

แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร



นางสาวนิรันดร์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

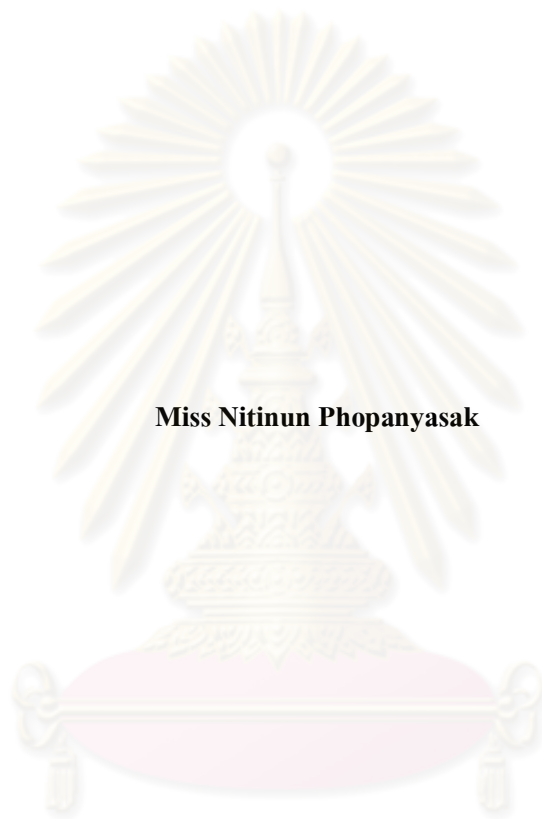
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**MARKETING MIX DEVELOPMENT GUIDELINES OF NONG BON WATER SPORTS  
CENTER, BANGKOK METEOPOLIS**



**Miss Nitinun Phopanyasak**

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬา  
ทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์

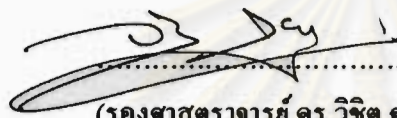
สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

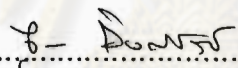
รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย

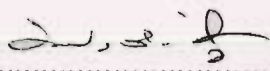
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาโท



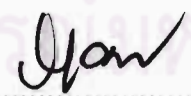
..... คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร.จutha ดิงสภักดิ์)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.ชัยพัฒน์ ห่อศิริรัตน์)

  
..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิทุทธ์)

นิรันดร์ โทธิปัญญาศักดิ์ : แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬา  
ทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร. (MARKETING MIX DEVELOPMENT  
GUIDELINES OF NONG BON WATER SPORTS CENTRE, BANGKOK METEOPOLIS)

อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุศลวัชวิชัย, 224 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของ  
ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรของศูนย์กีฬาทางน้ำบึง  
หนองบอน จำนวน 22 คน ประชาชนผู้เข้าใช้บริการกีฬา จำนวน 285 คน ประชาชนที่ไม่ได้เข้าใช้  
บริการกีฬา จำนวน 4 คน และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 6 คน โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์  
เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล นำผลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย  
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์นำข้อมูลมาถอดใจความสำคัญ และ  
สรุปตามประเด็นเนื้อหา และนำเสนอในลักษณะความเรียง

ผลการวิจัยพบว่า

แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน  
กรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ศูนย์กีฬาควรจะมีการรักษาความเป็นมาตรฐานของ  
สนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ ด้านราคา ศูนย์กีฬาควรจะมีการเขียนระบุอัตราค่าใช้บริการแต่ละ  
ประเภทอย่างชัดเจน ด้านสถานที่ ศูนย์กีฬาควรจะมีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย  
ทางน้ำที่ได้มาตรฐานและมีปริมาณเพียงพอเหมาะสมกับจำนวนผู้ให้บริการ และควรจะมีการสร้าง  
ทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ทั่วทั้งศูนย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ศูนย์  
กีฬาควรจะมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาผ่านสื่อต่างๆ  
เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต วารสาร ป้ายประชาสัมพันธ์ตามท้องถนน ด้านบุคลากร ศูนย์  
กีฬาควรจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถและ  
ประสบการณ์และควรส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS)  
หรือสถาบันอื่นที่เชื่อถือได้เป็นประจำ ด้านกระบวนการบริการ ศูนย์กีฬาควรจะมีการกวดขัน  
ด้านความปลอดภัยให้มากขึ้น เช่น จัดวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ให้อยู่ในจุดที่สามารถดูแลผู้ให้บริการ  
ได้อย่างทั่วถึง และด้านลักษณะทางกายภาพ ศูนย์กีฬาควรจะมีการจัดทำเครื่องแบบพนักงานให้มี  
ความเหมาะสมกับแต่ละหน้าที่ และสามารถสังเกตได้ง่าย

สาขาวิชา.....วิทยาศาสตร์การกีฬา..... ลายมือชื่อนิติศ..... นิรันดร์ โทธิปัญญาศักดิ์  
ปีการศึกษา.....2553..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

## 5278617839 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS : DEVELOPMENT GUIDELINES /MARKETING MIX /WATER SPORTS CENTER, BANGKOK METROPOLIS

NITINUN PHOPANYASAK : MARKETING MIX DEVELOPMENT GUIDELINES OF NONG BON WATER SPORTS CENTER, BANGKOK METROPOLIS. ADVISOR : ASSOC. PROF. TEPPRASIT GULTHAWAVICHAI, 224 pp.

The purposes of this research were to study the marketing mix development guidelines of Nong Bon Water Sports Center, Bangkok Metropolis. The self –constructed questionnaire and interview were the instrument to be used in collecting data. The samples were 22 personnel of Nong Bon Water Sports Center, 285 people who used the service, 4 people who didn't use the service and the 6 experts.

The research results relating the marketing mix development guidelines of Nong Bon Water Sports Center, Bangkok Metropolis were summarized as follow: The Water Sport Center which implied as a product should be always kept in the standard level. Regarding the price, the Water Sports Center should specify the price of each service clearly to the customers. The place should be provided with the adequate safety equipment. Pathway as well as car route should be well arranged throughout the center. Advertising and publicizing through various media should be well arranged for marketing promotion. Well trained water safety staff with experience should be adequately provided and they should be regularly trained by the credential institute. Security process should be more focused by arranging the security officer in the appropriate spot so as to be able to thoroughly take care of the customers. The staff uniform should be suitable to each staff position to render comfortable movement and easily noticeable.

Field of Study : ..... Sports Science .....

Academic Year : ..... 2010 .....

Student's Signature นิตินันท์ โปธิ์ปญญาสาร

Advisor's Signature ดร. ประสิทธิ์

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี อันเนื่องมาจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณ์พิสุทธิ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆของการวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งและขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุศลวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.จุฬา ดิงศภัทย์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.ชัยพัฒน์ หล่อศิริรัตน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ที่กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.จุฬา ดิงศภัทย์ อาจารย์ฉัตรชัย มะสุนสืบ คุณออมศิลป์ อธิปธรรมวาริ คุณบัญชา สระทอง และคุณณัฐวุฒิ วงศ์รักษ์ ที่ได้กรุณาใช้เวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณออมศิลป์ อธิปธรรมวาริ ที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะ แนะนำ ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ทำให้การวิจัยครั้งนี้เป็นไปด้วยความราบรื่น และสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณาจารย์ บุคลากรทุกท่าน รวมทั้งพี่ๆ เพื่อนๆ และน้องๆ คณะ วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่คอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจและอำนวยความสะดวก ในการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบุคลากรศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานครทุกท่านที่ คอยช่วยเหลือให้ความสะดวก รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือและสละ เวลาในการประกอบกิจกรรมของท่านเพื่อตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ นายนิรัตน์ – นางวาสนา โพธิ์ปัญญาศักดิ์ บิดามารดา ญาติพี่น้อง ทุกคน ที่ได้อบรม สั่งสอน และสนับสนุนผู้วิจัย ให้ความช่วยเหลือผลักดันให้ประสบความสำเร็จ รวมทั้งผู้วิจัยขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ช่วยเหลือการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของ ทุกท่านที่กล่าวมาแล้ว และมีได้กล่าวในที่นี้ จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สุดท้ายนี้คุณประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ ครู อาจารย์ที่ได้ให้ความรู้ บิดามารดา ผู้ให้กำเนิด โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ บดินทรเดชา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ศาสตร์แห่งการจัดการกีฬา ที่ได้ให้วิชาความรู้ ซึ่งก่อให้เกิดวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ต
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ปัญหาของการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	5
คำจำกัดความของการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>8</b>
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา.....	8
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ.....	10
แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรสาธารณะ และบริการสาธารณะ.....	24
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับเกี่ยวกับศูนย์กีฬาทางน้ำ.....	56

	นโยบายผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกับการขับเคลื่อนสู่มหานครแห่งกีฬา.....	61
	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร.....	63
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	68
	แนวคิดในการวิจัย.....	74
<b>3</b>	<b>วิธีดำเนินงานวิจัย.....</b>	<b>75</b>
	ประชากร.....	75
	กลุ่มตัวอย่าง.....	75
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	76
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	81
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
	เกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็น.....	84
	กรอบการดำเนินการวิจัย.....	86
<b>4</b>	<b>ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>87</b>
	การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของบุคลากรศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร.....	88
	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	88
	ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬา ทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากร.....	90
	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆของบุคลากร.....	98
	การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของประชาชนผู้ใช้บริการกีฬาศูนย์กีฬา ทางน้ำบึงหนองบอนกรุงเทพมหานคร.....	99
	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	99
	ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	101



ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬา ทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของประชาชนผู้ใช้บริการกีฬา.....	103
ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของประชาชนผู้ใช้บริการกีฬา.....	111
การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ประชาชนที่ไม่ได้ใช้บริการกีฬาศูนย์กีฬา ทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร.....	112
ความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำ บึงหนองบอน กรุงเทพมหานครจากประชาชนที่ไม่ได้ใช้บริการกีฬา.....	112
การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	118
ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการ ตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร.....	118
ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	126
<b>5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>127</b>
สรุปผลการวิจัย.....	128
อภิปรายผล.....	152
ข้อเสนอแนะ.....	158
<b>รายการอ้างอิง.....</b>	<b>160</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>165</b>
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย.....	166
ภาคผนวก ข รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตอบแบบสอบถาม.....	168
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	170
ภาคผนวก ง เครื่องมือวิจัย.....	181
ภาคผนวก จ การถอดความคำให้สัมภาษณ์.....	204
<b>ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์.....</b>	<b>224</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองธุรกิจกับมุมมองลูกค้า.....	54
2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับคืนจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างและประเภทของเครื่องมือ.....	75
3. จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม.....	89
4. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา โดยภาพรวม.....	90
5. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านผลิตภัณฑ์.....	91
6. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านราคา.....	92
7. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านสถานที่.....	93
8. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	94
9. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านบุคลากร.....	95

ตารางที่	หน้า
10. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านกระบวนการบริการ.....	96
11. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	97
12. จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม.....	99
13. จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	101
14. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬา โดยภาพรวม.....	103
15. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬา ด้านผลิตภัณฑ์.....	104
16. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬา ด้านราคา.....	105
17. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬา ด้านสถานที่.....	106
18. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬา ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	107

ตารางที่	หน้า
19. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬา ด้านบุคลากร.....	108
20. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬา ด้านกระบวนการบริการ.....	109
21. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬา ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	110
22. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่นำไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยภาพรวม	118
23. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่นำไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านผลิตภัณฑ์.....	119
24. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่นำไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านราคา.....	120
25. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่นำไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านสถานที่.....	121

ตารางที่	หน้า
26. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่นำไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	122
27. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่นำไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านบุคลากร.....	123
28. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่นำไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านกระบวนการบริการ.....	124
29. จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่นำไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	125

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. ความสัมพันธ์ระหว่างการผลิต การตลาด และการบริโภค.....	16
2. โครงสร้างการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการในตลาดยุคเศรษฐกิจใหม่.....	33
3. ระบบการตลาดขั้นพื้นฐาน.....	33
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	34



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การกีฬาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญพื้นฐานเพื่อให้คุณภาพของมนุษย์ดีขึ้น ทั้งในด้านสุขภาพ พลานามัย จิตใจ และสังคม ในการที่จะพัฒนาประเทศจะต้องพัฒนาคนหรือประชากรในชาติเป็นอันดับแรก เพราะประเทศชาติจะพัฒนาได้จะต้องอาศัยประชากรในชาติที่มีคุณภาพและมีสมรรถภาพสูง เพราะคุณภาพชีวิตและสุขภาพที่ดีเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่จะเติบโตในอนาคต และในการเล่นกีฬาแต่ละชนิด จะให้ประโยชน์แก่ผู้เล่นแตกต่างกัน ตามลักษณะการเล่นและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่น การเล่นกีฬาเพียงอย่างเดียวไม่สามารถเพิ่ม สมรรถภาพทางกายได้ทุกด้าน ดังนั้นควรเล่นกีฬาหลาย ๆ ชนิดเพื่อจะได้เพิ่มพูนสมรรถภาพทางกายได้ครบทุกด้าน นอกจากนี้กีฬายังเป็นสื่อสัมพันธ์ช่วยสร้างความเป็นมิตรไมตรีระหว่างชนชาติ ให้มีความสามัคคีในการทำกิจกรรมร่วมกัน เห็นได้จากการเข้าร่วมการแข่งขันมหกรรมกีฬาในระดับต่างๆ ทั้งระหว่างประเทศและในประเทศ เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ ซีเกมส์ กีฬาแห่งชาติ และกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย เป็นต้น ทุกกิจกรรมล้วนมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมความสามัคคี และความมีมิตรไมตรีที่ดีต่อกัน

กรุงเทพมหานครได้น้อมนำแนวพระราชดำริด้านการกีฬาที่ว่า “กีฬามีความสำคัญยิ่งสำหรับชีวิตของแต่ละคน และชีวิตของบ้านเมือง” (พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช อ่างถึงใน อนันต์ ศิริภัสราภรณ์, 2549) โดยมุ่งส่งเสริมให้ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย รักการออกกำลังกาย ใส่ใจสุขภาพ เพื่อให้การกีฬาเป็นสื่อในการพัฒนาทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและสติปัญญา การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ ภายใต้นโยบายการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตามแนวพระราชดำริ ชีวิตพอเพียง โดยจะพัฒนากีฬาในทุกระดับ ทั้งกีฬาขั้นพื้นฐาน กีฬาเพื่อมวลชน กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะจะสานสัมพันธ์ด้านการกีฬาระหว่างบ้านพี่เมืองน้องของกรุงเทพมหานคร นำหลักวิทยาศาสตร์การกีฬามาพัฒนานักกีฬาของกรุงเทพมหานครให้ได้มาตรฐานทัดเทียมนานาชาติ และกระจายการบริหารการกีฬา โดยจัดตั้งสโมสรกีฬาทั้ง 50 สโมสร (50 สำนักงานเขต) ให้ทุกคนมีส่วนร่วม เพื่อขับเคลื่อนการกีฬาจากรากหญ้า สู่สากลอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เพื่อให้กรุงเทพเป็นมหานครแห่งกีฬา และสืบสานแนวพระราชดำริ “กีฬาสร้างคน คนสร้างชาติ”

ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร แม้จะมีสนามและศูนย์กีฬาเป็นจำนวนมากเพื่อรองรับการแข่งขันหรือการเล่นกีฬาของคนกรุงเทพมหานคร แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่สามารถเปิดให้ประชาชนเล่น

กีฬาทางน้ำได้อย่างเป็นทางการ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้ามาใช้บริการ ฟឹคซ้อม แข่งขัน ได้อย่างสะดวกสบายและครบวงจรที่สุด บึงหนองบอนจึงเป็นบึงแห่งแรก

บึงหนองบอน สร้างขึ้น โดยมีเป้าหมายให้เป็นพื้นที่ชะลอน้ำเพื่อแก้ไขปัญหาน้ำท่วมในพื้นที่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากประสบปัญหาน้ำท่วมอย่างหนักตั้งแต่ปี 2526 ทำให้การระบายน้ำทางด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ลงสู่แม่น้ำเจ้าพระยาและลงสู่อ่าวไทยทำได้ยากเพราะด้านตะวันออกเป็นที่ลุ่มต้องหาพื้นที่กักเก็บน้ำฝน จึงได้เกิดบึงนี้ขึ้น แต่เพราะกรุงเทพมหานครยังไม่มีศูนย์กีฬาทางน้ำ ทำให้นักกีฬาของกรุงเทพมหานครไม่มีสถานที่ฝึกซ้อมกีฬาทางน้ำ กรุงเทพมหานครจึงให้สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว จัดสร้างและดำเนินการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนขึ้น ในพื้นที่บึงหนองบอน โดยเปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 18 ตุลาคม 2548 เป็นต้นมา และได้กลายเป็นศูนย์กีฬาทางน้ำแห่งแรกและแห่งเดียวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งบึงนี้เคยใช้แข่งขันกีฬาทางน้ำในระดับนานาชาติ และระดับชาติมาแล้ว คือ ใช้เป็นสนามแข่งขันกีฬาทางน้ำในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพเมื่อปี 2541 และการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ครั้งที่ 32 ในปี 2543 ที่กรุงเทพมหานครได้เป็นเจ้าภาพ หลังจากมีการแข่งขันกีฬาทางน้ำระดับชาติถึง 2 ครั้ง ทางกรุงเทพมหานครมีนโยบายมุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิต เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวและที่ออกกำลังกายสำหรับเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป ได้มองเห็นศักยภาพของบึงหนองบอนนอกจากจะใช้แก้ไขปัญหาน้ำท่วมแล้ว บึงหนองบอนมีพื้นที่กว้างใหญ่และสวยงามเหมาะสมที่จะจัดกิจกรรมกีฬาทางน้ำ เพื่อให้เยาวชนได้มีศูนย์กีฬาทางน้ำที่ยังขาดแคลนเพื่อลดปัญหายาเสพติดและเพิ่มที่พักผ่อนหย่อนใจให้กับคนกรุงเทพที่รักกีฬาทางน้ำ

นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในขณะนั้น จึงได้ดำเนินโครงการจัดสร้างศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนให้เป็นศูนย์กีฬาทางน้ำแห่งแรกของกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสืบสานแนวพระราชดำริในการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่เด็กและเยาวชน เพื่อก่อสร้างศูนย์กีฬาทางน้ำที่ได้มาตรฐานสำหรับการฝึกซ้อมและแข่งขัน เพื่อจัดกิจกรรมกีฬาทางน้ำให้แก่เด็ก เยาวชนและประชาชนได้ฝึกซ้อมและแข่งขัน เพื่อส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาความเป็นเลิศ รวมทั้งเป็นการเพิ่มพื้นที่แหล่งพักผ่อน และศูนย์กีฬาให้บริการแก่เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ยังเป็นการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ “พระบิดากีฬาทางน้ำ” ในวโรกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี อีกด้วย ทางกรุงเทพมหานครได้มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้รองรับกับกีฬาทางน้ำได้หลายชนิด จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์และมีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการจากนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ในวันที่ 23 มิถุนายน 2551 หลังจากการที่ได้มีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนได้ใช้เป็นสนามแข่งขันกีฬาทางน้ำในกีฬาแห่งชาติครั้งที่ 37 ประกอบไปด้วย เรือคยัค เรือแคนู



เรือ 12 ฝีพาย และเรือ 15 ฝีพาย และยังได้ใช้เป็นที่จัดแข่งขันกีฬาเรือพายในกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยครั้งที่ 36 หัวหมากเกมส์อีกด้วย

จากที่กล่าวมาในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ประเทศไทยได้รับทั้งเหรียญทอง เหรียญเงิน และเหรียญทองแดงจากกีฬาเรือใบ และได้รับเหรียญทองแดงอีกหนึ่งเหรียญจากกีฬาเรือพาย อีกทั้งกีฬาเรือใบเป็นกีฬาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงได้รับรางวัลในการแข่งขันเรือใบระดับนานาชาติคือ ในการแข่งขันกีฬาแหลมทองในครั้งที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ ทรงได้รับเหรียญทองจากการแข่งขันเรือใบประเภท โอ.เค. น่าจะเป็นตัวอย่างที่ทำให้เด็กและเยาวชน รวมถึงประชาชนเกิดความสนใจและอยากจะหันมาลองเล่นกีฬาประเภทนี้บ้าง

โดยภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยไปด้วย อาคารโรงเก็บเรือพร้อมศูนย์บริการ อาคารพิพิธภัณฑ์อุปกรณ์กีฬาทางน้ำ สนามกีฬาทางบก ศาลาที่พักสำหรับประชาชน จำนวน 7 หลัง ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนเปิดให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปใน 5 ชนิดกีฬาทางน้ำ ประกอบด้วย เรือใบ วินด์เซิร์ฟ เรือ 5 ฝีพาย เรือคายัค และเรือกรรเชียงบก นอกจากนี้ยังมีพื้นที่สำหรับเล่นกีฬานบกลงน้ำให้บริการด้วย ได้แก่ บาสเกตบอล ฟุตซอล เซปักตะกร้อ รวมทั้งมีลานอเนกประสงค์เพื่อให้ประชาชนมาใช้เป็นลานแอโรบิกอีกด้วย

สมชาย ฉัตรสกุลเพ็ญ ผู้อำนวยการเขตประเวศ กล่าวว่า ทั่วทั้งกรุงเทพมหานครมีศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนที่มีพื้นที่ อุปกรณ์ และบุคลากรพร้อมให้บริการ แต่เพราะเหตุใดศูนย์กีฬาแห่งนี้จึงยังไม่เป็นที่รู้จักของประชาชน และในปัจจุบันยังมีคนมาใช้บริการน้อยมาก โดยเฉพาะการใช้เพื่อพักผ่อนแบบสวนสาธารณะอื่นๆทั่วไป นอกจากการเล่นกีฬา ทั้งที่การเข้าไปไม่เสียค่าบริการแต่อย่างใด ยกเว้นการสมัครค่าสมาชิกเพื่อเล่นกีฬาเท่านั้น สาเหตุส่วนหนึ่งอาจเพราะคนเข้าใจว่าสถานที่นี้ใช้เป็นที่เล่นเรือใบ เล่นกีฬาทางน้ำ และกีฬาต่างๆ มากกว่าเปิดให้ประชาชนเข้าไปใช้บริการหรือทำกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งจริงๆแล้วบึงหนองบอนเปิดให้บริการเหมือนสวนสาธารณะทั่วไปของกรุงเทพมหานคร ที่เข้าใช้บริการได้ฟรี ซึ่งประชาชนทุกคน โดยเฉพาะคนในพื้นที่แควดล้อมและใกล้เคียงมีสิทธิที่จะเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ตามต้องการ (เคลนิวิสต์, 2553: ออนไลน์) หรืออาจเป็นเพราะสาเหตุอื่นๆตามที่ผู้วิจัยได้ประสบกับตัวเองคือ การเดินทางเข้าถึงนั้นลำบาก เนื่องจากรถโดยสารที่ให้บริการมีน้อย และป้ายบอกทางจะมีให้เห็นเมื่อเข้าใกล้เขตพื้นที่ศูนย์กีฬาแล้วเท่านั้น จึงนำมาซึ่งปัญหาว่าจะมีแนวทางในการพัฒนาอย่างไร ที่จะทำให้ประชาชนเข้าไปใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนมากขึ้น

การตลาดที่ดีเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของหน่วยงานทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก ไม่ว่าจะเป็ธุรกิจในประเทศหรือนานาชาติ ไม่ว่าจะเป็องค์กรมุ่งหวังกำไรหรือไม่มุ่งหวังกำไร การตลาดยังสำคัญแม้กระทั่งระดับบุคคล (สิทธิ ธีรสรณ์, 2551) การที่จะทำให้การตลาดสำเร็จบรรลุเป้าหมายได้นั้นจะต้องอาศัยปัจจัยทางการตลาด หรือที่เราเรียกว่า ส่วน

ประสมทางการตลาด ซึ่งจะต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่ควบคุมได้เหล่านี้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

ส่วนประสมทางการตลาดแบบดั้งเดิมประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับสินค้า แต่ส่วนประสมของตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป เนื่องจากบริการเป็นการเกิดขึ้นพร้อมกัน ของการผลิตและการบริโภค คือลูกค้าจะติดต่อกับพนักงาน และได้รับกระบวนการบริการโดยตรง และเพราะบริการไม่สามารถจับต้องได้ลูกค้าจึงตัดสินใจการบริการนั้นจากสิ่งที่จับต้องได้ ดังนั้นจึงมีการเพิ่มองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดขึ้นมาอีก 3 ตัวคือ บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เพื่อให้เหมาะสมกับธุรกิจบริการ สามารถเรียกรวมได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 P's

จากการศึกษาเบื้องต้นและสอบถามเกี่ยวกับสภาพ และปัญหาทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร พบว่าศูนย์กีฬาทางน้ำแห่งนี้ ยังไม่มีการทำการตลาดอย่างชัดเจน เพราะการตลาดเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ประชาชนเข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำแห่งนี้มากยิ่งขึ้น และส่วนประสมทางการตลาด คือเครื่องมือที่ใช้ในการตอบสนองความต้องการ รสนิยม ความชอบของลูกค้า ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการทำวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาให้กับศูนย์กีฬาทางน้ำแห่งนี้ นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเนื่องจากศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นธุรกิจประเภทบริการ ผู้วิจัยจึงใช้ ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ของ Zeithaml, Bitner และ Gremler (2009) ในการหาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำแห่งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิก และทำให้มีผู้เข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น

### คำสำคัญ

แนวทางการพัฒนา, ส่วนประสมทางการตลาด, ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

## ปัญหาในการวิจัย

ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ควรมีแนวทางการพัฒนาในประเด็นส่วนประสมทางการตลาดอย่างไร

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ บุคลากร ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬา ประชาชนที่เข้ามาใช้สถานที่แต่ไม่ได้ใช้บริการ ประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬา ผู้บริหารศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน และผู้ทรงคุณวุฒิ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณดำเนินการโดยใช้แบบสอบถาม และข้อมูลเชิงคุณภาพดำเนินการโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ทำการเก็บรวบรวมในช่วงระหว่างวันที่ 17 กุมภาพันธ์ – 26 มีนาคม 2554

3. งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด 7P's ของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาด้านต่างๆที่เป็นองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด 7P's ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านสถานที่ (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร (People)
6. ด้านกระบวนการ (Process)
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

## ข้อจำกัดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในด้านเวลาทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพมีระยะเวลาไม่มาก

### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

**แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน** หมายถึง วิธีการสร้าง ปรับปรุง คัดแปลง เปลี่ยนแปลง และ/หรือแก้ไของค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ให้สามารถดำเนินการจัดการและอนุรักษ์คุณค่าและวัฒนธรรม เพื่อให้ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และทำให้มีผู้มาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนมากขึ้น

**ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร** หมายถึง ศูนย์กีฬา 1 ใน 9 ศูนย์ของ กรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่ที่ทำการและประกอบกิจกรรมอื่นๆ ที่ตั้งอยู่ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร และอาณาบริเวณที่เป็นพื้นที่บึงขนาดใหญ่จำนวน 3 บึง สำหรับใช้ในการประกอบกิจกรรมกีฬาและการออกกำลังกายทั้งทางน้ำและทางบก กิจกรรมกีฬาและการออกกำลังกายทางน้ำ ได้แก่ การเล่นกีฬาเรือใบ วินด์เซิร์ฟ เรือ 5 ฝาย เรือคยัค และเรือกรรเชียงบก กิจกรรมกีฬาและการออกกำลังกายทางบก ได้แก่ บาสเกตบอล ฟุตบอล เซปักตะกร้อ

**ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง องค์ประกอบของปัจจัยทางการตลาดตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดและการให้บริการรวม 7 ด้าน (7P's) ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นหลักในการพัฒนาแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ให้บริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านบุคลากร (People) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

**ผลิตภัณฑ์** หมายถึง การให้บริการกีฬาทางน้ำได้แก่ เรือใบ วินด์เซิร์ฟ เรือ 5 ฝาย เรือคยัค และเรือกรรเชียงบก และทางบก ได้แก่ บาสเกตบอล ฟุตบอล เซปักตะกร้อ โครงการด้านการเรียนการสอนทักษะกีฬาทางน้ำได้แก่ การเล่นกีฬาเรือใบ วินด์เซิร์ฟ เรือคยัค เรือ 5 ฝาย และเรือกรรเชียงบก โครงการประชาสัมพันธ์และการสร้างสรรค์สังคม (Corporate Social Responsibility-CSR) และการดำเนินการจัดให้บริการด้านการออกกำลังกายและเล่นกีฬาและอื่น ๆ ของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

**ราคา** หมายถึง การกำหนดอัตราและวิธีการชำระค่าสมาชิก และค่าบริการในการยืมอุปกรณ์ และ/หรือวัสดุสิ้นเปลืองของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

**สถานที่** หมายถึง วิธีการเข้าถึงสถานที่ให้บริการ เครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ อาคารที่ทำการ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับให้บริการของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร เช่น สำนักงาน บึงน้ำ ห้องน้ำ โรงเก็บเรือ ทุ่งลอยน้ำ เป็นต้น

**การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง การติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อชักจูงให้ประชาชนมาใช้บริการ และเพื่อสร้างเสริมความไว้วางใจและการมีทัศนคติที่ดีต่อศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

**บุคลากร** หมายถึง ผู้ให้บริการของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ทั้งที่เป็นพนักงานประจำและอาสาสมัครศูนย์กีฬา สังกัดกองการกีฬา

**กระบวนการให้บริการ** หมายถึง วิธีการและลำดับขั้นตอนของระบบและการดำเนินการจัดให้และรับบริการของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

**ลักษณะทางกายภาพ** หมายถึง องค์ประกอบของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการให้บริการตามการรับรู้หรือในมโนภาพของผู้มารับบริการ อันเป็นปัจจัยที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ เช่น ทางเข้า – ออก การตกแต่งอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

**บุคลากร** หมายถึง เจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่ให้บริการภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

**ผู้ใช้บริการ** หมายถึง ประชาชนผู้มาใช้บริการกีฬาภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

**ผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการกีฬาประเภทกีฬาทางน้ำ** หมายถึง ประชาชนที่เข้ามาใช้สถานที่ของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ในการประกอบกิจกรรมกีฬาอื่นๆ เช่น วิ่ง ปั่นจักรยาน และเดินลีลาศ

**ผู้บริหารศูนย์กีฬา** หมายถึง บุคคลที่ได้รับการแต่งตั้งจากสำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์กรกีฬาของกรุงเทพมหานคร ให้ปฏิบัติหน้าที่ภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

**ผู้ทรงคุณวุฒิ** หมายถึง ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการตลาด และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

### **ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย**

ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ของศูนย์กีฬาทางน้ำ บึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ที่ผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการศูนย์กีฬาของกรุงเทพมหานครสามารถนำแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้กับศูนย์กีฬาอื่นๆที่อยู่ภายใต้การดูแลของรัฐบาล และกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรสาธารณะ และบริการสาธารณะ
5. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ
6. แนวคิดเกี่ยวกับเกี่ยวกับศูนย์กีฬาทางน้ำ
7. นโยบายผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกับการขับเคลื่อนสู่มหานครแห่งกีฬา
8. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน
9. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา

ทวี ทิมขำ (2528) ได้รวบรวมความหมายของคำว่า พัฒนา ไว้ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนา แปลว่า ความเจริญ เติบโต หรือก้าวหน้า

พจนานุกรมภาษาอังกฤษ ฉบับ Advanced Learner's Dictionary of Current English ให้ความหมายของคำว่า Development ไว้ว่าหมายถึง ทำให้สิ่งหนึ่งสิ่งใดเติบโตหรือใหญ่ขึ้น

เสถียร เหลืองอร่าม ให้ความหมายว่า การพัฒนา หมายถึง สภาพการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง ส่งเสริมของเก่า หรือสภาพการณ์ที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น

Batten ได้ให้ความหมายของการพัฒนาไว้คือ การเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้น (Development is change for the better)

ทวี ทิมขำ (2528) ได้สรุปคำว่า การพัฒนา ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และการเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องเป็นไปในทางที่ดีขึ้นกว่าสภาพเดิมที่เป็นอยู่ โดยสามารถวิเคราะห์ความหมายของคำว่า “การพัฒนา” จากแนวทาง 3 ด้าน คือ

1. ด้านความก้าวหน้า

2. ด้านการวางแผนเพื่อให้เกิดความเจริญ
3. ด้านวิธีการในการดำเนินการพัฒนา

ดิเรก ฤกษ์ห่วย มีแนวคิดในการพัฒนาว่ามีลักษณะเป็นกระบวนการดังนี้ คือ (ทวี ทิมขำ, 2528)

1. การพัฒนาเป็นกระบวนการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของบุคคล ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม
2. การพัฒนา มุ่งให้เกิดความเสมอภาคกันในสังคมทางเศรษฐกิจ และสังคม
3. การพัฒนา จะต้องสร้างให้เกิดการกระจายอย่างทั่วถึง ทั้งรายได้ของคนในชุมชนและการกระจายบริการต่างๆ ที่รัฐพึงให้แก่ประชาชน โดยมีช่องว่างระหว่างชุมชนในชนบทและในเมืองให้น้อยที่สุด

ธวัช ทันโตภาส (2529) ได้รวบรวมความหมายของการพัฒนา จากนักวิชาการหลายท่านไว้ อีก ดังนี้

ณรงค์ สุวรรณเปี่ยม ให้ทัศนะเกี่ยวกับความหมายของคำว่า การพัฒนา ไว้คือการพัฒนาเป็นการทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้า และยับยั้งความเสื่อม

