญ่กว่าสนามฟุตบอลอื่น 3.พื้นที่ให้บริการมีบรรยากาศที่ดี 4.มีระบบสะสมชั่วโมงสมาชิก เพื่อแลกสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิก เช่น การเล่นเกมฟุตบอลฟรี 1 ชั่วโมง 5.กิจกรรมงานเลี้ยงประจำปี สำหรับสมาชิก และลูกค้าประจำ ซึ่งในงานฟรีทุกอย่าง เช่น ดนตรี อาหาร-เครื่องดื่ม
14	ขนาดสนามฟุตบอลใหญ่กว่าสนามฟุตบอลอื่นในบริเวณใกล้เคียง และมีบรรยากาศสนามที่ดีมาก
15	1.มีระบบสะสมชั่วโมงสมาชิก เพื่อแลกสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิก 2.แถมน้ำดื่มฟรี ต่อชั่วโมง
16	1.พื้นที่ให้บริการกว้าง รองรับลูกค้าได้จำนวนมาก 2.มีระบบสะสมชั่วโมงสมาชิก เพื่อแลกสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิก 3.สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ร้านค้า สระว่ายน้ำ ที่จอดรถ 4.กิจกรรมสำหรับสมาชิก เช่น งานเลี้ยงประจำปี 5.บริการดีเยี่ยม เป็นกันเอง
17	1.บรรยากาศสนามดีมาก 2.มีระบบสะสมชั่วโมงสมาชิก เพื่อแลกสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิก 3.สนามฟุตบอลมีขนาดใหญ่
18	1.พนักงานบริการดี เป็นกันเอง 2.สนามฟุตบอลที่ให้บริการมีขนาดใหญ่กว่าสนามฟุตบอลอื่น 3.บรรยากาศดี สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน 4.บริการอุปกรณ์ฟรี เช่น ถุงมือฟุตบอล และเสื้อทีม 5.จัดกิจกรรมงานเลี้ยงประจำปี

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เกี่ยวกับจุดเด่นของการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้ จุดเด่นของการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ คือขนาดสนามฟุตบอลที่ให้บริการมีขนาดที่กว้าง และใหญ่กว่าสนามฟุตบอลอื่นที่อยู่ในเขตพื้นที่ใกล้เคียงกัน ทั้งขนาดของสนามที่ใช้ในการเล่น และบริเวณพื้นที่โดยรอบที่มีสภาพแวดล้อมบรรยากาศที่ดี พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกบริการครบครัน เช่น พื้นที่จอดรถที่กว้างขวาง ร้านค้า ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และสระว่ายน้ำมาตรฐานให้บริการ อีกทั้งทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ยังมีจุดเด่นที่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสนใจเป็นอย่างมากคือ ระบบการสะสมชั่วโมงของสมาชิก เพื่อใช้ในการแลกสิทธิประโยชน์พิเศษของลูกค้าสมาชิก เช่น เล่นฟุตบอลจำนวน 10 ครั้ง แลกฟรี 1 ชั่วโมง และการมีสิทธิเข้าร่วมงานเลี้ยงประจำปีของทางสนาม นอกจากนี้ระบบสมาชิกแล้วยังมีโปรโมชั่นที่แตกต่างจากสนามฟุตบอลอื่น ๆ ที่ลูกค้าให้ความสนใจ เช่น เล่นฟุตบอล 1 ชั่วโมงขึ้นไปลดราคา 10% การแถมน้ำดื่มฟรี 1 แพค ต่อชั่วโมงการเล่น และการให้บริการอุปกรณ์ เช่น ถุงมือฟุตบอล และเสื้อแบ่งทีม ฟรี

ตารางที่ 4-13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนการบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

คนที่	ความคิดเห็น
1	1.ราคาชั่วโมงแพงกว่าคู่แข่ง 2.เก้าอี้ที่นั่งให้บริการค่อนข้างเก่า และเกิดการชำรุด
2	1.ราคาค่อนข้างแพงกว่าสนามฟุตบอลอื่น 2.ป้ายบอกทางเข้าสนามไม่ชัดเจน 3.การโฆษณา และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสนามน้อย
3	1.ทำเลอยู่ในซอยที่ค่อนข้างลึก 2.ป้ายบอกทางเข้าสนามฟุตบอลไม่ชัดเจน
4	1.ทำเล ค่อนข้างลึกจากถนนใหญ่ 2.จำนวนพนักงานที่ให้บริการน้อย
5	ทำเลที่ตั้ง ไม่ได้อยู่บริเวณที่มีคนอยู่อาศัยเยอะ

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

คนที่	ความคิดเห็น
6	จัดกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอลน้อย
7	มีรายการการแข่งขันที่น้อยกว่าสนามอื่น
8	1.สนามฟุตบอลไม่ติดถนนหลัก 2.การโฆษณาน้อย
9	มีสนามที่มีหลังคาคลุมเพียงสนามเดียว
10	1.ราคาแพงกว่าสนามฟุตบอลอื่น 2.เก้าอี้นั่งค่อนข้างเก่า
11	บริเวณลานจอดรถมีพื้นผิวที่ค่อนข้างขรุขระ
12	สนามฟุตบอลอยู่ห่างถนนใหญ่ เข้าซอยลึก
13	1.จัดรายการแข่งขันน้อย 2.โปรโมทสนามฟุตบอลน้อย
14	ทำเลที่ตั้งอยู่ห่างจากถนนหลัก
15	จัดการแข่งขันฟุตบอลน้อย
16	1.ราคาสนามฟุตบอลแพงกว่าสนามคู่แข่ง 2.สนามฟุตบอลอยู่ห่างจากถนนหลัก
17	จัดการแข่งขันฟุตบอลน้อยกว่าสนามฟุตบอลอื่น
18	1.ทำเลอยู่ห่างจากถนนหลัก เข้าซอยลึก 2.ราคาชั่วโมงแพงกว่าสนามฟุตบอลอื่น 3.มีรายการแข่งขันฟุตบอลจัดน้อย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เกี่ยวกับจุดอ่อนการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีการบริการที่เป็นจุดอ่อน คือมีราคาชั่วโมงการให้บริการที่สูงกว่าสนามฟุตบอลอื่น ๆ ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง โดยสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีราคาการให้บริการ 700 – 1,000 บาทต่อชั่วโมง ในขณะที่สนามฟุตบอลโดยรอบมีราคาการให้บริการที่ต่ำกว่า ในส่วนของทำเลที่ตั้ง

ของสนามฟุตบอลก็ไม่ได้ยึดติดกับถนนหลักที่ใช้เดินทาง อีกทั้งสนามฟุตบอล ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสนามน้อย และไม่ค่อยมีการจัดรายการแข่งขัน ฟุตบอลเป็นประจำเหมือนสนามอื่น ๆ ในส่วนของวัสดุอุปกรณ์ที่ให้บริการบางส่วนก็เกิดการชำรุด และมีสภาพค่อนข้างเก่า เช่น โต้ะ เก้าอี้ ในส่วนของพนักงานที่ให้บริการก็มีจำนวนพนักงานที่น้อยเกินไป

ตารางที่ 4-14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเชิงบวก (โอกาส) ของการบริการของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

คนที่	ความคิดเห็น
1	1.สถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ดีขึ้น 2.เศรษฐกิจในประเทศไทยดีขึ้น 3.สนามฟุตบอลให้บริการในการจัดเลี้ยง เช่น กีฬาสี
2	รัฐบาลสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้
3	แนวโน้มราคาค่าบริการสนามฟุตบอลถูกลง
4	1.กระแสกีฬาฟุตบอลได้รับความนิยมมากขึ้น 2.การควบคุมโรคโควิด-19 ในจังหวัดชลบุรีดีขึ้น
5	เขตพื้นที่บริเวณสนามฟุตบอลเกิดการพัฒนา เช่น ร้านค้า ตลาด เป็นต้น
6	ราคาค่าบริการของกลุ่มแข่งขัน
7	การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ลดน้อยลง หรือหมดไป
8	สถานการณ์โรคโควิด-19 ในพื้นที่จังหวัดชลบุรีดีขึ้น
9	1.เทรนกีฬาฟุตบอลเป็นที่นิยม 2.การแพร่ระบาดของโรคระบาดโควิด-19 อยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้น
10	สถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 อยู่ในสถานะที่ดีขึ้น
11	1.คู่แข่งทางการค้าลดน้อยลง หรือปิดกิจการ 2.เทคโนโลยีมาความก้าวหน้า และพัฒนามากขึ้น
12	1.กีฬาฟุตบอลในจังหวัดชลบุรีเป็นที่นิยม 2.สถานการณ์โรคโควิด-19 อยู่ในสภาวะปกติ
13	สนามฟุตบอลให้บริการด้านการจัดเลี้ยง เช่น จัดเลี้ยงบริษัท กีฬาสี

