



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

แนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ในเขตพื้นที่บางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

รัฐพล วนาเฉลิม และชัยรัตน์ถ์กร ภาวิศพิริยะภักดี
 วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ในพื้นที่เขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพใช้ระเบียบวิธีวิจัย ประกอบไปด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกตามกรอบแนวคิดการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสนามฟุตบอลหญ้าเทียม พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์สภาวะ การแข่งขัน การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และ การจัดการธุรกิจ จากผู้ประกอบการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในพื้นที่บางบอน จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ 1) สนามฟุตบอลแอเรีย 69 2) สนามฟุตบอลเวสปาร์ค 3) สนามฟุตบอลเซ็นเตอร์ซ็อกเกอร์ 4) สนามฟุตบอลไพจิตรสปอร์ต และ 5) สนามมิดฟิลด์ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นนำผลสัมภาษณ์มาวิเคราะห์แล้วสรุปในรูปแบบความเรียง

ผลการวิจัยพบว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในพื้นที่เขตบางบอน ทั้ง 5 แห่ง มีแนวทางในการพัฒนาการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ให้ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีการดูแลบำรุงรักษาสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้อยู่ในสภาพที่พร้อมในการใช้งาน 2) ด้านราคา ค่าเช่าสนามมีความเหมาะสม 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การจองเวลาการใช้สนามมีหลายช่องทางและติดต่อได้สะดวก 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดใจให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น 5) ด้านพนักงาน มีการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้สามารถให้บริการและตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้มากขึ้น 6) ด้านกระบวนการให้บริการ มีการให้บริการอย่างเป็นระบบ และรวดเร็ว และ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการที่เพียงพอ

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนาธุรกิจ, สนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า, เขตพื้นที่บางบอน, จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aimed to study Approach Business development for Artificial Grass Football Field for Rent in Bang Bon Area Bangkok Province. It is a qualitative research using research methodology which consists of in-depth interviews according to the study concept, including general information about artificial grass football fields. Consumer behavior



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

Marketing mix factor Analysis of the general environment Analysis of competitive conditions Analysis of strengths, opportunities, obstacles and business management. From the operator of artificial grass football fields for rent in Bang Bon area, total 5 places: 1) Area 69 2) West Park 3) Center Soccer 4) Phaichit Sport and 5) Midfield Stadium. The data were analyzed by using all content analysis methods obtained from in-depth interviews. Then the results of the interviews were analyzed and summarized in the form of essays.

The results of the research were as follows: Artificial grass soccer fields for rent in Bang Bon area, all 5 places have guidelines for developing artificial grass soccer field for rent. To be successful in the business according to the factors of marketing mix in 7 areas as follows: 1) Product. There is a maintenance of football field. Artificial grass to be in a ready-to-use condition. 2) The rental price is appropriate. 3) Distribution channels. There are many ways to reserve time, use the field, and easy to contact. 4) Marketing promotion. Marketing promotion activities are organized to attract more users to use the service. In order to be able to provide services and meet the needs and create more satisfaction to the customers. 6) Service process. There is a systematic and fast service and 7) the physical environment. There are adequate facilities for guests to use.

Keyword: Business Development, Artificial Grass Football Field for Rent, Bang Bon Area

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มีการสานต่อกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกาย กีฬา และ นันทนาการ Sports for All 4.0 เป็นการสร้างโอกาสให้ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทั่วทุกภูมิภาค ได้เข้าถึง กิจกรรมการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา ก่อให้เกิดสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง ลดค่าใช้จ่ายในการ รักษาพยาบาล ลดปัญหาสังคม สามารถใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาหายาเสพติด (กระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา, 2561) กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ซึ่งแม้แต่ในประเทศไทยกระแสความนิยมในกีฬา ฟุตบอลก็ได้ขยายวงกว้างมากขึ้น กีฬาฟุตบอลเป็นที่นิยมทั้งวัยรุ่นและวัยทำงาน ในอดีตการเล่นฟุตบอลนิยม เล่นสนามกลางแจ้ง ในการเล่นแต่ละครั้งต้องใช้ผู้เล่นจำนวนมาก การเล่นสนามกลางแจ้งมักประสบปัญหา ตากแดด อากาศร้อน ฝนตกก็ไม่สามารถเล่นได้ และที่สำคัญสนามขนาดใหญ่กลางแจ้งนั้นค่อนข้างที่จะหายาก สนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียมจึงถูกสร้างขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้เล่นฟุตบอล ส่งผลให้มีการขยายตัวของ ธุรกิจกีฬาฟุตบอลอย่างรวดเร็ว

สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ขนาดมาตรฐานมีความกว้าง 15-25 เมตร และมีความยาว 25-42 เมตร มีความสว่างภายในสนามโดยใช้ไฟสปอร์ตไลท์ในเวลาากลางคืน เป็นสนามหญ้าเทียม (พื้นเรียบและมีหญ้า สม่าเสมอ) มีหลังคา กันแดด กันฝน มีที่จอดรถเพียงพอ ที่ตั้งของสนามอยู่บนถนนที่สัญจรสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวก



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

ความสะดวกครบครัน และมีความปลอดภัยในทรัพย์สินของผู้มาใช้บริการ จึงเป็นแรงสนับสนุนให้คนหันมาออกกำลังกายมากขึ้น เพราะสามารถเล่นกีฬาได้ตลอดเวลา ปัจจุบันธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการเจริญเติบโตของธุรกิจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร มีอยู่ทั้งหมด จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ 1) สนามฟุตบอลแอเรีย 69 2) สนามฟุตบอลเวสปาร์ค 3) สนามฟุตบอลเซ็นเตอร์ช็อกเกอร์ 4) สนามฟุตบอลไฟจิตรสปอร์ต และ 5) สนามมิดฟิลด์ ซึ่งแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันในเรื่องของลักษณะทางกายภาพของสนาม การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความน่าเชื่อถือของบริการ ความไว้วางใจและการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อธุรกิจ (ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2549 : 183) ดังนั้น สิ่งที่ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมควรให้ความสำคัญอย่างยิ่ง คือ คุณภาพการบริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด การบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างดีนั้น ถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ ก่อให้เกิดกำไรในธุรกิจอย่างยั่งยืน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน ด้วยการศึกษาคุติกรรมผู้บริโภคร่วม ส่วนประสมทางการตลาด สภาพแวดล้อมทั่วไป สภาพการแข่งขัน และจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของกิจการ

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) ประกอบไปด้วย ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน จากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ 1) สนามฟุตบอลแอเรีย 69 2) สนามฟุตบอลเวสปาร์ค 3) สนามฟุตบอลเซ็นเตอร์ช็อกเกอร์ 4) สนามฟุตบอลไฟจิตรสปอร์ต และ 5) สนามมิดฟิลด์



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยแนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน ให้ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจและสังคม ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาเป็น 5 ขั้นตอน ตามรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนารอบแนวคิดการวิจัยโดยการ กำหนดปัญหาวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย นิยามคำจำกัดความของตัวแปรในกรอบแนวคิด ซึ่งศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร ตำรา แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง วิธีการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน ให้ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจและสังคม ให้ครอบคลุมเนื้อหาต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 8 หัวข้อ ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) ประสบการณ์ในการบริหารจัดการสนามฟุตบอลเทียม 3) พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกิจการ 5) สภาพแวดล้อมทั่วไปของกิจการ 6) สภาพการแข่งขันของกิจการ 7) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของกิจการ และ 8) แนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แล้วนำมาวิเคราะห์แล้วสรุปในรูปความเรียง

ขั้นตอนที่ 5 การสรุปผลการวิจัย การนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบตารางความเรียงเชิงพรรณนา อธิบายความ เพื่อถ่ายทอดความเข้าใจในการอธิบายเนื้อหาและรายละเอียดของรายงานการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยข้อมูลสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน จำนวน 5 สนาม ได้แก่ 1) สนามฟุตบอลแอเรีย 69 2) สนามฟุตบอลเวสปาร์ค 3) สนามฟุตบอลเซ็นเตอร์ซ็อกเกอร์ 4) สนามฟุตบอลไพจิตรสปอร์ต และ 5) สนามมิดฟิลด์ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