Edward W. Weidner ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาไว้ 4 กลุ่มคือ

กลุ่มที่ 1 มีความคิดเห็นว่า การพัฒนา หมายถึง การเจริญเติบโต คือการเพิ่มของผลผลิต ซึ่งกระทำโดยระบบสังคม ร่วมกับสิ่งแวดล้อม

กลุ่มที่ 2 มีความคิดเห็นว่า การพัฒนา น่าจะหมายถึงการเปลี่ยนแปลงระบบการกระทำ เช่น การเปลี่ยนแปลงระบบสังคม ระบบการเมือง และระบบบริหาร เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 มีความคิดเห็นว่า การพัฒนา เป็นการเน้นถึงวัตถุประสงค์หลัก การพัฒนาตามแนวคิดนี้จะขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ว่าผู้กำหนดวัตถุประสงค์ระบุไว้อย่างไร ต้องการอะไร ปัญหาต่อมาคือวัตถุประสงค์นั้นมีเหตุผล หรือได้รับความเห็นชอบ หรือการสนับสนุนจากบุคคลที่เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด

กลุ่มที่ 4 มีความคิดเห็นว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงโดยการวางแผนเพื่อไปใช้ในการดำเนินการ ซึ่งเน้นที่การวางแผนและนำแผนไปดำเนินการเพื่อกำหนดหรือก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงตามจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์นั้นๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสรุปได้ว่าการพัฒนา หมายถึง การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสภาพที่เป็นอยู่ซึ่งมีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้า โดยการเปลี่ยนแปลงนี้ต้องปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้น และเพิ่มสิ่งที่ไม่ให้มีขึ้น

สิ่งสำคัญที่ได้จากการเปลี่ยนแปลงการบริการสาธารณะคือ การปฏิรูปและทบทวน ศักยภาพของหน่วยงานรัฐบาล และการที่ให้ประชาชนได้มีโอกาสในการโต้แย้งจะทำให้การบริหารงานของรัฐเกิดการปรับปรุงและเป็นผลในแง่บวกมากขึ้น

หลักของการเปลี่ยนแปลงที่ได้จากประสบการณ์ของประเทศในเครือจักรภพอังกฤษที่มีการปรับปรุงการบริการสาธารณะพบว่าหลักการสำคัญกว่ารูปแบบหรือ โครงสร้างที่ถูกต้องตาม ทฤษฎี ซึ่งหลักการสามารถสรุปได้ดังนี้ (วรเดช จันทรศร, 2544)

1. จะต้องรู้จักแข็งขององค์กร
2. จะต้องรู้ข้อจำกัดขององค์กร
3. จะต้องรู้ว่ากำลังทำอะไร
4. การสร้างค่านิยมให้เกิดขึ้น
5. การเห็นคุณค่าของกำลังคน
6. จะต้องดำเนินตามแนวกลยุทธ์ที่ได้วางไว้
7. จะต้องรู้ว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องเกิดขึ้นตลอดเวลา

## 2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

มาสโลว์ (Maslow อ้างถึงใน พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2546) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ลำดับชั้น โดยมีเงื่อนไขอยู่ 4 ข้อด้วยกันคือ

1. มนุษย์ทุกคนมีชุดความต้องการที่เหมือนกัน โดยเป็นความต้องการที่มีมาตั้งแต่เกิด และความต้องการที่ได้มาจากการติดต่อกับสังคม
2. ความต้องการบางตัวเป็นความต้องการพื้นฐาน หรือสำคัญมากกว่าตัวอื่นๆ
3. ยิ่งความต้องการนั้นเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานมากเท่าไร ยิ่งต้องได้รับการตอบสนอง ก่อนที่ความต้องการอื่นๆที่เป็นความต้องการลำดับต่อไปจะถูกกระตุ้นขึ้นมา
4. ทันททีที่ความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนอง ความต้องการลำดับถัดมาก็จะมีความสำคัญขึ้นมา

ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) ของมนุษย์ 5 ชั้น โดยเรียงลำดับตั้งแต่ขั้นพื้นฐานที่สุด (Basic Level Needs) จนถึงขั้นสูงที่สุด (Upper Level Needs) มีดังต่อไปนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ หรือทางด้านร่างกาย (Biological and Physiological Needs) เป็นความต้องการลำดับพื้นฐานสุด ซึ่งเป็นความจำเป็นต่อร่างกาย เพื่อดำรงชีวิตในสังคม และมี



สุขภาพที่ดี เช่น ความต้องการอากาศ อาหาร น้ำดื่ม อุณหภูมิที่เหมาะสม การกำจัดของเสียในร่างกาย ความต้องการที่อยู่อาศัย ความต้องการทางเพศ และความต้องการอื่นๆของร่างกาย ซึ่งต้องได้รับการตอบสนองก่อนที่จะเกิดความต้องการในลำดับขั้นที่สูงกว่าตามมา

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) คือความปลอดภัยทั้งทางกายและความมั่นคงทางใจ (Psychological Security) เช่น ความคุ้นเคย ความสามารถทำนายได้ การอยู่ในสถานที่ปลอดภัย หรือสถานที่ที่คุ้นเคย ความต้องการการป้องกันคุ้มครอง ความมั่นคงในชีวิต เป็นต้น

3. ความต้องการที่จะผูกพันในสังคม (Social Needs) คือต้องการความรัก ความเป็นเจ้าของ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การได้รับการยอมรับและมิตรภาพ เพื่อไม่ให้รู้สึกโดดเดี่ยวและท้อแท้

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) คือ การเคารพนับถือตัวเอง การเป็นตัวของตัวเองและการประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียง การมีฐานะในวงสังคม การได้รับการยอมรับนับถือจากคนอื่นและการได้รับความสนใจจากคนอื่น

5. ความต้องการที่จะประจักษ์ตน (Self-actualization Needs) เป็นลำดับความต้องการลำดับสูงสุดของมนุษย์ เป็นความต้องการความสมบูรณ์แบบในชีวิตเท่าที่บุคคลนั้นจะเป็นได้ ความสามารถนี้สามารถแสดงออกมาได้แตกต่างกัน เช่น นักกีฬาต้องการได้เหรียญทองโอลิมปิก นักธุรกิจต้องการเป็นผู้นำทางตลาดในอุตสาหกรรมนั้นๆ เป็นต้น ความต้องการลำดับขั้นนี้จะจูงใจให้เกิดพฤติกรรมได้

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ได้รับการยอมรับในหลายสาขาวิชา รวมทั้งการตลาดและการโฆษณา เนื่องจากสะท้อนถึงแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อและใช้สินค้า/บริการ (พรทิพย์ สัมปตตะวานิช, 2546)

ลีทซ์ ซีร์สธอร์น (2551) กล่าวว่า ความต้องการของลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ความต้องการแบบ Need และความต้องการแบบ Want ความต้องการแบบแรกเกิดจากสภาพที่เราไม่พึงพอใจและคิดจะทำอะไรบางอย่างเพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพนั้นให้ดีขึ้น เป็นความต้องการระดับพื้นฐานในสิ่งจำเป็นในชีวิต เช่น อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย การคมนาคม เป็นต้น ส่วนความต้องการแบบหลังเป็นความปรารถนาที่จะให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจมากกว่าที่จำเป็นจริงๆ เป็นความต้องการปรับเปลี่ยนสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้ดีขึ้น เช่น นักศึกษาสามารถจัดการยานมาเรียนได้ แต่ถ้ามีรถยนต์ก็เลือกที่จะขับรถยนต์มากกว่าเพราะสะดวกสบายกว่า เป็นต้น

ความต้องการแบบ Need ถูกขับเคลื่อนโดยความรู้สึกไม่สบายทางกายหรือใจ เช่น ถ้าหัวร่ากายก็ต้องการอาหาร ถ้ารู้สึกเครียด ก็ต้องการวิธีคลายเครียด ส่วนความต้องการแบบ Want

เกิดขึ้น เมื่อเราต้องการนำเสนอสภาพทางกายและใจไปสู่อีกระดับหนึ่งที่เหนือกว่าความสบายขั้นพื้นฐาน

ความต้องการแบบอุปสงค์ (Demand) เป็นความต้องการแบบ Want ที่มีกำลังซื้อ เราทราบอุปสงค์ของตลาดหนึ่งๆ ที่มีต่อสินค้าหนึ่งๆ ที่บริษัทผลิตได้จากการซื้อทั้งหมดของลูกค้าของบริษัทที่อยู่ในตลาดแห่งนั้น

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การที่จะเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจนั้น สามารถเสนอได้ในรูปแบบของสินค้าทั้งสินค้าอุตสาหกรรม และสินค้าอุปโภคบริโภค หรือเสนอในรูปแบบของการบริการ ในการบริการนั้นอาจจะเสนอโดยองค์กรของรัฐ ดำเนินงานโดยไม่แสวงหาผลกำไร เป็นการช่วยเหลือประชาชน เช่น บริการสาธารณสุขบริโภค ได้แก่ การรถไฟแห่งประเทศไทย การประปานครหลวง การประปาส่วนภูมิภาค องค์การขนส่งมวลชน องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เป็นต้น (ยุพาวรรณ วรณวานิชย์, 2548)

#### ความหมายของการบริการ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2538) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ หรือใช้บริการ

คอตเลอร์ (Kotlor, 2000 อ้างถึงใน ชิริกิติ นวรัตน์ ณ อุษยา, 2547) กล่าวว่า การบริการ เป็นกิจกรรมที่ฝ่ายหนึ่งเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง กิจกรรมดังกล่าวไม่มีตัวตน และไม่มีใครเป็นเจ้าของ ซึ่งในการผลิตบริการนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ได้

คอตเลอร์ (Kotlor, 1994 อ้างถึงใน สุภเรศ แดงขำ, 2550) กล่าวว่า การบริการ เป็นกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ถูกนำเสนอโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งให้กับอีกฝ่ายหนึ่งโดยมิได้มีการเป็นเจ้าของ และกิจกรรมดังกล่าวอาจถูกนำเสนอร่วมกับสินค้าที่จับต้องได้

การบริการ (สุบัญญัติ ไชยชาญ, 2542) มีความหมาย 2 นัยยะ ดังนี้

1. บริการคือ การปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่างๆ
2. บริการคือ กิจกรรมที่นำมาซื้อขายกัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน เช่น การให้กู้เงินของธนาคาร การรักษาโรคของสถานพยาบาล การให้บริการด้านการกีฬาและการออกกำลังกาย เป็นต้น

สมิต สัจฉกร (2542) กล่าวว่า การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น จะต้องมียุทธศาสตร์ปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้การช่วยเหลือ การทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจเรา ผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโดยทั่วไป หลักการให้บริการมีข้อควรคำนึงดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ
2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ
3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน
4. เหมาะสมแก่สถานการณ์

นอกจากนั้น สมิต สัจฉกร ยังกล่าวอีกว่าการบริการในภาครัฐมุ่งถึงผลที่จะเกิดต่อประชาชนเป็นบริการสาธารณะ มีวัตถุประสงค์ต้องการให้เกิดความผาสุกแก่ประชาชน ไม่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบแทนในรูปของรายได้ที่สูงกว่ารายจ่ายหรือกำไร การบริการในภาครัฐส่วนใหญ่เป็นลักษณะของการให้เปล่า และถ้าจะมีการเก็บค่าธรรมเนียมการให้บริการ ก็จะเป็นลักษณะที่เป็นค่าตอบแทนพหุคุ้มทุน ให้มีค่าใช้จ่ายดำเนินการให้บริการอยู่ได้ และในการให้บริการหลายประเภท รัฐก็ต้องยอมที่จะรับภาระการขาดทุนในการดำเนินการ เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะ การบริการในภาครัฐเมื่อเกิดข้อผิดพลาดก็ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงานในทางลบ แต่ไม่มีผลต่อบุคคลมากเท่าใด เพราะถึงอย่างไรหน่วยงานก็อยู่ได้ การพัฒนาการบริการในภาครัฐจึงขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำของหน่วยงานเป็นสำคัญ

สมาคมการตลาดอเมริกัน (American Marketing Association อ้างถึงใน สุมณา อยู่โพธิ์, 2525) กล่าวว่า บริการ หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) กล่าวว่า การบริการหมายถึง กิจกรรม กระบวนการ หรือการดำเนินการใดๆ ที่บุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานหนึ่งได้อำนวยความสะดวก ช่วยเหลือ และ/หรือตอบสนองความจำเป็นและความต้องการให้กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น โดยมีวัตถุประสงค์ให้ได้รับความพึงพอใจ

### ลักษณะของบริการ

กรุนรูส (Gronroos, 1990) ได้สรุปลักษณะของการบริการไว้ 8 ประเด็นดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้
2. มีคุณภาพไม่คงที่
3. การผลิตและการจำหน่ายแยกง่าย และการบริโภคมักจะเกิดขึ้นพร้อมกัน
4. เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการ

5. มูลค่าหลักของผลิตภัณฑ์เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการ
6. ลูกค้านี้เป็นส่วนสำคัญในการผลิต
7. บริการไม่สามารถเก็บในสต็อกได้
8. ไม่มีกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ

Kotler (2000 อ้างถึงใน ชีริกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547) ได้สรุปลักษณะของการบริการไว้ 4 ประเด็นดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)
2. คุณภาพไม่คงที่ (Variability/Heterogeneity)
3. ไม่สามารถแยกการผลิตออกจากการบริโภคได้ (Inseparability)
4. ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability)

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) ได้กล่าวว่าการบริการ (Service) มีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้า (Goods) ดังนี้

1. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility)
2. การบริการไม่มีความคงที่แน่นอน (Heterogeneity)
3. การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability)
4. การบริการไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non - ownership)
5. การบริการต้องอาศัย คน เป็นหลัก
6. คุณภาพของการบริการมักต้องอาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ
7. การบริการมักต้องให้ผู้รับบริการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตหรือกระบวนการ

บริการ

นิตยาพร เสมอใจ (2547) ได้สรุปลักษณะเฉพาะของการบริการไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)
2. บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability)
3. บริการมีความไม่แน่นอน (Variability)
4. บริการจัดทำมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneity)
5. บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability)

ยુพาวรรณ วรณวณิชย์ (2548) ได้สรุปลักษณะเฉพาะของการบริการไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)
2. ไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ (Inseparability)
3. ไม่แน่นอน (Variability)
4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability)
5. ไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ (Non - ownership)

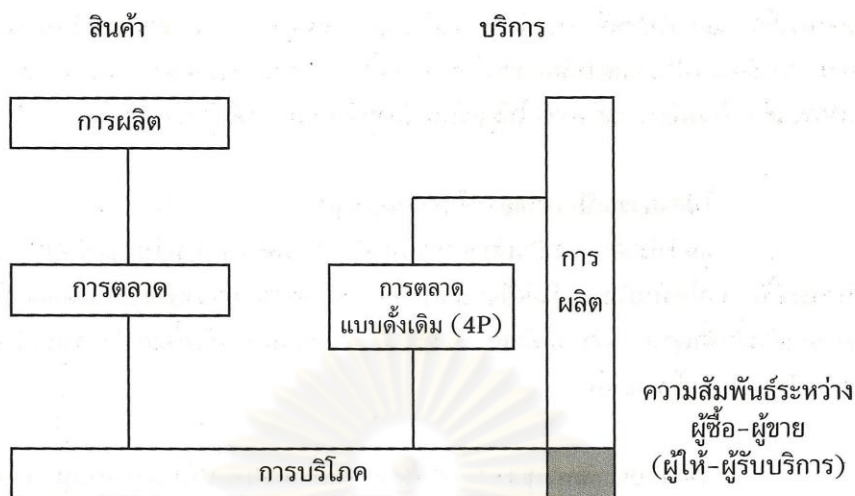
จากที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่าลักษณะของการบริการ แบ่งออกเป็นดังนี้

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) กล่าวคือ ไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ไม่สามารถมองเห็น วัสดุ ได้ยิน ได้กลิ่น หรือสัมผัสทางกายได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ และรับบริการ แต่จะสามารถรับรู้ว่าเป็นบริการที่ดีหรือไม่ก็ต่อเมื่อได้รับบริการแล้ว

เมื่อบริการไม่สามารถสัมผัสได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ ทำให้เป็นการยากสำหรับลูกค้า ที่จะประเมินคุณภาพหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ รวมทั้งกิจกรรมทางการตลาดที่จะแสดงหรือสื่อให้ลูกค้าทราบ เพราะไม่มีรูปปลักษณ์ที่จะนำมาแสดงโดยตรงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนั้นธุรกิจบริการจึงต้องสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับลูกค้า ผ่านทางลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสัมผัสได้ เช่น

- ลักษณะการออกแบบภายนอกสถานบริการ ให้ดูแข็งแรง มั่นคง สะอาด ร่มรื่น
- อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ เพื่อผลิตงานบริการ เช่น เครื่องมือทางการแพทย์ อุปกรณ์กีฬา
- ผลงานที่ผ่านมาของกิจการ เช่น โล่รางวัล ประกาศนียบัตร
- สัญลักษณ์ของกิจการ เช่น ชื่อยตราสินค้า และโลโก้
- ผู้ให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย บุคลิกท่าทาง ลักษณะการแต่งกาย วุฒิการศึกษา เป็นต้น
- ราคา ราคาค่าบริการที่สูง จะสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้มากกว่า

2. บริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (Inseparability) ผู้ให้บริการ กับผู้รับบริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เพราะการผลิต และการบริโภคจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ไม่เหมือนกับสินค้าที่สามารถผลิตเก็บไว้เป็นสินค้าคงคลังได้ แยกกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย การซื้อ และการบริโภคออกจากกัน ทำให้สามารถขายให้ผู้บริโภคได้พร้อมกันหลายๆคน ดังนั้นการให้บริการจึงเป็นการขายตรง จากผู้ให้บริการ ไปยังผู้ซื้อ ลักษณะเช่นนี้มีผลให้ธุรกิจบริการทำได้ในขอบเขตที่จำกัด เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา ซึ่งทำให้สามารถให้บริการได้เพียงครั้งละ 1 ราย พนักงานผู้ให้บริการ 1 คนจึงไม่สามารถให้บริการลูกค้าหลายๆ รายในเวลาเดียวกันได้



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการผลิต การตลาด และการบริโภค (ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2548)

3. บริการไม่แน่นอน (Variability) ปัจจัยสำคัญในการให้บริการไม่ได้มีเพียงแต่วัตถุดิบ เครื่องจักร หรือกระบวนการบริการที่เหมือนกันเพียงเท่านั้น แต่อยู่ที่ส่วนบริการ และเกิดขึ้นเฉพาะสถานการณ์เดียวเท่านั้น แม้ว่าจะมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าแต่บริการส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับบุคคล ทำให้ในการบริการแต่ละครั้งมีความแตกต่างกันไม่แน่นอน ซึ่งคุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ใครคือผู้ให้บริการ ให้บริการเมื่อไร ที่ไหน อย่างไร เพราะฉะนั้นต้องอาศัยความพร้อมของพนักงาน ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ไม่เช่นนั้นแล้วอาจส่งผลถึงคุณภาพของการบริการได้ นอกจากนั้นความพร้อมทางด้านร่างกาย และจิตใจของผู้รับบริการก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะหากเกิดทัศนคติด้านลบ ก็อาจส่งผลต่อการประเมินคุณภาพที่ลำเอียงได้เช่นกัน จึงเป็นการยากที่ผู้ซื้อจะประเมินคุณภาพก่อนการซื้อ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ธุรกิจบริการต้องวางแผนเพื่อควบคุมคุณภาพของการบริการ โดยการเลือกและฝึกอบรมพนักงานบริการ รวมทั้งสร้างระบบตรวจสอบความพอใจของลูกค้า เช่น การรับฟังคำแนะนำ การสำรวจข้อมูลลูกค้า เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

4. บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) เนื่องจากการบริการผลิตได้เพียงครั้งละ 1 หน่วย และจะเกิดขึ้นต่อเมื่อเกิดการซื้อและรับบริการในขณะเดียวกัน แต่ปัญหาของธุรกิจบริการจะไม่เกิดขึ้นหากความต้องการซื้อและความต้องการขายมีปริมาณที่เท่าๆกัน เพราะในกรณีที่ลูกค้ามีปริมาณมากกว่าจะทำให้มีบริการไม่เพียงพอ และสูญเสียโอกาสกับลูกค้ารายอื่นๆที่ผู้บริการไม่สามารถให้บริการได้ และเกิดความสูญเสียให้กับพนักงานที่อยู่ว่างในขณะที่ลูกค้าน้อย ในขณะที่ธุรกิจผู้ผลิตสินค้าสามารถทำการคาดคะเนล่วงหน้าและทำการผลิตเก็บไว้เพื่อรองรับปริมาณความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ แต่การบริการไม่สามารถทำได้

5. บริการไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ (Non - Ownership) ลูกค้าไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการได้ ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการในขณะนั้น เมื่อได้รับบริการแล้วก็ป็นอันเสร็จสิ้น ไม่อาจครอบครองบริการนั้นได้ตลอดไป ซึ่งเป็นข้อแตกต่างขั้นพื้นฐานระหว่างสินค้าและบริการ เพราะถ้าเป็นสินค้าจะเป็นกรรมสิทธิ์ของลูกค้าตลอดไป

### ความสำคัญของการบริการ

รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) ได้สรุปความสำคัญของการบริการออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

#### 1. ความสำคัญต่อหน่วยงานบริการ

1.1 การบริการเป็นการสร้างกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างให้กับหน่วยงาน

1.2 สำหรับหน่วยงานที่นำเสนอการบริการควบคู่ไปกับสินค้าหลัก การบริการจะเป็นตัวสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหลัก

1.3 ช่วยรักษาลูกค้าเดิมและช่วยเพิ่มผลกำไรในระยะยาว เพราะการบริการที่ดีจะรักษาลูกค้าเดิมให้เป็นลูกค้าประจำ หรือที่เรียกว่า ลูกค้าภักดี (Loyal Customer) ของหน่วยงาน การรักษาลูกค้าเดิมจะมีต้นทุนน้อยกว่าการหาลูกค้าใหม่ และลูกค้าเดิมจะทำให้ได้รับรายได้และกำไรในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง เมื่อลูกค้ามั่นใจว่าเขาได้รับบริการที่ดีจากหน่วยงานใดแล้ว เขามักจะใช้บริการนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวโน้มจะใช้เพิ่มขึ้น และแพงขึ้น เพราะโดยธรรมชาติของคนจะไม่ต้องการเสี่ยง และไม่ค่อยยอมรับการเปลี่ยนแปลงหากไม่จำเป็น

1.4 ช่วยเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการที่ดียอมสร้างชื่อเสียงที่จะดึงดูดลูกค้ารายใหม่ให้ตัดสินใจใช้บริการ และลูกค้าเดิมก็จะช่วยประชาสัมพันธ์และแนะนำให้บุคคลอื่นๆ เข้ามาใช้บริการของหน่วยงานเพิ่มขึ้น

1.5 ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงาน การบริการที่ดีทำให้ลูกค้าเกิดความชื่นชมและนิยมในตัวหน่วยงานในภาพรวม นอกจากนั้นยังทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีและพูดถึงหน่วยงานในทางที่ดีด้วย

#### 2. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

การบริการสามารถตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และจิตใจ คือ การบริการทำให้ผู้รับบริการเกิดความสะดวกสบาย มีความสุข และความประทับใจ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่เสียไป ส่งผลให้กลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

## ประเภทของบริการ

ประโยชน์ของการจำแนกประเภทบริการ คือ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกลยุทธ์ เมื่อเข้าใจมุมมองของลูกค้าแล้วก็เข้าใจเหตุผลว่าทำไมลูกค้าจึงตัดสินใจเลือกซื้อ รวมทั้งพฤติกรรม การซื้อซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาด และใช้ประเมินกลยุทธ์ในปัจจุบันขององค์กรบริการ

ยุทธาวรรณ วรณวณิช (2548) ได้จำแนกประเภทบริการไว้ดังนี้

1. ตามความเกี่ยวข้องกับผู้ขายบริการ (Seller Related Bases) แบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้

1.1 ลักษณะของการดำเนินการ (Nature of Enterprise)

1.1.1 ดำเนินการโดยเอกชน มุ่งหวังผลกำไร

1.1.2 ดำเนินการโดยเอกชน แต่ไม่หวังผลกำไร เช่น สถาบันการศึกษา สมาคมบาง

แห่ง

1.1.3 ดำเนินการโดยรัฐ ไม่หวังผลกำไร ได้แก่ กิจการสาธารณูปโภคต่างๆ การขนส่ง สวนสาธารณะ การท่องเที่ยว เป็นต้น

1.2 หน้าที่ของบริการ (Functions Performed)

1.2.1 การสื่อสาร เช่น องค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด

1.2.2 ที่ปรึกษาและบริการทางธุรกิจ เช่น ตัวแทนโฆษณา สำนักงานจัดหางาน บริษัทที่ปรึกษาเกี่ยวกับธุรกิจ

1.2.3 บริการการศึกษา เช่น โรงเรียน วิทยาลัย ห้องสมุด ศูนย์รวมข่าว

1.2.4 บริการทางการเงิน เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ บริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์

1.2.5 บริการเพื่อสุขภาพ เช่น คลินิก โรงพยาบาล สถานบริการกายภาพบำบัด

1.2.6 บริการประกันภัย เช่น ประกันชีวิต ประกันสุขภาพ ประกันอุบัติเหตุ

1.3 แหล่งที่มาของรายได้ (Income Source)

1.3.1 จากภาษีอากรของประชาชน

1.3.2 จากการบริจาค

1.3.3 จากการขายบริการ

1.3.4 จากการขายบริการรวมกับการบริจาค

2. จำแนกตามความเกี่ยวข้องกับผู้ซื้อ (Buyer Related Bases) แบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้

2.1 ประเภทของตลาด (Market Type)

2.1.1 ตลาดอุปโภคบริโภค ผู้บริโภคจะซื้อเพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือในครัวเรือน



2.1.2 ตลาดอุตสาหกรรม ผู้บริโภคซื้อบริการไปเพื่อผลิตสินค้า

2.1.3 ตลาดรัฐบาล

2.2 พฤติกรรมการซื้อ (Way in Which Service Bought)

2.2.1 ซื้อตามความสะดวกซื้อ (Convenience Service) เช่น บริการการเดินทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ

2.2.2 ซื้อโดยเลือกซื้อ (Shopping Service) เช่น บริการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

2.2.3 ซื้อโดยเจาะจงซื้อ (Specialty Service) เช่น บริการตรวจรักษาด้านสุขภาพ

2.2.4 ซื้อโดยไม่คาดคิดมาก่อน (Unsought Service) เช่น บริการปะยางรถยนต์ บริการฉุกเฉินโรงพยาบาล

2.3 แรงจูงใจ (Motives)

2.3.1 ด้านเหตุผล บริการส่วนใหญ่ที่ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อโดยใช้เหตุผล เนื่องจากบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของได้ บริการจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับพนักงานบริการ

2.3.2 ด้านอารมณ์ จะมีในบริการบางประเภท เช่น บริการส่วนตัว บริการรักษาสุขภาพ บริการบันเทิง การซื้อบริการอาจทำเพื่อชื่อเสียงหรือฐานะ เช่น การซื้อตั๋วเครื่องบินชั้นหนึ่ง การซื้อตั๋วเข้าชมแฟชั่น

3. ได้จำแนกตามความเกี่ยวข้องกับบริการ (Service Related Bases) แบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้

3.1 รูปแบบของการบริการ (Service Form)

3.1.1 มีรูปแบบที่แน่นอน (Uniform Service) เช่น บริการรถโดยสารประจำทางจะส่งผู้โดยสารตามเป้าหมายที่ระบุแน่นอน

3.1.2 รูปแบบตามคำสั่งของลูกค้า (Bespoke Service) เช่น บริการรถแท็กซี่จะส่งผู้โดยสารตามจุดหมายปลายทางที่ผู้โดยสารต้องการ

3.2 ให้บริการโดยใช้เครื่องมือหรือแรงคนเป็นหลัก (Human or Machine Based)

3.2.1 บริการโดยใช้เครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้จะเป็นแบบอัตโนมัติ เช่น บริการล้างรถอัตโนมัติ หรือควบคุมการทำงานโดยใช้บุคคลช่วยก็ได้ เช่น บริการเดินทางโดยสายการบิน

3.2.2 บริการโดยใช้แรงคน พนักงานบริการจะเป็นแรงงานที่อาจต้องอาศัยความชำนาญ เช่น บริการซ่อมประปา ซ่อมรถยนต์ หรือไม่ต้องการความชำนาญเช่น บริการตัดหญ้า

### 3.3 ระดับการติดต่อ (High or Low Contact)

3.3.1 การติดต่อระดับสูง หมายถึง ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ด้วยกัน เมื่อเปรียบเทียบกับเวลาทั้งหมดที่ใช้ในการรับบริการ เช่น บริการทางการแพทย์ที่คนไข้กับหมอจะอยู่ด้วยกันตลอดเวลาการให้บริการ

3.3.2 การติดต่อระดับต่ำ เช่น บริการซ่อมรถ ช่างซ่อมจะพบลูกค้าเพื่อทราบอาการของรถเท่านั้น

ลูกค้าแต่ละคนอาจจำแนกการบริการที่ได้รับเหมือนกัน เป็นคนละประเภทก็ได้ เช่น การบริการที่พักรวม มักลูกค้าจะจัดว่าโรงแรมเป็นบริการสะดวกซื้อ แต่นักท่องเที่ยวอาจจัดเป็นบริการเลือกซื้อ เพราะต้องเปรียบเทียบ คุณภาพของแต่ละแห่งและจึงตัดสินใจของห้องพัก

รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) กล่าวว่า หน่วยงานบริการสามารถแบ่งออกตามจุดมุ่งหมายของการจัดตั้งได้ 2 ประเภทคือ

1. หน่วยงานบริการสาธารณะ มุ่งผลิตงานบริการเพื่อรักษาผลประโยชน์และสวัสดิภาพของประชาชน

2. หน่วยงานเชิงธุรกิจ มีจุดมุ่งหมายเพื่อผลิตงานบริการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

นอกจากนี้ องค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ได้จำแนกประเภทการบริการไว้ 12 สาขา ดังนี้ (รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2551)

1. การบริการด้านธุรกิจอาชีพ (Professional Business Services) ครอบคลุมการบริการด้านวิชาชีพ ด้านคอมพิวเตอร์ การโฆษณา การค้นคว้าวิจัยและการพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าโดยไม่รวมค่าดำเนินงาน และการบริการด้านธุรกิจอื่นๆ

2. การบริการสื่อสารคมนาคม (Communication Services) ครอบคลุมการบริการไปรษณีย์และพัสดุภัณฑ์ การโทรคมนาคม ทัศนศิลป์ และอื่นๆ

3. การบริการด้านการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง (Construction and Related Engineering Services) ครอบคลุมการบริการงานก่อสร้าง งานติดตั้งและอื่นๆ

4. การบริการด้านการจัดจำหน่าย (Distribution Services) ครอบคลุมการค้าปลีกค้าส่ง การบริการเป็นตัวแทนจำหน่าย การบริการแฟรนไชส์ (Franchising) และอื่นๆ

5. การบริการด้านการศึกษา (Education Services) ครอบคลุมการศึกษาระดับอนุบาล ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา ตลอดจนหลักสูตรสำหรับผู้ใหญ่ และการบริการด้านการศึกษาอื่นๆ

6. การบริการด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Services) ครอบคลุมการบริการกำจัดมลภาวะต่างๆ รวมทั้งบริการด้านสุขาภิบาล และอื่นๆ

7. การบริการด้านการเงิน (Financial Services) ครอบคลุมการบริการด้านการประกันภัย การธนาคาร ธุรกิจหลักทรัพย์และการบริการด้านการเงินอื่นๆ

8. การบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและบริการทางสังคม (Helth Related and Social Services) ครอบคลุมการบริการรักษาพยาบาล การบริการด้านสุขภาพ และบริการด้านสังคมอื่นๆ

9. การบริการด้านการท่องเที่ยวและการบริการด้านการเดินทางเกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว (Tourism and Travel Related Services) ครอบคลุมถึงการบริการของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ โรงแรม ภัตตาคาร และอื่นๆ

10. การบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา (Recreational, Cultural and Sporting Services) ครอบคลุมการบริการของธุรกิจบันเทิง ซึ่งรวมถึง โรงละคร ดนตรี ละครสัตว์ การบริการข่าวสาร ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ การบริการด้านวัฒนธรรมอื่นๆ การบริการด้านการกีฬา และการนันทนาการอื่นๆ

11. การบริการด้านการขนส่ง (Transportation Services) ครอบคลุมการบริการด้านการขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ทางอวกาศ และทางท่อ และการขนส่งอื่นๆ

12. การบริการด้านอื่นๆ (Other Services not included Elsewhere) เช่น การบริการเสริมสวย เป็นต้น

### ลักษณะของการบริการที่ดี

กรูนรูส (Gronroos, 1990) กล่าวว่า การที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้ว่า คุณภาพของการบริการนั้นดีหรือไม่ เป็นผลมาจากคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (Expected Quality) ตรงกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ (Experience Quality) เกิดเป็นภาพรวมของงานที่มีคุณภาพ (Total Perceived Service Quality) ซึ่งสามารถสร้างให้เกิดได้โดยอาศัยหลักการ 6 ประการดังนี้

1. การเป็นมืออาชีพ และมีทักษะของผู้ให้บริการ (Professionalism and Skill) ลูกค้าสามารถรับรู้จากการที่ผู้ให้บริการมีความรู้ และทักษะในงานบริการสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีแบบแผน

2. ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Attitude and Behavior) ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และช่วยแก้ไขปัญหาได้ทันที