ตารางที่ 4-14 (ต่อ)

คนที่	ความคิดเห็น
14	1.เศรษฐกิจในประเทศไทยดีขึ้น 2.การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ลดลง
15	สถานการณ์โรคโควิด-19 ในพื้นที่จังหวัดชลบุรีดีขึ้น
16	1.รัฐบาลมีมาตรการการควบคุม และรักษาโรคโควิด-19 ที่ดีขึ้น 2.ราคาการให้บริการของสนามฟุตบอลมีแนวโน้มถูกลง
17	โรคโควิด-19 ระบาดลดลง หรือหมดไป
18	1.เศรษฐกิจในประเทศอยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้น 2.รัฐบาลสามารถควบคุมสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ได้ 3.อัตราการค่าเช่าสนามฟุตบอลถูกลง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเชิงบวก (โอกาส) ของการบริการของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริการลูกค้า คือการที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่ และในประเทศไทยมีเกณฑ์ที่ดีขึ้น สามารถควบคุมได้ และเศรษฐกิจในประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้น จะส่งผลให้การบริการเป็นปกติ โดยไม่กังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส และมีกำลังในการเข้าใช้บริการ นอกเหนือจากนั้นคืออัตราการให้บริการสนามฟุตบอลอื่นๆ มีราคาการให้บริการที่สูงขึ้น

ตารางที่ 4-15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเชิงลบ (อุปสรรค) ของการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

คนที่	ความคิดเห็น
1	1.กระแสกีฬาฟุตบอลไม่เป็นที่นิยม 2.เศรษฐกิจในประเทศตกต่ำลง 3.การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไม่สามารถควบคุมได้

ตารางที่ 4-15 (ต่อ)

คนที่	ความคิดเห็น
2	การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีแนวโน้มที่สูงขึ้น เกินการควบคุม
3	1.แนวโน้มราคาการให้บริการสนามฟุตบอลสูงขึ้น 2.เกิดสภาพอากาศฝนตก
4	1.สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีแนวโน้มที่สูงขึ้น 2.การประกาศล็อกดาวน์พื้นที่ของรัฐบาล
5	คู่แข่งบริเวณโดยรอบของสนามฟุตบอลมีการจัดกิจกรรมการแข่งขันที่มากกว่า
6	คู่แข่งทางการค้ามีมากขึ้น และให้บริการที่ราคาต่ำกว่า
7	สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีแนวโน้มที่สูงขึ้น
8	เกิดสภาพอากาศฝนตก
9	1.เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่หนักขึ้น 2.เกิดกระแสการเล่นกีฬาประเภทอื่น เช่น แบดมินตัน
10	สถานการณ์โรคโควิด-19 มีแนวโน้มสูงขึ้น
11	1.สถานการณ์โรคโควิด-19 มีแนวโน้มสูงขึ้น 2.เกิดสภาพอากาศฝนตก
12	สถานการณ์โรคโควิด-19 ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี มีแนวโน้มสูงขึ้น
13	คู่แข่งทางการค้ามีการบริการที่แตกต่าง
14	1.เศรษฐกิจในประเทศตกต่ำลง 2.รัฐบาล ไม่สามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้
15	การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี มีแนวโน้มที่สูงขึ้น
16	1.สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีแนวโน้มที่สูงขึ้น 2.เกิดสภาพอากาศฝนตก
17	สถานการณ์โรคโควิด-19 มีแนวโน้มสูงขึ้น
18	1.เศรษฐกิจในประเทศถดถอย 2.รัฐบาล ไม่สามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ 3.เกิดสภาพอากาศฝนตก 4.กระแสกีฬาฟุตบอลไม่เป็นที่นิยมจากแต่ก่อน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน คือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเชิงลบ (อุปสรรค) ของ การบริการของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้ ปัจจัยที่มี ผลกระทบเชิงลบที่ส่งผลต่อการบริการของลูกค้า คือสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มี แนวโน้มที่สูงขึ้น จนไม่สามารถควบคุมได้ และการที่เศรษฐกิจถดถอยลง จะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อ การเข้าให้บริการลูกค้า เนื่องจากด้วยสถานการณ์ของการแพร่ระบาด โควิด-19 ทำให้ทางสนาม ฟุตบอลต้องมีมาตรการการป้องกันโดยจำกัดการเข้าใช้บริการของลูกค้า และด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ ถดถอยลง อาจจะทำให้ความสามารถในการให้บริการมีคุณภาพที่ต่ำลง นอกเหนือจากนี้ก็เป็นใน ส่วนของสภาพอากาศที่เกิดฝนตก จะส่งผลให้ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าใช้บริการได้ เนื่องจาก สนามที่ให้บริการส่วนใหญ่เป็นสนามกลางแจ้ง อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของกลุ่มคู่แข่ง รวมถึงการที่คู่แข่งมี ราคาการให้บริการที่ต่ำกว่า ก็เป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไค เซน ฟุตบอล คลับ

จากการวิเคราะห์ SWOT analysis การบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ สามารถนำข้อมูลที่ได้มากทำสรุปเป็นแผนภูมิภาพ ได้ดังนี้



ภาพที่ 4-1 แผนภูมิภาพแสดงผลการวิเคราะห์ SWOT analysis การบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

3. การวิเคราะห์ Five Force Model การบริหารด้านการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

การวิเคราะห์ Five force model การบริหารด้านการให้บริการของธุรกิจ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ คือการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมในการบริหาร การบริการของธุรกิจ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจ โดยการวิเคราะห์แรงกระทบทั้ง 5 จะช่วยให้เข้าใจถึงโครงสร้างแนวโน้มหลัก และแรงกระทำต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ และช่วยให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและคู่แข่ง เห็นภาพแนวโน้มและภัยคุกคามในอุตสาหกรรม โดยจากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ โดยการทำการสัมภาษณ์เชิงลึกลูกค้าผู้ใช้บริการรวม 18 ท่าน สามารถนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ Five force model การบริหารด้านการให้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ได้ดังนี้

3.1 ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่

3.1.1 คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาทำธุรกิจ ได้ยากพอสมควร เนื่องจากธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง และใช้ระยะเวลาในการคืนทุน และในขณะเดียวกันคู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย เพราะเป็นธุรกิจที่เปิดเผยม สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ทั้งรูปแบบสนามและการบริการ โดยข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่ต่อการบริหารด้านการให้บริการของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีการบริหารจัดการการบริการที่มีประสิทธิภาพกว่าผู้ประกอบการรายใหม่จึงทำให้ไม่ค่อยมีผลกระทบมากนัก และมีการป้องกันการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่โดยการสร้างความแตกต่างของรูปแบบการให้บริการ ให้มีความโดดเด่นจนเลียนแบบได้ยาก และนอกเหนือจากนั้นยังมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งในส่วนนี้ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและหันมาใช้บริการกับธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

3.2 ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูง เนื่องจากจังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดที่กีฬาฟุตบอล เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยม และความสนใจของผู้คนเป็นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าเปิดบริการเป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า แต่ละสนามฟุตบอลหญ้าเทียมจะมีบริการหลักที่ไม่แตกต่างกัน จึงจะแข่งขันกันที่ทำเลที่ตั้ง การบริการเสริม และราคาค่าบริการ โดยความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม จึงส่งผลต่อการบริหารด้านการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับค่อนข้างมาก ที่จะต้องวางแผนกลยุทธ์ การให้บริการที่แข็งแกร่ง เพื่อลดความเสี่ยงและเสริมสร้างให้ธุรกิจแข็งแรง

3.3 ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน ส่งผลต่อการบริหารด้านการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ไม่มากนัก เพราะส่วนใหญ่ในเขตพื้นที่เดียวกัน หรือบริเวณใกล้เคียงจะมีบ้างที่เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกลางแจ้งที่เป็นในลักษณะของสนามฟุตบอลพื้นยาง หรือพื้นปูน แต่ก็ไม่สามารถทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้ทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ในแต่ละด้านอยู่เสมอ เพื่อให้ธุรกิจมีเอกลักษณ์และคุณค่า น่าสนใจกว่าสินค้าทดแทน