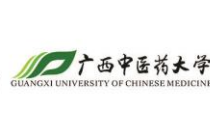
1. ข้อมูลสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน

1.1 ข้อมูลสนามฟุตบอลแอเรีย 69

สนามฟุตบอลแอเรีย 69 เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่ม จำนวน 3 สนาม นอกจากนี้ยังมี ฟิตเนส โยคะและสนามมวยให้เช่า มีการให้เช่าพื้นที่ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน รวมถึงอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม มีนั่งชมและนั่งรอระหว่างใช้บริการ มีศูนย์อาหาร ร้านจำหน่ายชุดฟุตบอลและ รองเท้าสตั๊ด มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำ ลานจอดรถที่สะดวก ปลอดภัย จอดรถได้ถึง 200 คัน การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ผ่านหน้าเพจเฟซบุ๊ก

1.2 ข้อมูลสนามฟุตบอลเซ็นเตอร์ซ็อกเกอร์ (Center Soccer)

สนามฟุตบอลเซ็นเตอร์ซ็อกเกอร์ เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่มสนามมาตรฐาน 7 คน ขนาด 20 X 40 เมตร จำนวน 3 สนาม สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางสนามมีไว้บริการได้แก่ ลูกฟุตบอล เสื้อกี



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

อุปกรณ์ในการฝึกซ้อม นอกจากนี้ยังมีร้านค้าจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่ม มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำ มีลานจอดรถที่สะดวก ปลอดภัย การประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านหน้าเพจ หน้าเฟสบุ๊กของสนาม

1.3 ข้อมูลสนามฟุตบอลเวสปาร์ค (West Park)

สนามฟุตบอลเวสปาร์ค เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกลางแจ้ง มาตรฐาน 7 คน จำนวน 2 สนาม และสนามหญ้าจริงกลางแจ้ง มาตรฐาน 11 คน จำนวน 1 สนาม รวมถึงการให้เข้าพื้นที่เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมต่างๆ โดยคิดค่าเช่าเป็นรายชั่วโมง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางสนามมีไว้บริการ ได้แก่ ลูกฟุตบอล เสือกัก อุปกรณ์ในการฝึกซ้อม สถานที่สำหรับนั่งชมและนั่งรอระหว่างการใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีศูนย์อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้า มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ มีลานจอดรถขนาดใหญ่รองรับรถได้จำนวนมาก การประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านหน้าเพจ หน้าเฟสบุ๊กของสนาม

1.4 ข้อมูลสนามฟุตบอลมิดฟิลด์ (Midfield)

สนามฟุตบอลมิดฟิลด์ (Midfield) เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกลางแจ้ง 7 คน จำนวน 1 สนาม และสนาม 5 คน จำนวน 1 สนาม มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม สถานที่สำหรับนั่งชมและนั่งรอระหว่างการใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีศูนย์อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้า และมีห้องน้ำและห้องอาบน้ำ ให้บริการ มีที่จอดรถทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ให้บริการอย่างเพียงพอ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด คือ เช่าสนาม 10 ครั้ง จะได้รับน้ำดื่มฟรี 1 แพ็ค การประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านหน้าเพจ หน้าเฟสบุ๊กของสนาม

1.5 ข้อมูลสนามฟุตบอลไพโรจิตรสปอร์ต

สนามฟุตบอลไพโรจิตรสปอร์ต สร้างบนที่ดินของตนเอง จำนวน 6 สนาม เป็นสนามกลางแจ้ง สนาม 7 คน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม สถานที่สำหรับนั่งชมและนั่งรอระหว่างการใช้บริการ มีร้านจำหน่ายสินค้า คลับเฮ้าส์ ห้องพัก ห้องจัดเลี้ยง และฟิตเนส มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำ สำหรับผู้ใช้บริการ มีที่จอดรถจำนวนมาก การทำการตลาดปัจจุบันไม่มีการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ

2. การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7 P's)

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7 P's) ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในเขตบางบอน ทั้ง 5 สนาม สรุปได้ดังนี้

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมขนาดมาตรฐานทั้งสนามกลางแจ้ง และสนามในร่ม มีอุปกรณ์ที่จำเป็นให้บริการ เช่น ลูกบอล เสือกัก
- 2) ด้านราคา (Price) ค่าเช่าสนามก่อนเวลา 18.00 น. มีราคาถูกกว่าหลังเวลา 18.00 น.
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ตั้งอยู่ในเขตชุมชน การคมนาคมสะดวก มีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย
- 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วนใหญ่ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

5) พนักงาน (People) มีพนักงานที่มีความชำนาญและเต็มใจคอยให้บริการ ดูแลและอำนวยความสะดวก

6) กระบวนการให้บริการ (Process) ให้การบริการด้วยความรวดเร็ว โดยกระบวนการติดต่อเข้าสนาม พนักงานรับจองจะขอข้อมูลลูกค้าเพื่อทำการลงทะเบียน ประกอบไปด้วย จำนวนชั่วโมงที่จะใช้บริการ ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เมื่อตกลงเรื่องการเข้าสนามเรียบร้อยแล้ว เมื่อลูกค้ามาถึงสนามฟุตบอลสามารถแจ้งชื่อ และใช้บริการได้ทันที ส่วนกระบวนการคืนสนามก็สะดวกรวดเร็ว

7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) มีสิ่งอำนวยความสะดวกประกอบไปด้วย ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ที่สะอาด ปลอดภัย พร้อมทั้งร้านค้าไว้คอยบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

3. แนวทางการพัฒนารัฐกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในพื้นที่เขตบางบอน

แนวทางการพัฒนารัฐกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในพื้นที่เขตบางบอน ให้ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ใน 7 ด้าน รายละเอียด ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการดูแล บำรุงรักษา สนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้อยู่ในสภาพที่พร้อมในการใช้งาน ควรใช้หญ้าเทียมที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ ควรมีการบริการอุปกรณ์ที่มีคุณภาพและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เช่น ลูกฟุตบอล เสื้อแบ่งทีม หรืออุปกรณ์ในการซ้อมที่เหมาะสม และควรมีการเปลี่ยนหญ้าเทียมตามสภาพการใช้งาน หากชำรุดควรดำเนินการซ่อมแซมทันที

2) ด้านราคา ค่าบริการในการเข้าสนามควรมีความเหมาะสมกับสถานที่เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของสนาม ควรมีการติดป้ายแสดงค่าเข้าสนามให้ชัดเจน อัตราค่าบริการของอาหารและเครื่องดื่มภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การจองเวลาการใช้สนามควรมีหลากหลายช่องทางให้ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อได้สะดวกผ่านทางโทรศัพท์ โน้ตบุ๊ก หรือเว็บไซต์ของสนาม ควรมีการจัดทำแผนที่และป้ายบอกเส้นทางที่อย่างชัดเจน เพื่อความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ เพื่อความปลอดภัยในการเดินทาง และการปิด เปิดการให้บริการเป็นไปตามวัน เวลา ที่กำหนดอย่างชัดเจน

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Fan Page Facebook มีการถ่ายทอดสด รวมถึงจอมอนิเตอร์ประจำที่สนาม การขึ้นสกอร์การแข่งขัน ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดใจให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

5) ด้านพนักงาน ควรมีการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ควรมีการพัฒนาเจ้าหน้าที่

6) ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสะดวกในการติดต่อ เพื่อสอบถามข้อมูลต่างๆ เช่น การจองสนาม หรือการใช้บริการต่างๆ มีขั้นตอนและวิธีการจองในการใช้บริการอย่างเป็นระบบ ชัดเจน มีความเหมาะสมและมีความรวดเร็วในการบริการ ควรมีการจัดทำระบบสมาชิก เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ และยังเป็นการขายผลไปสู่ลูกค้ารายใหม่ ควรมีหน่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้น ควรมีการบริการยาสระผมและสปาฟรี และควรมีการจัดจุดประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสารแก่ผู้ใช้บริการ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นในสนาม และจัดที่นั่งสำหรับผู้ติดตามให้เป็นสัดส่วน มีความปลอดภัย และเพียงพอ และควรมีมุมสำหรับเด็กๆ ที่มารอผู้ปกครองได้มีกิจกรรมทำระหว่างรอ และควรเป็นที่นั่งที่มีหลังคา มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำและห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกายที่เพียงพอ โดยแยกส่วนชายและหญิงอย่างชัดเจน ควรจัดให้มีไฟส่องสว่างทุกจุดเพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการ ควรมีลานจอดรถที่เพียงพอ สะดวกและปลอดภัย และควรมีการจัดทำ สแตนด์รอบสนาม สำหรับผู้ชมหรือกองเชียร์ เพื่อให้สามารถร่วมชมการแข่งขันได้

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 5 สนาม ได้แก่ 1) สนามฟุตบอลแอเรีย 69 2) สนามฟุตบอลเวสปาร์ค 3) สนามฟุตบอลเซ็นเตอร์ซ็อกเกอร์ 4) สนามฟุตบอลไฟจิตรสปอร์ต และ 5) สนามมิดฟิลด์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไป การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และการหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน ซึ่งสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าไปในพื้นที่เขตบางบอน ให้ประสบความสำเร็จเชิงธุรกิจตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการดูแล บำรุงรักษา สนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้อยู่ในสภาพที่พร้อมในการใช้งาน ควรใช้หญ้าเทียมที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ควรมีการบริการอุปกรณ์ที่มีคุณภาพและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เช่น ลูกฟุตบอล เสื้อแข่งทีม หรืออุปกรณ์ในการซ้อมที่เหมาะสม และควรมีการเปลี่ยนหญ้าเทียมตามสภาพการใช้งาน หากชำรุดควรดำเนินการซ่อมแซมทันที ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Indoor Soccer Facility Business Plan (2011) ได้ทำการศึกษาด้านธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด

2) ด้านราคา ค่าบริการในการเข้าสนามควรมีความเหมาะสมกับสถานที่เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของสนาม ควรมีการติดป้ายแสดงค่าเช่าสนามให้ชัดเจน อัตราค่าบริการของอาหารและเครื่องดื่มภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพิรุณ ไชยเลิศ (2560 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาศึกษาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ให้แจ้งอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การจองเวลาการใช้สนามควรมีหลากหลายช่องทางให้ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อได้สะดวกผ่านทางโทรศัพท์ โลกออนไลน์ เฟสบุ๊คหรือเว็บไซต์ของสนาม ควรมีการจัดทำแผนที่และป้ายบอกเส้นทางที่อย่างชัดเจน เพื่อความปลอดภัยในการเดินทาง และการปิด เปิดการให้บริการเป็นไปตามวัน เวลา ที่กำหนดอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพิรุณ ไชยเลิศ (2560 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาศึกษาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ควรเปิดช่องทาง



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

ให้ลูกค้าสามารถสื่อสารได้กับเจ้าของโดยตรง สอดคล้องกับการศึกษาของ ศุภกาญจน์ แก้วมรกต(2558: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี พบว่า มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่และป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย มีการถ่ายทอดสด รวมถึงจอมอนิเตอร์ประจำที่สนาม การขึ้นสกอร์การแข่งขัน ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดใจให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี พบว่า ให้เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขาย

5) ด้านพนักงาน ควรมีการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ควรมีการพัฒนาเจ้าหน้าที่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพิรุณ ไชยเลิศ (2560 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาศึกษาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ควรมีการอบรมและพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีใจรักงานบริการ

6) ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสะดวกในการติดต่อ เพื่อสอบถามข้อมูลต่างๆ เช่นการจองสนาม หรือการใช้บริการต่างๆ มีขั้นตอนและวิธีการจองในการใช้บริการอย่างเป็นระบบ ชัดเจน มีความเหมาะสมและมีความรวดเร็วในการบริการ ควรมีการจัดทำระบบสมาชิก เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ และยังเป็นการขยายผลไปสู่ลูกค้ารายใหม่ ควรมีหน่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้น ควรมีการบริการยาสระผมและสบู่อฟรี และควรมีการจัดจุดประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสารแก่ผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ ศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี พบว่า มีจุดบริการปฐมพยาบาล

7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นในสนาม และจัดที่นั่งสำหรับผู้ติดตามให้เป็นสัดส่วน มีความปลอดภัย และเพียงพอ และควรมีมุมสำหรับเด็กๆ ที่มารอผู้ปกครองได้มีกิจกรรมทำระหว่างรอ และควรเป็นที่นั่งที่มีหลังคา มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำและห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกายที่เพียงพอ โดยแยกส่วนชายและหญิงอย่างชัดเจน ควรจัดให้มีไฟส่องสว่างทุกจุดเพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการ ควรมีลานจอดรถที่เพียงพอ สะดวกและปลอดภัย และควรมีการจัดทำสแตนด์รอบสนาม สำหรับผู้ชมหรือกองเชียร์ เพื่อให้สามารถร่วมชมการแข่งขันได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพิรุณ ไชยเลิศ (2560 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาศึกษาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ให้มีการตรวจสอบและบำรุงรักษาคุณภาพของหลอดไฟให้พร้อมใช้งาน สอดคล้องกับการศึกษาของ ศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558 : บทคัดย่อ)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้



广西中医药大学
GUANGXI UNIVERSITY OF CHINESE MEDICINE



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

1) เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในพื้นที่เขตบางบอน ควรนำผลการศึกษาที่ได้ไปพิจารณาเพื่อทำการพัฒนาปรับปรุงสนามตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน เพื่อรักษาระดับคุณภาพในการให้บริการของสนาม ซึ่งจำเป็นต้องรักษาคุณภาพและบริการ ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การรับรู้ให้ลูกค้าเชื่อว่ายังเป็นตัวเลือกแรกสำหรับการตัดสินใจใช้บริการในครั้งต่อไป

2) เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในพื้นที่เขตบางบอน ควรนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถสร้างรายได้และผลกำไรสูงสุด

3) เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในพื้นที่เขตบางบอน ควรนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการกำหนดแผนการตลาดในระยะยาวเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ในอนาคต

4) เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการที่สนใจธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เพื่อให้ทราบความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้ในการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าได้ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เพื่อให้เกิดการกลับมาใช้ซ้ำและบอกต่อแก่ผู้ใช้บริการรายใหม่

2) ควรทำการศึกษาแนวทางการแนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในพื้นที่อื่นเพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกับพื้นที่บางบอน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดแนวทางในการพัฒนาที่เหมาะสมต่อไป

3) หลังจากดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าแล้วควรทำการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการอีกครั้ง เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากขึ้นหรือไม่ หากลูกค้ายังไม่พึงพอใจ จะได้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาอีกครั้งให้ดียิ่ง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560-2564).

กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

พิรุณ ไชยเลิศ. (2560). คุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.

(การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ไพสิฐ นิธิโชติรส. (2557). 7P's ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. สืบค้นจาก

http://marketing54online.blogspot.com/2014/01/7ps_25.html



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

-
- วิวิธ เสนาวัตร. (2556). รูปแบบให้บริการที่มีประสิทธิผลของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่มในเขต กรุงเทพมหานคร. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, 27(83), 78-96.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). **การวิจัยการตลาด ฉบับปรับปรุงใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศุภกาญจน์ แก้วมรกต. (2558). **แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัด ชลบุรี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.