3. การเข้าพบง่าย และมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Accessibility and Flexibility) ลูกค้าจะตัดสินใจจากสถานการณ์ที่ตั้งของสำนักงาน และเวลาที่ให้บริการของพนักงานและระบบการบริการที่จัดเตรียมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

4. ความไว้วางใจ และเชื่อถือได้ (Reliability and Trustworthiness) ลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หลังจากการที่ผู้ให้บริการปฏิบัติได้ตามที่ตกลงไว้

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่ปกติ (Recover) เมื่อใดก็ตามที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้า หรือเหตุการณ์ที่ผิดไปจากปกติ และผู้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นๆ ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ กอบกู้สถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติด้วยวิธีที่เหมาะสม

6. ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ (Reputation and Credibility) ลูกค้าจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการมาด้วยดีโดยตลอด

ปาริชาต ประกอบมาศ (2551) กล่าวว่า การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลที่มีบุคลิกภาพ อุปนิสัย และอารมณ์ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน และแต่ละสถานการณ์จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้

1. ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจถ้ามีความรักในการบริการ ก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นด้วยความตั้งใจ และเต็มใจ ผลของการกระทำมักจะเกิดในด้านดี

2. ทำด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่อยู่ในอาคารที่ร้อน จึงต้องการความช่วยเหลือที่ทันอกทันใจ การแสดงออกอย่างสุภาพ ใน การให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุข และความพอใจ

3. ทำถูกต้อง การให้บริการที่สมบูรณ์ จะเป็นการตอบสนองความต้องการ และทำความพอใจ ให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดเจน การบริการที่ดีจึงต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสำคัญ

4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษ และเรียกร้องจะรับบริการที่ดี หรือเหนือกว่าผู้อื่น หากเราแสดงออกให้คนอื่นเห็นว่าเราบริการเป็นพิเศษ แก่คนบางคนเท่ากับว่าเราไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความพอใจแก่คนเพียงคนเดียว แต่ทำความไม่พอใจแก่คนจำนวนมาก เราพูดพอได้ยืมกับลูกค้าบางคนว่า เราบริการให้เป็นพิเศษแต่ต้องแสดงออกให้คนทั่วไปเห็นว่า เราบริการอย่างเสมอภาค

5. ทำให้เกิดความชื่นใจ การบริการที่ดีต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่า เมื่อใดที่ผู้ให้บริการสนองตอบความต้องการ ให้ความช่วยเหลืออย่างดีก็จะเกิดความปีติ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องพยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจ

การบริการที่มีคุณภาพ มี 3 องค์ประกอบ (วิฑูรย์ สิมาโชค อ้างถึงใน ภักดิ์วัฒน์ เชิดพุทธ, 2552) ได้แก่

1. ผู้ให้บริการ คือหัวใจสำคัญของงานบริการ เพราะเป็นผู้สร้างความแตกต่างและเป็นผู้สร้างความสำเร็จให้กับกิจกรรม

2. สถานที่ให้บริการ เป็นจุดแรกที่ผู้ใช้บริการจะได้สัมผัสเมื่อก้าวเข้ามาในหน่วยงาน สถานที่ที่สะอาดดูสวยงาม และเป็นระเบียบ ถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพ และคุณภาพขององค์กรด้วย ผู้ใช้บริการที่เห็นจะรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมทั้งรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบ

3. สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือหรืออุปกรณ์สนับสนุนการให้บริการที่เราจะเลือกใช้ประเภทใด ก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในงานบริการและสิ่งสำคัญที่ละเลยไม่ได้ คือ การบำรุงรักษาดูแลเครื่องมืออุปกรณ์เหล่านั้นให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ไม่ใช่ว่ามีเครื่องมืออุปกรณ์พร้อมแต่ใช้งานไม่ได้เลย

ทีโอดอร์และโรเจอร์ (Theoder and Roger อ้างถึงใน ประภาพรรณ จุมพลเดชาพันธุ์, 2545) กล่าวว่า การให้บริการที่ดี ส่วนหนึ่งอยู่กับการเข้าถึงการใช้บริการ โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการ ดังนี้

1. ความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่ กับความต้องการขอรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงสถานที่ตั้ง และการเดินทาง
3. ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ
4. ความสามารถของผู้รับบริการในการที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการบริการ
5. การยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

เวเบอร์ (Weber, 1966) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การจะให้การบริการมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุดคือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอพิเศษ ทุกคนได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ตามหลักเกณฑ์อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

สราณี เตมิยะเวส (2548) กล่าวว่า การบริการที่ดีประกอบด้วย

1. ความเชื่อถือได้ ประกอบด้วยความสม่ำเสมอ และความพึงพอใจได้
2. การตอบสนอง ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้การบริการ และอุทิศเวลา ความต่อเนื่องในการติดต่อ และปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

3. ความสามารถ ประกอบด้วย ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร และความสามารถในความรู้การที่จะให้บริการ

4. การเข้าถึงการ ประกอบด้วยผู้ใช้บริการ หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบ ขั้นตอน ไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการและอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก

5. ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการให้การต้อนรับที่เหมาะสม และผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

6. การสื่อสาร ประกอบด้วย มีการสื่อสารที่แจ่มชัดและลักษณะงานบริการ และมีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

7. ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ

8. ความมั่นคง ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

9. ความเข้าใจ ประกอบด้วย การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ และการให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

10. การสร้างสิ่งจำเป็นที่จับต้องได้ การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการและการจัดสถานที่ให้บริการ สวยงาม สะอาด

#### 4. แนวความคิดเกี่ยวกับองค์การสาธารณะ และบริการสาธารณะ

พิทยา บวรวัฒนา (2541) ได้กล่าวว่า องค์การสาธารณะ (public organization) หมายถึงหน่วยงานของรัฐบาล (governmental agencies) ทุกๆประเภท สำหรับประเทศไทย องค์การสาธารณะได้แก่ กระทรวง ทบวง กรม รัฐวิสาหกิจต่างๆ และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด สุขาภิบาล

ความแตกต่างระหว่างองค์การสาธารณะกับองค์การเอกชน

1. เป้าหมายขององค์การ ในองค์การเอกชนนั้น ฝ่ายจัดการมีวัตถุประสงค์ที่จะดำเนินการเพื่อให้เกิดกำไรขึ้น ความสำเร็จขององค์การวัดได้จากผลกำไรที่เพิ่มขึ้น แต่สำหรับองค์การสาธารณะ ความสำเร็จขององค์การวัดได้ยาก เพราะเป้าหมายขององค์การสาธารณะไม่ชัดเจนเหมือนองค์การเอกชน บางครั้งองค์การสาธารณะมีเป้าหมายที่คลุมเครือ บางครั้งมีเป้าหมายหลายเป้าหมายพร้อมกันซึ่งอาจทำให้เป้าหมายเหล่านั้นขัดแย้งกันเองด้วย สาเหตุต่างๆที่กล่าวมาเกิดจากการที่องค์การสาธารณะมีลักษณะเป็นระบบเปิด และได้รับแรงกดดันทางการเมืองจากกลุ่มบุคคลหลายๆฝ่าย ที่เรียกร้องให้องค์การสาธารณะกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ

2. ลักษณะการทำงานของสมาชิกองค์การสาธารณะ การทำงานของข้าราชการจะมีกฎหมายระเบียบแบบแผน กำหนดขอบเขตอำนาจ ตลอดจนความรับผิดชอบของข้าราชการไว้อย่างละเอียด

เป็นลายลักษณ์อักษร ข้าราชการขององค์การสาธารณะจะไม่กล้าทำอะไรเกินหน้าที่ที่ถูกระเบียบได้กำหนดไว้ และข้าราชการมีแนวโน้มที่จะรักษาเสถียรภาพภายในองค์การสาธารณะมากกว่าที่จะเสนอให้มีการเปลี่ยนแปลง

3. ลักษณะการทำงานของฝ่ายบริหารในองค์การสาธารณะ ฝ่ายบริหารจะมองการทำงานในระยะสั้นกว่าฝ่ายบริหารในองค์การเอกชน เนื่องจากตำแหน่งฝ่ายบริหารในองค์การสาธารณะจะมีการแปรผันไปตามกระแสการเมืองได้

4. ความขัดแย้งในองค์การ บรรยากาศในองค์การสาธารณะจะมีความขัดแย้งกันมากกว่าในองค์การเอกชน เพราะข้าราชการต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด และสื่อมวลชนบุคคลภายนอกจะคอยหาข้อบกพร่องข้าราชการตลอดเวลา

5. การเป็นเจ้าของและที่มาของแหล่งเงินทุน องค์การสาธารณะ หมายถึง องค์การที่รัฐเป็นเจ้าของและมีแหล่งเงินทุนมาจากรัฐและเอกชน การที่รัฐเป็นเจ้าของหมายความว่า ไม่มีบุคคลใดกลุ่มใด สามารถอ้างกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าขององค์การสาธารณะได้

## บริการสาธารณะ

### บริการสาธารณะในระบบกฎหมายปกครองฝรั่งเศส

ในช่วงแรกของการศึกษาทฤษฎีว่าด้วยบริการสาธารณะ ศาสตราจารย์ Léon Duguit ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าบริการสาธารณะไว้ว่า บริการสาธารณะเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของรัฐ คำจำกัดความนี้สันแต่หากพิจารณาอย่างลึกซึ้งแล้วจะพบว่าเป็นคำจำกัดความที่สะท้อนให้เห็นถึงความมีอยู่ของบริการสาธารณะคู่กับรัฐ และความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชน โดยผ่านการบริการสาธารณะ นอกเหนือจากความหมายดังกล่าว นักวิชาการจำนวนมากให้คำจำกัดความของบริการสาธารณะเอาไว้รวมทั้งแนวคำวินิจฉัยของศาลปกครองสูงสุดที่พยายามชี้ให้เห็นถึงภาพของบริการสาธารณะซึ่งยังมีความต่างกันเนื่องจากการวินิจฉัยแต่ละคดีเป็นปัญหาที่แตกต่างกัน ในบางครั้งคำว่าบริการสาธารณะจึงหมายถึงการดำเนินกิจกรรมของฝ่ายปกครอง ในบางครั้งก็หมายความถึงฝ่ายปกครองในฐานะที่เป็นองค์กร แต่อย่างไรก็ตามหากพิจารณาโดยรวมถึงแนวคำวินิจฉัยของศาลปกครองสูงสุดแล้วจะพบว่า บริการสาธารณะคือ กิจกรรมหรือภารกิจของฝ่ายปกครองนั่นเอง (นันทวัฒน์ บรมานันท์, 2552)

Jean de SOTO ได้แบ่งบริการสาธารณะเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ บริการสาธารณะที่มีลักษณะทางปกครอง (services publics administratifs) และบริการสาธารณะที่มีลักษณะทางอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม (services publics industriels et commerciaux) ซึ่งมีความแตกต่างกัน 3 ประการคือ (นันทวัฒน์ บรมานันท์, 2552)

1. วัตถุประสงค์ของบริการ บริการสาธารณะที่มีลักษณะทางปกครองจะมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในประเทศเพียงอย่างเดียว แต่บริการสาธารณะที่มีลักษณะทางอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อบริการด้านเศรษฐกิจเช่นเดียวกับเอกชน

2. รูปแบบของการดำเนินงาน บริการสาธารณะที่มีลักษณะทางปกครองจะมีรูปแบบการดำเนินงานที่รัฐสร้างขึ้นมาเป็นแบบเดียวกัน มีระบบบังคับบัญชาซึ่งใช้กับผู้ปฏิบัติงานทุกคน แต่บริการสาธารณะที่มีลักษณะทางอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรมมีรูปแบบการดำเนินงานที่สร้างขึ้นมาจากความคล่องตัวในการดำเนินงาน

3. แหล่งที่มาของเงินทุน บริการสาธารณะที่มีลักษณะทางปกครองจะมีแหล่งที่มาของเงินทุนจากรัฐแต่เพียงอย่างเดียว โดยรัฐจะเป็นผู้รับผิดชอบเงินทุนทั้งหมดที่นำมาใช้จ่ายในการดำเนินงาน แต่บริการสาธารณะที่มีลักษณะทางอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรมมีแหล่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากค่าตอบแทนการบริการของผู้ใช้บริการ

นอกจากนั้นแนวคำวินิจฉัยของศาลปกครองสูงสุดยังได้สร้างประเภทของบริการสาธารณะอีกหลายประเภทซึ่งแบ่งตาม “วัตถุประสงค์” ของบริการสาธารณะดังนี้

1. บริการสาธารณะทางสังคม ส่วนใหญ่บริการสาธารณะของรัฐประเภทนี้จะเป็นบริการสาธารณะที่ทำกันจนกลายเป็นประเพณีนิยม และจะพบบริการสาธารณะประเภทนี้มากในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือทางสังคม

2. บริการสาธารณะทางสุขภาพ เป็นกิจกรรมที่รัฐจัดให้มีเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ รมรงค์ให้รักษาสุขภาพ หรือรณรงค์เพื่อต่อต้านโรคร้ายบางประเภท รวมทั้งจัดตั้งองค์กรหรือสถาบันพิเศษขึ้นมาเพื่อรักษาโรคบางประเภท

3. บริการสาธารณะทางวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์สาธารณะทางด้านศิลปวัฒนธรรม ซึ่งอาจมีลักษณะแตกต่างกันไป อาจหมายถึง โรงละคร ศูนย์ส่งเสริมเยาวชน พิพิธภัณฑ์ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ต่างๆ บริการสาธารณะประเภทนี้ยังเป็นบริการที่รัฐสามารถมอบให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการจัดทำได้

4. บริการสาธารณะทางด้านกีฬา เป็นบริการสาธารณะทางปกครองที่รัฐมีหน้าที่ต้องจัดทำ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการเล่นกีฬา และเสริมสร้างสุขภาพ ในระยะหลังเมื่อเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดสมาคมและจัดให้มีสถานที่เล่นกีฬา รวมทั้งฝึกนักกีฬาให้เป็นนักกีฬาระดับชาติ บริการสาธารณะทางปกครองประเภทนี้จึงเปลี่ยนเป็นประเภทใหม่ที่สามารถให้เอกชนเข้าร่วมมือได้

นอกจากนั้น Jean de SOTO ยังได้กล่าวถึง “ทรัพย์สิน” ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งของฝ่ายปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ในกรณีการเวนคืนเพื่อประโยชน์สาธารณะ วัตถุประสงค์ของ



การเวนคืนก็คือ เพื่อประโยชน์สาธารณะ หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่มีความจำเป็นหรือเกี่ยวข้องกับงานของรัฐทุกประเภท ต่อมานักกฎหมายได้ให้คำจำกัดความที่แคบลงโดยหมายถึงทรัพย์สินที่จำเป็นสำหรับการจัดทำบริการสาธารณะ เนื่องจากการเวนคืนก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิทธิของประชาชน จึงควรมีการกำหนดกรอบหรือขอบเขตในการเวนคืนให้แคบและตายตัวเพื่อไม่ให้สิทธิของประชาชนที่มีอยู่เหนือทรัพย์สินถูกระทบโดยไม่จำเป็น

เมื่อมีการให้บริการแล้วก็ต้องมีผู้รับประโยชน์จากการบริการนั้นคือ ผู้ใช้บริการ หน้าที่ของผู้ใช้บริการไม่มีหลักเกณฑ์ตายตัวจึงสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของบริการสาธารณะ แต่อย่างไรก็ตามมีข้อผูกมัดขั้นพื้นฐานสำหรับผู้ให้บริการสาธารณะทุกประเภทอยู่ประการหนึ่งคือ ผู้ใช้บริการมีหน้าที่ที่จะต้องเคารพหลักเกณฑ์ในการเข้าใช้บริการสาธารณะแต่ละประเภทซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามสภาพของบริการสาธารณะเช่น การเขียนใบสมัคร การส่งเอกสารหลักฐาน การจ่ายค่าบริการ นอกจากนี้ผู้ใช้บริการต้องเคารพกฎระเบียบของการบริการแต่ละประเภทหากผู้ใช้บริการไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์หรือไม่เคารพกฎเกณฑ์ที่ฝ่ายปกครองผู้จัดทำบริการได้วางไว้ ต้องได้รับโทษซึ่งเป็นการลงโทษในฐานะผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ เช่น การจ่ายค่าปรับ การห้ามใช้บริการ การลงโทษทางสังคม

### แนวความคิดในการจัดทำบริการสาธารณะในประเทศไทย

จันทจิรา เอี่ยมมยุรา กล่าวว่า บริการสาธารณะในประเทศไทยมีการแบ่งภาระกิจของรัฐที่เป็นบริการสาธารณะออกเป็น 2 ประเภทคือ ภารกิจพื้นฐานและภารกิจลำดับรอง (นันทวัฒน์ บรมานันท์, 2552)

ภารกิจพื้นฐาน ได้แก่ การป้องกันมิให้เกิดข้อพิพาทและยุติข้อพิพาทที่เกิดขึ้นแล้วหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยและรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ โดยความมั่นคงปลอดภัยมีอยู่ด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ ความมั่นคงปลอดภัยภายในชุมชนและความมั่นคงปลอดภัยจากการปะทุระเบิดร้ายอันมีแหล่งที่มาจากภายนอกชุมชน

ภารกิจอันดับรอง ได้แก่ การส่งเสริมสวัสดิภาพตลอดจนการกระจายความมั่นคงของชาติไปยังประชาชนกลุ่มต่างๆ เพื่อให้เกิดความยุติธรรมทางสังคมรัฐส่งเสริมสวัสดิภาพของราษฎรทั้งทางกายภาพและจิตใจ รัฐประกันเงื่อนไขแห่งการคล่องชีพขั้นต่ำของราษฎรทุกคน เช่น ให้บริการการศึกษา การรักษาพยาบาล การขนส่งคมนาคม การพักผ่อนหย่อนใจ ส่งเสริมการเล่นกีฬาเพื่อให้ราษฎรมีสุภาพแข็งแรง ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประกันการว่างงาน คุ้มครองการบริโภคของราษฎร เป็นต้น

### ความหมายของบริการสาธารณะ

ความหมาย หรือ คำจำกัดความของบริการสาธารณะได้รับอิทธิพลมาจาก ศาสตราจารย์ ดร. ประยูร กาญจนกุล ซึ่งได้ให้ความหมายของบริการสาธารณะไว้ว่า หมายถึง กิจการที่อยู่ในความอำนาจหรืออยู่ในความควบคุมของฝ่ายปกครองที่จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (นันทวัฒน์ บรมานันท์, 2552)

การบริการสาธารณะ หรือเรียกอีกอย่างว่าการบริการประชาชน เป็นหัวใจในการทำงานของรัฐบาล โดยจะประกอบด้วยลูกจ้าง หรือเจ้าหน้าที่ที่รวมตัวกันโดยมีความสอดคล้องกันระหว่างบรรทัดฐานด้านวิชาชีพ กฎระเบียบการบริหารด้านการเงินและด้านบุคคล และโครงสร้างของอาชีพทั่วไป ดังนั้น การบริการสาธารณะจึงเกี่ยวข้องกับการควบคุมการนำเข้าทรัพยากรด้านการเงินและบุคคลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อใช้ในการดำเนินงานหรือบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ (วรเดช จันทรศร, 2544)

เทพศักดิ์ บุญรัตน์พันธุ์ (2536 อ้างถึงใน ภัควัฒน์ เชิดพุทธ, 2552) ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่า หมายถึง การที่บุคคล หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะ ซึ่งอาจจะป็นของรัฐ หรือเอกชนมีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ผู้รับบริการ โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ โดยส่วนรวมการให้บริการสาธารณะมีลักษณะที่เป็น “ระบบ” มีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ส่วน คือ

1. สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ
2. บังคับนำเข้าหรือทรัพยากร
3. กระบวนการและกิจกรรม
4. ผลผลิตหรือตัวบริการ
5. ช่องทางการให้บริการ
6. ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

เวอร์มา (Verma อ้างถึงใน ยุวดี สิทธิพิทักษ์วงศ์, 2547) ได้พิจารณาการให้บริการสาธารณะว่าเป็นกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเป็นพลวัต โดยระบบการให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นได้เมื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบใช้ทรัพยากรและผลิตการบริการได้เป็นไปตามแผนงานและการเข้าถึงการบริการ จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบและออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการ เป็นบังคับนำเข้าต่อไป ด้วยเหตุนี้ ระบบการให้บริการสาธารณะจึงมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

เดนนิสและเบิร์กเฮด (Dennis and Birkhead อ้างถึงใน ยูวดี สิทธิพิทักษ์วงศ์, 2547) มองว่าการให้บริการสาธารณะมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ปัจจัยนำเข้า หรือทรัพยากร อันได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. กิจกรรม หรือกระบวนการ หมายถึง วิธีการที่จะใช้ทรัพยากร
3. ผล หรือผลผลิต หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากมีการใช้ทรัพยากร
4. ความคิดเห็น ต่อผลกระทบ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้รับบริการ ที่มีต่อบริการที่ได้รับ

ปรัชญา เวสารัชช์ (2526) ให้ความเห็นว่า การให้บริการของรัฐนั้น จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1. การให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่สมาชิกสังคม ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่วัดได้ยากหรือให้คำจำกัดความยาก แต่อาจกล่าวได้อย่างกว้างๆ ถึงองค์ประกอบที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่ การให้บริการที่เท่าเทียมกันแก่สมาชิกสังคม การให้บริการในเวลาที่เหมาะสม การให้บริการโดยคำนึงถึงปริมาณไม่ให้มากเกินไปหรือน้อยเกินไป และการให้บริการโดยมีการปรับปรุงให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงเสมอ

2. การให้บริการโดยมีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ เป็นค่านิยมพื้นฐานสำหรับการบริหารในสังคมประชาธิปไตย ที่จะต้องสามารถให้บริการที่มีลักษณะสนองตอบต่อมติมหาชน ต้องมีความยืดหยุ่นที่ปรับเปลี่ยนลักษณะงาน หรือการให้บริการที่สามารถสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด

ประยูร กาญจนกุล (2549) ให้ความสำคัญของการบริการสาธารณะที่สำคัญ 5 ประการคือ

1. บริการสาธารณะเป็นกิจการที่อยู่ในความอำนาจหรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง
2. บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ ในการตอบสนองความต้องการส่วนรวมของฝ่ายปกครอง
3. การจัดระเบียบ และวิธีการดำเนินบริการสาธารณะย่อมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย
4. บริการสาธารณะจะต้องดำเนินการอยู่เป็นนิจ และโดยสม่ำเสมอ ไม่มีการหยุดชะงักถ้าบริการสาธารณะจะต้องชะงักด้วยประการใดๆ ผู้รับบริการย่อมได้รับความเดือดร้อน หรือ ได้รับความเสียหาย
5. เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

จากแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น ถึงแม้จะมองแนวความคิดของการให้บริการสาธารณะ จำกัดขอบเขตอยู่เพียงหน้าที่ฝ่ายปกครอง ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐเท่านั้น แต่เมื่อพิจารณาในแง่ของ วัตถุประสงค์อาจกล่าวได้ว่า ก่อนข้างจะครอบคลุม กล่าวคือ เป็นการมองว่าการให้บริการสาธารณะ มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการส่วนรวมของผู้รับบริการมิใช่เพียงบุคคลหนึ่ง หรือ กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น คุณค่าที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การเน้นหลักการให้บริการสาธารณะ อันได้แก่ ความต่อเนื่อง และความยุติธรรมในการให้บริการสาธารณะ ซึ่งหลักการทั้งสองนี้ได้ถูก นำไปใช้ในการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการด้วยเช่นกัน

ชวงส์ ฉายะบุตร (2536) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจรหรือการพัฒนา ให้บริการในเชิงรุกที่จะต้องเป็นไปตามหลักการ ซึ่งอาจเรียกว่า Package Service ดังนี้ (ภักดิ์วัฒน์ เชิดพุทธ, 2552)

1. ยึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของผู้รับบริการ เป็นเป้าหมายการบริการของรัฐ จะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน เป็นการมุ่งประโยชน์ของผู้รับบริการทั้งผู้ที่มาติดต่อ ขอรับบริการและผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการ มีลักษณะดังนี้

1.1 ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดย จะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน

1.2 การกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติ และการใช้ดุลพินิจจะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของ ผู้รับบริการเป็นหลัก

1.3 ข้าราชการจะต้องมองผู้มารับบริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับตนมีสิทธิที่จะ รับรู้ให้ความเห็นหรือโต้แย้งอย่างมีเหตุผล

2. ความรวดเร็วในการให้บริการ ดังนั้นในระบบการแข่งขันเสรีต้องพัฒนาการให้บริการ 3 ลักษณะ คือ

2.1 การพัฒนาข้าราชการให้มีทัศนคติ มีความรู้ ความสามารถให้เกิดความชำนาญ มีความกระตือรือร้น และกล้าตัดสินใจ

2.2 การกระจายอำนาจ ปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอน และใช้เวลา ให้บริการน้อยที่สุด

2.3 การพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ให้เร็วขึ้น อนึ่งการพัฒนาความรวดเร็วในการ ให้บริการสามารถกระทำตามขั้นตอนก่อนให้บริการ ได้แก่ การวางแผน การเตรียมการต่างๆ ให้ ความพร้อมก่อนให้บริการ และภายหลังการให้บริการ ได้แก่ การรายงาน การติดตามผล การจัดเก็บ เอกสารต่าง ๆ เป็นต้น

3. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ หมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก และยังหมายถึง ความพยายามที่จะให้บริการในเรื่องอื่นๆ ที่ผู้มาติดต่อขอรับบริการสมควรจะได้รับ แม้ว่าผู้รับบริการจะไม่ได้ขอรับบริการในเรื่องนั้นก็ตาม แต่ถ้าเห็นว่าเป็นสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการ ก็ควรที่จะให้คำแนะนำและพยายามให้บริการในเรื่องนั้นๆ ด้วย

ความกระตือรือร้น ในการบริการเป็นเป้าหมายที่สำคัญ เนื่องจากผู้รับบริการบางส่วนยังมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการ ดังนั้นหากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพยายามให้บริการด้วยความกระตือรือร้น ก็จะทำให้ผู้มารับเกิดทัศนคติที่ดียอมรับ ฟังเหตุผล คำแนะนำต่างๆ มากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนในที่สุด

การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ ความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่ นโยบาย ระเบียบแบบแผนของทางราชการ และในเชิงศีลธรรมจรรยา การตรวจสอบความถูกต้อง อาจเป็นการตรวจสอบโดยกลไกภายในระบบราชการเอง และตรวจสอบจากภายนอก

ความสุภาพอ่อนน้อม เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อผู้รับบริการผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม รวมทั้งมีความรู้สึกเคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของผู้มารับบริการ

ความเสมอภาคถือว่าข้าราชการมีหน้าที่จะต้องให้บริการแก่ผู้รับบริการ โดยเสมอภาคกันตามเงื่อนไขดังนี้

1. การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกันไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม

2. การให้บริการจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการ

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร เป็นการพัฒนาการให้บริการที่มีเป้าหมายที่จะให้ผู้รับบริการได้รับการที่ควรจะได้รับอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการมุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ตลอดจนเป็นการให้บริการที่มีความถูกต้อง ชอบธรรม สามารถตรวจสอบได้ และสร้างความเสมอภาคทั้งในการให้บริการและในการที่จะได้รับบริการจากรัฐ

การพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะข้างต้น แสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของการให้บริการสาธารณะ คือ การสร้างความพอใจให้เกิดแก่ผู้รับบริการ ดังนั้น การที่จะวัดว่าการให้บริการ สาธารณะบรรลุเป้าหมายหรือไม่ วิธีหนึ่ง คือ การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อเป็นการวัดความพึงพอใจนี้เป็นการตอบคำถามว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการมีความสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้หรือไม่เพียงใด อย่างไร

ในส่วนของการบริการของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานครนั้นเป็นการให้บริการสาธารณะทางด้านกีฬา ซึ่งเป็นบริการสาธารณะทางปกครองที่รัฐมีหน้าที่ต้องจัดทำ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการเล่นกีฬา และเสริมสร้างสุขภาพให้กับประชาชนทั่วไป

## 5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

### การตลาด

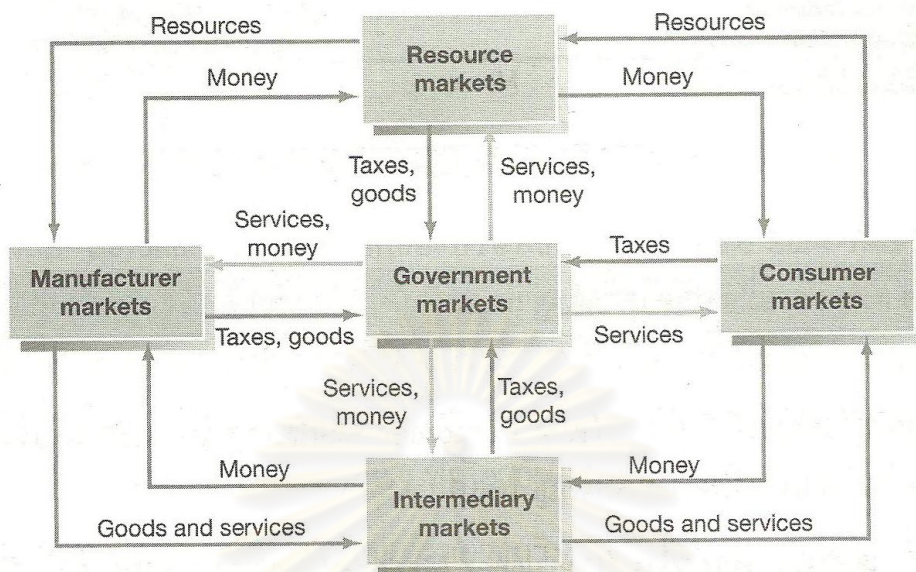
การตลาดที่ดีเป็นสิ่งที่สำคัญต่อความสำเร็จของหน่วยงานทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจในประเทศหรือนานาชาติ ไม่ว่าจะเป็นนองค์กรมุ่หวังกำไรหรือไม่มุ่งหวังกำไร การตลาดยังสำคัญแม้กระทั่งระดับบุคคล (ลีทธี ซีรสรณ์, 2551)

ตลาด (Market) หมายถึงสถานที่ที่มีคนซื้อ – ขายของ นักเศรษฐศาสตร์อธิบายว่า ตลาดคือ การรวมกลุ่มของคนซื้อและคนขาย ซึ่งได้มีการซื้อขายบริการ เศรษฐศาสตร์สมัยใหม่แบ่งตลาดออกเป็น 5 กลุ่มประกอบด้วย (คอตเลอร์ และคณะ, 2549)

1. ตลาดภาครัฐ
2. ตลาดบริโภค
3. ตลาดพ่อค้าคนกลาง
4. ตลาดโรงงานผลิต
5. ตลาดทรัพยากร

โดยที่ตลาดทั้ง 5 จะต้องมึสิ่งที้นำมาแลกเปลี่ยนกัน คือ เงิน ทรัพยากร ภาษี สินค้า หรือ บริการ

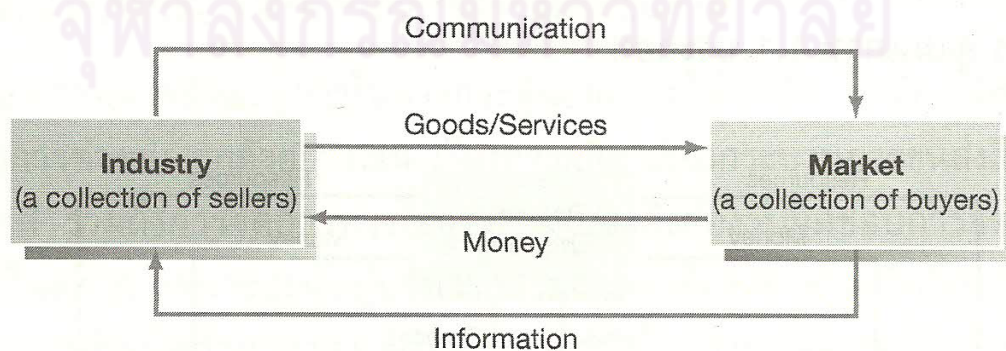
ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 2 โครงสร้างการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการในตลาดยุคเศรษฐกิจใหม่  
คอตเลอร์ และคณะ (2549)

นักการตลาดอีกกลุ่มยังนิยมใช้คำว่า “การตลาด” โดยหมายรวมถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายเข้าด้วยกัน และยังมีทรรศนะว่าอุตสาหกรรมอยู่ในฐานะตัวแทนฝั่งผู้ขาย และตลาดมีฐานะเป็นตัวแทนของผู้ซื้อ และมีความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมการตลาดดังนี้

1. อุตสาหกรรมผู้ขายส่งสินค้า/บริการและการติดต่อสื่อสาร เช่น โฆษณา, แคตตาล็อกสินค้า เป็นต้น ไปยังตลาด
2. อุตสาหกรรมได้รับเงิน และข้อมูล เช่น ทศนคติ ข้อมูลการขาย เป็นต้น
3. กรอบในแสดงการแลกเปลี่ยนเงิน เพื่อซื้อสินค้า/บริการ
4. กรอบนอกแสดงการแลกเปลี่ยนข้อมูล



ภาพที่ 3 ระบบการตลาดขั้นพื้นฐาน คอตเลอร์ และคณะ (2549)

นอกจากนี้แล้ว ผู้ที่มีชื่อเสียงทางด้านการตลาดยังให้คำจำกัดความ คำว่า “การตลาด” ในแนวทางต่างๆอีกดังนี้ (ชาญชัย อาจินสมาจาร, 2551)

คอนเวิร์ส ฮุกกี และมิลเชลล์ กล่าวว่า การตลาดรวมถึงกิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสถานที่ เวลา และประโยชน์ของความเป็นเจ้าของ ประโยชน์ของสถานที่ที่จะเกิดขึ้นเมื่อมีสินค้าและบริการให้ในสถานที่ที่พวกเขาต้องการ ประโยชน์ของเวลาเมื่อเขาต้องการ และประโยชน์ของความเป็นเจ้าของเมื่อมันถูกโอนไปยังผู้ที่ต้องการ