3.4 อำนาจต่อรองของลูกค้า

อำนาจต่อรองของลูกค้า ส่งผลต่อการบริหารด้านการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจไม่มากนัก เนื่องจากลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับบริการที่ได้มาตรฐาน เพื่อแลกกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการเข้ามาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นบรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพของสนาม และบริการเสริมต่าง ๆ ซึ่งลูกค้าจะสอบถามข้อมูล และใช้เวลาในการตัดสินใจ เพื่อเปรียบเทียบในเรื่องของ ราคา การบริการต่าง ๆ และทำเลที่ตั้งก่อนการเข้าใช้บริการ ทั้งนี้ทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ จากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ข้อมูล จะเห็นได้ว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีราคาการให้บริการที่สูงกว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแห่งอื่นในบริเวณใกล้เคียง ทางสนามสนามจึงเน้นการบริหารด้านการบริการมากกว่าด้านราคา เช่น รูปแบบการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก กิจกรรมส่งเสริมการค้า เพื่อสร้างคุณภาพ และเอกลักษณ์การให้บริการ โดยไม่ต้องลดราคาค่าบริการลง

3.5 อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ไม่มีแรงกดดันในการบริหารด้านการให้บริการจากปัจจัยด้านนี้ เนื่องจาก ผู้จำหน่ายวัตถุดิบเกี่ยวกับธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีจำนวนมากราย และมีราคาที่ตรงตามมาตรฐาน ทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ได้เลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ดี และมีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ซื่อขายในราคากลาง และซื้อจากแหล่งซื้อขายวัสดุ อุปกรณ์เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลโดยเฉพาะ เพื่อนำมาใช้ในการให้บริการลูกค้า

ตารางที่ 4-16 สรุปการวิเคราะห์ Five force model การบริหารด้านการให้บริการของ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

แรงผลักดันจากการแข่งขันของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
1.ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่		√	
2.ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม	√		
3.ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน			√
4.อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ		√	
5.อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ			√

ส่วนที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

การกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) และสภาพการแข่งขัน (Five force model) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกลูกค้าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ รวม 18 ท่าน และการศึกษากลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ สามารถนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ เพื่อ

กำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ โดยผู้วิจัยได้กำหนดการบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ และกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ ได้ดังนี้

การบริการที่เป็นเลิศ

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพ คืองานบริการที่สามารถจับต้องได้ หรือมีลักษณะปรากฏให้เห็น เช่น อาคาร สถานที่ บุคคล วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน ทำเลที่ตั้งสภาพแวดล้อม การแต่งกายของพนักงาน ความสะอาดและความเป็นระเบียบ ลักษณะดังกล่าวนี้จะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ และสัมผัสได้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ โดยได้กำหนดกลยุทธ์เป็นดังนี้

1.1 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของสนามฟุตบอล คือการสร้างความแตกต่างของสนามฟุตบอลให้มีความสวยงาม สะอาด ปรับพื้นที่สนามฟุตบอลให้มีความเรียบ เพื่อคุณภาพการเล่นฟุตบอลของลูกค้าในการเลี้ยงลูกบอล และรับส่งลูกบอล และปรับปรุงสนาม พร้อมทั้งรักษาสนามให้อยู่ในเกณฑ์ตรงตามมาตรฐานตลอด

1.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของการบริการ คือการสร้างความแตกต่างด้านเวลาในการเปิดปิดสนาม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า มีบริการจองสนามฟุตบอลล่วงหน้าผ่านหลายช่องทาง เช่น เบอร์โทรศัพท์ และช่องทางอินเทอร์เน็ต ในส่วนของพนักงานที่ให้บริการต้องมีความเชี่ยวชาญ และมีใจรักในการบริการ (Service mind) คอยให้บริการ โดยสามารถรับผิดชอบงานตามหน้าที่ และสามารถทำงานได้นอกเหนือจากหน้าที่ที่รับผิดชอบได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

1.3 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของสิ่งอำนวยความสะดวก คือการสร้างความแตกต่างของสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการใช้บริการ ตั้งแต่ที่จอดรถต้องมีพื้นที่เพียงพอต่อจำนวนรถของลูกค้า และมีที่จอดรถสำหรับรถจักรยานยนต์ และรถยนต์ ห้องน้ำ และห้องอาบน้ำ ต้องมีจำนวนเพียงพอสำหรับการให้บริการ ในส่วนของร้านค้าต้องมีสินค้าวางจำหน่ายเพียงพอ และตรงต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้สิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่าง ต้องสะอาด และตกแต่งสวยงาม สะดวกต่อการใช้งาน โดยมีการจัดพนักงานในการดูแลความเรียบร้อย

และรักษาความสะอาดตลอดเวลา เพื่อความพร้อมในการให้บริการ และความสะอาดสบายต่อการใช้บริการของลูกค้า

2. ด้านความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ คือการให้บริการอย่างมีคุณภาพ โดยบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าทุกครั้ง นั้น ต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม แม่นยำ และมีความสม่ำเสมอ ตรงตามเวลาที่ตกลงไว้กับลูกค้า โดยการบริการ ต้องมีความโปร่งใส โดยการ แจ้งข้อมูลที่ต้องตรงไปตรงมาให้ลูกค้าทราบถึงรูปแบบ ของสินค้าและบริการ โดยได้กำหนดกลยุทธ์เป็นดังนี้

2.1 การซื่อสัตย์ต่อลูกค้า คือการให้บริการตรงตามข้อตกลงที่ทางสนามฟุตบอลได้กำหนดไว้ โดยทำการแจ้งข้อมูลที่ต้องตรงไปตรงมา ให้ลูกค้าได้ทราบถึงสินค้าและบริการ เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจมีความจริงใจ และตรงไปตรงมา ทั้งในเรื่องของราคา และรูปแบบการให้บริการ

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

การตอบสนองต่อลูกค้า คือความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการลูกค้าอย่างทันท่วงที โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้ลูกค้าต้องรอนาน รวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้นที่จะให้ความช่วยเหลือ มองเห็นลูกค้า คอยสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย โดยได้กำหนดกลยุทธ์เป็นดังนี้

3.1 ความพร้อมในการให้บริการ โดยมีการวางแผนการปฏิบัติงานในแต่ละวัน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการให้บริการ จัดทำตารางการจองของลูกค้า และจัดเตรียมสนามฟุตบอล พร้อมทั้งอุปกรณ์การให้บริการล่วงหน้าก่อนลูกค้าเข้าใช้บริการ

3.2 การยินดีช่วยเหลือลูกค้า คือการปฏิบัติตามความต้องการของลูกค้า และนอกเหนือจากความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เช่น การบริการส่งน้ำดื่ม การบริการอุปกรณ์ปฐมพยาบาล เบื้องต้น ในกรณีที่มีคำขอเร่งด่วน หรือเกิดปัญหาขึ้น พนักงานต้องสามารถปฏิบัติตามข้อเร่งด่วน และแก้ไขปัญหานั้นเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี โดยต้องอยู่ในกฎระเบียบที่ทางสนามได้กำหนดไว้ หลังจากนั้นทำการแจ้งหัวหน้าเพื่อรายงานสิ่งที่เกิดขึ้น

3.4 กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) คือการเก็บค่าเช่าสนามฟุตบอลให้ถูกลงจากเดิม จัดราคาพิเศษสำหรับช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และหากลูกค้าเล่น

มากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป ชั่วโมงถัดไปลดทันที 10% พร้อมทั้งแถมน้ำดื่มฟรี 1 แพนค ต่อชั่วโมง และให้บริการเสื้อทีม ถุงมือฟรี นอกเหนือจากนั้นกลุ่มลูกค้าสมาชิกสามารถลงสะสมชั่วโมงการเล่นเพื่อ แลกรับสิทธิพิเศษ เช่น เล่นครบ 10 ครั้ง แกรมฟรี 1 ครั้ง และสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมงานเลี้ยงประจำปี ซึ่งจะมีการจัดเป็นประจำทุกปีเพื่อคืนกำไรสู่ลูกค้า

4.ด้านความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ คือ การบริการจากพนักงานที่มี ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมี ทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้า เกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่า ลูกค้าได้รับบริการที่ดี และการมีชื่อเสียงที่ดี ของธุรกิจ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ โดยได้กำหนดกลยุทธ์เป็นดังนี้