แฮนเซน กล่าวว่า การตลาดเป็นกระบวนการของการค้นพบและแปลความต้องการของผู้บริโภคสู่ความจำเป็นของสินค้าและบริการ สร้างอุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการเหล่านั้น และในขณะเดียวกันขยายอุปสงค์ดังกล่าว

สมาคมการตลาดแห่งอเมริกา (American Marketing Association) กล่าวว่า การตลาดเกี่ยวกับคน และกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการไหลของสินค้าและบริการจากผู้ผลิตสู่ ผู้บริโภค

คอนเวิร์ส กล่าวว่า การตลาดรวมถึงกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการไหลของสินค้าและบริการ จากการผลิตสู่ผู้บริโภค

คัตตี และไรซาน กล่าวว่า การตลาดคือ กระบวนการทางเศรษฐกิจที่มีการแลกเปลี่ยนในสินค้าและบริการ และคุณค่าของมันถูกตัดสินในรูปของค่าเงิน

คันดิฟฟ์ กล่าวว่า การตลาด คือ กระบวนการทางธุรกิจซึ่งสินค้าถูกจับคู่กับตลาด และโอนย้ายความเป็นเจ้าของเกิดผล

ดัมบลิว เจ สะแตนต์ตัน กล่าวว่า การตลาด คือ ระบบทั้งหมดของกิจกรรมทางธุรกิจที่ถูกออกแบบมาเพื่อวางแผนส่งเสริม และแจกแจงสินค้าและบริการ ที่สนองความต้องการไปยังลูกค้าปัจจุบันและอนาคต

สถาบันการตลาดแห่งสหราชอาณาจักร กล่าวว่า การตลาด คือ หน้าที่การจัดการที่สร้างสรรค์ซึ่งส่งเสริมสินค้า และการจ้างงาน โดยการประเมินความต้องการของผู้บริโภคและริเริ่มการวิจัยและการพัฒนาเพื่อตอบสนองเขา มันประสานทรัพยากรของการผลิตและแจกจ่ายสินค้าและบริการ ตัดสิน ชั้นนำธรรมชาติ และความพยายามทั้งหลายในการจำหน่ายให้ได้มากที่สุดสู่ผู้ใช้สุดท้าย

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การตลาด คือ กิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าหรือบริการผ่านจากผู้ผลิต ไปสู่ผู้บริโภค เพื่อสนองความต้องการและทำความพอใจ ให้กับผู้บริโภคตลอดจน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตด้วย



### ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

แนวคิดพื้นฐานที่สำคัญแนวคิดหนึ่งทางการตลาด คือ ส่วนประสมการตลาด ซึ่งหมายถึง การควบคุมองค์การให้สามารถสื่อสาร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และคำว่า ส่วนประสม คือ ทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อกันและต้องใช้ตัวแปรเหล่านี้ร่วมกัน ผู้ผลิตจะนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้เพื่อให้ประสบความสำเร็จในตลาด ซึ่งเป็นนโยบายที่สำคัญที่สุดนโยบายหนึ่งในการวางแผนการตลาด แต่อย่างไรก็ตามองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดนั้น จะต้องนำมากำหนดเป็นการเฉพาะในแต่ละลักษณะของสินค้าและบริการ (ภักดิ์วัฒน์ เชิดพุทธ, 2552)

บอร์เดน (Borden อ้างถึงใน ชาญชัย อาจินสมาจาร, 2551) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การกำหนดการทำงาน การรวมกัน การออกแบบ และการผสมผสาน องค์ประกอบของตลาดสู่โปรแกรมหรือส่วนประสม ซึ่งจะทำให้องค์การสัมฤทธิ์ผลได้ดีที่สุด ตามเวลาที่กำหนดบนพื้นฐานของการประเมินพลังตลาด

สะแตนต์ตัน (Satanton อ้างถึงใน ชาญชัย อาจินสมาจาร, 2551) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นคำที่ใช้เพื่ออธิบายการรวมกันของปัจจัยป้อนเข้าสู่ชนิด ซึ่งประกอบเป็นแกนของระบบการตลาดของบริษัท นั่นคือ สินค้า โครงสร้างราคา กิจกรรมการส่งเสริม และระบบการจัดจำหน่าย

ส่วนประสมทางการตลาดจึงเป็นการรวมกันของสินค้า ระบบการจัดจำหน่าย โครงสร้างราคา และกิจกรรมการส่งเสริม จึงใช้เพื่ออธิบายการรวมกันของ 4 องค์ประกอบ คือ สินค้า (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือที่เรียกกันว่า 4P's องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน เสริมกัน และสนับสนุนกันและกัน ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดจึงเป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความต้องการ รสนิยม และความชอบของลูกค้าและยังตอบสนองความต้องการของสังคมอีกด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้สรุปไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในเป้าหมาย หรือเป็นส่วนประกอบสำคัญของกลยุทธ์การตลาด 4 ประการ ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ 2. ราคา 3. การสถานที่ 4. การส่งเสริมการตลาด ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย หรือเป็นปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

ส่วนประสมการตลาด อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ปัจจัยในทางการตลาด หรือปัจจัยทางการตลาด เป็นเครื่องมือที่บริษัทควบคุมได้ โดยทั่วไปส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด หรือเรียกว่า 4 P's โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าเกิดความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะเป็นสินค้ามีตัวตนหรือเป็นบริการ ซึ่งไม่มีตัวตนก็ได้ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ประโยชน์ คุณภาพ รูปร่าง ลักษณะ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และเป็นสินค้าลักษณะต่างๆ สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ตลอดจนคุณสมบัติที่สามารถสนองความต้องการด้านสังคม ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือตัวบุคคล เป็นต้น

2. ราคา หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินหรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง

3. สถานที่ หรือการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมจะเป็นตัวช่วยกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อถือหรือพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย เครื่องมือที่สำคัญ คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้านั้นโดยพื้นฐานมี 4 ตัวได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนประสมของตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งสามส่วนประสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบไปด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวในหัวข้อ กลยุทธ์ตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการไว้ว่า ธุรกิจที่ให้บริการใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. การจัดจำหน่าย (Place) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆเพิ่มเติมเพื่อที่จะสนองตอบต่อความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ซึ่งประกอบด้วย

บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยการพัฒนาสร้างคุณภาพโดยรวม [Total Quality Management (TQM)] ตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer – value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ

กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการบริการให้บริการกับลูกค้านั้นได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction)

ซึ่งเรียกรวมได้ว่า ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's

คอตเลอร์ (Kotler อ้างถึงใน ปรานทิพย์ ยูวานนท์, 2552) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นชุดเครื่องมือทางการตลาด ที่กิจการใช้ดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย ในสินค้าทั่วไปจะจำแนกเครื่องมือนี้ออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ ซึ่งอาจเรียกอีกชื่อว่า 4P's ของการตลาด ประกอบด้วย สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ซึ่งการตัดสินใจเรื่องส่วนประสมทางการตลาดจะต้องทำเพื่อกระตุ้นช่องทางการค้าตลอดจนผู้บริโภคคนสุดท้าย แต่ธุรกิจบริการต้องให้ความสนใจกับปัจจัยตัวอื่นเพิ่มอีก 3P's เพื่อใช้กับตลาดบริการ ได้แก่ คน (People) เหตุการณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพราะการให้บริการส่วนมากกระทำโดยคน

วัตต์ (Watt, 2006) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดแบบดั้งเดิมประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ราคา (Cost) สถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วนแนวความคิดสมัยใหม่ก็จะมีการเพิ่ม “ P ” s ซึ่งในรูปแบบใหม่ก็จะเป็นบุคลากร

(People) การสร้างและการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) กระบวนการ (Process) โดยมีความหมายดังนี้

1. บุคลากร (People) คือ ฤๅญแจทางการตลาดที่สำคัญในการติดต่อทางการตลาด สามารถสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ให้กับลูกค้าได้

2. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ พื้นที่ในลักษณะนี้จะเป็นขนาดใหญ่ที่ลูกค้าได้เห็นและเกิดทัศนคติที่อยากจะทำให้กลับมาอีกในอนาคต

3. กระบวนการให้บริการ (Process) คือ จะเป็นการให้บริการอย่างมีคุณภาพ การบริการที่ดีจะช่วยเพิ่มผลกำไรในการตลาดและยังให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า

บิตเนอร์และบูมส์ (Bitner and Boom, 1981 อ้างถึงใน สิริรัตนันต์ ผ่องประเสริฐ, 2550) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดว่าประกอบด้วย 4 P's เพื่อใช้ตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ 2. ราคา 3. สถานที่หรือการจัดจำหน่าย 4. การส่งเสริมการตลาด

ในตลาดบริการ ซึ่งมีลักษณะสลับซับซ้อน และมีความแตกต่างจากสินค้า บูมส์และบิตเนอร์ (Booms and Bitner, 1981) ได้เสนอส่วนประสมการตลาดบริการ ที่เหมาะสมกับธุรกิจบริการมากกว่าที่ใช้กันมาดั้งเดิม โดยนอกจากจะได้มีการปรับเปลี่ยนรายละเอียดของ 4 P's แล้ว ยังได้เพิ่มอีก 3 P's คือ 1. ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ 2. ลักษณะทางกายภาพ และ 3. กระบวนการให้บริการ ซึ่งแนวคิดนี้มีพื้นฐานมาจาก 4 P's แต่ได้นำมาปรับให้เหมาะสมกับการบริการมากยิ่งขึ้น โดยเน้นที่การสร้างความเป็นรูปธรรมของการบริการ และได้มีการพัฒนาในรายละเอียด เพื่อความเหมาะสมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

รูปแบบของส่วนประสมทางการตลาด “7P's” ของบิตเนอร์และบูมส์ ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอทางการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจและความต้องการของมนุษย์ซึ่งมี 2 ประเภท คือ สิ่งที่แตะต้องได้ (Tangible) และสิ่งที่แตะต้องไม่ได้ (Intangible) เมื่อการบริการได้เข้ามามีบทบาททางการตลาดจึงทำให้สิ่งที่แตะต้องไม่ได้กลายเป็นส่วนสำคัญทางการตลาด ประกอบด้วย สินค้า คุณภาพ ลักษณะ การบรรจุหีบห่อ ตราสินค้า บริการ การสนับสนุน การรับประกัน ฯลฯ

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปแบบของ เงินตรา ประกอบด้วย ราคาสินค้าในรายการ ส่วนลด ส่วนยอมให้ การบัญชี ฯลฯ

3. สถานที่ (Place) หมายถึง การจัดจำหน่าย กิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้ง ช่องทางที่จะหาลูกค้า ช่องทางที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ ฯลฯ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสาร ระหว่างผู้จัดจำหน่ายและตลาดเป้าหมาย เกี่ยวข้องกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายตรง การขาย สื่อ ฯลฯ

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน หมายถึง บุคลากรหรือพนักงานที่จำเป็นต้องสร้างค่านิยม และการยอมรับให้กับตลาดหรือบริษัท ประกอบด้วย บุคลากรที่มีความรู้ ลูกจ้าง ผู้จัดการ ฯลฯ

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการบริการที่มีคุณภาพอันทำให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า ประกอบด้วย ขั้นตอน วิธีการดำเนินการ กลไก กิจกรรม (กระบวนการในการจัดการกลุ่มลูกค้า) ฯลฯ

7. การสร้างและการนำเสนอภาพลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง ความสามารถและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งได้ถูกนำเสนอในรูปแบบของการบริการ

Zeithaml, Bitner และ Gremler (2009) กล่าวว่า การบริการ เป็นการเกิดขึ้นพร้อมกันของการผลิต และการบริโภค ลูกค้าจะต้องอยู่ในสถานที่บริการ มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับพนักงานของบริษัท และเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตบริการ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้ ลูกค้าจึงมักจะหาสิ่งที่จับต้องได้มาช่วยในการเข้าใจถึงลักษณะหรือคุณภาพของการบริการนั้น เช่น ในอุตสาหกรรมการโรงแรม เรื่องของการออกแบบและตกแต่ง ตลอดจนการแสดงออก และทัศนคติของพนักงานจะมีผลต่อการรับรู้และประสบการณ์ของลูกค้า

การทราบถึงความสำคัญของตัวแปรที่เพิ่มขึ้นเหล่านี้ ได้ก่อให้เกิดแนวคิดทางการตลาดบริการ โดยการขยายส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการเพิ่มออกมาอีก 3 กลุ่ม นอกเหนือจากส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิม 4Ps ส่วนประสมทางการตลาดบริการยังประกอบด้วย บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process)

บุคลากร (People) หมายถึง ทุกคนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการส่งมอบบริการ ซึ่งจะส่งผลถึงการรับรู้ถึงบริการของลูกค้า หมายถึง พนักงานของกิจการ ลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าอื่นในสิ่งแวดล้อมของบริการด้วย บุคคลทุกคนที่มีส่วนร่วมในการส่งมอบบริการมีส่วนในการพิจารณาลักษณะหรือคุณภาพของบริการ ทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล การแต่งกาย และการแสดงออกทางบุคลิกภาพ สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลกับการรับรู้ถึงบริการของลูกค้า ในหลายสถานการณ์ของการบริการ ตัวลูกค้าเองก็มีอิทธิพลในการส่งมอบบริการ ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าเอง ลูกค้าไม่เพียงแต่มีผลต่อผลลัพธ์จากการบริการของพวกเขาเอง แต่พวกเขายังสามารถมีอิทธิพลต่อลูกค้าคนอื่น ๆ ได้อีกด้วย

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมในการส่งมอบบริการและสถานที่ที่กิจการและลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน ตลอดจนสิ่งองค์ประกอบที่จับต้องได้ต่างๆ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการ ลักษณะทางกายภาพของการบริการประกอบสิ่งที่จะต้องได้ทั้งหมดซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวของการบริการ เช่น โบรชัวร์ หัวจดหมาย นามบัตร รายงาน สัญลักษณ์ และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในบางกรณีลักษณะทางกายภาพยังรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่บริการจัดไว้ให้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อลูกค้ามีสิ่งที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพของการบริการน้อย ลูกค้าจะตัดสินบริการจากลักษณะทางกายภาพเหล่านี้ เช่นเดียวกับที่ตัดสินจากสิ่งที่พนักงานได้จัดไว้และกระบวนการบริการ ลักษณะทางกายภาพนั้นเป็นโอกาสอย่างดีสำหรับกิจการในการที่จะส่งสารที่มั่นคงและแข็งแรงในเรื่องเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของกิจการ ส่วนตลาดเป้าหมาย และคุณภาพของบริการ

กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการปฏิบัติ วิธีการ รวมทั้งวิธีการทำงาน และการดำเนินของกิจกรรมที่บริการนั้นได้ส่งมอบ ได้แก่ กระบวนการบริการและระบบการดำเนินงาน ขั้นตอนปฏิบัติในการส่งมอบบริการที่ลูกค้ารับรู้ หรือการดำเนินการของบริการ นั้นเป็นหลักฐานที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินบริการ

ส่วนประกอบของส่วนผสมทางการตลาด 3 ส่วนใหม่นี้ ได้แก่ บุคลากร, ลักษณะทางกายภาพ และ กระบวนการ เป็นส่วนประกอบในส่วนผสมทางการตลาดที่แยกออกมา เพราะส่วนประกอบเหล่านี้ เกี่ยวข้องการควบคุมภายในของกิจการ และเพราะบางด้านหรือทุกด้านของส่วนประกอบเหล่านี้อาจมีอิทธิพลในขั้นแรกของการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า เช่นเดียวกับระดับความพึงพอใจ และการตัดสินใจซ้ำของลูกค้า

## องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)

### 1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

คอตเลอร์ (Kotler, 2552) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่เสนอให้แก่ตลาด เพื่อสร้างความสนใจ การเป็นเจ้าของ การใช้ หรือการบริโภค โดยจะต้องตอบสนองความจำเป็นอย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์มิได้หมายถึงเพียงสินค้าที่จับต้องได้ แต่หมายถึง วัตถุทางกายภาพ บริการ เหตุการณ์ บุคคล สถานที่ องค์การ แนวความคิด หรือสิ่งต่างๆข้างต้นรวมกัน

ธีรกีติ นวรัตน์ ณ อุทยาน (2552) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงแนวความคิดโดยรวมของวัตถุ และ กระบวนการ ซึ่งให้คุณค่าแก่ลูกค้า คำว่าผลิตภัณฑ์ใช้ในความหมายอย่างกว้างเพื่อสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ 2 ประเภทคือ สินค้า และบริการ

ยูพาวรรณ วรรณวณิชย์ (2548) กล่าวว่า การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ จะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของบริการ คุณภาพของบริการ ระดับชั้นของการบริการ ราคาสินค้า สายการบริการ การรับประกันและการบริการหลังการขาย นั่นคือส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์บริการจะต้องครอบคลุมขอบข่ายที่กว้าง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย โดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอมอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่

เลิฟล็อก และไรท์ (Lovelock and Wright, 2002) สรุปไว้ว่า บริการส่วนเสริมจะเป็นส่วนช่วยในการขยายศักยภาพของบริการหลักสามารถแบ่งออกได้เป็น 8 ประการคือ ข้อมูล การรับคำสั่งซื้อ การออกบิล การจ่ายเงิน การให้คำปรึกษา ความสะดวกสบาย การคุ้มกัน การยกเว้น ในด้านข้อมูลลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ไม่เคยมีข้อมูลและไม่เคยใช้บริการมาก่อนจะมีความต้องการมากเป็นพิเศษเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ เช่น ข้อมูลการเดินทาง การเสียค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล การปฏิบัติตัวตามวัฒนธรรมท้องถิ่น

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ได้สรุปลักษณะของผลิตภัณฑ์บริการไว้ 4 ประการดังนี้

1. เป็นพฤติกรรม การกระทำ หรือการปฏิบัติการ ใดๆอย่างหนึ่งไม่ใช้สิ่งของที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้
2. พฤติกรรม การกระทำ หรือการปฏิบัตินี้ส่วนใหญ่ลูกค้าจะต้องเข้าไปมีส่วนร่วม
3. ซึ่งพฤติกรรม การกระทำ หรือการปฏิบัติที่ลูกค้าเข้าไปมีส่วนร่วมส่วนใหญ่จะมีกระบวนการและขั้นตอนที่ชัดเจน
4. พฤติกรรม การกระทำ หรือการปฏิบัติส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจะเป็นบริการเสริม แต่จะมีเพียงไม่กี่ขั้นตอนที่เป็นบริการหลัก

#### การพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ

การประสบความสำเร็จในการทำตลาดบริการไม่ใช่เพียงแต่แค่ดำเนินงานในบริการเดิมที่มีอยู่ให้ดีขึ้น แต่ยังคงต้องสร้างบริการใหม่ๆเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2547)

นัตยาพร เสมอใจ (2545) กล่าวว่า สาเหตุของการสร้างหรือพัฒนาบริการมีหลายสาเหตุ เช่น

1. ผลิตภัณฑ์เดิมมีคู่แข่งชั้นสูง
2. ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี

3. ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไป
  4. ตลาดมีความต้องการและศักยภาพ
- ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการมีดังนี้
1. การระดมแนวความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่
  2. คัดเลือกความต้องการที่สามารถนำไปพัฒนาได้จริง
  3. วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ
  4. ออกแบบบริการบนพิมพ์เขียว
  5. ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
  6. ทำการทดสอบผลิตภัณฑ์ว่าสามารถใช้งานได้จริง
  7. ทำการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องเหล่านั้น
  8. นำเสนอบริการออกสู่ตลาด

## 2. ราคา (Price)

ชาอุชัย อาจินสมาจาร (2551) กล่าวว่า ราคา หมายถึง การแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ในรูปแบบของเงิน ถ้าปราศจากราคาจะไม่มีตลาดในสังคม ถ้าไม่มีเงินการแลกเปลี่ยนสามารถทำได้ แต่ถ้าไม่มีราคาก็จะไม่เกิดการแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ราคาผลิตภัณฑ์ยังมีอิทธิพลต่อราคาที่ยจ่ายให้องค์ประกอบของการผลิต เช่น แรงงาน ที่ดิน ทุน และการประกอบการ ในบางครั้งผู้ซื้อมองราคาในฐานะตัวชี้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ถ้าราคาสูง ผู้ซื้อเชื่อว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง แต่ถ้าคุณภาพไม่สูงตามที่คาดหวังผู้ซื้อจะรู้ดีกว่าราคาสูง เพราะฉะนั้นจึงไม่สามารถบอกได้ว่าราคานั้นสูงหรือต่ำ หากไม่ได้พิจารณาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปด้วย ดังนั้นราคาเป็นเรื่องที่สำคัญต่อผู้ซื้อและผู้ขาย

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) กล่าวว่า การพิจารณาด้านราคาจะต้องรวมถึง ระดับราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือค่านายหน้า และเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อการค้า เนื่องจากราคามีส่วนในการทำให้บริการต่างๆมีความแตกต่างกัน และมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากบริการโดยเทียบระหว่างราคาและคุณภาพ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาจะตัดสินใจซื้อ



### 3. สถานที่ให้บริการ (Place)

เมื่อลูกค้าไม่สามารถจับต้องผลประโยชน์หลักของบริการได้ ทำให้ลูกค้าใส่ใจและให้ความสำคัญกับสิ่งที่สามารถมองเห็นหรือสัมผัสได้ และใช้สิ่งเหล่านั้นในการประเมินคุณภาพก่อนและหลังใช้บริการ ดังนั้นการออกแบบสถานที่บริการ รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆที่ลูกค้าสามารถเห็นหรือสัมผัสได้จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2547)

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ให้ความหมายของคำว่า สถานที่บริการ ไว้ว่า ทุกสิ่งทุกอย่างที่ลูกค้าสามารถเห็นหรือสัมผัสได้ในธุรกิจบริการ เนื่องจากสถานที่บริการมีบทบาทและความสำคัญในแง่ของบรรจุกิจกรรม บริการ ช่วยอำนวยความสะดวกและสร้างความแตกต่างให้กับสถานที่บริการ สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับเมื่อเข้ามาใช้บริการ องค์ประกอบของสถานที่บริการประกอบด้วย

1. การตกแต่งภายนอก ได้แก่ รูปลักษณะภายนอก ป้ายสัญลักษณ์ภายนอก ที่จอดรถ ภูมิทัศน์ สภาพแวดล้อมโดยรอบ เป็นต้น
2. การตกแต่งภายใน ได้แก่ รูปลักษณะภายใน อุปกรณ์การให้บริการ ป้ายสัญลักษณ์ภายใน ผังร้านค้า บรรยากาศ อุณหภูมิ กลิ่น เสียงเพลง เป็นต้น
3. องค์ประกอบอื่นๆ ได้แก่ นามบัตร เครื่องเขียน อุปกรณ์ ใบแจ้งหนี้ รายงาน รูปถ่ายหน้าตาพนักงาน เครื่องแต่งกาย แผ่นพับ ใบปลิว อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์

นอกจากนี้ วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบของสถานที่บริการประเภทธุรกิจสนามกีฬาว่า สถานที่บริการสนามกีฬาต้องมี ที่จอดรถ การตกแต่งสนามกีฬา บริเวณที่ขายตั๋ว บริเวณทางเข้า ที่นั่ง ห้องน้ำ และต้องมีองค์ประกอบอื่นๆคือ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ตู้ เครื่องแบบพนักงานและรถ. ถ้าสถานที่บริการมีการออกแบบไม่ดี ป้ายให้ข้อมูลต่างๆมีน้อย ที่นั่งมีน้อย ไม่มีร้านอาหาร ห้องน้ำไม่สะอาด จะส่งผลให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ และพนักงานไม่พึงพอใจและขาดแรงจูงใจในการทำงานด้วย

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) กล่าวว่า ที่ตั้งของผู้ให้บริการ และความยากง่ายในการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยสำคัญของการตลาดบริการ ทั้งนี้การยากง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมีไม่เฉพาะการเน้นทางกายภาพเท่านั้นแต่รวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงบริการอีกด้วย

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อรุณยา (2552) กล่าวว่า ว่าในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายบริการ ผู้บริหารกิจการจะต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 2 ประการคือ การเข้าถึงได้ และความพร้อมที่จะให้บริการได้

การเข้าถึงได้ หมายถึง ความง่ายและความสะดวกสบายในการซื้อ ในการใช้บริการหรือในการรับบริการ เนื่องจากบริการมีลักษณะพิเศษที่สำคัญประการหนึ่งคือ การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นพร้อมๆกัน เราจึงไม่สามารถจะแยกการผลิตออกจากการบริโภคบริการได้ และลูกค้ามักจะมีส่วนร่วมในการผลิตด้วย ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องทำให้บริการสามารถเข้าถึงได้ ไม่เช่นนั้นกระบวนการแลกเปลี่ยนบริการนั้นจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้และบริการนั้นก็จะมีคุณค่าสำหรับลูกค้า

ความพร้อมที่จะให้บริการได้ หมายถึง ระดับความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถ ซื้อ ใช้ หรือรับบริการได้ เนื่องจากบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ บริการจะต้องพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าในสถานที่และในเวลาที่ลูกค้าต้องการใช้บริการเสมอ บริการจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อบริการที่ผลิตขึ้นมาแล้วนั้นจะต้องพร้อมที่จะให้บริการได้ในขณะนั้นด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบไปด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด

การเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับการสร้างสถานบริการนั้นมีปัจจัยที่ถูกนำมาพิจารณามากมาย และจากการที่ลูกค้าต้องมาใช้บริการ ณ สถานบริการความสะดวกในการเดินทางของลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่ถูกนำมาพิจารณาเป็นอันดับต้นๆ แม้ว่าความสะดวกของผู้บริโภคจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้ง แต่บางครั้งความจำเป็นด้านการปฏิบัติงานก็มีความสำคัญเหนือกว่าลูกค้า ดังนั้นองค์กรควรมีการพัฒนา หรือมีการหาทางแก้ไขปัญหาล่าช้าเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสถานบริการ และรับบริการได้อย่างสะดวกที่สุด เช่น พัฒนาการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น

แทนเจน (Tangen, 2004 อ้างถึงใน อัครริน สมกิจรุ่งโรจน์, 2550) ที่กล่าวถึงพื้นที่ใช้สอยในศูนย์การค้ากีฬาว่า เมื่อเข้าไปในสถาปัตยกรรมกีฬาสิ่งที่สามารถสังเกตเห็นพื้นที่ใช้สอยสามารถแยกได้ 3 ส่วนคือ เครื่องหมาย (marking) อุปกรณ์ (equipment) และส่วนปกป้อง (Shelter) โดยสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มคือ พื้นที่สำหรับกิจกรรมกีฬา และพื้นที่สำหรับกิจกรรมเสริม

1. พื้นที่สำหรับกิจกรรมกีฬา ใช้เครื่องหมายสำหรับกำหนดพื้นที่ว่าง (space) เนื่องจากเครื่องหมายในกีฬาแต่ละชนิดมีกติกาแตกต่างกัน สังเกตจากเส้นที่เกิดขึ้นบนพื้นหรือผนัง รูปสี่เหลี่ยมจตุรัส เส้นโค้ง หรือวงรี สีขาว เส้นเหล่านี้แสดงถึงขอบเขต (territorial) ของนักกีฬาทั้งกลุ่มหรือเดี่ยว เช่น กีฬาฟุตบอล ลูกฟุตบอลผ่านเส้นข้างสนามแสดงว่า เกมส์หยุดแล้วอีกฝ่ายได้ส่งลูกบอลเพื่อเล่นต่อ เป็นต้น ทั้งนี้อุปกรณ์ก็เป็นเครื่องหมายอีกส่วนหนึ่งที่ใช้กำหนดพื้นที่สำหรับกิจกรรมกีฬา

อุปกรณ์ เป็นตัวกำหนดจุดมุ่งหมาย (Goal) ในเกมการแข่งขัน เช่น ประตูฟุตบอล คือจุดมุ่งหมายในกีฬาฟุตบอลที่นักกีฬาทุกคนจะต้องเตะลูกบอลให้เข้าประตูก่อนนักเตะทีมคู่แข่ง หรือเส้นชัยในการแข่งขันกีฬานั้นนักกีฬาต้องวิ่งเข้าไปให้ถึงเส้นชัยเป็นคนแรก เป็นต้น ถ้าหากไม่มีอุปกรณ์กีฬาส่งผลให้ไม่สามารถบอกถึงจุดมุ่งหมายในการเล่นกีฬามนุษย์ก็ไม่สามารถกำหนดพื้นที่ในการเล่นกีฬาได้

2. พื้นที่สำหรับกิจกรรมเสริม สุดท้ายที่จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมมากคือส่วนปกป้อง เป็นส่วนที่ป้องกันพื้นที่สำหรับกิจกรรมกีฬากับบริบทโดยรอบ และมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของพื้นที่และลักษณะประชากรหรือสภาพทางสังคมเป็นตัวกำหนด โดยในส่วนปกป้องถ้ามองเฉพาะเปลือกของส่วนปกป้องที่มีหน้าที่เป็นตัวแบ่งทางกายภาพ เช่น เมืองกับพื้นที่สำหรับกิจกรรมกีฬา สนามบินกับพื้นที่สำหรับกิจกรรมกีฬา แต่ส่วนปกป้องก็ยังเป็นพื้นที่ที่สื่อความหมายหรือสะท้อนแนวคิดในการออกแบบ เช่น ภาพลักษณ์หรือบรรยากาศที่กลายสภาพมาเป็น ภูมิสัญลักษณ์ (Landmark) หรือโครงสร้างที่เด่นตาตื้นใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของแต่ละศูนย์กีฬา แต่หัวใจสำคัญของการปกป้องคือ พื้นที่ส่งเสริมให้พื้นที่กิจกรรมกีฬาประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มปัจจัยทางกายภาพที่สอดคล้องกับกิจกรรมกีฬาและความต้องการของลักษณะประชากร หรือบรรยากาศเป็นไปตามความต้องการของลักษณะประชากรในพื้นที่

นอกจากนั้น อัครริน สมกิจรุ่งโรจน์ (2550) ยังได้กล่าวถึงเรื่องทางสัญจรภายในศูนย์กีฬาว่าสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระบบคือ การสัญจรแบบปิด การสัญจรแบบเปิด และการสัญจรแบบผสม

1. การสัญจรแบบปิด มีลักษณะให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าออกศูนย์กีฬาได้ทางเดียว โดยบังคับให้ผู้ใช้บริการศูนย์กีฬามีจุดเชื่อมต่อ และกระจายไปยังพื้นที่ใช้สอยต่างๆภายในพื้นที่ปิดล้อม การสัญจรแบบนี้มีข้อดีคือ สามารถควบคุมผู้ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาส่งผลให้สามารถที่จะบริหารจัดการได้เป็นอย่างดีต่อการรักษาความปลอดภัย และการดูแลความสะอาด แต่ส่งผลต่อการเข้าถึงของผู้ใช้บริการ มักพบลักษณะการสัญจรแบบนี้ในศูนย์กีฬาที่มีขนาดเล็ก ศูนย์กีฬาเอกชนหรือศูนย์กีฬาที่มีลักษณะเป็นศูนย์กีฬาในร่ม

2. การสัญจรแบบเปิด มีลักษณะให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงพื้นที่เล่นกีฬาได้หลายทิศทาง โดยไม่บังคับให้ผ่านเข้าออกบริเวณพื้นที่ใช้สอยต่างๆภายในอาคาร มักพบในพื้นที่เล่นกีฬาขนาดใหญ่ หรือมีพื้นที่เล่นกีฬาหลายๆพื้นที่ มักเป็นศูนย์การกีฬาของสาธารณะ มีลาน ม้าศตภาพร (2549) อ้างถึงใน อัครริน สมกิจรุ่งโรจน์, 2550) ที่บอกถึงข้อดีของการมีเส้นทางสัญจรแบบเปิดว่า เส้นทางสัญจรแบบเปิดสามารถเข้าถึงได้ง่าย ดึงดูดผู้เข้าใช้บริการที่มีรายได้น้อยเข้ามาใช้บริการ มีลักษณะคล้ายลานกีฬาที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร และมีข้อเสียคือ ควบคุมได้ยาก

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกาได้ให้คำจำกัดความ ของการส่งเสริมการขายว่า เป็นกิจกรรมต่างๆของการตลาดนอกเหนือจากการขายโดยบุคคล การโฆษณาที่กระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค และควมมีประสิทธิภาพของนายหน้า เช่น การจัดแสดงสินค้า นิทรรศการ การสาธิต และการขายในรูปแบบต่างๆ (ชาญชัย อัจฉินสมาจาร, 2551)

ยุพาวรรณ วรรณวณิชย์ (2548) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดรวบรวมวิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารกับตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะผ่านการโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการขายและรูปแบบอื่น ทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อมผ่านสื่อเช่น การประชาสัมพันธ์

ชาญชัย อัจฉินสมาจาร (2551) กล่าวว่า หน้าที่สำคัญของการส่งเสริมการขายก็คือ การตอบสนองต่อการเชื่อมหรือสะพานระหว่าง การโฆษณากับการขายโดยบุคคล ซึ่งเป็นแขนสองข้างของการส่งเสริมโดยผ่านงานการโฆษณาที่มีประสิทธิผล การส่งเสริมการขายช่วยพนักงานขายเพิ่มการขาย ผู้ผลิตสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยการส่งเสริมการขาย มันช่วยให้ผู้บริโภคระลึกถึงผลิตภัณฑ์โดยผ่านการโฆษณา ช่วยกระตุ้นให้คนซื้อผลิตภัณฑ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูล ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal selling)

ฉัตยาพร เสมอใจ (2545) กล่าวว่า กิจกรรมส่งเสริมการตลาด หรือกิจกรรมที่ใช้ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อหาลูกค้าใหม่แต่ต้องรักษาลูกค้าเก่าด้วย การติดต่อสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าภายนอกช่วยให้ลูกค้าเกิดการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือองค์กรทำให้เกิดพฤติกรรมที่เราต้องการคือ การซื้อ หรือเพิ่มปริมาณการซื้อ เป็นต้น และการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรช่วยให้คุณภาพการบริการดีขึ้นพนักงานทำงานสอดคล้องกัน มีสัมพันธภาพอันดี สร้างความเชื่อ ความเคารพและความซื่อสัตย์

สิ่งสำคัญในการติดต่อสื่อสารสำหรับธุรกิจบริการที่ควรคำนึงถึง (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2545)

1. ลักษณะเฉพาะของบริการที่ไม่มีตัวตน การติดต่อสื่อสารจึงควรใช้สื่อที่สร้างให้บริการหรือความรู้สึกในการบริการให้มีตัวตนในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

2. ธุรกิจบริการควรมุ่งเน้นในการบริหารคนให้ทำงานสอดคล้องกันทั้งระหว่างบุคคล กับหน่วยงานอื่นๆ และกับนโยบายปัจจุบันของบริษัท

3. ลูกค้าจะคำนึงถึงความปลอดภัยทั้งด้านร่างกาย จิตใจและความปลอดภัยทางการเงินเพราะลูกค้าต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจำเป็นต้องสื่อสารให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจในการเข้าสู่กระบวนการบริการเพื่อความปลอดภัย และเพื่อให้การบริการดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยการบอกกล่าวจากพนักงานหรือการแจกเอกสารการอธิบายโดยใช้สื่อต่างๆ

4. การติดต่อสื่อสารที่ดีจะช่วยให้ลูกค้าประเมินการบริการของเราว่ามีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร เหตุใดจึงควรใช้บริการของเรา เป็นการสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าระดับหนึ่ง

5. การส่งเสริมการตลาดและการติดต่อสื่อสารจะช่วยกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์เพิ่มเติมในช่วงนอกฤดูกาล และช่วยรักษาอุปสงค์ในช่วงฤดูการไม่ให้เปลี่ยนแปลง

6. คนกลางจะช่วยผลักดันให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจ ดังนั้นจึงควรรักษาความสัมพันธ์กับคนกลาง โดยการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ที่ดี

7. ในการทำการส่งเสริมการตลาดหรือการติดต่อสื่อสารต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์เบื้องต้นคือ เพื่อเพิ่มการรู้จัก เพื่อเพิ่มความสนใจ เพื่อสร้างความต้องการที่จะซื้อ เพื่อเพิ่มยอดขาย

เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารแบ่งออกเป็น 6 ประเภท

1. การติดต่อสื่อสารโดยใช้บุคคล ประกอบด้วย การขายโดยใช้พนักงานขาย การตลาดทางโทรศัพท์ หน่วยบริการลูกค้า การฝึกอบรม การติดต่อสื่อสารแบบปากต่อปาก

2. การโฆษณา ลักษณะของการโฆษณาประกอบด้วย 1. การติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อจะเป็นการติดต่อกับผู้รับข่าวสารจำนวนมาก 2. การเสนอขายความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของการแจ้งข่าวสาร การจูงใจให้เกิดความต้องการ หรือเกิดความทรงจำ 3. สามารถระดมอุปถัมภ์ (Sponsors) คือผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่โฆษณา 4. ผู้อุปถัมภ์ต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อโฆษณา ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา ไปรษณีย์ สื่อเคลื่อนที่ โรงภาพยนตร์ การโฆษณา ณ จุดขาย และอินเทอร์เน็ต

3. การส่งเสริมการขาย เกี่ยวข้องกับการสร้างเทคนิคหรือวัสดุต่างๆเพื่อการนำไปใช้และการเสริมกันกับการโฆษณา มี 3 รูปแบบคือ 1. มุ่งที่ลูกค้า ได้แก่ การแจกของตัวอย่าง คุปองของแถม ลดราคา เป็นต้น 2. มุ่งที่คนกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดและยอมให้ แคมสินค้า การผ่อนชำระเงิน การประชุมผู้จัดจำหน่าย เป็นต้น 3. มุ่งที่พนักงาน ได้แก่ การฝึกอบรมพนักงานขาย

การประชุมสัมมนา การจัดทำอุปกรณ์ช่วยขาย การแข่งขันการขาย การยกย่องพนักงานที่ปฏิบัติงานดีเยี่ยม

4. การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ เป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ และการยอมรับจากลูกค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายทำให้สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้มาก และสามารถสร้างภาพลักษณ์ได้ดี ประกอบด้วย การให้ข่าวสาร การสุนทรพจน์ การจัดกิจกรรมบริการชุมชน การจัดเหตุการณ์ต่างๆ การจัดวัสดุข้อความ โสตทัศนูปกรณ์ สื่อบริษัท ให้ข่าวสารทางโทรศัพท์

5. เครื่องมือแนะนำ ประกอบด้วย เว็บไซต์ คู่มือ โบรชัวร์ วิดีโอ เทป เครื่องตอบรับ

6. รูปแบบเฉพาะของบริษัท ประกอบด้วย เครื่องหมายของบริษัท วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องเขียน ยานพาหนะ ชุดเครื่องแบบพนักงาน สามารถสร้างการจดจำได้ดี

## 5. ด้านบุคคล (People)

ยุพาวรรณ วรรณวณิชย์ (2548) กล่าวว่า ด้านบุคคลจะครอบคลุม 2 ประเด็นคือ

1. บทบาทของบุคลากร ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อมๆกัน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นมากสำหรับการบริการ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกัน คุณภาพการบริการของลูกค้ารายหนึ่งอาจมีผลมาจากลูกค้ารายอื่นแนะนำมา ปัญหาที่ผู้บริหารการตลาดจะพบคือการควบคุมคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับคงที่

นอกจากนี้ ยุพาวรรณ วรรณวณิชย์ (2548) ยังกล่าวว่า พนักงานบริการเป็นกลุ่มบุคคลที่จัดหาบริการให้กับลูกค้าซึ่งจะเป็นส่วนสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงให้กับธุรกิจ ลูกค้าจะยินดีรับบริการจากองค์กรที่พนักงานมีความอบอุ่น และสุภาพในการติดต่อ พนักงานสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้หากลูกค้าเกิดความพึงใจในบริการที่ไม่ดีจะทำให้ลูกค้ามองข้ามผลประโยชน์ต่างๆที่องค์กรเสนอถึงแม้ว่าผลประโยชน์จะดีเพียงใดก็ตาม ดังนั้นองค์กรควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความเข้าใจในหน้าที่ของการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นเพื่อใช้เป็นจุดแข็งของธุรกิจ โดยที่ความสำเร็จก็คือการที่ลูกค้าพอใจในการให้บริการของธุรกิจ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) กล่าวว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจบริการ ประกอบไปด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่

1. ผู้ให้บริการ ได้แก่ เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร พนักงานทุกคน และทุกระดับ รวมทั้งแม่บ้าน พนักงานรักษาความปลอดภัย คุณภาพของคนเป็นตัวหลักในการปรับปรุงคุณภาพ กล่าวคือการคัดเลือกพนักงานและการพัฒนามูลากรมีผลอย่างมากต่อการบริการที่ดี หน้าที่ของผู้ให้บริการ

คือการส่งมอบบริการที่เป็นเลิศ โดยเฉพาะพนักงานที่ต้องให้บริการ หรือพบกับลูกค้ามีส่วนสำคัญมาก อย่างไรก็ตามการบริการที่ดีต้องมาจากทุกคน ตั้งแต่ผู้บริหารในการกำหนดนโยบายที่เน้นในเรื่องการให้ความสำคัญกับลูกค้า การสร้างวัฒนธรรมที่เน้นการบริการ แผนกต่างๆที่ต้องประสานงานหรือส่งต่องานบริการอย่างดี

2. ผู้รับบริการ ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ ผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะมีความเกี่ยวพันกันตลอดเวลาตั้งแต่ก่อนซื้อ ขณะที่เกิดการซื้อ และหลังจากการซื้อหน้าที่ของผู้รับบริการคือ การสร้างรายได้ให้กับธุรกิจบริการนั้นๆ ความสำคัญของผู้รับบริการคือ ผู้กำหนดทิศทางความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้ยังเป็นผู้ให้ข้อมูลต่างๆในการปรับปรุงคุณภาพบริการ เช่น การจัดกล่องรับฟังความคิดเห็นให้กับลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า บุคคล (People) หรือพนักงาน ต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการให้บริการลูกค้า มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและความสามารถในการสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

### การรักษาและปรับปรุงคุณภาพและการปฏิบัติงานของพนักงานบริการ

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) ได้เสนอวิธีการรักษาและปรับปรุงคุณภาพของพนักงานบริการ 6 วิธีดังนี้

1. คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานบริการ การคัดเลือกอาจพิจารณาจากระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมา ความรู้ ทักษะ และความต้องการทางสังคม อีกทั้งจะต้องเป็นบุคคลที่มีความยืดหยุ่น รู้จักปรับตัว มีไหวพริบ เพราะบางครั้งต้องรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

2. การตลาดภายใน มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้พนักงานเกิดจิตสำนึกในหน้าที่โดยสร้างสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศให้เอื้อต่อการให้บริการ ฝึกอบรมให้มีความรู้ ทักษะ

3. ให้พนักงานบริการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ องค์กรจะต้องตั้งกฎระเบียบขึ้นมาเพื่อควบคุมให้พนักงานปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน แต่ก็สมควรให้มีการยืดหยุ่นเพื่อความเหมาะสม

4. การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่เหมาะสมของพนักงาน ลักษณะของบริการที่จับต้องไม่ได้ทำให้ต้องพยายามสร้างสิ่งที่จับต้องได้สิ่งที่เห็นได้ชัดคือภาพลักษณ์ของพนักงานบริการ วิธีการที่นิยมใช้คือเครื่องแบบในการแต่งกายที่เป็นรูปแบบเฉพาะของตนเองทำให้ลูกค้าสะดวกในการเลือกใช้บริการ

5. ลดความสำคัญของพนักงานในการติดต่อกับลูกค้า คือการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ มาทดแทนการให้บริการโดยพนักงาน

6. การควบคุมพนักงาน องค์กรต้องกำหนดแบบอย่างและมาตรฐานในการปฏิบัติให้แก่พนักงาน แล้วจึงกำหนดรูปแบบการประเมินผลงานการให้บริการ

กรูมรูส (Gronroos, 1990) กล่าวว่า วิธีที่ดีที่สุดที่ทำให้พนักงานมีจิตสำนึกในการให้บริการ ลูกค้าต้องอาศัยการจูงใจ ด้วยวิธีการที่มีลักษณะคล้ายกับมาตรการด้านการตลาด ด้วยวิธีการผสมผสานกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องในลักษณะที่คล้ายกับการดำเนินงานทางด้านการตลาดตามปกติขององค์กร แต่ยังไม่มีการกำหนดว่าการตลาดภายในจะประกอบด้วยกิจกรรมใดบ้าง ดังนั้นถ้ากล่าวอย่างกว้างๆว่ากิจกรรมใดที่ช่วยให้เกิดผลดีต่อพนักงานและช่วยให้พนักงานมีจิตสำนึกในการบริการและเห็นความสำคัญของลูกค้าก็เรียกได้ว่าเป็นการตลาดภายในทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ตามมักพบว่ากระบวนการด้านการตลาดภายในทั่วไปจะรวมถึงกิจกรรมที่สำคัญดังนี้

1. การฝึกอบรม ประกอบไปด้วย การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาแนวความคิดแบบองค์รวม การฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาทัศนคติที่ดีต่องานบริการ และการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร การขาย และการให้บริการ

2. การสนับสนุนของฝ่ายบริหาร ประกอบไปด้วย การเป็นพี่เลี้ยง การฝึกสอน การกำหนดเป้าหมาย การช่วยอำนวยความสะดวก การประสานงาน การติดตามและประเมินผลงาน

3. การสื่อสารมวลชนภายในองค์กร เป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆให้พนักงานทราบอย่างทั่วถึง

4. การวิจัยการตลาดและการแบ่งส่วนตลาด องค์กรต้องการข้อมูลจากพนักงานเพื่อพัฒนาการตลาดภายใน เช่น ความจำเป็นและต้องการของพนักงาน ทัศนคติเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังต้องการข้อมูลจากพนักงานในการกำหนดตัวบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งงาน

5. กิจกรรมอื่นๆทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วยการสรรหา คัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมมาทำงานในตำแหน่งที่เหมาะสม การวางแผนกำลังคน การกำหนดรายละเอียดของตำแหน่งงาน การกำหนดค่าจ้างและค่าตอบแทนแก่พนักงาน

#### 6. ด้านกระบวนการ (Process)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า กระบวนการ (Process) เป็นการส่งมอบคุณภาพในการบริการให้กับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Customer Satisfaction)

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547) กล่าวว่า กระบวนการเป็นการสร้างสรรค์และส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญคือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการที่ดีควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพใน



การส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกันและงานที่ได้ต้องดีมีประสิทธิภาพ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) กล่าวว่า กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ ผู้บริหารจะต้องเริ่มให้พนักงานส่งมอบบริการที่มีคุณภาพและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่ขั้นตอนแรก ไม่ว่าจะเป็นพนักงานรับโทรศัพท์หรือพนักงานต้อนรับ จะต้องมีการอบรมมาอย่างดี ต้องมีทัศนคติ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการที่ลูกค้าประทับใจ เพื่อช่วยสร้างบรรยากาศของการบริการให้มีความประทับใจต่อไป

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) กล่าวว่า กระบวนการให้บริการมีความสำคัญเช่นเดียวกับเรื่องทรัพยากรบุคคล แม้ว่าจะมีการดูแลลูกค้าอย่างดีก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าได้หมด เช่น การเข้าแถวรอ ระบบการส่งมอบบริการ ครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่นำมาใช้ ระดับการใช้เครื่องจักรกลในการให้บริการ อำนาจตัดสินใจของพนักงาน การที่มีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการให้บริการ ปัญหาดังกล่าวไม่เพียงแต่จะเป็นสิ่งสำคัญต่อฝ่ายปฏิบัติเท่านั้น แต่ยังมี ความสำคัญต่อฝ่ายการตลาดด้วยเนื่องจากเกี่ยวข้องกับความพอใจที่ลูกค้าได้รับ

ความแตกต่างบางประการก็ก่อให้เกิดปัญหาทางด้านการจัดการการปฏิบัติการ เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์ ในระบบบริการบางอย่างเราไม่สามารถใช้ผลกำไรและผลตอบแทนจากการลงทุนมาเป็นเครื่องวัดความสำเร็จ เช่น บริการสาธารณะเป็นองค์กรที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรหรือบริการเพื่อสังคมค่อนข้างยุ่งยากและซับซ้อนทั้งในขั้น โดยรวม และขั้นปฏิบัติการ วัตถุประสงค์ของบริการสาธารณะจะต้องประสานระหว่างระดับและคุณภาพในการบริการที่แตกต่างกันไปแล้วแต่กรณี

## 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพจะเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นส่วนใหญ่จะเป็น การสร้างสภาพแวดล้อม บรรยากาศ การเลือกใช้สี แสง และเสียงภายในร้าน หรือใช้เพื่อสนับสนุนการขาย นอกจากนั้นปัจจัยอื่นๆเช่น การออกแบบประตู หน้าต่าง ป้ายบอกทาง การวางผังองค์กร การจัดวางอุปกรณ์ โต๊ะ ที่นั่ง แสงสี สัญลักษณ์โลโก้ สิ่งที่มีมองเห็นได้เช่น ภาพวาด รูปถ่าย ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ช่วยแสดงความมั่นคง ความทันสมัย หรือความเก่าแก่ ช่วยสร้างความประทับใจและภาพพจน์ที่ดี

ชิริกิติ นวรัตน์ ณ อรุณยา (2552) กล่าวว่า หลักฐานทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปธรรม ต่างๆที่สามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้ และใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพของบริการ หลักฐานทางกายภาพจึงรวมถึง สิ่งแวดล้อมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ สถานบริการหรือสถานที่ในการ ให้บริการซึ่งกิจการและลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน และสิ่งต่างๆที่จับต้องได้ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวก หรือช่วยสื่อสารเกี่ยวกับการบริการ สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ภูมิทัศน์บริการ หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ ให้บริการลูกค้า แบ่งออกเป็นสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การออกแบบและรูปลักษณ์ภายนอกตัว อาคาร ป้ายบอกทางเข้าออก ป้ายชื่อกิจการ ที่จอดรถ เป็นต้น และสภาพแวดล้อมภายใน เช่น การ ออกแบบตกแต่งภายในอาคาร อุปกรณ์ในการให้บริการ ป้ายบอกทางภายในอาคาร คุณภาพของ อากาศในตัวอาคาร

2. สิ่งที่จับต้องได้ประเภทอื่นๆ หมายถึงสิ่งต่างๆที่สามารถมองเห็นได้เป็นรูปธรรมที่ช่วย ในการสื่อสารกับลูกค้า เช่น นามบัตร เครื่องแบบและการแต่งกายของพนักงาน เอกสารแผ่นพับ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นสิ่งประทับใจสิ่งแรก สำหรับหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในครั้งแรก นักการตลาดที่ดีจะต้องสร้างสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพในการให้บริการ ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ อาคารของธุรกิจ บริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ การตกแต่งสถานที่ ถือบบี้ ลานจอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้าย ประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องแทนคุณภาพของการ ให้บริการ

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) กล่าวว่า องค์ประกอบทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของ สถานที่ให้บริการ หมายถึง สิ่งต่างๆของหน่วยงานที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาท สัมผัสทั้งห้า ดังนั้นองค์ประกอบทางกายภาพและสภาพแวดล้อมจะครอบคลุมหลายสิ่งทั้ง อาคาร ลานจอดรถ ป้ายบอกทาง การตกแต่ง เครื่องมือ บรรยากาศ(แสง สี เสียง และกลิ่นต่างๆ) รวมถึง เครื่องแบบผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อผู้รับบริการในเชิงจิตวิทยาและเป็นปัจจัยสำคัญที่ ช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการทั้งสิ้น

นอกจากนี้แล้ว รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) ยังบอกถึงความสำคัญของการออกแบบ องค์ประกอบทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ ดังนี้

1. ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์บริการ เช่น รถไค้ชของบริษัทนำเที่ยวที่ตกแต่ง สวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบและทันสมัย ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงคุณค่า หรือ คุณภาพที่เพิ่มขึ้นของบริการนำเที่ยว เป็นต้น

2. ช่วยสร้างประสบการณ์ทางบวกให้กับผู้รับบริการ เช่น ทำให้ผู้รับบริการเกิดความสะดวกสบาย รู้สึกปลอดภัย และประทับใจ เป็นต้น

3. ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงานบริการ กล่าวคือ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและมั่นใจที่จะใช้บริการกับหน่วยงาน เนื่องจากงานบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ จึงทำให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ ซึ่งองค์ประกอบทางกายภาพเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดภาพในใจ หรือมโนภาพของการบริการขึ้นมา ทำให้การรับรู้ถึงความเสี่ยงน้อยลง

4. ช่วยเอื้ออำนวยให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น กล่าวคือ ทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และช่วยลดความเครียดในการทำงาน ตลอดจนช่วยสร้างเจตคติที่ดีในการทำงานด้วย เช่น การวางผังสถานที่ทำงาน โดยจัดวางอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ ให้อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเข้าถึงและหยิบใช้ได้ง่าย เป็นต้น

ลักษณะทางกายภาพ เป็นวิธีการที่ทำให้บริการของบริษัทสามารถคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือการรักษาความแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การพยายามหาวิธีขยายผลิตภัณฑ์ที่อยู่ล้อมรอบผลิตภัณฑ์หลัก ให้ได้มากที่สุด เพื่อสื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในความแตกต่างเหล่านั้นได้

#### การพัฒนาคุณภาพงานบริการ

ในการที่จะพัฒนาคุณภาพของงานบริการจะต้องพิจารณา 2 มุมมองกล่าวคือ มุมมองของผู้ผลิตบริการและมุมมองของลูกค้า ดังนั้นนอกจากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองทางธุรกิจแล้วยังต้องให้ความสำคัญในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าอีกด้วยเพราะธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) ได้กล่าวถึงส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าดังนี้

1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใคร สิ่งที่ลูกค้าพิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้นธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

2. ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้น ต้องคุ้มค่ากับบริการที่จะได้รับ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในบริการนั้น ย่อมสูงด้วย ดังนั้น ในการตั้งราคาค่าบริการธุรกิจจะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไปใช้ในการลดราคาค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้

3. ความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไป

ติดต่อใช้บริการไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่ทำงานของลูกค้า

4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็นหรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้การให้และรับรู้ข้อมูลความเข้าใจจากลูกค้า ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่เริ่มก้าวเท้าแรกเข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านนั้น ไม่ว่าจะเป็ครั้งแรกหรือครั้งใดของการใช้บริการก็ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ

7. ความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคา์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้าย ประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ลูกค้า โดยเฉพาะ หากลูกค้ามาใช้บริการประเภทหรูหราฟุ่มเฟือย สิ่งเหล่านั้นจะต้องทำให้ความทุกข์ใจและความไม่สบายกายได้บรรเทาลง ทุกสิ่งต้องสร้างความสบายใจให้ลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจ	ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)	1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value)
2. ราคา (Price)	2. ต้นทุน (Cost to Customer)
3. สถานที่ (Place)	3. ความสะดวก (Convenience)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4. การติดต่อสื่อสาร (Communication)
5. พนักงาน (People)	5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring)
6. กระบวนการให้บริการ (Process)	6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion)
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	7. ความสบาย (Comfort)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองธุรกิจ กับ มุมมองของลูกค้า

(ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546)

ซึ่งตรงกับแนวคิดของ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) กล่าวว่า ในการพัฒนาคุณภาพบริการ พิจารณาได้ 2 มุมมอง กล่าวคือ มุมมองของผู้ผลิตบริการและมุมมองของลูกค้า ในทัศนะคติของผู้ผลิตบริการนั้น บริการจะถูกกำหนดวิธีปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานขึ้นเพื่อเป็นต้นแบบ มีการแบ่ง

ประเภทงานที่ต้องทำ กำหนดคุณสมบัติของผู้ทำงาน กำหนดอุปกรณ์ช่วยในการทำงานแต่ละงาน กำหนดการทำงานกลุ่มสำหรับงานบางชนิด ทั้งนี้เพื่อให้ผลงานออกมาตามมาตรฐานที่คาดหวังไว้ นอกจากนี้ผู้ผลิตบริการยังต้องพิจารณาด้วยว่าระดับมาตรฐานที่กำหนดไว้นั้นทัดเทียมคู่แข่งชั้นในอุตสาหกรรมนั้นๆหรือไม่ และเป็นมาตรฐานที่ยอมรับของลูกค้าด้วย สำหรับคุณภาพในทัศนยะของลูกค้านั้น บริการที่ผลิตและส่งมอบให้กับลูกค้า แม้ว่าจะมีมาตรฐานเดียวกัน แต่บริการเหล่านั้นถูกนำเสนอให้ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่างกัน ฉะนั้นจึงสร้างความพอใจในระดับที่แตกต่างกัน และการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้นั้น ต้องปฏิบัติดังนี้

1. ต้องเรียนรู้และเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า
2. ต้องสร้างภาพเป็นรูปธรรมให้เกิดขึ้นกับบริการที่นำเสนอต่อลูกค้า เนื่องจากบริการหลายอย่างไม่สามารถนำเสนอให้เป็นรูปธรรมได้อย่างชัดเจน ผู้จัดการจึงต้องใช้ความสามารถพิเศษเพื่อที่จะจินตนาการถ่ายทอดบริการที่ลูกค้าต้องการออกมาเป็นรูปธรรมให้ได้
3. ต้องควบคุมขั้นตอนการให้บริการลูกค้า งานของผู้จัดการจึงได้แก่ งานที่คิดว่าจะทำอะไร อย่างไร งานสั่งให้ใครทำ และงานควบคุมเพื่อให้ได้งานตามที่สั่ง
4. ต้องติดต่อกับลูกค้าเพื่อส่งมอบบริการ โดยที่พนักงานจะเป็นผู้ผลิตและสร้างสรรค์บริการตามขั้นตอนที่ถูกกำหนดไว้ และจะถูกควบคุมเป็นระยะๆ หากเกิดปัญหาหรือความขัดแย้งขณะให้บริการ ผู้จัดการจะต้องสามารถแก้สถานการณ์ได้ทันท่วงที

ยุพวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) ยังได้กล่าวอีกว่า การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งองค์ประกอบภายในองค์กรที่องค์กรสามารถควบคุมได้ องค์กรจะนำส่วนประสมทางการตลาดนี้มาใช้เพื่อกระตุ้นการตอบสนองของลูกค้า งานหลักของการจัดการการตลาดในองค์กร คือ การผสมผสานองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดให้เข้าถึงตลาดเป้าหมายที่เลือกไว้ได้อย่างเหมาะสม การผสมผสานนั้นจะต้องคำนึงถึงตัวแปรที่ควบคุมไม่ได้ที่มีอยู่มากมาย โดยทั่วไป ตัวแปรที่ควบคุมไม่ได้จะรวมถึงทรัพยากรและวัตถุประสงค์ของบริษัท การเมือง กฎหมาย สังคม วัฒนธรรม สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และท่าทีของคู่แข่ง

ดังนั้นจะสรุปได้ว่า การที่จะพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าพึงพอใจนั้น เราจะต้องพัฒนาจากส่วนประสมทางการตลาด เพราะส่วนประสมทางการตลาดเป็นองค์ประกอบขององค์กรที่เป็นตัวกระตุ้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายที่องค์กรเลือกไว้

## 6. แนวความคิดเกี่ยวกับศูนย์กีฬาทางน้ำ

Fawcett (1968) ได้กล่าวถึงการจัดการศูนย์กีฬาทางน้ำไว้ ดังนี้

1. การวางแผนและพัฒนาระบบกีฬาทางน้ำ การวางแผนเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินการด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงชนิดของกีฬาทางน้ำ โปรแกรมที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจของสมาชิก และนั่นหมายถึงการเพิ่มรายได้ให้มากขึ้น ดังนั้นโปรแกรมกีฬาทางน้ำควรดูว่ามีที่ประเภท และมีโปรแกรมใดที่ควรเพิ่มเติมให้แก่ผู้รับบริการ รวมถึงต้องพัฒนาโปรแกรมที่มีอยู่ให้ดีขึ้น และมีประสิทธิภาพที่เป็นมาตรฐาน และเมื่อต้องการที่จะยกเลิกโปรแกรมใดควรมีการพิจารณาถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น เพราะอาจมีผู้ใช้บริการบางรายไม่ต้องการให้ยกเลิกโปรแกรมนั้น การตัดสินใจจึงควรคำนึงถึงว่าโปรแกรมนี้ทำกำไรมากน้อยเท่าไร และมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของสมาชิกหรือไม่

2. การตลาดและการส่งเสริมการตลาดเป็นหัวใจสำคัญเพื่อให้โปรแกรมบรรลุเป้าหมาย ควรจะมีความเข้าใจในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพราะจะทำให้ทราบถึงข้อมูลอะไรที่จะสื่อสาร และสิ่งใดคือสิ่งแรกที่ต้องทำ หลังจากนั้นจะต้องตัดสินใจว่ามีขั้นตอนใดบ้างที่จะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้หลักการตลาดบริการ หรือผู้เชี่ยวชาญมาช่วยในการสร้างคุณสมบัติของการบริการให้ชัดเจน

3. การเลือกพนักงานที่ดีมีคุณภาพ และมีการพัฒนาอย่างเหมาะสมเป็นหัวใจสำคัญในการประสบความสำเร็จ ดังนั้นจะต้องมีการกำหนดตำแหน่งและตั้งเป้าหมายว่าต้องการบุคคลแบบไหน มีความสามารถด้านใด ในการรับบุคคลเข้าทำงานจะต้องมีการตรวจสอบและคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสม และจะต้องมีการฝึกอบรมเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ บุคคลที่ผ่านการฝึกอย่างดี มีประสิทธิภาพและมีความขยันคือบุคคลที่จะจ้างเข้ามาเป็นพนักงานประจำ

4. ผู้ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำเป็นส่วนสำคัญของกีฬาทางน้ำ การคัดเลือกผู้ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำควรเลือกผู้ที่ผ่านการรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือในระดับประเทศ ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการว่าจะได้รับการดูแลความปลอดภัยที่ดี ผู้ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำจะต้องตอบสนองต่อสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เครื่องแบบของผู้ดูแลความปลอดภัยทางน้ำไม่เพียงแต่จะต้องมีความเหมาะสมเท่านั้นแต่ยังต้องมีความชัดเจน สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายและมีข้อความที่เขียนว่า “ผู้ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำ” ผู้ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำจะต้องอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง และสามารถรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที

5. การรักษาระบบการจัดการงบประมาณให้สมดุลเป็นสิ่งสำคัญต่อผลสัมฤทธิ์ของศูนย์กีฬาทางน้ำ จะต้องเข้าใจว่าสิ่งใดสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้เพื่อที่จะได้พัฒนาสิ่งนั้น ต้องมีการดูแลและควบคุมงบประมาณอย่างระมัดระวังซึ่งจะสามารถรักษาระดับบัญชีรายรับได้ดียิ่งขึ้น การลงทุนอาจมีผลกระทบต่อกองทุนดังนั้นต้องมีการวางแผนการใช้จ่ายอย่างระมัดระวังโดยใช้การเทียบราคา การวิจัยผลิตภัณฑ์ และทำการสำรวจสถานบริการอื่น ๆ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่คล้ายคลึงกัน และต้องทำการสอบถามอย่างรอบคอบก่อนที่จะทำการจัดซื้อ

6. การรักษาคุณภาพของน้ำเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมความมั่นใจ ความปลอดภัย และความสะอาดสบายให้แก่สมาชิก การรักษาคุณภาพน้ำต้องเข้าใจถึงการกรอง และสารประกอบในน้ำ ต้องมีการตรวจสอบและขยายผล การจัดการความเข้มข้นของสารประกอบต่างๆในน้ำและเข้าใจผลของมันซึ่งจะช่วยรักษาระดับสารเคมีของน้ำในสระได้อย่างเหมาะสม การเก็บสารเคมีให้ปลอดภัยจะช่วยเกิดความปลอดภัยแก่พนักงาน และทำให้สามารถจัดการเกี่ยวกับสระได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การฝึกพนักงานอย่างเหมาะสมจะช่วยให้มั่นใจว่าสระจะอยู่ในสภาพที่สะอาดและปลอดภัยเสมอ

7. การรักษาความสะอาดและความปลอดภัยเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและอยากจะกลับมาใช้บริการบ่อยๆ การพัฒนาในด้านการวางแผนความปลอดภัยจะช่วยลดความเสี่ยงต่างๆที่จะก่อให้เกิดอันตราย การวางแผนด้านสุขอนามัยการให้มีกระบวนการปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานสำหรับพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการดูแลรักษาความสะอาดจะช่วยลดการคาดเดาว่าจะต้องทำอะไรและเมื่อใด การวางแผนความปลอดภัยของสารเคมีและไฟฟ้าจะช่วยรักษาความปลอดภัยของพนักงานและสมาชิก การวางแผนอนุรักษ์พลังงานและสิ่งอำนวยความสะดวกคงคลังจะช่วยลดการสูญเสียและเป็นเทคนิคที่ออกแบบมาเพื่อช่วยลดต้นทุนทางการเงินได้

8. การจัดการความเสี่ยงและการวางแผนป้องกันเหตุฉุกเฉิน ต้องเข้าใจหลักการพื้นฐานของการจัดการความเสี่ยง รวมถึงการจัดระดับความเสี่ยง การขจัด การถ่ายโอน รวมถึงการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งจะทำให้เราสามารถวางแผนการสำหรับกรณีฉุกเฉินที่หลากหลายรูปแบบที่สามารถพบได้ในกิจกรรมทางน้ำ กลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงที่เป็นสถานการณ์พิเศษ เช่น ความผิดพลาดของระบบรักษาความปลอดภัย และการผิดพลาดทางเทคนิคการเตรียมความพร้อมในด้านของอุปกรณ์การช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินต่างๆจะช่วยให้พนักงานของศูนย์และลูกค้าสามารถจัดการกับเหตุการณ์เหล่านั้นได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การวิเคราะห์และจดบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นช่วยให้ทราบถึงจุดที่ควรมีการปรับปรุงแก้ไข แม้ว่าเหตุการณ์ฉุกเฉินต่างๆจะเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดและไม่สามารถป้องกันได้หรือแก้ไขได้ทุกอย่าง แต่การจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้เราเตรียมตัวและมีความพร้อมที่จะรับมือได้มากขึ้น

วิจิตร บุญยะโทตระ (2527) ได้กล่าวถึง มาตรการป้องกันอุบัติเหตุทางน้ำ ดังนี้

1. เกี่ยวกับท่าเทียบเรือ สำหรับผู้โดยสาร และ/หรือขนถ่ายสินค้า โป๊ะต้องอยู่ในสภาพที่มั่นคงแข็งแรง มีป้ายบอกถึงจำนวนคนที่โป๊ะสามารถรับน้ำหนักได้ ต้องมีเครื่องช่วยชีวิตจำนวนพอสมควร มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัย ทางขึ้นลงโป๊ะต้องแยกออกจากกัน มีการอบรมเจ้าหน้าที่ให้รู้ถึงภาระงานของตน มีแสงสว่างมากเพียงพอบริเวณท่าเรือ มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจสอบสภาพโป๊ะอย่างสม่ำเสมอ หากพบว่าไม่มั่นคงแข็งแรง หรือมีการชำรุดต้องแก้ไขโดยเร็วและต้องแจ้งให้ประชาชนได้ทราบโดยเร็ว