4.1 การฝึกอบรมพนักงาน คือการจัดการฝึกอบรมพนักงานก่อนการให้บริการในเรื่อง ทักษะกีฬาฟุตบอลเบื้องต้น ทักษะการบริการ และบุคลิกภาพ การแต่งกายในการให้บริการ รวมถึง อบรมเกี่ยวกับกฎระเบียบ และข้อกำหนดต่าง ๆ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เพื่อให้พนักงานมีทักษะ และความรู้ก่อนการให้บริการลูกค้า

4.2 การสร้างชื่อเสียงธุรกิจ คือการพัฒนาคุณภาพของสนามฟุตบอล และการบริการ ให้ แตกต่างจนลูกค้าเกิดความประทับใจ รวมถึงการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สนามฟุตบอลหญ้า เทียม ไคเซน คลับ ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ช่องทางเพจFacebook และสื่อออฟไลน์ เช่น ป้าย โฆษณา เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และเกิดการบอกต่อ

5.ด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ

ความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ คือการให้ความสนใจและดูแลเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ด้วย ความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเอง คอยแจ้งข้อมูลข่าวสาร ต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความ ต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบาง เรื่อง ใช้เป็นแนวทางการ ให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ โดยได้กำหนดกลยุทธ์เป็นดังนี้

5.1 การรับฟังความต้องการของลูกค้า โดยการจัดทำแบบสอบถามในทุกเดือน หรือทุก 3 เพื่อสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า จากนั้นนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนว ทางการปรับปรุงแก้ไข ตามความคิดเห็นของลูกค้า

5.2 การติดต่อสื่อสาร คือการเพิ่มช่องทางการติดต่อให้หลากหลาย ให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย เช่น เฟจFacebook, Instagram, Line และเบอร์โทรศัพท์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับสนามฟุตบอล หญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ จากนั้นก็สามารถทราบความต้องการของลูกค้ารวดเร็วขึ้น



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Qualitative research by in-depth interview) โดยสร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมียอดสะสมประจำตลอดปี ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมียอดสะสมประจำตลอดปี โดยเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักรวมทั้งสิ้น 18 คน ทั้งหมดเป็นเพศชาย อายุตั้งแต่ 18-47 ปี โดยเฉลี่ยมีอายุ 27 ปี ระดับการศึกษาตั้งแต่ มัธยมศึกษาตอนต้น จนถึงปริญญาตรี โดยมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 2 คน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 2 คน ระดับปวส.จำนวน 7 คน และระดับปริญญาตรีจำนวน 7 คน มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 0-40,000 บาท โดยเฉลี่ยรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 12,000 บาทต่อเดือน และมีจำนวนการเข้าใช้บริการตั้งแต่ 1-4 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อสัปดาห์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การบริหารจัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

จากการวิเคราะห์การบริหารจัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ซึ่งได้สัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามความคิดเห็นกับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมียอดสะสมประจำตลอดปี โดยอธิบายรายละเอียดแต่ละประเด็นการสัมภาษณ์ ได้ดังนี้

คุณภาพการบริการ

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็น โดยสรุปว่าในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 กล่าวว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน รองลงมา คือสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสะดวก และสะอาด โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 และรองลงมาคือ วัสดุมีความเก่าและชำรุด โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 กล่าวว่า เก้าอี้ให้บริการบางส่วนเกิดการชำรุด ควรปรับเปลี่ยน ในส่วนของพนักงานที่ให้บริการ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 กล่าวว่าพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการที่ดี รองลงมาคือพนักงานมีความเป็นกันเองกับลูกค้า โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ในส่วนของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 กล่าวว่าทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับมีอุปกรณ์ที่สะอาด ใหม่ และมีคุณภาพ รองลงมาคือมีอุปกรณ์ใช้ในการเล่นฟุตบอลฟรี เช่น ถุงมือ เสื้อทีม ซึ่งแตกต่างจากสนามอื่นที่ลูกค้าต้องเตรียมมาเอง โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 และรองลงมาคือ อุปกรณ์ที่ให้บริการมีความครบครัน โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

2. ด้านความน่าเชื่อถือ

ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นคิดเห็น โดยสรุปได้ว่าในส่วนของความถูกต้องของการเรียกชำระเงิน ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 กล่าวว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับ มีความถูกต้องของการเรียกชำระเงินทุกครั้ง ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 กล่าวว่าลูกค้าสามารถตรวจเช็คความถูกต้องผ่านบิลเงินสดได้ เนื่องจากมีการแจกแจงรายละเอียดการชำระเงิน ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 กล่าวว่าทางสนามควรมีการติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการผิดพลาดในการชำระเงิน ในส่วนของการบริการตามข้อตกลง เงิน ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่าทางสนามมีการบริการที่เป็นไปตามข้อตกลง ตามที่ได้มีการทำการตกลงกับลูกค้าไว้ และผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 กล่าวว่าบางครั้งลูกค้าได้รับบริการมากกว่าข้อตกลงที่ได้ทำการตกลงเอาไว้ ในส่วนของความน่าเชื่อถือของการบริการ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่า

ลูกค้าได้รับบริการที่ดี และถูกต้องทุกครั้ง ไม่ว่าจะ เป็น เรื่องของ จำนวนชั่วโมงในการเล่น ราคา และบริการพิเศษที่ทางสนามมอบให้ เช่นการแถมน้ำดื่มฟรี ซึ่งถือว่ามีบริการที่น่าเชื่อถือมาก และถูกต้องเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และตรงตามข้อหนดที่ทางสนามได้กำหนดไว้

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยสรุปได้ว่าผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับ มีการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ พร้อมต่อการให้บริการลูกค้า ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 กล่าวว่าทางสนามได้มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ และเตรียมสนามไว้ล่วงหน้าก่อนลูกค้าเข้าใช้บริการ ในส่วนของการยินดีช่วยเหลือลูกค้า ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่าพนักงานมีความยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้าด้วยความเต็มใจ เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ หรือเข้าช่วยเหลือทันทีโดยลูกค้าไม่ต้องแจ้งความช่วยเหลือประสงค์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ในส่วนของการติดต่อกลับเมื่อถูกเรียก ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่าพนักงานจะติดต่อกลับทันทีเมื่อมีการถูกเรียก ในส่วนของการปฏิบัติตามข้อร้องคว่น ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 กล่าวว่าพนักงานปฏิบัติตามเวลามีคำขอเร่งด่วนของลูกค้า พนักงานก็จะตอบรับ และให้การบริการในสิ่งที่ลูกค้าต้องการโดยทันที และมีการจัดการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ดี เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น โดยผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

4. ด้านความไว้วางใจ

ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็น โดยสรุปได้ว่าผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีพนักงานที่มีความรู้ และทักษะในด้านการบริการที่ดี พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยไม่เกิดข้อผิดพลาด ในส่วนของคุณภาพของพนักงาน พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย และเหมาะสมกับการให้บริการ ในส่วนของการชื่อเสียงผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 กล่าวว่าสนามเป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียงในระดับหนึ่ง ในเขตพื้นที่อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี และเขตพื้นที่ใกล้เคียง และผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 กล่าวว่า มีสนามมีชื่อเสียงเนื่องจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เป็นสนามฟุตบอลที่มีขนาดสนามที่ใหญ่ และบริการดี

5. ด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ

ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็น โดยสรุปได้ว่าผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 100 กล่าวว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีการรับฟังความต้องการของลูกค้าที่ดี เมื่อมีการแสดงความคิดเห็น หรือมีการสอบถามข้อมูลจากลูกค้า ทางสนามก็จะรับฟังด้วยความเต็มใจ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 กล่าวว่า หากมีข้อคิดเห็นจากลูกค้า ทางสนามก็จะนำสิ่งที่ลูกค้าแสดงความคิดเห็น ไปพัฒนา และปรับปรุงสนาม ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ในส่วนของการติดต่อสื่อสาร ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 กล่าวว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีการตอบรับที่รวดเร็ว พนักงานเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าสื่อสารได้เป็นอย่างดี และ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 กล่าวว่าทางสนามติดต่อได้ง่ายหลากหลายช่องทาง เช่น เบอร์โทรติดต่อ Line และ

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน ผลกระทบเชิงบวก (โอกาส) และผลกระทบเชิงลบ (อุปสรรค) ของคุณภาพการบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นลูกค้าของทางสนามฟุตบอลจำนวน 18 คน โดยมีผลวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมการบริการ ดังนี้