2. เกี่ยวกับตัวเรือและอุปกรณ์ประจำเรือ ต้องมีการตรวจสอบสภาพตัวเรืออย่างเคร่งครัดว่ามีความมั่นคงแข็งแรงเหมาะสมกับสภาพการใช้ ถ้าใช้เป็นเรือบรรทุกทุกคนต้องมีการตรวจสอบสภาพทุกๆ 6 เดือน เรือทุกลำต้องจัดหาอุปกรณ์ประจำเรือ เช่น พวงชูชีพ น้ำยาล้างดับเพลิง พร้อมใช้ทุกโอกาส ต้องมีป้ายแสดงจำนวนคนที่เรือสามารถบรรทุกได้อย่างชัดเจน มีการติดและแสดงไฟตามกฎหมายขณะเดินเรือในเวลากลางคืน

3. เกี่ยวกับการบรรทุก ต้องไม่บรรทุกเกินกำหนดที่ได้รับอนุญาต ต้องไม่ใช่เรือบรรทุกสิ่งของผิดประเภท

4. เกี่ยวกับผู้ควบคุมเรือ จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัย ต้องมีประสบการณ์ มีความรอบคอบ และต้องทราบอันตรายใต้น้ำในแม่น้ำที่ตนใช้

5. เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ จัดให้มีการเผยแพร่บทความเกี่ยวกับอุบัติเหตุทางน้ำในหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ตลอดจนข้อความแนะนำตักเตือนในสถานที่ต่างๆ จัดให้มีคู่มือหนังสือแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติเพื่อป้องกันอุบัติเหตุทางน้ำ

6. เกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของกรมเจ้าท่า มีการตรวจตราควบคุมและปราบปรามการเดินเรือ จอดเรือ ตรวจสอบเรือและท่าเทียบเรือ จัดให้มีการแนะนำ อบรมถึงสาเหตุและวิธีการป้องกันอุบัติเหตุทางน้ำแก่บุคคลทั่วไป จัดให้มีการวางเครื่องหมายในแม่น้ำลำคลอง จัดทำคู่มือการใช้เรือ การป้องกันอุบัติเหตุ จำหน่ายหรือแจกแก่ผู้ที่สนใจ จัดวิทยากรไปบรรยายตามโรงเรียน หรือสถาบันต่างๆ อำนวยความสะดวกในการเดินทาง

นายแพทย์เจริญทัศน์ สิ้นตเสรี ได้กล่าวถึง อุบัติเหตุจากการกีฬาเกิดจากปัจจัย 2 ประการใหญ่ๆ คือ (วิจิตร บุญยะโทตระ, 2527)

1. จากตัวผู้เล่น หมายถึงประเภทกีฬาที่เหมาะสมกับวัย ความสมบูรณ์ของร่างกาย ความรู้ในกติกาการเล่น สามัญสำนึกในการหลีกเลี่ยงอันตราย

2. ปัจจัยภายนอก หมายถึง คู่แข่งขัน ดินฟ้าอากาศ อุปกรณ์การเล่น อุปกรณ์เฉพาะตัว กรรมการผู้ดูแล การฝึกซ้อม การแข่งขัน



การเล่นกีฬาให้ปลอดภัยของส่งเสริมพลศึกษาและสุขภาพ (งานสวัสดิศึกษา) กรมพลศึกษา ได้ให้คำแนะนำให้นักเรียนปฏิบัติเกี่ยวกับการเล่นกีฬา ดังนี้ (วิจิตร บุญยะโทตระ, 2527)

1. อย่าฝืนเล่นกีฬาต่อหลังจากเหน็ดเหนื่อย
2. อย่าพยายามเล่นกีฬา และอุปกรณ์ที่เสี่ยงอันตรายถ้าตนไม่ถนัด
3. ควรสวมเครื่องมือ และอุปกรณ์เพื่อป้องกันอันตราย
4. ควรจดเล่นไม่ว่าเกมส์ใดๆถ้าเห็นว่าอุปกรณ์ หรือเครื่องมือไม่เรียบร้อย
5. พยายามอย่าดึงดันในสิ่งที่เกินขีดความสามารถของตนเอง
6. ถ้าเกิดการบาดเจ็บต้องได้รับการรักษาและเอาใจใส่ทันที
7. เลือุกกิจกรรมที่อยู่ในขีดความสามารถของร่างกาย
8. อบอุ่นร่างกายก่อนการแข่งขันทุกครั้ง
9. ควรได้รับการตรวจร่างกายเป็นระยะ

และยังแนะนำให้ครูผู้ฝึกสอน และสถานศึกษาจัดสิ่งแวดล้อมนอกตัวผู้เล่นกีฬาให้เกิดความปลอดภัยในเรื่องต่อไปนี้ด้วย คือ

1. ครูผู้ฝึกสอนจะต้องทำการฝึกสอนอย่างดีและต้องรับผิดชอบตามหน้าที่ของแต่ละกิจกรรม
2. เครื่องมืออุปกรณ์เพียงพอกับผู้เล่น มีความคงสภาพและตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมปลอดภัย
3. เครื่องอำนวยความสะดวก และสภาพของเครื่องเล่นควรได้รับการตรวจสอบให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ
4. ผู้มีส่วนร่วมในการเล่นจะต้องฝึกฝนจนชำนาญ เข้าใจกฎเกณฑ์ กติกา และกฎของความปลอดภัย

ศูนย์เวชศาสตร์การกีฬา องค์การส่งเสริมการกีฬาแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึง ดันเหตุของอุบัติเหตุในการเล่นกีฬาว่า เกิดจากสาเหตุอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างประกอบกันดังนี้ (วิจิตร บุญยะโทตระ, 2527)

1. จากภายนอกตัวผู้เล่น ประกอบด้วย
  - 1.1 บุคคล เกิดจากคู่ฝึกซ้อม หรือแข่งขันส่วนใหญ่จะพบในกีฬาที่มีการปะทะ หรืออาจเกิดจากการเล่นตามกติกา การผิดกติกา คู่ฝึกซ้อมไม่เหมาะสม หรืออาจเกิดจากกรรมการก็ได้
  - 1.2 อุปกรณ์การฝึกซ้อม หรือแข่งขัน เช่น การชำรุดของอุปกรณ์ การกระทบของอุปกรณ์ อุปกรณ์ไม่เหมาะสมกับผู้เล่น
  - 1.3 สนามฝึกซ้อม หรือแข่งขัน เช่น ขนาดสนามไม่ได้มาตรฐาน พื้นสนามไม่ดีพอ

1.4 ภูมิอากาศแวดล้อม เช่น อากาศเย็นจัด อากาศร้อนจัด ความชื้น ความกดอากาศ แสงแดด และฝน

## 2. จากตัวผู้เล่นเอง ประกอบด้วย

2.1 ความเหมาะสมกับกีฬาที่เล่น ได้แก่ รูปร่าง วัย เพศ จิตใจ ไม่เหมาะสม

2.2 ความสมบูรณ์ทางกาย ได้แก่ การฝึกกำลัง การลดปฏิกิริยาป้องกันตัวเอง

2.3 ความชำนาญในการเล่น หากขาดความชำนาญก็จะทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย นอกจากความชำนาญแล้ว การเล่นที่ไม่รู้กติกาก็เป็นสาเหตุของอุบัติเหตุได้ เพราะกติกาไม่ได้ตั้งเพียงเพื่อความสนุก ตื่นเต้น และให้ความยุติธรรมเท่านั้น กติกา ยังเป็นการป้องกันอันตรายที่เกิดขึ้นกับผู้เล่นด้วย

2.4 การเตรียมตัวก่อนลงเล่น ได้แก่ การแต่งกายไม่เหมาะสม ไม่ใช้อุปกรณ์ป้องกันตามสมควร การเตรียมสภาพร่างกายไม่ดีหรือไม่ถูกต้องก่อนการฝึกซ้อมหรือแข่งขัน

## 2.5 สามัญสำนึกในการเล่น

ศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา องค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึง การป้องกันอุบัติเหตุในการเล่นกีฬา ดังนี้ (วิจิตร บุญยะโทตระ, 2527)

### 1. มาตรการในระดับผู้บริหารกีฬา ประกอบด้วย

1.1 การจัดสนามและอุปกรณ์ฝึกซ้อมและแข่งขันให้ได้มาตรฐานเหมาะสมกับระดับการเล่น มีความปลอดภัย มีขนาดและจำนวนที่เหมาะสมกับคนเล่น และมีการทะนุบำรุงให้อยู่ในสภาพดีเสมอ

1.2 จัดให้มีผู้ฝึกสอนที่มีจำนวนเหมาะสมกับผู้เล่น มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับระดับผู้เล่น

1.3 การจัดการแข่งขันที่คำนึงถึงความปลอดภัยโดยจัดคู่แข่งที่เหมาะสม จัดเวลาแข่งและความถี่ที่เหมาะสม มีกรรมการที่มีสมรรถภาพในการตัดสิน จัดบริเวณสนามและอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับผู้เล่นและผู้ชม จัดให้มีหน่วยปฐมพยาบาลตามสมควร

### 2. มาตรการในระดับผู้ปฏิบัติ ประกอบด้วย

2.1 ผู้ฝึกสอน ต้องเลือกผู้ฝึกสอนที่มีสภาพร่างกายเหมาะกับกีฬาที่สอน สามารถสร้างเทคนิคพื้นฐานและเทคนิคขั้นสูงให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายผู้เล่นได้ สามารถเสริมสร้างความสมบูรณ์ของร่างกายและทำนุบำรุงร่างกายได้ถูกต้องตามหลักวิทยาศาสตร์การกีฬา สามารถสอนให้ผู้เล่นรู้จักต้นเหตุของอุบัติเหตุและการป้องกันได้ มีความพร้อมในการให้การปฐมพยาบาล

2.2 ผู้เล่นกีฬา ต้องเลือกกีฬาที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายของตน ฝึกให้เกิดความสมบูรณ์ทางกายเสมอ หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นทอนสุขภาพ หมั่นฝึกฝนให้เกิดทักษะความชำนาญ เตรียมตัวก่อนลงเล่นให้พร้อม และต้องมีสามัญสำนึกในขณะที่เล่น

2.3 มาตรการอื่นๆ มีการปรับปรุงแก้ไขกติกาที่เสี่ยงอันตรายให้ปลอดภัยยิ่งขึ้น จัดทำอุปกรณ์ป้องกันให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น ออกกฎหมายให้ผู้เล่นที่เสี่ยงอันตรายให้ใช้อุปกรณ์ป้องกันตามกำหนด

## 7. นโยบายผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกับการขับเคลื่อนสู่มหานครแห่งกีฬา

กีฬามีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งในด้านการเสริมสร้างสุขภาพพลานามัยให้แข็งแรง และจิตใจที่แจ่มใส

นับเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งประการหนึ่งที่เอื้ออำนวยให้ประชาชนสามารถ พัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การพัฒนาคนในชาติให้มีความสามัคคี มีระเบียบวินัย รู้จักรับผิดชอบต่อหน้าที่ตนเอง และประเทศชาติต้องอาศัยกีฬาเป็นสิ่งสำคัญ การกีฬาจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะต้องได้รับการส่งเสริมให้ประชาชน และทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมอย่างจริงจัง กรุงเทพมหานครได้น้อมนำแนวพระราชดำริด้านการกีฬาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นหลักในการส่งเสริมการกีฬาของกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งส่งเสริมประชาชนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชุมชน ได้ออกกำลังกายและเล่นกีฬาเป็นประจำอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาสุขภาพกาย และสุขภาพจิต มีคุณธรรม มีระเบียบวินัย มีน้ำใจนักกีฬา สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเหมาะสม และใช้กีฬาเป็นสื่อในการลดปัญหาทางสังคม สิ่งเสพติดและอบายมุข และได้นำแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ตามยุทธศาสตร์ของชาติมาส่งเสริมกีฬาของกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนากีฬาขึ้นพื้นฐานกีฬาเพื่อมวลชน กีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่ออาชีพ ตั้งแต่ระดับชุมชน ระดับเขต ระดับกรุงเทพมหานคร ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ สนับสนุนการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางการกีฬามาประยุกต์และใช้พัฒนากีฬาในทุกชั้นตอน มุ่งพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านการกีฬา โดยพัฒนาปรับปรุงศักยภาพอาคารสถานที่ออกกำลังกาย สนามกีฬา ศูนย์กีฬา ลานกีฬา แหล่งออกกำลังกายระดับชุมชนให้ได้มาตรฐาน ทันสมัย ปลอดภัย และสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ ตลอดจนจัดหาอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐาน ทันสมัย ให้บริการอย่างพอเพียง และให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬาให้มีมาตรฐาน มีทักษะ มีจิตใจรักการให้บริการ ทั้งใน โรงเรียน ศูนย์กีฬา ลานกีฬาอย่างทั่วถึงทุกระดับ ส่งเสริมและยกระดับมาตรฐานการจัดกิจกรรมกีฬาชุมชน โรงเรียน ศูนย์กีฬา ลานกีฬา และระดับกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศ และกีฬาเพื่ออาชีพ ส่งเสริมและสนับสนุนการแข่งขันกีฬาระดับประเทศ และระดับเมือองนานาชาติอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างเกียรติภูมิแก่กรุงเทพมหานคร และความภาคภูมิใจของประชาชนและประเทศชาติ ตลอดจนส่งเสริมและปลูกฝังค่านิยมที่ดีในการดูกีฬา และเชียร์กีฬา สนับสนุนบทบาทของเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการ

กีฬา โดยสนับสนุนเครือข่ายด้านการกีฬา ซึ่งกรุงเทพมหานครกีฬา ได้แก่ มูลนิธิเพื่อการพัฒนากีฬา กรุงเทพมหานคร สมาคมกีฬากรุงเทพมหานคร สมาคมกีฬาไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว และสโมสรกีฬา 50 เขต โดยสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรกีฬา สมาคมกีฬา และองค์กรเครือข่ายชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนากีฬาอย่างจริงจัง โดยเฉพาะสโมสรกีฬา 50 เขต เป็นองค์กรกีฬาระดับชุมชนของกรุงเทพมหานครมีกรอบทิศทางที่ชัดเจน ในปี 2549 กรุงเทพมหานคร โดยสำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยวได้จัดทำแผนแม่บทด้านการกีฬา โดยร่วมกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อระดมความคิดเห็นความต้องการของประชาชนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัยและทุกภาคส่วน เพื่อนำข้อมูลจัดทำแผนดังกล่าว ให้เป็นหลักในการพัฒนากีฬาของกรุงเทพมหานคร

เมื่อเราจะเลือกเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายที่ไหนสักแห่งนั้น เรามักจะคำนึงถึงชนิดกีฬาที่เราชอบตามความถนัด สถานที่ไปวิ่ง ไล่ลงสบาย สะอาด ร่มรื่น หรือระยะทางและเวลาที่ใช้ในการเดินทาง สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนที่คนกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะวิถีชีวิตของคนเมืองโดยเฉพาะคนกรุงเทพมหานครนั้น ต่างมีความเร่งรีบและมีเวลาว่างอย่างจำกัด

กรุงเทพมหานครมุ่งมั่นและพยายามที่จะสร้างสรรค์สิ่งที่เหมาะสมกับชีวิตคนเมือง จึงพัฒนาศูนย์กีฬาครบวงจรให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ทุกเพศ ทุกวัย และเข้าใช้บริการได้ทั้งครอบครัว ศูนย์กีฬาดังกล่าวมุ่งเน้นในเรื่องของกิจกรรมทุกรูปแบบทั้งกิจกรรมกีฬา กลางแจ้ง ได้แก่ ฟุตบอล เปตอง ฟุตซอล จักรยาน เดิน วิ่ง ฯลฯ กิจกรรมกีฬาในร่ม ได้แก่ บาสเกตบอล ยูโด เทควันโด ลีลาศ แบดมินตัน ตะกร้อ วอลเลย์บอล ยกน้ำหนัก เทเบิลเทนนิส ฯลฯ กิจกรรมกีฬาทางน้ำ ได้แก่ ว่ายน้ำ การเล่นเรือใบ เรือพาย เรือคายัค เรือแคนู ฯลฯ รวมถึงกิจกรรมเสริมสร้างสมรรถภาพร่างกาย (ฟิตเนส) ที่กำลังเป็นที่นิยมในวัยรุ่นยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพร่างกาย ปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีศูนย์กีฬาอยู่ทั้งสิ้น 9 แห่ง คือ

1. ศูนย์กีฬาเฉลิมพระเกียรติ
2. ศูนย์กีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา
3. ศูนย์กีฬาบางบอน
4. ศูนย์กีฬาประชานิเวศน์
5. ศูนย์กีฬาอ่อนนุช
6. ศูนย์กีฬารามอินทรา
7. ศูนย์กีฬาวิจิตรเบญจทัศ
8. ศูนย์กีฬามิตรไมตรี
9. ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

ศูนย์กีฬาทั้ง 9 แห่ง จะได้รับการปรับปรุงกายภาพ และภาพลักษณ์ใหม่ตามนโยบายของ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ซึ่งดำรงตำแหน่งอยู่ในขณะนั้น กรุงเทพมหานครมุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน เพื่อให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองน่าอยู่ อย่างยั่งยืน ประชาชนมีสุขภาพพลานามัยแข็งแรง เป็นเมืองที่ทันสมัย มีเอกลักษณ์แห่งความเป็น ไทย ผู้คนมีน้ำใจ รักการออกกำลังกาย เล่นกีฬาเป็นวิถีชีวิตประจำวัน อันจะผลักดันให้ กรุงเทพมหานครเป็นมหานครแห่งกีฬาต่อไป

## 8. ข้อมูลศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

### 8.1 ประวัติความเป็นมา

เนื่องจากกรุงเทพมหานครได้ประสบปัญหาน้ำท่วมอย่างหนักในปี 2526 เป็นต้นมา ปัญหา สาเหตุมาจากการระบายน้ำจากด้านทุ่งทางด้านฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานครลงสู่แม่น้ำ เจ้าพระยาและลงสู่อ่าวไทยทำได้ยาก เนื่องจากพื้นที่ของกรุงเทพมหานครด้านฝั่งตะวันออกเป็นที่ ลุ่มและแอ่งกระทะ เมื่อเวลามีฝนปานกลางถึงหนัก ก็จะเกิดปัญหาน้ำท่วมขังในพื้นที่เป็นเวลานาน ทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อนอย่างมาก การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องหาพื้นที่ชะลอน้ำ (แก้มลิง) เพื่อกักเก็บน้ำฝนจากพื้นที่ดังกล่าวไว้ก่อนในช่วงฝนตก และเมื่อน้ำในพื้นที่ลดลง จึง ปล่อน้ำออกจากบึงและลงสู่แม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อพร่องไว้เป็นพื้นที่ชะลอน้ำแก้มลิง เพื่อรับน้ำฝน จากพื้นที่อีกครั้งหนึ่ง จึงสามารถแก้ไขปัญหาน้ำท่วมขังได้ จากการศึกษาแผนหลักการระบายน้ำ ด้านตะวันออกพบว่า จำเป็นต้องหาพื้นที่ชะลอน้ำ (แก้มลิง) ปริมาตรรวมถึง 13,000,000 ลูกบาศก์ เมตร

เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2531 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีพระบรมราชโองการ โปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรกำหนดเขตที่ดิน ในบริเวณที่ที่จะเวนคืนในท้องที่แขวง หนองบอน เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร เพื่อประโยชน์ในการดำเนินการเวนคืนอสังหาริมทรัพย์ เพื่อประโยชน์สาธารณะในการป้องกันและแก้ไขปัญหาน้ำท่วมพื้นที่บริเวณด้านทิศตะวันออกของ กรุงเทพมหานคร จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชกฤษฎีกา กำหนดเขตที่ดินในบริเวณ ที่ที่จะเวนคืน ในท้องที่เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2531 และพระราชกฤษฎีกานี้ มีผล บังคับใช้ตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป (วันที่ 23 พฤษภาคม 2531)

แต่ด้วยเหตุที่กรุงเทพมหานครยังไม่มีศูนย์กีฬาทางน้ำ ทำให้นักกีฬาของกรุงเทพมหานคร ไม่มีสถานที่ฝึกซ้อมกีฬาทางน้ำ กรุงเทพมหานครจึงให้สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว จัดสร้างและดำเนินการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนขึ้น ในพื้นที่บึงหนองบอน ในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2548 นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในขณะนั้น ได้เชิญสมาคม ร่วมสาธิตกีฬาทางน้ำทุกประเภท เพื่อยืนยันเจตนารมณ์ดำเนิน โครงการศูนย์กีฬาทางน้ำ โดยทุก

สมาคมพร้อมให้ความร่วมมือสนับสนุนทุกประการ และได้ทำการเปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 18 ตุลาคม 2548 เป็นต้นมา และได้กลายเป็นศูนย์กีฬาทางน้ำแห่งแรกและแห่งเดียวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งบึงนี้เคยใช้แข่งขันกีฬาทางน้ำในระดับนานาชาติ และระดับชาติมาแล้ว คือ ใช้เป็นสนามแข่งขันกีฬาทางน้ำในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพเมื่อปี 2541 และการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ครั้งที่ 32 ในปี 2543 ที่กรุงเทพมหานครได้เป็นเจ้าภาพ หลังจากมีการแข่งขันกีฬาทางน้ำระดับชาติถึง 2 ครั้ง ทางกรุงเทพมหานครมีนโยบายมุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิต เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวและที่ออกกำลังกายสำหรับเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป ได้มองเห็นศักยภาพของบึงหนองบอนนอกจากจะใช้แก้ไขปัญหาน้ำท่วมแล้ว บึงหนองบอนมีพื้นที่กว้างใหญ่และสวยงามเหมาะสมที่จะจัดกิจกรรมกีฬาทางน้ำ เพื่อให้เยาวชนได้มีศูนย์กีฬาทางน้ำที่ยั่งยืน เพื่อลดปัญหายาเสพติดและเพิ่มที่พักผ่อนหย่อนใจให้กับคนกรุงเทพที่รักกีฬาทางน้ำ ทางกรุงเทพมหานครจึงได้มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้รองรับกับกีฬาทางน้ำได้หลายชนิด จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์และมีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการจากนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในขณะนั้น ไปเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2551 หลังจากการที่ได้มีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนได้ใช้เป็นสนามแข่งขันกีฬาทางน้ำในกีฬาแห่งชาติ ครั้งที่ 37 ประกอบไปด้วย เรือคยัค เรือแคนู เรือ 12 ฝีพาย และเรือ 15 ฝีพาย และยังได้ใช้เป็นที่จัดแข่งขันกีฬาเรือพายในกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยครั้งที่ 36 หัวหมากเกมส์อีกด้วย

## 8.2 สถานที่ตั้ง

ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน ตั้งอยู่ในบริเวณบึงหนองบอน เขตประเวศ ทางด้านตะวันออกเฉียงใต้ของกรุงเทพมหานคร ถนนเฉลิมพระเกียรติชอย 43

## 8.3 พื้นที่ทั้งหมด

ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนมีพื้นที่ทั้งหมด 644 ไร่ 1 งาน 37.50 ตารางวา ซึ่งเป็นบึงรับน้ำที่มีลักษณะเป็นบึงขุด จำนวน 3 บึงต่อเนื่องกัน มีความลึกเฉลี่ย 10 เมตร โดยแต่ละบึงมีจำนวนพื้นที่แตกต่างกันดังนี้

บึงที่ 1 มีเนื้อที่ 180 ไร่

บึงที่ 2 มีเนื้อที่ 272 ไร่

บึงที่ 3 มีเนื้อที่ 86 ไร่

## 8.4 วัตถุประสงค์

1. สืบสานแนวพระราชดำริในการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป

2. เพื่อก่อสร้างศูนย์กีฬาทางน้ำที่ได้มาตรฐานสำหรับฝึกซ้อม และแข่งขัน
3. เพื่อจัดกิจกรรมกีฬาทางน้ำให้แก่เด็ก เยาวชน และประชาชน ได้ฝึกซ้อมและแข่งขัน เพื่อส่งเสริมสุขภาพ และความเป็นเลิศ
4. เพื่อเพิ่มพื้นที่แหล่งพักผ่อน และศูนย์กีฬาให้บริการแก่เด็ก เยาวชนและประชาชน ทั่วไป

#### 8.5 หน้าที่และขอบเขตความรับผิดชอบ

1. เป็นศูนย์ส่งเสริมกีฬาสำหรับเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไปเพื่อให้มีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรงสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ
2. เป็นสถานที่ฝึกซ้อมและแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ
3. ให้คำแนะนำความรู้ และบริการกีฬาทางน้ำประเภทต่างๆ

#### 8.6 เวลาเปิด – ปิดทำการ

เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 8.30 – 18.30 น.

#### 8.7 อัตราค่าสมาชิก

1. อายุ 5 – 18 ปี ค่าสมัครสมาชิก 10 บาทต่อปี
2. อายุ 19 ปีขึ้นไป ค่าสมัครสมาชิก 40 บาทต่อปี

#### 8.8 หลักฐานในการสมัครสมาชิก

1. รูปถ่ายหน้าตรงขนาด 1 นิ้ว หรือ 2 นิ้ว จำนวน 2 รูป
2. สำเนาทะเบียนบ้าน (กรณียังไม่ทำบัตรประจำตัวประชาชน) 1 ฉบับ
3. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน จำนวน 1 ฉบับ
4. ใบรับรองแพทย์ จำนวน 1 ฉบับ

#### 8.9 เปิดบริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

1. กรุงเทพมหานครได้เชิญสมาคมกีฬาทางน้ำ ประกอบด้วย
  - 1.1 สมาคมแข่งเรือใบแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
  - 1.2 สมาคมเรือพายแห่งประเทศไทย
  - 1.3 สมาคมวินเซิร์ฟแห่งประเทศไทย

ตรวจพื้นที่บึงหนองบอน และทดลองนำกิจกรรมกีฬาทางน้ำสาธิต เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2548 ทุกสมาคมต่างเห็นพร้อม และเห็นความจำเป็นว่า กรุงเทพมหานครยังไม่มีศูนย์กีฬาทางน้ำ ไม่มีสถานที่ฝึกซ้อม ฝึกอบรม ฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ บึงหนองบอนจะเป็นศูนย์กีฬาทาง

น้ำแห่งแรกและแห่งเดียวในกรุงเทพมหานครที่มีพื้นที่เหมาะสม สวยงาม ได้มาตรฐาน ซึ่งเคยใช้แข่งขันกีฬาทางน้ำในระดับชาติมาแล้ว ควรฟื้นฟูให้เป็นประโยชน์ต่อไป สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว จึงได้จัดสร้างและดำเนินการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนขึ้น

2. ศูนย์กีฬาบึงหนองบอนเปิดบริการให้กับเด็ก เยาวชน และประชาชนตั้งแต่วันที่ 18 ตุลาคม 2548 เป็นต้นไป และเปิดทำการทุกวันเวลา 08.30 – 19.30 ไม่เว้นวันหยุดราชการ

### 8.10 สถานที่ และอาคาร ประกอบไปด้วย

1. อาคารโรงเก็บเรือพร้อมศูนย์บริการ
2. อาคารพิพิธภัณฑ
3. อุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
  - 3.1 เรือใบ จำนวน 27 ลำ
  - 3.2 เรือคยัค จำนวน 47 ลำ
  - 3.3 เรือกรรเชียง จำนวน 6 ลำ
  - 3.4 เรือ 5 ฝาย จำนวน 6 ลำ
  - 3.5 วินเซิร์ฟ จำนวน 9 ลำ
  - 3.6 เรือกู้ชีพเครื่องยนต์ จำนวน 3 ลำ
  - 3.7 เสื้อชูชีพ จำนวน 300 ตัว

โดยกรุงเทพมหานครดำเนินการสร้างลานเอนกประสงค์เพื่อจัดกิจกรรมเอโรบิก

4. สนามกีฬาทางบก
  - 4.1 สนามบาสเกตบอล จำนวน 1 สนาม
  - 4.2 สนามตะกร้อ จำนวน 2 สนาม
  - 4.3 สนามฟุตบอล จำนวน 1 สนาม
5. ศาลาที่พักสำหรับประชาชน จำนวน 7 หลัง
6. พื้นที่ต้นไม้
  - 6.1 บริเวณสนามบาสเกตบอล และสนามตะกร้อ จำนวน 2 ไร่
  - 6.2 บริเวณอาคารที่ทำการ และโรงเก็บเรือ จำนวน 4 ไร่

### 8.11 อัตรากำลังของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

1. ข้าราชการ จำนวน 2 คน
  - 1.1 เจ้าหน้าที่พลศึกษา 3 – 5 จำนวน 1 อัตรา
  - 1.2 เจ้าหน้าที่ธุรการ 1 – 3 จำนวน 1 อัตรา



## 2. ลูกจ้าง จำนวน 11 คน

2.1 นักการ	จำนวน	1	คน
2.2 ภารโรง	จำนวน	2	คน
2.3 คนสวน	จำนวน	1	คน
2.4 คนงาน	จำนวน	6	คน
2.5 พนักงานขับรถยนต์	จำนวน	1	คน

## 3. อาสาสมัครศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จำนวน 14 คน

3.1 อาสาสมัครผู้ฝึกสอนเรือใบ	จำนวน	2	คน
3.2 อาสาสมัครผู้ฝึกสอนเรือคายัค	จำนวน	2	คน
3.3 อาสาสมัครผู้ฝึกสอนเรือกรรเชียง	จำนวน	2	คน
3.4 อาสาสมัครผู้ฝึกสอนวินเซิร์ฟ	จำนวน	2	คน
3.5 อาสาสมัครรักษาความปลอดภัยทางน้ำ	จำนวน	4	คน
3.6 อาสาสมัครผู้ฝึกสอนबासकेटबोल	จำนวน	1	คน
3.7 อาสาสมัครผู้ฝึกสอนเซปักตะกร้อ	จำนวน	1	คน

## 4. อาสาสมัครลานกีฬากรุงเทพมหานคร จำนวน 4 คน

### 8.12 ข้อกำหนดในการใช้บึงหนองบอน

1. บึงมีความกว้างประมาณ 100 – 300 เมตร และมีความลึกประมาณ 10 – 20 เมตร น้ำในบึงที่มีความลึกมากจะมีความเย็นมาก หากให้คนลงเล่นน้ำ หรือเล่นกีฬาทางน้ำ และเมื่อเกิดอุบัติเหตุก็จะเป็นอันตรายต่อการช่วยเหลือ และอาจเกิดการเสียชีวิตได้ง่าย

2. ตลิ่งมีลักษณะเป็นเชิงลาดชัน ไม่มีเขื่อนเรียงหิน หากมีกีฬาทางน้ำเช่น เจ็ตสกีจะทำให้ตลิ่งพังเนื่องจากคลื่น และเป็นอันตรายต่อผู้มาใช้บริการได้ ตลิ่งของบึงมีความลาดชันสูงไม่เหมาะสำหรับปรับปรุงเป็นสวนสาธารณะหรือแหล่งท่องเที่ยว

3. คันบึงแคบไม่สะดวกในการสัญจรไป – มา หากมีรถเข้ามาวิ่งก็จะเป็นอันตรายต่อประชาชนที่เข้ามาใช้บริการ

4. การบริหารจัดการน้ำในบึง จะมีการลดระดับน้ำในบึงต่ำมากเพื่อพร่องไว้เป็นแก้มลิง ซึ่งต่ำกว่าคันดินประมาณ 7 เมตร ซึ่งเป็นอันตรายต่อผู้มาใช้บริการหากมีคนตกลงไปอาจจะช่วยไม่ทันและจะต้องใช้ผู้ดูแลรักษาความปลอดภัยจำนวนมากเนื่องบึงมีความกว้างมาก

5. การลดระดับน้ำในคลองมะขามเทศ และคลองหนองบอนเพื่อระบายน้ำเข้ามาเก็บไว้ในบึงช่วงฝนตกโดยมีอาคารระบายน้ำจำนวน 2 แห่งซึ่งเวลาปล่อยน้ำเข้ามาในบึงจะมีความแรงมาก

เนื่องจากระดับในคลองกับระดับน้ำในบึงมีความแตกต่างกันมากเป็นอันตรายต่อประชาชนที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งยากต่อการดูแลความปลอดภัย

6. การบริหารจัดการน้ำในบึงหนองบอนจะต้องดำเนินการด้วยความรวดเร็ว จึงจะสามารถแก้ไขปัญหาน้ำท่วมในพื้นที่ลุ่มได้ เพราะฉะนั้นภายใน 1 วัน จะมีการนำน้ำจากภายนอกเข้าบึงเพื่อลดระดับน้ำในที่ลุ่ม และเอาน้ำออกจากบึงเมื่อน้ำภายนอกบึงลดลง ดังนั้นน้ำในบึงจะขึ้นและลงอย่างรวดเร็วอาจเป็นอันตรายต่อผู้เข้ามาใช้บริการ

7. หากจะดำเนินการเป็นสวนสาธารณะ หรือให้ประชาชนใช้เป็นสวนน้ำ หรือเล่นกีฬาทางน้ำอาจผิดวัตถุประสงค์ของการเวนคืนที่ดิน เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการเวนคืนที่ดินนั้นเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาน้ำท่วมพื้นที่ด้านทิศตะวันออกของกรุงเทพมหานคร และอาจถูกประชาชนที่ถูกเวนคืนที่ดินร้องเรียนได้

8. สำนักระบายน้ำจำเป็นต้องใช้บึงหนองบอนในการบริหารน้ำ เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วม โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงพฤศจิกายนของทุกปี

## 9. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยในประเทศ

ธานี ตะกรุดทอง (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการจัดกิจกรรมทางการตลาดของศูนย์ออกกำลังกาย ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง
2. ความพึงพอใจในด้านราคาสมาชิกอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง
3. ความพึงพอใจในด้านสถานที่อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง
4. ความพึงพอใจในด้านส่งเสริมการขายอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง
5. ความพึงพอใจในด้านกิจกรรมทางการตลาดอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลางทุกด้าน แต่ในด้านกิจกรรมต่าง ๆ นั้นจะน้อยที่สุด เนื่องจากความชอบในการออกกำลังกายของสมาชิกมีความต่างกันมากจึงทำให้ยากที่จะจัดกิจกรรมด้านนี้ให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

วาสนา โฉมดี (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทยมีความพึงพอใจด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการศึกษามีระดับความพึงพอใจแตกต่างจากด้านอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก” ผลการวิจัยพบว่า

1. ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ให้บริการในเรื่องมีร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีความต้องการอยู่ในระดับน้อย

2. การเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความต้องการด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องมีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับย้อนภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพในเรื่องจัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชม และเรื่องปรับปรุงอาคาร สถานที่สภาพแวดล้อมให้สะอาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ณัฐวุฒิ สิทธิชัย (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการจัดกิจกรรมคูนกบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อยจังหวัดพัทลุง” ผลการวิจัยพบว่า มีแนวทางการพัฒนาในประเด็นที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยวควรเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับคูนกให้พร้อม ช่วยกันดูแลรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนสินค้าของคนในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ควรจัดให้มีการฝึกอบรมการเป็นวิทยากรนำคูนกให้กับผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่น จัดการประกวดภาพถ่ายนกในทะเลน้อย ปรับปรุงทำเทียบเรือให้มั่นคงปลอดภัยนักท่องเที่ยวสามารถขึ้นลงเรือได้สะดวก ทำป้ายประกาศเตือนในบริเวณที่มีพืชหรือสัตว์อันตราย ปลูกต้นไม้ท้องถิ่นเพื่อเป็นแหล่งวางไข่ของนก ทำป้ายให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนก และจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการคูนก ประชาชนในท้องถิ่นควรต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตร แจ้งข้อมูลแก่เจ้าหน้าที่เมื่อพบเห็นการล่านก ผู้ประกอบการควรมีความซื่อสัตย์ต่อผู้รับบริการ ปฏิบัติตัวให้เป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักท่องเที่ยว และหมั่นดูแลรักษาเรือและเสื้อชูชีพให้อยู่ในสภาพที่ปลอดภัยพร้อมใช้งาน ซึ่งแนวทางการพัฒนาการจัดกิจกรรมคูนกบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อยจังหวัดพัทลุงดังกล่าวได้รับการยืนยันเห็นชอบจากผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มทุกประการ

จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา พบว่า กลุ่มเจ้าหน้าที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุพร บุญปก (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ” โดยศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการตลาดบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 10 กิจกรรมโดยศึกษา 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านการคมนาคม และด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35 – 54 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป มีรายได้เดือนละ 20,001 – 25,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ สิ่งดึงดูดที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวคือ บรรยากาศที่ร่มรื่น และกิจกรรมนันทนาการที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดคือ ชมวิถีชีวิตของชาวบ้านบริเวณตลาดบางน้ำผึ้ง โดยระดับความพึงพอใจกิจกรรมนันทนาการทั้ง 10 กิจกรรมอยู่ในระดับมากทั้ง 7 ด้าน นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าแนวทางการพัฒนาที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ส่งผลต่อการพัฒนากิจกรรมนันทนาการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนอีกด้วย

จากการวิพากษ์ของที่ประชุมผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่าในด้านราคาเหมาะสม ด้านการคมนาคมสะดวก แต่ควรปรับปรุงเรื่องการจราจร ด้านความปลอดภัย แต่ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ในวันอาทิตย์ ด้านบุคลากรมีคุณสมบัติแต่มีจำนวนน้อยเกินไป ด้านการจัดการการจัดกิจกรรมนันทนาการอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ควรเพิ่มโปรแกรมการเข้าร่วมกิจกรรมโดยจัดเป็นแพ็คเกจมากขึ้น ด้านการประชาสัมพันธ์ควรมีแผนพับแนะนำกิจกรรม ด้านสถานที่ควรมีแผนที่ให้นักท่องเที่ยวรู้แหล่งจัดกิจกรรมเพื่อที่จะเข้าร่วมกิจกรรมได้

ภักววัฒน์ เชิดพุทธ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “สภาพและปัญหาการบริหารจัดการศูนย์บริการการกีฬาสโมสรสุนทรังสิต” การศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร หัวหน้าแผนกและเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการการกีฬา จำนวน 34 คน และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกศูนย์บริการการกีฬา จำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร หัวหน้าแผนกจำนวน 6 คนและสมาชิกศูนย์บริการการกีฬา จำนวน 28 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลที่เป็นการสัมภาษณ์ ได้นำมาสรุปเป็นความเรียง ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพการบริหารศูนย์บริการการกีฬา มีการใช้ทรัพยากรการบริหาร โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับดีทุกด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการเงินและงบประมาณ ด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการจัดการ สภาพกระบวนการวงจรการบริหารศูนย์บริการการกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการปฏิบัติอยู่ในระดับดี ส่วนด้านการตรวจสอบและด้านการนำผลการประเมินมาพัฒนาแผน อยู่ในระดับดีมาก

2. ปัญหาการบริหารศูนย์บริการการกีฬา โดยรวมไม่พบปัญหาจากข้อมูลแบบสอบถาม แต่จากการสัมภาษณ์ด้านทรัพยากรการบริหาร พบปัญหาในด้านงบประมาณไม่เพียงพอต่อการบำรุงรักษา ซ่อมแซม ในด้านบุคลากรและสนามไม่เพียงพอในการให้บริการในบางช่วงเวลา และกระบวนการวงจรการบริหารศูนย์บริการการกีฬา มีข้อจำกัดตามระเบียบราชการ จึงปฏิบัติงานได้ไม่คล่องตัว โดยเน้นให้บริการกับนักศึกษาและบุคลากรของธรรมศาสตร์ก่อนเป็นหลัก จึงทำให้เป็นอุปสรรคในการวางแผนการให้บริการทั่วไปเพื่อหารายได้

3. ความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกศูนย์บริการการกีฬา ในส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับพอใช้ เมื่อพิจารณาตามรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับพอใช้ทุกด้าน

### งานวิจัยต่างประเทศ

ทีบอท์ (Thibault, 1993) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “แผนงานในองค์กรกีฬาแบบไม่หวังกำไร” (Strategy in Nonprofit Sport Organizations) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้าแผนงานในองค์กรกีฬาแบบไม่หวังผลกำไร ซึ่งมีแผนงานหลักของกิจกรรมกีฬาภายในประเทศ 6 อย่าง ได้แก่ ราคฐานขนาดของผู้มาใช้บริการ อาสาสมัคร กลุ่มที่สนับสนุน ค่าอุปกรณ์ ค่าธรรมเนียมสมาชิก

ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดได้จากการสังเกตองค์กรกีฬาแห่งชาติ 32 แห่ง ซึ่งเป็นองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแผนงานที่รัฐบาลเป็นผู้ริเริ่มขึ้นสำหรับกิจกรรมกีฬาภายในประเทศ

การวิเคราะห์การใช้องค์ประกอบ 6 อย่าง ในแผนงาน ใช้วิธีวิเคราะห์ตามจุด 6 จุดตามแบบมาตราส่วนของไลเกิร์ต (Likert Scale) ซึ่งพบว่ามีความเป็นไปได้ที่จะทำการคาดคะเนการปฏิบัติหน้าที่ขององค์กรกีฬาแห่งชาติในการปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ โดยสรุปแล้วนั้น องค์กรต่างๆ วางแผนที่จะทำการเปลี่ยนแปลงบางอย่างเกี่ยวกับกิจกรรมกีฬาภายในประเทศ ซึ่งเมื่อปฏิบัติไปแล้วเป็นเวลา 2 ปีพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างเกิด

โอกานาระ และยามากูชิ (Oganara & Yamaguchi, 1998 อ้างถึงใน ธาณี ตะกรุดทอง, 2546) ได้ศึกษาถึงสาเหตุของการออกจากการเป็นสมาชิกออกกำลังกาย กรณีจากการศึกษาการจัดการ

พบว่า จำนวนศูนย์ออกกำลังกายภายในประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในเวลา 5 ปีที่ผ่านมาเนื่องจากความตื่นตัวทางสุขภาพ แต่อย่างไรก็ตามจำนวนการออกจากการเป็นสมาชิกกลายเป็นปัญหาสำคัญสำหรับศูนย์ออกกำลังกาย วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ของการเข้ามาเป็นสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายกับการออกจากการเป็นสมาชิก ข้อมูลที่ได้จากศูนย์ออกกำลังกายในเดือนพฤษภาคมปี พ.ศ. 2530 โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ตามความถี่ของการใช้บริการในช่วง 2 เดือนแรก กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ใช้บริการระดับน้อย (0-1 ครั้ง) กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ใช้บริการระดับปานกลาง (2-5 ครั้ง) และกลุ่มผู้ใช้บริการระดับมาก (6-31 ครั้ง) ค่าเฉลี่ยของระดับการออกจากการเป็นสมาชิกของแต่ละกลุ่มในช่วง 6 เดือนแรกต่อมามีสถิติเพิ่มขึ้น สาเหตุของการออกจากการเป็นสมาชิกพบว่า ระดับการออกจากการเป็นสมาชิกของผู้ใช้บริการระดับน้อยจะสูงสุดในกลุ่ม ส่วนความถี่ของผู้ใช้บริการระดับมากแสดงให้เห็นความถี่อย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นได้ว่าความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 2 เดือนแรกเป็นส่วนหนึ่งที่นำไปสู่การตัดสินใจออกจากการเป็นสมาชิก โดยได้ศึกษาเกี่ยวกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการพบว่า การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาและการออกกำลังกายจะเพิ่มมากขึ้น แต่ความตั้งใจที่จะเข้าร่วมกับโปรแกรมกีฬายังน้อย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้เพื่อตรวจสอบปัจจัยในการเข้าร่วมกับเป็นสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกายตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการปัจจัยต่างๆดังนี้

1. ความพึงพอใจในอุปกรณ์ อาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. ความพึงพอใจที่มีต่อเจ้าหน้าที่
3. ความพึงพอใจในกิจกรรมออกกำลังกาย

ข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากสมาชิก 186 คน ของศูนย์ออกกำลังกายเอกชน 5 สาขาในกรุงโตเกียวประเทศญี่ปุ่น โดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ทดสอบสมมติฐานเพื่ออธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของศูนย์ออกกำลังกาย คือ ความพึงพอใจในกิจกรรมออกกำลังกาย พบว่าประมาณร้อยละ 23 การเข้าร่วมเป็นสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายส่วนใหญ่พิจารณาจากการจัดการที่ดีของศูนย์ออกกำลังกาย

อาฟนิнос และคณะ (Afthinos et al., 2005 อ้างถึงใน วาสนา บุตรโพธิ์, 2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังของลูกค้าในสถานบริหารร่างกายประเทศกรีซ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยคือ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าในสถานบริหารร่างกาย โดยได้ศึกษาตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลคือ เพศ อายุ ประเภทของกีฬา และตัวแปรของลักษณะทางจิตวิทยาคือ แรงจูงใจ โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม Quesc รวม 43 ข้อ โดยพัฒนามาจากคิม และคณะ โดยแบบสอบถามมี 2 ส่วนคือ ส่วนที่หนึ่งเป็นแบบสอบถามถึงการรับรู้คุณภาพการบริการในสถานบริหารร่างกาย

โดยกลุ่มประชากรเป็นลูกค้ำในสถานบริหารร่างกาย 500 คน และได้รับแบบสอบถามคืนรวม 346 ชุด คิดเป็นร้อยละ 69.2 ซึ่งเป็นสมาชิกในสถานบริหารร่างกายแบบเอกชน 6 แห่งในกรุงเอเธนส์ ประเทศกรีซ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่าการให้บริการในสถานบริหารร่างกายซึ่งมีลักษณะเฉพาะของการบริการแบบไม่อาจจับต้องได้ (Intangible) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Attitude) ความเป็นไปได้ (Abilities) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันกับด้านราคา (Cost of Participants) และโปรแกรมการออกกำลังกายของแต่ละสถานที่บริหารร่างกายที่ได้ออกแบบไว้ให้ และพบความแตกต่างระหว่างเพศกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการในสถานบริหารร่างกาย



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### แนวความคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบไปด้วย แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรสาธารณะ และบริการสาธารณะ แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ แนวคิดเกี่ยวกับเกี่ยวกับศูนย์กีฬาทางน้ำ นโยบายผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกับการขับเคลื่อนสู่มหานครแห่งกีฬา ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจากทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมาสร้างกรอบแนวความคิดขึ้นมาว่า ในการที่จะพัฒนาให้สถานที่ให้บริการมีคนเข้ามาใช้บริการมากขึ้นนั้น นอกจากจะต้องมีการบริหารที่ดีแล้ว การตลาดก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์เช่นกัน และการบริการที่ดีย่อมสร้างชื่อเสียงที่จะดึงดูดลูกค้ารายใหม่ให้ตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ และลูกค้าเดิมที่พึงพอใจกับการบริการก็จะช่วยประชาสัมพันธ์และแนะนำบุคคลต่างๆให้เข้ามาใช้บริการของหน่วยงานเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นในการวิจัยเพื่อหาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานครครั้งนี้ จึงมุ่งไปที่การตลาดบริการ หรือที่เรียกว่าส่วนประสมทางการตลาดและบริการ 7 P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ให้บริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านบุคลากร (People) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

และในการที่จะพัฒนาคุณภาพของงานบริการจะต้องพิจารณา 2 มุมมองคือ มุมมองของผู้ผลิตและมุมมองของผู้บริโภค ดังนั้นนอกจากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้ผลิตแล้วยังต้องศึกษาในมุมมองของผู้บริโภคด้วย จากที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงทำการศึกษาความคิดเห็นของบุคคล 3 กลุ่มประกอบด้วย บุคลากรศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน ประชาชนผู้เข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน และประชาชนที่ไม่ได้เข้ามาใช้บริการกีฬาประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร และเพื่อให้แนวทางการพัฒนาสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงผู้วิจัยจึงให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาถึงความเป็นไปได้ที่จะนำแนวทางนั้นไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะได้แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานครที่จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดต่อไป



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่การสัมภาษณ์ และวิธีวิจัยเชิงสำรวจ ได้แก่แบบสอบถามสำหรับการวิจัยครั้งนี้ มีแนวทางในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. ผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด และข้าราชการระดับสูงที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร
2. ผู้บริหารศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน เป็นข้าราชการที่ได้รับการแต่งตั้งจากทางกรุงเทพมหานคร
3. บุคลากรของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนสังกัดกองการกีฬา ที่ทำหน้าที่ในฝ่ายต่างๆ ประกอบด้วย ลูกจ้าง อาสาสมัครศูนย์กีฬาทางน้ำ
4. ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร จำนวน 947 คน (กองการกีฬา สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว, พฤศจิกายน 2553)
5. ประชาชนที่เข้ามาใช้สถานที่แต่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย
  - 2.1 ผู้ทรงคุณวุฒิ ใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ซึ่งมีคุณสมบัติดังนี้
    - เป็นนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดจำนวน 2 คน

- ข้าราชการระดับสูงของกรุงเทพมหานครจำนวน 4 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการกองกีฬา หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมกีฬา หัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน และรองหัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

2.2 บุคลากรของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนสังกัดกองการกีฬา ที่ทำหน้าที่ในฝ่ายต่างๆ ประกอบด้วย ลูกจ้าง อาสาสมัครศูนย์กีฬาทางน้ำ จำนวน 25 คน

2.3 ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนจำนวน 947 คน กำหนดขนาดโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973) มาคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ 281 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยสามารถเก็บได้ทั้งหมด 285 ชุดจึงใช้แบบสอบถามทั้งหมดที่เก็บได้มาวิเคราะห์ข้อมูล

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อกำหนดให้  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากร

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของประชากรที่ยอมรับได้ที่ระดับ .05

## 2. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการสัมภาษณ์

ประชาชนที่เข้ามาใช้สถานที่แต่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน รวมจำนวน 4 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยใช้วิธีแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยการกำหนดคุณสมบัติว่าต้องมีระยะเวลาในการมาใช้บริการของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนต่อเนื่องกันมากกว่า 6 เดือนขึ้นไป และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นคนเข้ามาวิ่งออกกำลังกาย 2 คน ปั่นจักรยาน 1 คน และเดินลีลาศ 1 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ชุด

**ชุดที่ 1** แบบสอบถามความคิดเห็นของบุคลากรผู้ให้บริการต่อแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นมาจากการแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสังเกตสภาพของศูนย์กีฬาฯ ด้วยตนเอง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นการสำรวจเลือกตอบตามช่องที่กำหนดไว้ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ชนิด 4 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อย และน้อยที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้านคือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านสถานที่
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านกระบวนการ
6. ด้านบุคคลากร
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire)

**ชุดที่ 2** แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนผู้เข้าใช้บริการต่อแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นมาจากการแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสังเกตสภาพของศูนย์กีฬาฯ ด้วยตนเอง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นการสำรวจเลือกตอบตามช่องที่กำหนดไว้ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ชนิด 4 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อย และน้อยที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้านคือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านสถานที่
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านกระบวนการ

## 6. ด้านบุคลิกภาพ

### 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำ บึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire)

**ชุดที่ 3** แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามนี้ขึ้นมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของบุคลากร และผู้เข้าใช้บริการ และการตอบแบบสัมภาษณ์ของผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ที่จะนำแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน ไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ชนิด 4 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อย และน้อยที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านสถานที่
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านกระบวนการ
6. ด้านบุคลิกภาพ
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำ บึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire)

## 2. แบบสัมภาษณ์

ในส่วนที่เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ จะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างคำถามตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ดังนั้นเพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับมีความสมบูรณ์ และได้รายละเอียดครบถ้วน ผู้วิจัยจึงใช้เครื่องมือต่อไปนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- แบบสัมภาษณ์ เป็นคำถามที่เตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อใช้เป็นแนวทางการสัมภาษณ์ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) แบบสัมภาษณ์ดังกล่าวสร้างจากกรอบ

แนวคิดและทฤษฎีซึ่งเกี่ยวข้องกับงานวิจัยได้จัดทำบทคัดย่อข้อมูล โครงร่าง และแนวคิดเบื้องต้นที่จะทำการศึกษาให้แก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าใจและให้ความร่วมมือในการตอบคำถามได้อย่างละเอียด ตรงประเด็น

- เครื่องบันทึกเสียง
- สมุดจดบันทึก

แบบสัมภาษณ์มี 1 ชุด คือแบบสัมภาษณ์ผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

**ชุดที่ 1** แบบสัมภาษณ์ผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์นี้โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นที่มีต่อสภาพ และแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านสถานที่
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านกระบวนการ
6. ด้านบุคคลากร
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

และสาเหตุที่บุคคลกลุ่มนี้ไม่ใช้บริการกีฬาของทางศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire)

### ขั้นตอนการหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม มีวิธีการหาคุณภาพเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยนำเครื่องมือการวิจัยที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการให้ประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามแนวทางการพัฒนากับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนี (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยผู้วิจัยได้กำหนดดัชนีความสอดคล้องไว้ตั้งแต่ .05 ขึ้นไป ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าดัชนีได้เท่ากับ 0.89

แนวทางการพิจารณาเครื่องมือสำหรับผู้เชี่ยวชาญมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ให้คะแนน	+1	เมื่อผู้เชี่ยวชาญแน่ใจว่าข้อความแนวทางการพัฒนานั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	0	เมื่อผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่าข้อความแนวทางการพัฒนานั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ให้คะแนน -	1	เมื่อผู้เชี่ยวชาญแน่ใจว่าข้อความแนวทางการพัฒนานั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุง และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบใหม่จนเกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาคุณภาพกับผู้เข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.96

3. ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาคุณภาพกับผู้ที่ไม่ได้เข้ามาใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 5 คน เพื่อทดลองดำเนินการสัมภาษณ์ ก่อนไปทำการสัมภาษณ์จริง

4. ผู้วิจัยนำเครื่องมือการวิจัยที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์เพื่อให้เหมาะสม และจึงนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป

## ขั้นตอนการวิจัย

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล 2 ลักษณะ คือเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม และเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก

#### 1. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม

1.1 แบบสอบถามสำหรับบุคลากร และผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

1.1.1 วางแผนการดำเนินงานเก็บข้อมูล กำหนดวันเดินทาง และตั้งทีมงานเก็บข้อมูล

1.1.2 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเอง ร่วมกับผู้ช่วยวิจัย ณ บริเวณศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน โดยผู้ตอบแบบสอบถามอ่านและตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered questionnaire answering)

1.1.3 การเก็บข้อมูลในส่วนของบุคลากรจะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรทั้งหมดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน ส่วนการเก็บข้อมูลในส่วนผู้เข้ามาใช้บริการจะเป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

1.1.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามก่อนลงรหัสข้อมูลและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

1.1.5 ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามในช่วงระหว่างวันที่ 17 กุมภาพันธ์ – 5 มีนาคม 2554

#### 1.2 แบบสอบถามสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ

1.2.1 วางแผนการดำเนินการเก็บข้อมูล กำหนดวันเดินทางเก็บข้อมูลโดยการติดต่อขอนัดเข้าทำการเก็บข้อมูลผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน

1.2.2 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยผู้ตอบแบบสอบถามอ่านและตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered questionnaire answering)

1.2.3 การเก็บข้อมูลในส่วนของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งมีคุณสมบัติ เป็นนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดจำนวน 2 คน และข้าราชการระดับสูงของกรุงเทพมหานครจำนวน 4 คนประกอบด้วย ผู้อำนวยการกองกีฬา หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมกีฬา หัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน และรองหัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

1.2.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามก่อนลงรหัสข้อมูลและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

1.2.5 ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามในช่วงระหว่างวันที่

14 – 26 มีนาคม 2554

## 2. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์

2.1 การสัมภาษณ์ประชาชนที่เข้ามาใช้สถานที่แต่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

2.1.1 ทำการเก็บข้อมูลโดยการบันทึกเทปการสนทนา และจดบันทึกตามประเด็นหลักในการสัมภาษณ์ ด้วยตัวเอง

2.1.2 ประชาชนที่เข้ามาใช้สถานที่แต่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) โดยเลือกจากประชาชนที่ประกอบกิจกรรมออกกำลังกายประเภทอื่นๆ ประกอบด้วย วิ่งจ็อกกิ้ง 2 คน เต้นลีลาศ 1 คน และปั่นจักรยาน 2 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

2.1.3 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตามวันต่อไปนี้

วันที่ 2 มีนาคม 2554

สัมภาษณ์ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร ผู้ที่เข้ามาใช้สถานที่ของศูนย์ในการออกกำลังกายประเภทวิ่งจ็อกกิ้ง

วันที่ 4 มีนาคม 2554

สัมภาษณ์คุณยุพา นุ้ยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ ผู้ที่เข้ามาใช้สถานที่ของศูนย์ในการออกกำลังกายประเภทปั่นจักรยาน

วันที่ 5 มีนาคม 2554

สัมภาษณ์คุณธิดานุช ไกรวัฒนวงศ์ ผู้ที่เข้ามาใช้สถานที่ของศูนย์ในการออกกำลังกายประเภทเต้นลีลาศ

วันที่ 5 มีนาคม 2554

สัมภาษณ์คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต ผู้ที่เข้ามาใช้สถานที่ของศูนย์ในการออกกำลังกายประเภทวิ่งจ็อกกิ้ง



การเก็บรวบรวมในส่วนของการตอบแบบสอบถาม (ชุดที่ 1) ทั้งหมดจำนวน 25 ฉบับ สามารถเก็บได้ 22 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 88 แบบสอบถาม (ชุดที่ 2) ทั้งหมดจำนวน 285 ฉบับ สามารถเก็บได้ 285 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และแบบสอบถาม (ชุดที่ 3) ทั้งหมดจำนวน 6 ฉบับ สามารถเก็บได้ 6 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ในส่วนของการสัมภาษณ์ทั้งหมดจำนวน 5 คน ให้การสัมภาษณ์ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 100 การสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างและประเภทของเครื่องมือ	จำนวนแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ ที่ส่ง	จำนวนแบบสอบถาม / สัมภาษณ์ ที่เก็บได้	คิดเป็นร้อยละ
1. บุคลากรศูนย์กีฬาฯ (แบบสอบถาม ชุดที่1)	25 ฉบับ	22 ฉบับ	88.00
2. ประชาชนผู้ใช้บริการ (แบบสอบถาม ชุดที่2)	285 ฉบับ	285 ฉบับ	100.00
3. ประชาชนที่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำ (แบบสัมภาษณ์ ชุดที่1)	4 คน	4 คน	100.00
4. ผู้ทรงคุณวุฒิ (แบบสอบถาม ชุดที่3)	6 คน	6 คน	100.00

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับคืนจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างและประเภทของเครื่องมือ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. แบบสอบถาม

1.1 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของบุคลากรศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร และประชาชนผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และนำเสนอด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอผลในรูปตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และ

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายโดยเทียบเกณฑ์ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended questions) ใช้การวิเคราะห์ความถี่ของความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อพร้อมความถี่

1.2 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ทรงคุณวุฒิ มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และนำเสนอด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลมานำเสนอในรูปแบบความเรียง

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับความเป็นไปได้ที่จะนำแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายโดยเทียบเกณฑ์ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางความเรียง

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended questions) ใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ใช้การวิเคราะห์ความถี่ของความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อพร้อมความถี่

2. การสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์ความถี่ของความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน และนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อพร้อมความถี่

#### เกณฑ์การเทียบระดับความคิดเห็น

ข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร และความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ที่จะนำแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 4 ระดับ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง กำหนดความหมายของคะแนนแต่ละอันดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	ให้คะแนน	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	ให้คะแนน	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

ในการกำหนดระดับความคิดเห็นนี้ ไม่ได้กำหนดช่วงกลางให้เลือกตอบ เนื่องจากต้องการทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา และความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนา ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานครในทิศทางที่ชัดเจน หากกำหนดคำตอบที่มีช่วงกลาง อาจทำให้ไม่ทราบความสำคัญที่แท้จริง ดังที่ ศิรินาถ สิงหาแก้ว (2536) วิจัยพบว่า ในกรณีที่คำตอบมีช่วงตรงกลางให้เลือก ผู้ประเมินมักจะประเมินที่ช่วงตรงกลาง เพราะเป็นความรู้สึกทางจิตใจที่จะไม่ทำความกระทบกระเทือนให้กับสิ่งที่ประเมิน หรือในกรณีที่ไม่มี ความมั่นใจในสิ่งที่ประเมิน ด้วยเหตุนี้คำตอบที่มีช่วงตรงกลางอาจทำให้ไม่ได้ผลการประเมินที่แท้จริง

จากการแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 4 ระดับ สามารถนำมาวิเคราะห์เกณฑ์เทียบระดับความคิดเห็นด้วยการกำหนดอันตรภาคชั้น (ยูทช ไกยวรรณ, 2545) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (Class Interval)} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{4 - 1}{4} \\ &= 0.75 \end{aligned}$$

เมื่อได้ค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วจึงนำมาเทียบเกณฑ์ระดับความคิดเห็นที่กำหนดไว้ ค่าเฉลี่ยจะนำมาแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.26 – 4.00 แสดงว่า เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดในระดับมากที่สุด

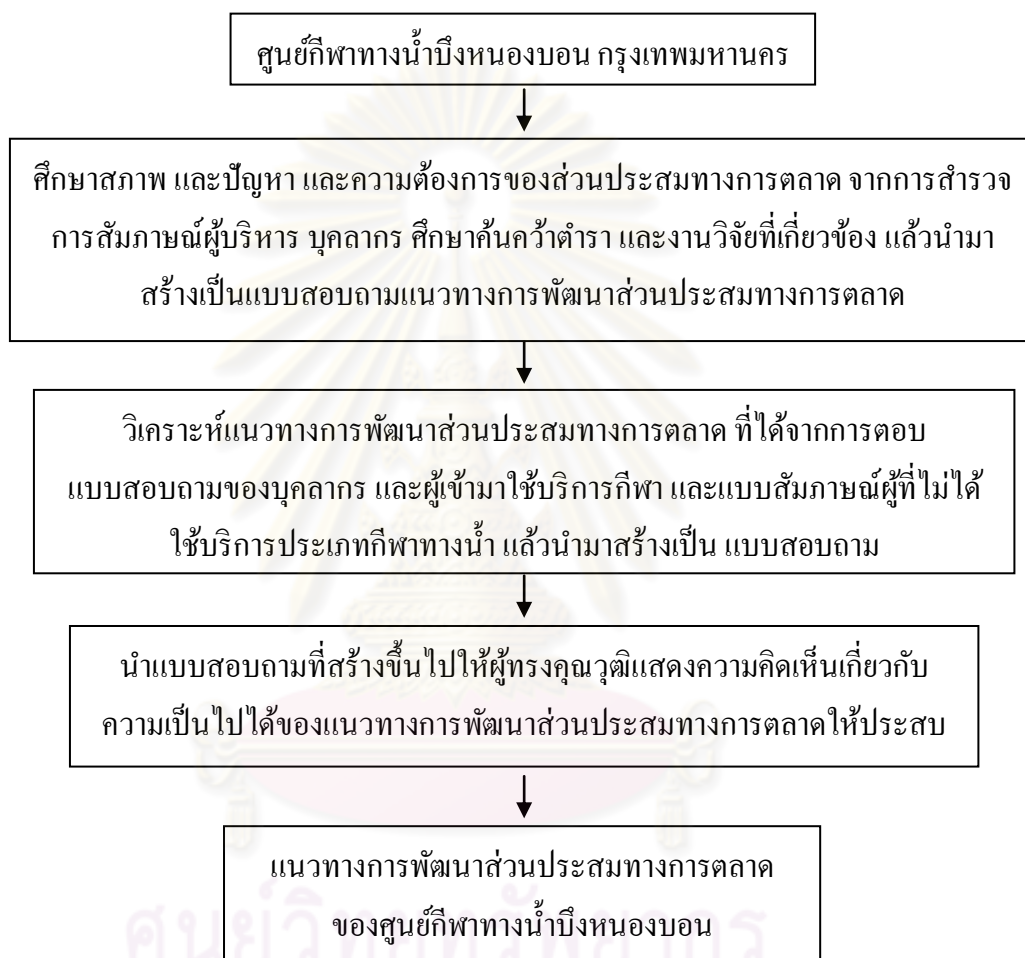
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.25 แสดงว่า เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.76 – 2.50 แสดงว่า เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.75 แสดงว่า เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดในระดับน้อยที่สุด

### กรอบการดำเนินการวิจัย

จากรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาสร้างเป็นกรอบการดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร สามารถนำมาเขียนเป็นแผนภูมิ ได้ดังนี้



ภาพที่ 4 กรอบการดำเนินการวิจัย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของบุคลากรศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ตอน
  - ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร
  - ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของประชาชนผู้ใช้บริการกีฬาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ตอน
  - ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร
  - ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประชาชนที่ไม่ได้ใช้บริการกีฬาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ทรงคุณวุฒิ แบ่งออกเป็น 2 ตอน
  - ตอนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร
  - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของบุคลากรศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม



ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 จำนวน และค่าร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
1. ตำแหน่งหน้าที่ภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน		
อาสาสมัครศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน	11	50.00
อาสาสมัครลานกีฬากรุงเทพมหานคร	4	18.20
ลูกจ้างศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน	7	31.80
2. เพศ		
ชาย	15	68.20
หญิง	7	31.80
3. อายุ		
ต่ำกว่า 24 ปี	3	13.64
24 – 33 ปี	15	68.18
34 – 43 ปี	3	13.64
ตั้งแต่ 43 ปีขึ้นไป	1	4.54
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	9	40.90
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3	13.60
ปริญญาตรี	8	36.40
สูงกว่าปริญญาตรี	2	9.10
5. ระยะเวลาการทำงานในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน		
น้อยกว่า 1 ปี	3	13.60
ระยะ 1 – 3 ปี	13	59.10
ระยะ 3 – 6 ปี	4	18.20
มากกว่า 6 ปี	2	9.10

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นอาสาสมัครศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร เป็นเพศชายอายุระหว่าง 24 – 33 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีระยะเวลาการทำงานในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนอยู่ในช่วง 1 – 3 ปี

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ โดยภาพรวม

แนวทางการพัฒนา	n = 22		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.20	.37	มาก
ด้านราคา	2.91	.91	มาก
ด้านสถานที่	3.04	.30	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.13	.42	มาก
ด้านบุคลากร	3.16	.22	มาก
ด้านกระบวนการบริการ	3.16	.34	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.07	.53	มาก
รวม	3.10	.44	มาก