1.จุดแข็ง

สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีขนาดสนามฟุตบอลที่ให้บริการกว้างและใหญ่กว่าสนามฟุตบอลอื่นที่อยู่ในเขตพื้นที่ใกล้เคียงกัน ทั้งขนาดของสนามที่ใช้ในการเล่น และบริเวณพื้นที่โดยรอบที่มีสภาพแวดล้อมบรรยากาศที่ดี พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกบริการครบครัน เช่น พื้นที่จอดรถที่กว้างขวาง ร้านค้า ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และสระว่ายน้ำมาตรฐานให้บริการ อีกทั้งทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ยังมีจุดเด่นที่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสนใจเป็นอย่างมากคือ ระบบการสะสมชั่วโมงของสมาชิก เพื่อใช้ในการแลกสิทธิประโยชน์พิเศษของลูกค้าสมาชิก เช่น เล่นฟุตบอลจำนวน 10 ครั้ง แคมป์ฟรี 1 ชั่วโมง และการมีสิทธิเข้าร่วมงานเลี้ยงประจำปีของทางสนาม นอกจากระบบสมาชิกแล้วยังมีโปรโมชันที่แตกต่างจากสนาม

ฟุตบอลอื่น ๆ ที่ลูกค้าให้ความสนใจ เช่น เล่นฟุตบอล 1 ชั่วโมงขึ้นไปลดราคา 10% การเล่นเกมฟุตบอลฟรี 1 แพค ต่อชั่วโมงการเล่น และการให้บริการอุปกรณ์ เช่น ถุงมือฟุตบอล และเสื้อแบ่งทีม ฟรี

2. จุดอ่อน

สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีการบริการที่เป็นจุดอ่อน คือมีราคา ชั่วโมงการให้บริการที่สูงกว่าสนามฟุตบอลอื่น ๆ ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง โดยสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีราคาการให้บริการ 700 – 1,000 บาทต่อชั่วโมง ในขณะที่สนามฟุตบอลโดยรอบมีราคาการให้บริการที่ต่ำกว่า ในส่วนของทำเลที่ตั้งของสนามฟุตบอลก็ไม่ได้อยู่ติดกับถนนหลักที่ใช้เดินทาง อีกทั้งสนามฟุตบอล ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสนามน้อย และไม่ค่อยมีการจัดรายการแข่งขันฟุตบอลเป็นประจำเหมือนสนามอื่น ๆ ในส่วนของวัสดุอุปกรณ์ที่ให้บริการบางส่วนก็เกิดการชำรุด และมีสภาพค่อนข้างเก่า เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ในส่วนของพนักงานที่ให้บริการก็มีจำนวนพนักงานที่น้อยเกินไป

3. โอกาส

ปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวก (โอกาส) ของการบริการของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้ ปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวกที่ส่งผลต่อการบริการลูกค้า คือการที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่ และในประเทศไทยมีเกณฑ์ที่ดีขึ้น สามารถควบคุมได้ และเศรษฐกิจในประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้น จะส่งผลให้การบริการเป็นปกติ โดยไม่กังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส และมีกำลังในการเข้าใช้บริการ นอกเหนือจากนั้นคืออัตราค่าบริการสนามฟุตบอลอื่น ๆ มีราคาการให้บริการที่สูงขึ้น

4. อุปสรรค

ปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงลบ (อุปสรรค) ของการบริการของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้ ปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงลบที่ส่งผลต่อการบริการของลูกค้า คือสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีแนวโน้มที่สูงขึ้น จนไม่สามารถควบคุมได้ และการที่เศรษฐกิจถดถอยลง จะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเข้าใช้บริการลูกค้า เนื่องจากด้วยสถานการณ์ของการแพร่ระบาดโควิด-19 ทำให้ทางสนามฟุตบอลต้องมีมาตรการการป้องกันโดยจำกัดการเข้าใช้บริการของลูกค้า และด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยลง อาจจะทำให้ความสามารถในการให้บริการมีคุณภาพที่ต่ำลง นอกเหนือจากนี้ก็เป็นในส่วนของสภาพอากาศที่เกิดฝนตก จะส่งผลให้

ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าใช้บริการได้ เนื่องจากสนามที่ให้บริการส่วนใหญ่เป็นสนามกลางแจ้ง อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของกลุ่มแข่ง รวมถึงการที่คู่แข่งมีราคาการให้บริการที่ต่ำกว่า ก็เป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

ผลการวิเคราะห์ Five Force Model

การวิเคราะห์แรงกระทบทั้ง 5 Five force model จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นลูกค้าของทางสนามฟุตบอลจำนวน 18 คน ของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ สามารถสรุปการวิเคราะห์ Five force model ของธุรกิจ ได้ดังนี้

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่

ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ต่อการบริหารจัดการด้านการให้บริการของ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากคู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาทำธุรกิจได้ยากพอสมควร เนื่องจากธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง และใช้ระยะเวลาในการคืนทุน และในขณะเดียวกันคู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย เพราะเป็นธุรกิจที่เปิดเผยม สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ทั้งรูปแบบสนามและการบริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีการบริหารจัดการการบริการที่มีประสิทธิภาพกว่าผู้ประกอบการรายใหม่จึงทำให้ไม่ค่อยมีผลกระทบมากนัก และมีการป้องกันการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่โดยการสร้างความแตกต่างของรูปแบบการให้บริการ ให้มีความโดดเด่นจนเลียนแบบได้ยาก และนอกเหนือจากนั้นยังมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งในส่วนนี้ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและหันมาใช้บริการกับธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

2. ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม จึงส่งผลต่อการบริหารจัดการด้านการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ค่อนข้างมาก เนื่องจากการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูง จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดที่กีฬาฟุตบอล เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยม และความสนใจของผู้คนเป็นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าเปิดบริการเป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการ

ของลูกค้า แต่ละสนามฟุตบอลหญ้าเทียมจะมีบริการหลักที่ไม่แตกต่างกัน จึงจะแข่งขันกันที่ทำเลที่ตั้ง การบริการเสริม และราคาค่าบริการ โดย ที่จะต้องวางแผนกลยุทธ์ การให้บริการที่แข็งแกร่ง เพื่อลดความเสี่ยงและเสริมสร้างให้ธุรกิจแข็งแรง

3. ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน ส่งผลต่อการบริหารด้านการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ไม่มากนัก เพราะส่วนใหญ่ในเขตพื้นที่เดียวกัน หรือบริเวณใกล้เคียงจะมีบ้างที่เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกลางแจ้งที่เป็นในลักษณะของสนามฟุตบอลพื้นยางหรือพื้นปูน แต่ก็ไม่สามารถทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้ทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ในแต่ละด้านอยู่เสมอ เพื่อให้ธุรกิจมีเอกลักษณ์และคุณค่า น่าสนใจกว่าสินค้าทดแทน

4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

อำนาจต่อรองของลูกค้า ส่งผลต่อการบริหารด้านการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจไม่มากนัก เนื่องจากลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับบริการที่ได้มาตรฐาน เพื่อแลกกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการเข้ามาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นบรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพของสนาม และบริการเสริมต่าง ๆ ซึ่งลูกค้าจะสอบถามข้อมูล และใช้เวลาในการตัดสินใจ เพื่อเปรียบเทียบในเรื่องของ ราคา การบริการต่าง ๆ และทำเลที่ตั้งก่อนการเข้าใช้บริการ ทั้งนี้ทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ จากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ข้อมูล จะเห็นได้ว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีราคาการให้บริการที่สูงกว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแห่งอื่นในบริเวณใกล้เคียง ทางสนามสนามจึงเน้นการบริหารด้านการบริการมากกว่าด้านราคา เช่น รูปแบบการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมส่งเสริมการค้า เพื่อสร้างคุณภาพ และเอกลักษณ์การให้บริการโดยไม่ต้องลดราคาบริการลง

5. อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ไม่มีแรงกดดันในการบริหารด้านการให้บริการจากปัจจัยด้านนี้ เนื่องจาก ผู้จำหน่ายวัตถุดิบเกี่ยวกับธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีจำนวนมากราย และมีราคาที่ตรงตามมาตรฐาน ทางสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

ได้เลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ดี และมีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ซื่อขายในราคากลาง และซื้อจากแหล่งซื่อขายวัสดุ อุปกรณ์เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลโดยเฉพาะ เพื่อนำมาใช้ในการให้บริการลูกค้า

การอภิปรายผล

จากการศึกษาเพื่อหากลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการกับธุรกิจสนามฟุตบอลให้ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศ จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถอภิปรายผลในแต่ละประเด็นการสัมภาษณ์ ได้ดังนี้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะอาด ดี และครบครัน สะดวกสบายต่อการใช้บริการของลูกค้า ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับ นิติพล ภูตะโชติ (2551) อธิบายว่า เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการบริการหากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

2. ด้านความน่าเชื่อถือ จากการศึกษาด้านความน่าเชื่อถือ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือที่ดี มีความถูกต้องของการเรียกชำระเงินทุกครั้ง โดยลูกค้าสามารถตรวจเช็คความถูกต้องผ่านบิลเงินสดได้ เนื่องจากมีการแจกแจงรายละเอียดการชำระเงิน ทางสนามมีการบริการที่เป็นไปตามข้อตกลงตามที่ได้มีการทำการตกลงกับลูกค้าไว้ ลูกค้าได้รับบริการที่ดี และถูกต้องทุกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 2013) อธิบายว่า ความน่าเชื่อถือ คือความสามารถในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ โดยบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าทุกครั้งนั้นต้องมีความถูกต้องเหมาะสม ย่อมยำและมีความสม่ำเสมอตรงตามเวลาที่ตกลงไว้กับลูกค้า จากนั้นมีการเก็บข้อมูลของลูกค้า นำมาบันทึกเพื่อในครั้งถัดไปสามารถนำข้อมูลมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จากการศึกษาด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเห็นว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอลคลับ มีการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ พร้อมต่อการให้บริการลูกค้า เนื่องจากทางสนามได้มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ และเตรียมสนามไว้ล่วงหน้าก่อนลูกค้าเข้าใช้บริการ พนักงานมีความยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้าด้วยความเต็มใจ เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ หรือเข้าช่วยเหลือทันทีโดยลูกค้าไม่ต้องแจ้งความประสงค์ โดยพนักงานจะติดต่อกลับทันทีเมื่อมีการถูกเรียก หรือเวลาที่มีคำขอเร่งด่วน พนักงานก็จะตอบรับ และให้การบริการในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ โดยทันที ซึ่งสอดคล้องกับ นิติพล ภูตะ โขติ (2551) อธิบายว่า การตอบสนองลูกค้า คือการให้บริการตอบสนองทันทีเมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการ หรือเมื่อเกิดปัญหาที่สามารรถตอบข้อซักถามได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาต่าง ๆ ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง

4. ด้านความไว้วางใจ จากการศึกษาด้านความไว้วางใจ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเห็นว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ มีคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจที่ดี เนื่องจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เป็นสนามฟุตบอลที่มีขนาดสนามที่ใหญ่เป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียงในระดับหนึ่ง ในเขตพื้นที่อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี และเขตพื้นที่ใกล้เคียง สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับมีพนักงานที่มีความรู้ และทักษะในด้านการบริการที่ดี พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยไม่เกิดข้อผิดพลาด ในส่วนของบุคลิกภาพของพนักงาน พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย และเหมาะสมกับการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ นิติพล ภูตะ โขติ (2551) อธิบายว่า การที่ลูกค้าได้รับการบริการอย่างถูกต้อง สม่่าเสมอเท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจเมื่อกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

5. ด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ จากการศึกษาด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเห็นว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับมีการรับฟังความต้องการของลูกค้าที่ดี เมื่อมีการแสดงความคิดเห็น หรือมีการสอบถามข้อมูลจากลูกค้า ทางสนามก็จะรับฟังด้วยความเต็มใจ หากมีข้อคิดเห็นจากลูกค้า ทางสนามก็จะนำสิ่งที่ลูกค้าแสดงความคิดเห็นไปพัฒนา และปรับปรุงสนาม ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ในส่วนของการติดต่อสื่อสาร สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ติดต่อได้ง่ายได้หลากหลาย

ช่องทาง เช่น เบอร์โทรติดต่อ Line และ Facebook มีการตอบรับที่รวดเร็ว พนักงานเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าสื่อสารได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 2013) อธิบายว่า ความการเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ คือการให้ความสนใจ และดูแลเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองคอยแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่องใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การบริการเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ทั้งนี้ ศักยภาพในการบริการ และการแข่งขันจากผลการศึกษา SWOT Analysis และ Five Force Model ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางการวิเคราะห์ และกำหนดกลยุทธ์การบริการ เพื่อให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพเหนือกว่า คู่แข่งเป็นระยะเวลายาวนาน และสามารถตอบโจทย์งานวิจัยนี้ได้ดี ดังนี้ คือ

การบริการที่เป็นเลิศ

1.ด้านลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพ คืองานบริการที่สามารถจับต้องได้ หรือมีลักษณะปรากฏให้เห็น เช่น อาคาร สถานที่ บุคคล วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน ทำเลที่ตั้งสภาพแวดล้อม การแต่งกายของพนักงาน ความสะอาดและความเป็นระเบียบ ลักษณะดังกล่าวนี้จะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ และสัมผัสได้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ โดยได้กำหนดกลยุทธ์เป็นดังนี้

1.1 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของสนามฟุตบอล คือการสร้างความแตกต่างของสนามฟุตบอลให้มีความสวยงาม สะอาด ปรับพื้นสนามฟุตบอลให้มีความเรียบ เพื่อคุณภาพการเล่นฟุตบอลของลูกค้าในการเลี้ยงลูกบอล และรับส่งลูกบอล และปรับปรุงสนาม พร้อมทั้งรักษาสนามให้อยู่ในเกณฑ์ตรงตามมาตรฐานตลอด

1.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของการบริการ คือการสร้างความแตกต่างด้านเวลาในการเปิดปิดสนาม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า มีบริการจองสนามฟุตบอลล่วงหน้าผ่านหลายช่องทาง เช่น เบอร์โทรศัพท์ และช่องทางอินเทอร์เน็ต ในส่วนของพนักงานที่ให้บริการต้องมีความเชี่ยวชาญ และมีใจรักในการบริการ (Service mind) คอยให้บริการ โดย

สามารถรับผิดชอบงานตามหน้าที่ และสามารถทำงานได้นอกเหนือจากหน้าที่ที่รับผิดชอบได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

1.3 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของสิ่งอำนวยความสะดวก คือการสร้างความแตกต่างของสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการใช้บริการ ตั้งแต่ที่จอดรถต้องมีพื้นที่เพียงพอต่อจำนวนรถของลูกค้า และมีที่จอดรถสำหรับรถจักรยานยนต์ และรถยนต์ห้องน้ำ และห้องอาบน้ำ ต้องมีจำนวนเพียงพอสำหรับการให้บริการ ในส่วนของร้านค้าต้องมีสินค้าวางจำหน่ายเพียงพอ และตรงต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้สิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่าง ต้องสะอาด และตกแต่งสวยงาม สะดวกต่อการใช้งาน โดยมีการจัดพนักงานในการดูแลความเรียบร้อย และรักษาความสะอาดตลอดเวลา เพื่อความพร้อมในการให้บริการ และความสะดวกสบายต่อการใช้บริการของลูกค้า

2.ด้านความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ คือการให้บริการอย่างมีคุณภาพ โดยบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าทุกครั้ง นั้น ต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม แม่นยำ และมีความสม่ำเสมอ ตรงตามเวลาที่ตกลงไว้กับลูกค้า โดยการบริการ ต้องมีความโปร่งใส โดยการ แจ้งข้อมูลที่ถูกต้องตรงไปตรงมา ให้ลูกค้าทราบถึงรูปแบบ ของสินค้าและบริการ โดยได้กำหนดกลยุทธ์เป็นดังนี้

2.1 การซื่อสัตย์ต่อลูกค้า คือการให้บริการตรงตามข้อตกลงที่ทางสนามฟุตบอลได้กำหนดไว้ โดยทำการแจ้งข้อมูลที่ถูกต้องตรงไปตรงมา ให้ลูกค้าได้ทราบถึงสินค้า และบริการ เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจมีความจริงใจ และตรงไปตรงมา ทั้งในเรื่องของราคา และรูปแบบการให้บริการ

3.ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

การตอบสนองต่อลูกค้า คือความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการลูกค้าอย่างทันท่วงที โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้ลูกค้าต้องรอนาน รวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้นที่จะให้ความช่วยเหลือ มองเห็นลูกค้า คอยสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย โดยได้กำหนดกลยุทธ์เป็นดังนี้

3.1 ความพร้อมในการให้บริการ โดยมีการวางแผนการปฏิบัติงานในแต่ละวัน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการให้บริการ จัดทำตารางการจองของลูกค้า และจัดเตรียมสนามฟุตบอล พร้อมทั้งอุปกรณ์การให้บริการล่วงหน้าก่อนลูกค้าเข้าใช้บริการ

3.2 การยินดีช่วยเหลือลูกค้า คือการปฏิบัติตามความต้องการของลูกค้า และนอกเหนือจากความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เช่น การบริการส่งน้ำดื่ม การบริการอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ในกรณีที่มีคำขอเร่งด่วน หรือเกิดปัญหาขึ้น พนักงานต้องสามารถปฏิบัติตามข้อเร่งด่วน และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี โดยต้องอยู่ในกฎระเบียบที่ทางสนามได้กำหนดไว้ หลังจากนั้นทำการแจ้งหัวหน้าเพื่อรายงานสิ่งที่เกิดขึ้น

3.4 กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) คือการเก็บค่าเช่าสนามฟุตบอลให้ถูกลงจากเดิม จัดราคาพิเศษสำหรับช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และหากลูกค้าเล่นมากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป ชั่วโมงถัดไปลดทันที 10% พร้อมทั้งแถมน้ำดื่มฟรี 1 แพล ต่อชั่วโมง และให้บริการเสื้อทีม ถุงมือฟรี นอกเหนือจากนั้นกลุ่มลูกค้าสมาชิกสามารถลงสะสมชั่วโมงการเล่นเพื่อแลกรับสิทธิพิเศษ เช่น เล่นครบ 10 ครั้ง แลมฟรี 1 ครั้ง และสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมงานเลี้ยงประจำปี ซึ่งจะมีการจัดเป็นประจำทุกปีเพื่อคืนกำไรสู่ลูกค้า

4.ด้านความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ คือ การบริการจากพนักงานที่มี ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่า ลูกค้าได้รับบริการที่ดี และการมีชื่อเสียงที่ดีของธุรกิจ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ โดยได้กำหนดกลยุทธ์เป็นดังนี้

4.1 การฝึกอบรมพนักงาน คือการจัดการฝึกอบรมพนักงานก่อนการให้บริการในเรื่องทักษะกีฬาฟุตบอลเบื้องต้น ทักษะการบริการ และบุคลิกภาพ การแต่งกายในการให้บริการ รวมถึงอบรมเกี่ยวกับกฎระเบียบ และข้อกำหนดต่าง ๆ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เพื่อให้พนักงานมีทักษะ และความรู้ก่อนการให้บริการลูกค้า

4.2 การสร้างชื่อเสียงธุรกิจ คือการพัฒนาคุณภาพของสนามฟุตบอล และการบริการ ให้แตกต่างจนลูกค้าเกิดความประทับใจ รวมถึงการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สนามฟุตบอลหญ้า

เท็ม ไคเซน คลับ ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ช่องทางเพจFacebook และสื่อออฟไลน์ เช่น ป้ายโฆษณา เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และเกิดการบอกต่อ

5.ด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ

ความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ คือการให้ความสนใจและดูแลเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเอง คอยแจ้งข้อมูลข่าวสาร ต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบาง เรื่อง ใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ โดยได้กำหนดกลยุทธ์เป็นดังนี้

5.1 การรับฟังความต้องการของลูกค้า โดยการจัดทำแบบสอบถามในทุกเดือน หรือทุก 3 เพื่อสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า จากนั้นนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงแก้ไข ตามความคิดเห็นของลูกค้า

5.2 การติดต่อสื่อสาร คือการเพิ่มช่องทางการติดต่อให้หลากหลาย ให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย เช่น เพจFacebook, Instagram, Line และเบอร์โทรศัพท์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสาร

ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ เท่านั้น จึงอาจเป็นข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลสำหรับการนำผลการศึกษาไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายอื่น ที่มีความแตกต่างในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บข้อมูลความต้องการ และความพึงพอใจในการใช้บริการเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกที่มีความครอบคลุมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

2. งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอล ไคเซน ฟุตบอล คลับ” ในครั้งนี้ เป็นการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างเฉพาะพื้นที่เท่านั้น งานวิจัย

ครั้งต่อไปอาจมีการวิจัยขยายพื้นฐานไปยังอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดชลบุรี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจต่อไป



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรมพลศึกษา. (2555). *คู่มือผู้ตัดสินกีฬาฟุตบอล*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *New Normal คืออะไร*. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/882508>
- คุณจนาท จันเจริญ รัชฎ ยอดินด และสุนทร วิริยะศิริไพศาล. (2554). *รูปแบบธุรกิจให้บริการเช่าสนามฟุตบอลออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก <http://www.cmmu.mahidol.ac.th/cmmushowcase/index.php/showcase/3-strategy-and-business-model-/10-2011-04-21-07-17-02>
- ขวัญเรือน โขยา. (2559). *ผลกระทบของกลยุทธ์การแข่งขันที่มีผลต่อการดำเนินร้านข้าวแกงในจังหวัดเพชรบุรี*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554). *คุณภาพการให้บริการมุมมองในเชิงวิชาการ*. เข้าถึงได้จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=11&read=true&count=true
- ชนิดพงษ์ ไตรพัฒน์พัชร ปัญญา ชีระวิทย์เลิศ และประพันธ์ ภักดีกุล. (2552). การศึกษาผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อมและปัจจัยจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา*, 3(1), 86-94.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เบญจภา แจ่มเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานคร BTS ในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรพิมล แผ่นผา. (2559). *การศึกษาแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2558). *บริการที่เป็นเลิศ (Customer Service Excellence)*. เข้าถึงได้จาก <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/162-customerserviceexcellence.html>

- พลทวิ บุญศรีพิทักษ์. (2558). *การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรับซื้อของเก่า*. (วิทยานิพนธ์
หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาการจัดการเพื่อการพัฒนา). มหาวิทยาลัยราชภัฏราช
นครินทร์.
- วรายุทธ มหิมา. (2555). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ดวงกมล.
- วิวิธ เสนาวัตร. (2555). *รูปแบบให้บริการที่มีประสิทธิผลของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเทียม ในร่มใน
เขตกรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.*
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2553). *คุณภาพในงานบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2550). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศุภกาญจน์ แก้วมรกต. (2558). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมใน
จังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออก
กำลังกายและการกีฬา, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศุภกิจ กิจจนศิริ. (2554). *ต้นทุนและผลตอบแทนของการทำธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอ
เมืองเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระระดับนิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาบัญชี, คณะบริหารธุรกิจ).
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุธี ปรีชาเชียว. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของ
ผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ,
บัณฑิตวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภาษาอังกฤษ

- Guest, G., Bunee, A. Q., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? : An experiment
with data saturation and rariability. *Field Methods*, 18(1), 59-82.
- Kolter, P. (2010). *Marketing management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities.
Educational and Psychological Measurement, 30, 607-610.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality
and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41 – 50.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategic Technique for Analyzing Industrial And Competitors*.
New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1985a). *Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance*.

New York: Free Press.

Porter, M. E. (1985b). *Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nation*. New York: Free Press.

Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(January), 79-93.

Positioning. (2558). *Disruptive Technology* วันของ “ปลาเร็ว” สัม “ปลาใหญ่”. เข้าถึงได้จาก <https://positioningmag.com/62128>





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์

แบบการสัมภาษณ์

สำหรับลูกค้าที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ
เรื่อง กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม
ไคเซน ฟุตบอล คลับ

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่การ
บริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ และกราบขอบพระคุณกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่สละเวลาอันมีค่า
ในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้

แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. รายได้ต่อเดือน
5. จำนวนการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์

ส่วนที่ 2 : การบริหารจัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ

1. ท่านคิดว่ารูปแบบการให้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่ท่านใช้บริการ มีความ
เหมาะสมหรือไม่อย่างไร และมีส่วนใดที่ต้องพัฒนา และปรับปรุง

- 1.1 ด้านลักษณะทางกายภาพ
 - 1.1.1 สิ่งอำนวยความสะดวก
 - 1.1.2 พนักงานที่ให้บริการ
 - 1.1.3 อุปกรณ์ที่ให้บริการ
- 1.2 ด้านความน่าเชื่อถือ
 - 1.2.1 ความถูกต้องของการเรียกชำระเงิน
 - 1.2.2 การบริการตรงตามข้อตกลง
 - 1.2.3 การบริการมีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง
- 1.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า
 - 1.3.1 การให้บริการที่รวดเร็ว

1.3.2 การยินดีช่วยเหลือลูกค้า

1.3.3 การติดต่อกลับเมื่อถูกเรียก

1.3.4 การปฏิบัติตามข้อเร่งด่วนของลูกค้า

1.4 ด้านความไว้วางใจ

1.4.1 ความรู้และทักษะของพนักงาน

1.4.2 บุคลิกภาพของพนักงาน

1.4.3 ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ

1.4.4 ความสุภาพ

1.5 ด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจ

1.5.1 การรับฟังความต้องการของลูกค้า

1.5.2 การติดต่อสื่อสารที่ดี และเข้าใจลูกค้า

คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

1. ท่านคิดว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับที่ท่านใช้บริการ มีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งรายอื่นอย่างไร และท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไร เพื่อให้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซนฟุตบอล คลับ มีข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันมากขึ้น
2. ท่านคิดว่าท่านคิดว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับที่ท่านใช้บริการ มีข้อเสียเปรียบจากคู่แข่งรายอื่นด้านใด และท่านต้องการปรับปรุงเพิ่มเติมอย่างไร
3. ท่านคิดว่าปัจจัยใด มีผลกระทบเชิงบวก (เป็น โอกาส) และเชิงลบ (เป็นอุปสรรค) ต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับของท่าน หรือไม่อย่างไร

คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการแข่งขัน (Five Force Model)

1. ท่านคิดว่าโอกาสในการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมนั้นเป็นอย่างไร
2. ท่านเข้าใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ ก็ครั้งต่อเดือน และเมื่อต้องพิจารณาเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
3. ท่านคิดว่าจะมีธุรกิจอื่นที่สามารถมาทดแทนธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้หรือไม่อย่างไร
4. ท่านคิดว่าแบรนด์สินค้า และอุปกรณ์ที่ให้บริการ มีราคา และคุณภาพของสินค้า ที่เหมาะสมหรือไม่ และธุรกิจต้องปรับปรุงอย่างไร

5. ท่านคิดว่าสภาพการแข่งขันของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในปัจจุบัน เป็นอย่างไร และคู่แข่งทางธุรกิจของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไซเคิน ฟุตบอล คลับ มีมากหรือไม่ อย่างไร

ข้อเสนอแนะ





ภาคผนวก ข
ผลวิเคราะห์ IOC

ผลการวิเคราะห์การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อเรื่อง : กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันสู่การบริการที่เป็นเลิศของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซน ฟุตบอล คลับ

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญ ดังรายนามต่อไปนี้

1. ท่านที่ 1 ดร.อัจจิมา ศุภจริยาวัตร
อาจารย์ประจำคณะพาณิชยศาสตร์และการบริหารธุรกิจ ม.บูรพา วิทยาเขตสระแก้ว
2. ท่านที่ 2 ดร.เขมญา คินีมาน
อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์ สาขาบริหารทรัพยากรมนุษย์ ม.บูรพา
3. ท่านที่ 3 รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช
อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) ของแต่ละข้อ ไม่น้อยกว่า 0.5 ดังตารางสรุปคะแนนแบบทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ 1 หมายถึง สอดคล้อง

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์ (เชิงคุณภาพ)

ข้อคำถาม/ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC	แปรผล
	1	2	3		
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์					
1.เพศ	1	1	1	1	สอดคล้อง
2.อายุ	1	1	1	1	สอดคล้อง
3.ระดับการศึกษา	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.รายได้ต่อเดือน	1	1	1	1	สอดคล้อง
5.จำนวนการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์	1	1	1	1	สอดคล้อง
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม					
คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการ					
6.ท่านคิดว่ารูปแบบการให้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ท่านใช้บริการ มีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร และมีส่วนใดที่ต้องพัฒนาและปรับปรุง 1.1 สิ่งอำนวยความสะดวก 1.2 พนักงานที่ให้บริการ 1.3 อุปกรณ์ที่ให้บริการ	1	1	1	1	สอดคล้อง

ข้อคำถาม/ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC	แปรผล
	1	2	3		
<p>7. ท่านคิดว่ารูปแบบการให้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอล หัว้เทียมด้านความน่าเชื่อถือ ที่ท่านใช้บริการ มีความ เหมาะสมหรือไม่อย่างไร และมีส่วนใดที่ต้องพัฒนา และ ปรับปรุง</p> <p>2.1 ความถูกต้องของการเรียกชำระเงิน 2.2 การบริการตามข้อตกลง 2.3 การบริการมีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง</p>	1	1	1	1	สอดคล้อง
<p>8. ท่านคิดว่ารูปแบบการให้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอล หัว้เทียมด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ที่ท่านใช้บริการ มี ความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร และมีส่วนใดที่ต้องพัฒนา และปรับปรุง</p> <p>3.1 การให้บริการที่รวดเร็ว 3.2 การยินดีช่วงเหลือลูกค้า 3.3 การติดต่อกลับเมื่อถูกเรียก 3.4 การปฏิบัติตามข้อเร่งด่วนของลูกค้า</p>	1	1	1	1	สอดคล้อง
<p>9. ท่านคิดว่ารูปแบบการให้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอล หัว้เทียมด้านความไว้วางใจ ที่ท่านใช้บริการ มีความ เหมาะสมหรือไม่อย่างไร และมีส่วนใดที่ต้องพัฒนา และ ปรับปรุง</p> <p>4.1 ความรู้และทักษะของพนักงาน 4.2 บุคลิกภาพของพนักงาน 4.3 ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ 4.4 ความสุภาพ</p>	1	1	1	1	สอดคล้อง

ข้อคำถาม/ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC	แปรผล
	1	2	3		
10. ท่านคิดว่ารูปแบบการให้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมด้านความเข้าใจ และความเห็นอกเห็นใจลูกค้า ที่ท่านใช้บริการ มีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร และมีส่วนใดที่ต้องพัฒนา และปรับปรุง 5.1 การรับฟังความต้องการของลูกค้า 5.2 การติดต่อสื่อสารที่ดี และเข้าใจลูกค้า	1	1	1	1	สอดคล้อง
คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)					
11. ท่านคิดว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมไคเซน ฟุตบอล คลับ ที่ท่านใช้บริการ มีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งรายอื่นอย่างไร และท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไร เพื่อให้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซนฟุตบอล คลับ มีข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันมากขึ้น	1	1	1	1	สอดคล้อง
12. ท่านคิดว่าท่านคิดว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมไคเซนฟุตบอล คลับที่ท่านใช้บริการ มีข้อเสียเปรียบจากคู่แข่งรายอื่นด้านใด และท่านต้องการปรับปรุงเพิ่มเติมอย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง
13. ท่านคิดว่าปัจจัยใด มีผลกระทบเชิงบวก (เป็นโอกาส) และเชิงลบ (เป็นอุปสรรค) ต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมไคเซน ฟุตบอล คลับของท่าน หรือไม่อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง

ข้อคำถาม/ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC	แปรผล
	1	2	3		
คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการแข่งขัน (Five Force Model)					
14. ท่านคิดว่า โอกาสในการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมนั้นเป็นอย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง
15. ท่านเข้าใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซนฟุตบอล คลับ ก็ครั้งต่อเดือน และเมื่อต้องพิจารณาเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ปัจจัยได้ใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	1	1	1	1	สอดคล้อง
16. ท่านคิดว่าจะมีธุรกิจอื่นที่สามารถมาทดแทนธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้หรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง
17. ท่านคิดว่า แบรินดส์สินค้า และอุปกรณ์ที่ให้บริการ มีราคาและคุณภาพของสินค้า ที่เหมาะสมหรือไม่ และธุรกิจต้องปรับปรุงอย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง
18. ท่านคิดว่า สภาพการแข่งขันของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในปัจจุบัน เป็นอย่างไร และคู่แข่งทางธุรกิจของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ไคเซนฟุตบอล คลับ มีมากหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวอัญชิตา เพ็ชรคำ
วัน เดือน ปี เกิด 19 เมษายน พ.ศ. 2539
สถานที่เกิด จังหวัดสุพรรณบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 78/26 หมู่ 12 ตำบล นาป่า อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี
ประวัติการศึกษา พ.ศ.2561 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการโรงแรมและรีสอร์ท)
วิทยาลัยอุตสาหกรรม ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา