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 5 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนา	n = 22		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1. จัดให้มีการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น	3.09	.43	มาก
2. จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยทางน้ำ เช่น การช่วยชีวิตคนจมน้ำ การกู้เรือ	3.27	.55	มากที่สุด
3. จัดให้มีโปรแกรมการสอนกีฬาหลายระดับ เช่น โปรแกรมสำหรับผู้เริ่มต้น โปรแกรมเพื่อพัฒนาเป็นนักกีฬา	3.18	.50	มาก
4. จัดให้มีโครงการด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนใกล้เคียง	3.18	.80	มาก
5. มีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ	3.36	.58	มากที่สุด
6. จัดให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำที่ได้มาตรฐาน เช่น ชง ทุ่น	3.18	.66	มาก
7. มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน	3.23	.75	มาก
8. มีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน เช่น ตาข่าย	3.14	.56	มาก
9. มีการเพิ่มจำนวนสนามกีฬาทางบกให้เพียงพอต่อความต้องการ	3.45	.67	มากที่สุด
10. มีการให้บริการอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐานในทุกชนิดกีฬา	3.14	.64	มาก
11. จัดหาอุปกรณ์กีฬาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการ ในทุกชนิดกีฬา	3.27	.63	มากที่สุด
12. จัดให้มีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มภายในบริเวณศูนย์กีฬา	2.77	1.11	มาก
13. มีการให้บริการสนามกีฬาเพื่อการจัดกิจกรรมอื่นๆ เช่น การแข่งขันกีฬาของหน่วยงาน	3.36	.73	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.20</b>	<b>.66</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 5 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 8 ข้อ

นอกจากนั้นในรายชื่อที่ 1 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการสอนกีฬาชนิดอื่นๆ เพิ่มเติม ประกอบด้วย เรือคยัค เรือพาย และฟุตบอล ในรายชื่อที่ 3 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า กีฬาที่น่าจะมีโปรแกรมการสอนหลายระดับเพิ่มขึ้นคือ เรือใบ เรือ 5 ฝีพาย และฟุตบอล ในรายชื่อที่ 9 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสนามที่ต้องการให้มีการเพิ่มขึ้นคือ สนามฟุตบอล สนาม วอลเลย์บอล และสระว่ายน้ำตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตารางที่ 6 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการ พัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านราคา

แนวทางการพัฒนา	n = 22		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านราคา</b>			
1. มีวิธีการเก็บค่าสมาชิกหลายราคา เช่นรายวัน รายเดือน	2.77	.97	มาก
2. มีการระบุอัตราค่าใช้จ่ายบริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เช่น ค่าเล่นกีฬา ทางน้ำ ค่าเช่าสนาม ค่าเช่าลือคเกอร์	3.05	1.00	มาก
<b>รวม</b>	<b>2.91</b>	<b>.98</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

นอกจากนั้นในรายชื่อที่ 1 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการเก็บค่าสมาชิกในแบบอื่นด้วย คือ รายวัน และรายเดือน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านสถานที่

แนวทางการพัฒนา	n = 22		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านสถานที่</b>			
1. มีการเพิ่มบริการคมนาคม เช่น รถบริการรับ-ส่งเข้าไปศูนย์กีฬา	2.59	.91	มาก
2. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้มาตรฐาน เช่น เสื้อชูชีพ เรือกู้ภัย	3.41	.50	มากที่สุด
3. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำอย่างเพียงพอ	3.41	.50	มากที่สุด
4. ปรับปรุงจุดรับสมัครสมาชิกให้ชัดเจนสามารถสังเกตได้ง่าย	3.18	.59	มาก
5. มีการเพิ่มจำนวน ของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ	2.77	.69	มาก
6. มีการเพิ่มปริมาณพื้นที่จอดรถ	2.91	.68	มาก
7. มีการแบ่งเขตทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน	2.82	.73	มาก
8. มีการสร้างทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ทั่วศูนย์ฯ	3.05	.65	มาก
9. มีการสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการอื่นๆ	2.91	.75	มาก
10. จัดให้มีทางเข้า – ออกโรงเก็บเรือที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายเรือ	3.18	.50	มาก
11. จัดสรรพื้นที่ในโรงเก็บเรือให้เหมาะสมต่อการเก็บและเคลื่อนย้ายเรือ	3.09	.43	มาก
12. มีการเพิ่มทางเข้า – ออกศูนย์กีฬาให้มีหลายเส้นทาง	2.91	.81	มาก
13. ติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาและโดยรอบอย่างเหมาะสม	3.27	.63	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.04</b>	<b>.64</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ ด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 3 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 10 ข้อ

นอกจากนั้นในรายข้อที่ 1 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการเพิ่มการคมนาคม คือ อยากให้มีรถประจำศูนย์

ตารางที่ 8 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านการส่งเสริมการตลาด

แนวทางการพัฒนา	n = 22		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
1. มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก	3.18	.66	มาก
2. มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วารสาร	3.21	.63	มาก
3. ปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาแก่ผู้ใช้บริการ ให้มีความน่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น	3.14	.47	มาก
4. จัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การบริการทดสอบสมรรถภาพ การจัดกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์	2.91	.81	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.11</b>	<b>.64</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านบุคลากร

แนวทางการพัฒนา	n = 22		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านบุคลากร</b>			
1. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการสอน	3.32	.48	มากที่สุด
2. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นนักกีฬา	3.36	.49	มากที่สุด
3. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นผู้มีชื่อเสียงในแวดวงกีฬา	3.05	.58	มาก
4. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา	2.86	.47	มาก
5. มีการเพิ่มจำนวนผู้ฝึกสอนให้เพียงพอต่อความต้องการ	3.18	.50	มาก
6. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์	3.27	.55	มากที่สุด
7. ส่งเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำเข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันอื่นๆที่เชื่อถือได้	3.36	.58	มากที่สุด
8. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำให้เพียงพอ	3.14	.64	มาก
9. อบรมพนักงานให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์กีฬาได้	3.23	.43	มาก
10. ส่งเสริมพนักงานให้มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.18	.50	มาก
11. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ด้านอื่นๆ	2.77	.61	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.16</b>	<b>.53</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 4 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 7 ข้อ

นอกจากนั้นในรายข้อที่ 11 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการเพิ่มบุคลากรอื่นๆ คือ คนงาน ครูผู้สอนกีฬาเรือใบ และวินเซิร์ฟ

ตารางที่ 10 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านกระบวนการบริการ

แนวทางการพัฒนา	n = 22		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านกระบวนการบริการ</b>			
1. พัฒนาวิธีการติดต่อศูนย์กีฬาทางน้ำให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น	3.32	.57	มากที่สุด
2. ให้พนักงานแนะนำขั้นตอนการใช้บริการของศูนย์กีฬาหลังสมัครสมาชิก	3.32	.57	มากที่สุด
3. มีการช่วยอำนวยความสะดวกในการสมัครมากขึ้น เช่น มีบริการถ่ายรูปแทนการนำรูปมาด้วยตัวเอง	2.82	.85	มาก
4. มีการจัดระบบบริการที่ดี กรณีที่มีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมาก	3.18	.40	มาก
5. มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงทีหากเกิดเหตุฉุกเฉิน	3.45	.60	มากที่สุด
6. มีการจัดระบบเคลื่อนย้ายเรือที่ดีในกรณีที่ผู้ใช้บริการนำเรือมาเอง	3.09	.53	มาก
7. มีการกวาดขันด้านความปลอดภัย เช่น การวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ในการดูแลผู้ใช้บริการ การบังคับให้ผู้ใช้บริการสวมเสื้อชูชีพทุกครั้ง	3.32	.57	มากที่สุด
8. มีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนมากขึ้น	3.09	.61	มาก
9. มีการจัดตารางการเรียนการสอนล่วงหน้าในแต่ละเดือน	3.00	.62	มาก
10. มีการอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียน	3.14	.56	มาก
11. มีการเก็บค่าปรับ ในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการ	2.95	.95	มาก
12. มีการดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณศูนย์กีฬาอยู่เสมอ	3.18	.50	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.16</b>	<b>.61</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 10 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ ด้านกระบวนการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 4 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 8 ข้อ

นอกจากนั้นในรายข้อที่ 8 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนในช่วงเวลา 15.00 น.

ตารางที่ 11 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬา ด้านลักษณะทางกายภาพ

แนวทางการพัฒนา	n = 22		แปลผล
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
1. จัดทำเครื่องแบบพนักงานให้เหมาะสม สามารถสังเกตได้ง่าย	3.14	.71	มาก
2. ปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย	3.50	.60	มากที่สุด
3. มีการบำรุงรักษาสภาพของเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ ให้สามารถพร้อมใช้งานเสมอ	3.45	.51	มากที่สุด
4. มีการจัดการระบบการรักษาคุณภาพน้ำในบึงให้สะอาด ไม่เน่าเสีย	3.00	.87	มาก
5. มีการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณศูนย์ฯเพื่อความสวยงาม	3.09	.68	มาก
6. มีการตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มีการจัดแสดงประวัติการเล่นเรือใบของในหลวง การติดรูปภาพนักกีฬาที่มีชื่อเสียง	3.05	.90	มาก
7. มีการเพิ่มระบบดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น ติดตั้งกล้องวงจรปิด	2.45	.86	น้อย
8. จัดทำป้ายแสดงแผนผังของศูนย์กีฬาเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ	2.86	.83	มาก
9. มีการจัดทำเอกสารหรือป้ายแนะนำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวังในการใช้บริการ	3.14	.56	มาก
10. มีการจัดทำป้ายบอกทางภายใน และภายนอกศูนย์กีฬาทางน้ำ ที่ชัดเจน	2.95	.58	มาก
11. จัดให้มีที่นั่งไว้ให้บริการโดยรอบ	3.18	.59	มาก
12. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในศูนย์กีฬา เช่น โทรทัศน์ ตู้น้ำดื่ม	3.00	.62	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.07</b>	<b>.69</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 2 ข้อ ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 9 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยมี

1 ข้อ

นอกจากนั้นในรายชื่อที่ 12 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ประกอบด้วย สัญญาณอินเทอร์เน็ต และคอมพิวเตอร์

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ควรให้มีการสร้างสระว่ายน้ำที่ได้มาตรฐานเพราะสมาชิกจำนวนมากต้องการใช้บริการ และเนื่องจากศูนย์กีฬาบึงหนองบอนเป็นศูนย์กีฬาทางน้ำสมควรจะมีสระว่ายน้ำเพื่อให้เป็นศูนย์กีฬาทางน้ำที่ครบครัน (3)

2. ควรมีการจ้างครูผู้ฝึกสอนที่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้เพราะมีผู้เข้ามาใช้บริการเป็นชาวต่างชาติด้วย (1)

3. ควรมีการจัดหาเรือ และพายที่ได้คุณภาพมากกว่านี้ (1)

4. ควรมีการซ่อมแซมอุปกรณ์ และเรือทุกประเภทให้มีความพร้อม (1)

5. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในบริเวณใกล้เคียงได้มาทำกิจกรรม และทำให้ศูนย์กีฬาบึงหนองบอนเป็นศูนย์รวมของประชาชนทุกเพศ ทุกวัยให้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (1)

6. ควรมีการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานให้กับบุคลากรภายในศูนย์กีฬา โดยการออกเงินเดือนให้ตรงตามวันที่กำหนด (1)

7. มีการเพิ่มการเก็บค่าบริการการสอนแบบรายครั้งเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่อาสาสมัครของศูนย์กีฬา (1)

ศูนย์วิทยทรัพย์ากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของประชาชนผู้เข้าใช้บริการกีฬาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 12 จำนวน และค่าร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
1. สถานภาพ		
เป็นสมาชิก	219	76.80
ไม่ได้เป็นสมาชิก	66	23.20
2. เพศ		
ชาย	206	72.30
หญิง	79	27.70
3. อายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	77	27.02
18 – 27 ปี	90	31.58
28 – 37 ปี	72	25.26
38 – 47 ปี	31	10.88
48 – 57 ปี	11	3.86
ตั้งแต่ 57 ปีขึ้นไป	4	1.40
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	132	46.30
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	19	6.70
ปริญญาตรี	92	32.30
สูงกว่าปริญญาตรี	42	14.70
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	122	42.81
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	6.67
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	92	32.28
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	43	15.09
อื่นๆ	9	3.16

ตารางที่ 12 จำนวน และค่าร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	103	36.14
5,000 – 15,000 บาท	78	27.37
15,001 – 25,000 บาท	36	12.63
25,001 – 35,000 บาท	26	9.12
35,001 – 45,000 บาท	8	2.81
45,000 ขึ้นไป	34	11.93
7. สถานภาพสมรส		
โสด	220	77.19
สมรส	62	21.75
อื่นๆ	3	1.05

จากตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกของศูนย์กีฬาทางน้ำ บึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 18 – 27 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และเป็นโสด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 จำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
8. วันที่เข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน		
จันทร์ – ศุกร์	101	28.37
เสาร์ – อาทิตย์	190	53.37
วันหยุดนักขัตฤกษ์	35	9.83
อื่นๆ	30	8.43
9. เวลาที่เข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน		
8.30 – 12.00 น.	49	14.20
12.00 – 15.30 น.	74	21.45
15.30 – 18.30 น.	202	58.55
ตั้งแต่ 18.30 น. เป็นต้นไป	20	5.80
10. กีฬาที่เล่นเป็นประจำเมื่อมาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน		
เรือใบ	114	26.45
เรือคายัค	128	29.70
เรือกรรเชียง	15	3.48
เรือ 5 ฝีพาย	30	6.96
วินเซิร์ฟ	38	8.82
บาสเกตบอล	13	3.02
ตะกร้อ	18	4.18
ฟุตบอล	62	14.39
อื่นๆ	13	3.02

ตารางที่ 13 จำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
11. เหตุผลที่เลือกใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน		
มีการให้บริการกีฬาทางน้ำที่ต่างจากศูนย์กีฬาอื่นใน กรุงเทพมหานคร	132	17.08
อัตราค่าสมาชิกราคาถูก	145	18.76
ที่ตั้งของศูนย์กีฬาทางน้ำอยู่ใกล้ที่พัก/ที่ทำงานหรือสะดวก ต่อการเดินทาง	122	15.78
จากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต	17	2.20
ครูฝึกสอนกีฬาทางน้ำเป็นผู้มีชื่อเสียง	20	2.59
มีระบบการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก	117	15.14
สภาพแวดล้อมและบรรยากาศดี เหมาะแก่การออกกำลังกาย และพักผ่อนหย่อนใจ	200	25.87
อื่นๆ	20	2.59

จากตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้บริการในวันเสาร์ – อาทิตย์ ช่วงเวลา 15.30 – 18.30 น. กีฬาที่นิยมเล่นกันมาก 3 อันดับแรกคือ เรือคายัค รองลงมา คือ เรือใบ และอันดับสาม คือ ฟุตซอล เหตุผลที่เลือกมาใช้บริการที่นี้ 3 อันดับแรกคือ สภาพแวดล้อม และบรรยากาศดี เหมาะแก่การออกกำลังกายและพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา คือ อัตราค่าสมาชิก และอันดับสาม คือ มีการให้บริการกีฬาทางน้ำที่ต่างจากศูนย์กีฬาอื่นในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 14 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ โดยภาพรวม

แนวทางการพัฒนา	n = 285		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.09	.53	มาก
ด้านราคา	2.42	.96	น้อย
ด้านสถานที่	2.89	.62	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.06	.66	มาก
ด้านบุคลากร	3.05	.62	มาก
ด้านกระบวนการบริการ	3.02	.59	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.14	.60	มาก
รวม	2.95	.65	มาก

จากตารางที่ 14 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 6 ข้อ และด้านที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยมี 1 ข้อ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนา	n = 285		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1. จัดให้มีการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น	3.09	.86	มาก
2. จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยทางน้ำ เช่น การช่วยชีวิตคนจมน้ำ การกู้เรือ	3.07	.79	มาก
3. จัดให้มีโปรแกรมการสอนกีฬาหลายระดับ เช่น โปรแกรมสำหรับผู้เริ่มต้น โปรแกรมเพื่อพัฒนาเป็นนักกีฬา	3.13	.81	มาก
4. จัดให้มีโครงการด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนใกล้เคียง	3.16	.74	มาก
5. มีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ	3.15	.81	มาก
6. จัดให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำได้ที่มาตรฐานเช่น ธงทูน	3.10	.83	มาก
7. มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน	3.06	.85	มาก
8. มีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน เช่น ตาข่าย	3.13	.82	มาก
9. มีการเพิ่มจำนวนสนามกีฬาทางบกให้เพียงพอต่อความต้องการ	2.96	.88	มาก
10. มีการให้บริการอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐานในทุกชนิดกีฬา	3.05	.88	มาก
11. จัดหาอุปกรณ์กีฬาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการในทุกชนิดกีฬา	3.08	.78	มาก
12. จัดให้มีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มภายในบริเวณศูนย์กีฬา	3.13	.90	มาก
13. มีการให้บริการสนามกีฬาเพื่อการจัดกิจกรรมอื่นๆ เช่น การแข่งขันกีฬาของหน่วยงาน	3.03	.85	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.09</b>	<b>.83</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 15 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

นอกจากนั้นในรายชื่อที่ 1 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการสอนกีฬาชนิดอื่นๆ เพิ่มเติม 3 อันดับแรก ประกอบด้วย วายน้ำ เจ็ตสกี และฟุตซอล ในรายชื่อที่ 3 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่ากีฬาที่น่าจะมีโปรแกรมการสอนหลายระดับเพิ่มขึ้น 3 อันดับแรก ประกอบด้วย เรือใบ วายน้ำ และวินเซิร์ฟ ในรายชื่อที่ 9 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสนามที่ต้องการให้มีการเพิ่มขึ้น 3 อันดับแรก ประกอบด้วย สนามฟุตซอล แบดมินตัน และเทนนิส

ตารางที่ 16 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านราคา

แนวทางการพัฒนา	n = 285		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านราคา</b>			
1. มีวิธีการเก็บค่าสมาชิกหลายราคา เช่นรายวัน รายเดือน	2.31	1.11	น้อย
2. มีการระบุอัตราค่าใช้บริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เช่น ค่าเล่นกีฬาทางน้ำ ค่าเช่าสนาม ค่าเช่าลือคเกอร์	2.53	1.05	มาก
<b>รวม</b>	2.42	1.08	น้อย

จากตารางที่ 16 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 1 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยมี 1 ข้อ

นอกจากนั้นในรายชื่อที่ 1 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการเก็บค่าสมาชิกในแบบอื่นด้วย คือ รายเดือน และรายวัน

ตารางที่ 17 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านสถานที่

แนวทางการพัฒนา	n = 285		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านสถานที่</b>			
1. มีการเพิ่มบริการคมนาคม เช่น รถบริการรับ-ส่งเข้าไปศูนย์กีฬา	2.84	1.04	มาก
2. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้มาตรฐาน เช่น เสื้อชูชีพ เรือกู้ภัย	3.11	.90	มาก
3. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำอย่างเพียงพอ	3.06	.86	มาก
4. ปรับปรุงจุดรับสมัครสมาชิกให้ชัดเจนสามารถสังเกตได้ง่าย	2.84	.90	มาก
5. มีการเพิ่มจำนวน ของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ	2.86	.93	มาก
6. มีการเพิ่มปริมาณพื้นที่จอดรถ	2.61	.98	มาก
7. มีการแบ่งเขตทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน	2.86	.92	มาก
8. มีการสร้างทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ทั่วศูนย์ฯ	2.96	.90	มาก
9. มีการสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการอื่นๆ	2.77	.90	มาก
10. จัดให้มีทางเข้า – ออก โรงเก็บเรือที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายเรือ	2.82	.89	มาก
11. จัดสรรพื้นที่ในโรงเก็บเรือให้เหมาะสมต่อการเก็บและเคลื่อนย้ายเรือ	2.83	.94	มาก
12. มีการเพิ่มทางเข้า – ออกศูนย์กีฬาให้มีหลายเส้นทาง	2.89	.90	มาก
13. ติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาและโดยรอบอย่างเหมาะสม	3.12	.87	มาก
<b>รวม</b>	<b>2.89</b>	<b>.92</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 17 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

นอกจากนั้นในรายข้อที่ 1 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการเพิ่มการคมนาคมอื่นๆ 3 อันดับแรก คือ รถรับส่งจากปากทางเข้าศูนย์กีฬาฯ อันดับสอง คือ เพิ่มรถเมล์หรือรถจักรยานยนต์รับจ้าง อันดับสาม คือ รถตู้รับส่งจากปากซอยอุคมสุข



ตารางที่ 18 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด

แนวทางการพัฒนา	n = 285		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
1. มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก	3.10	.89	มาก
2. มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วารสาร	3.17	.82	มาก
3. ปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาแก่ผู้ให้บริการ ให้มีความน่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น	3.05	.83	มาก
4. จัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การบริการทดสอบสมรรถภาพ การจัดกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์	2.92	.85	มาก
<b>รวม</b>	3.06	.85	มาก

จากตารางที่ 18 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

นอกจากนั้นในรายชื่อที่ 4 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการจัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ คือ จัดให้มีการแข่งขันกีฬาระหว่างสมาชิก ให้บริการเครื่องออกกำลังกาย และมีการอบรมการเล่นกีฬาต่างๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านบุคลากร

แนวทางการพัฒนา	n = 285		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านบุคลากร</b>			
1. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการสอน	3.14	.79	มาก
2. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นนักกีฬา	3.06	.82	มาก
3. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นผู้มีชื่อเสียงในแวดวงกีฬา	2.87	.94	มาก
4. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา	3.02	.80	มาก
5. มีการเพิ่มจำนวนผู้ฝึกสอนให้เพียงพอต่อความต้องการ	3.08	.82	มาก
6. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์	3.18	.78	มาก
7. ส่งเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำเข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันอื่นๆที่เชื่อถือได้	3.13	.76	มาก
8. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำให้เพียงพอ	3.06	.80	มาก
9. อบรมพนักงานให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์กีฬาได้	3.10	.74	มาก
10. ส่งเสริมพนักงานให้มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.12	.87	มาก
11. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ด้านอื่นๆ	2.72	.95	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.04</b>	<b>.823</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 19 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

นอกจากนั้นในรายชื่อที่ 11 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการเพิ่มบุคลากรอื่นๆ คือ บุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ประจำห้องเก็บเรือ เจ้าหน้าที่ดูแลบริเวณสนามกีฬาทางบก และเจ้าหน้าที่ประจำจุดรับสมัครสมาชิก

ตารางที่ 20 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านกระบวนการบริการ

แนวทางการพัฒนา	n = 285		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านกระบวนการบริการ</b>			
1. พัฒนารูปแบบการติดต่อศูนย์กีฬาทางน้ำให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น	3.07	.79	มาก
2. ให้พนักงานแนะนำขั้นตอนการให้บริการของศูนย์กีฬาหลังสมัครสมาชิก	3.01	.81	มาก
3. มีการช่วยอำนวยความสะดวกในการสมัครมากขึ้น เช่น มีบริการถ่ายรูปแทนการนำรูปมาด้วยตัวเอง	2.98	.88	มาก
4. มีการจัดระบบบริการที่ดี กรณีที่มีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมาก	3.07	.81	มาก
5. มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งหากเกิดเหตุฉุกเฉิน	3.16	.83	มาก
6. มีการจัดระบบเคลื่อนย้ายเรือที่ดีในกรณีที่ผู้ใช้บริการนำเรือมาเอง	2.92	.89	มาก
7. มีการกวาดล้างด้านความปลอดภัย เช่น การวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ในการดูแลผู้ให้บริการ การบังคับให้ผู้ให้บริการสวมเสื้อชูชีพทุกครั้ง	3.07	.90	มาก
8. มีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนมากขึ้น	2.87	.91	มาก
9. มีการจัดตารางการเรียนการสอนล่วงหน้าในแต่ละเดือน	3.02	.82	มาก
10. มีการอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียน	3.01	.86	มาก
11. มีการเก็บค่าปรับ ในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการ	2.86	.87	มาก
12. มีการดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณศูนย์กีฬาอยู่เสมอ	3.16	.85	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.02</b>	<b>.85</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 20 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้เข้าใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านกระบวนการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

นอกจากนั้นในรายข้อที่ 8 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนในช่วงเวลา 17.00 – 18.00 น. มากที่สุด รองลงมา คือ 13.30 น.

ตารางที่ 21 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านลักษณะทางกายภาพ

แนวทางการพัฒนา	n = 285		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
1. จัดทำเครื่องแบบพนักงานให้เหมาะสม สามารถสังเกตได้ง่าย	3.14	.80	มาก
2. ปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย	3.01	.91	มาก
3. มีการบำรุงรักษาสภาพของเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ ให้สามารถพร้อมใช้งานเสมอ	3.17	.83	มาก
4. มีการจัดการระบบการรักษาคุณภาพน้ำในบึงให้สะอาด ไม่เน่าเสีย	3.24	.84	มาก
5. มีการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณศูนย์ฯ เพื่อความสวยงาม	3.13	.89	มาก
6. มีการตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มีการจัดแสดงประวัติการเล่นเรือใบของในหลวง การติดรูปภาพนักกีฬาที่มีชื่อเสียง	3.12	.87	มาก
7. มีการเพิ่มระบบดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น ติดตั้งกล้องวงจรปิด	3.13	.84	มาก
8. จัดทำป้ายแสดงแผนผังของศูนย์กีฬาเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ	3.15	.73	มาก
9. มีการจัดทำเอกสารหรือป้ายแนะนำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวังในการใช้บริการ	3.14	.79	มาก
10. มีการจัดทำป้ายบอกทางภายใน และภายนอกศูนย์กีฬาทางน้ำ ที่ชัดเจน	3.22	.78	มาก
11. จัดให้มีที่นั่งไว้ให้บริการโดยรอบ	3.15	.87	มาก
12. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในศูนย์กีฬา เช่น โทรทัศน์ ตู้น้ำดื่ม	3.11	.92	มาก
<b>รวม</b>	3.14	.84	มาก

จากตารางที่ 21 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

นอกจากนั้นในรายชื่อที่ 12 มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสมควรจะมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภายในศูนย์กีฬาฯ อื่นๆ 3 อันดับแรก คือ ตู้น้ำดื่ม อันดับสอง คือ เพิ่มบริการให้เช่ารถจักรยานและศูนย์อาหาร อันดับสาม คือ ตู้โทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. มีการติดตั้งระบบไฟส่องสว่างบริเวณสนามกีฬาทางบก (34)
2. มีการสร้างสระว่ายน้ำ (11)
3. มีการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ให้ดีกว่านี้ (11)
3. มีร้านค้าหรือสหกรณ์ภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร(9)
4. มีการติดตามข่ารอบสนามฟุตบอล สนามตะกร้อ และสนามบาส เพื่อไม่ให้ลูกบอลตกลงไปในน้ำ (9)
5. มีการเพิ่มจำนวนอุปกรณ์ และชนิดกีฬาให้มีความหลากหลาย (7)
6. มีการเพิ่มบริการรถรับส่งของทางศูนย์กีฬา (7)
7. มีการเพิ่มครูผู้ฝึกสอนกีฬาทางน้ำ (5)
8. มีการปรับปรุงความสะอาดของน้ำในบึง (5)
9. มีการเพิ่มจำนวนสนามฟุตบอล (5)
10. มีการเพิ่มบริการเช่า/ยืม รถจักรยาน (5)
11. มีการขยายเวลาการปิดบริการในส่วนของสนามกีฬาทางบก (5)
12. มีระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (5)
13. มีการเพิ่มศาลา และม้านั่ง (4)
14. มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐานมากกว่านี้ (4)

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประชาชนที่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ไม่ได้เข้ามาใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ผู้ที่เข้ามาวิ่งออกกำลังกาย ปั่นจักรยาน และเดินลีลาศ จำนวน 4 คน ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยในด้านความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร 7 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ รวมไปถึงสาเหตุที่บุคคลกลุ่มนี้ไม่เลือกใช้บริการกีฬาที่ทางศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จัดไว้ มีรายละเอียด ดังนี้

#### ความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

##### ด้านผลิตภัณฑ์

1. การให้บริการสอนทักษะกีฬา
  - 1.1 อยากให้มีการจัดสร้างสระว่ายน้ำ (2)
  - 1.2 อยากให้มีการเพิ่มการสอนทักษะกีฬา กระเชียง เรือพาย (1)
  - 1.3 อยากให้มีการเพิ่มการสอนทักษะกีฬาเจ็ตสกี (1)
  - 1.4 อยากให้มีเครื่องออกกำลังกายประเภทเครื่อง Weight Training (1)
2. การให้บริการสนามกีฬาทางน้ำ
  - 2.1 มีความคิดเห็นว่ามีขนาดใหญ่ เหมาะสม (4)
  - 2.2 มีความคิดเห็นว่ามีความปลอดภัยดี
  - 2.3 ความสะอาดของบึงน้ำยังมีปัญหาอยู่บ้าง (2)
3. การให้บริการสนามกีฬาทางบก
  - 3.1 มาตรฐานของสนามกีฬาทางบก และเครื่องมือมีความเหมาะสมตามสภาพ และวัตถุประสงค์ของการใช้ (4)
  - 3.2 อยากให้มีการเพิ่มจำนวนสนามฟุตบอล (1)
4. การให้บริการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม
  - 4.1 อยากให้มีซุ้มขายน้ำภายในศูนย์กีฬาฯ (2)
  - 4.2 ไม่อยากให้มีร้านอาหาร และเครื่องดื่มภายในศูนย์กีฬาฯ (2)

4.3 อยากรให้มีศูนย์อาหารภายในศูนย์กีฬาฯ (1)

4.4 อยากรให้จัดทำก๊อกน้ำประปาดื่มได้ (1)

### ด้านราคา

1. มีความคิดเห็นว่าราคาค่าสมาชิกถูกมาก (2)

2. มีความคิดเห็นว่าราคาค่าสมาชิกมีความเหมาะสม (2)

3. มีความคิดเห็นว่าถ้ามีการเพิ่มราคาค่าสมาชิกเพื่อที่จะนำเงินไปพัฒนาศูนย์กีฬาฯ ก็จะได้

### ยิ่งขึ้น

### ด้านสถานที่

1. การเดินทางเข้าถึงศูนย์กีฬาฯ ทางน้ำบึงหนองบอน

1.1 เดินทางเข้ามาใช้บริการ โดยรถส่วนตัว (4)

1.2 อยากรให้มีการเพิ่มรถสาธารณะเข้ามายังภายในศูนย์กีฬาฯ ทางน้ำบึงหนองบอน เพื่อความสะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการของคนที่ไม่มารถส่วนตัว (3)

2. จุครับสมัครสมาชิก

2.1 อยากรให้มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ด้านหน้าศูนย์กีฬาฯ หรือมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่สามารถให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับศูนย์กีฬาฯ และการบริการของศูนย์กีฬาฯ ได้ (2)

2.2 อยากรให้มีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ที่บอกรายละเอียดเกี่ยวกับศูนย์กีฬาฯ และการบริการของศูนย์กีฬาฯ (2)

3. การให้บริการห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ

3.1 อยากรให้มีการปรับปรุงห้องน้ำภายในตึกที่มีการจัดกิจกรรมลีลาศ (1)

3.2 อยากรให้มีการปรับปรุงห้องน้ำบริเวณด้านหน้าศูนย์กีฬาฯ ทางน้ำบึงหนองบอน (1)

3.3 หากในอนาคตมีผู้เข้ามาใช้บริการมากขึ้นน่าจะมีการเพิ่มปริมาณห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำมากขึ้น (1)

4. ปริมาณพื้นที่จอดรถ

4.1 มีที่จอดรถปริมาณเหมาะสมเพียงพอ (4)

4.2 อยากรให้มีการเพิ่มพื้นที่จอดรถบริเวณสนามกีฬาฯ ด้านหน้าศูนย์กีฬาฯ โดยจัดให้เป็นสัดส่วน (1)

5. เส้นทางสัญจรภายในศูนย์กีฬาฯ ทางน้ำบึงหนองบอน

5.1 อยากรให้เส้นทางสัญจรภายในศูนย์กีฬาฯ สามารถวนได้รอบ (3)

5.2 อยากให้มีการแบ่งเส้นทางเดินเท้า กับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจนเพื่อความปลอดภัยของผู้เข้ามาใช้บริการ (3)

5.3 มีการมาร์คจุดบอกระยะทางเพื่อให้ผู้ใช้บริการคำนวณระยะทางที่ออกกำลังกายได้ (2)

5.4 ไม่ต้องการให้สร้างเส้นทางสัญจรให้วนรอบศูนย์ เพราะการที่เส้นทางเป็นแบบนี้ทำให้ได้ระยะทางในออกกำลังกายมากกว่า (1)

6. ทางเข้า – ออกของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

6.1 มีความคิดเห็นว่าจำนวนทางเข้า – ออกที่เป็นอยู่มีความเหมาะสมดีแล้ว (3)

6.2 อยากให้มีทางเข้า – ออก หลายทาง (1)

7. ระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

7.1 อยากให้มีการเพิ่มไฟทาง หรือเพิ่มไฟในบริเวณที่เป็นมุมอับ เพื่อให้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตรวจตราได้สะดวก (2)

7.2 มีความคิดเห็นว่าระบบส่องสว่างมีความเหมาะสมเพียงพอ (2)

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ภายนอกศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

1.1 อยากให้มีบอร์ดประชาสัมพันธ์ด้านหน้าศูนย์กีฬาฯ และ/หรือ บริเวณประตูทางเข้า(2)

1.2 อยากให้มีการจัดทำ website ของศูนย์กีฬาฯเอง (1)

1.3 อยากให้มีการติดตั้งป้ายคัดเอาท์บริเวณถนนใหญ่ ย่านชุมชนใกล้เคียง และภายในศูนย์กีฬาฯ พร้อมบอกข้อมูลของศูนย์และการให้บริการของศูนย์กีฬาฯ (1)

1.4 อยากให้ทางศูนย์กีฬาฯเข้าร่วมกับ สสส. หรือมีการออกบูธตามงานต่างๆที่เกี่ยวข้องสุขภาพ (1)

2. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

2.1 ไม่เคยเห็นบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาฯ (3)

2.2 อยากให้จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์บริเวณภายนอกสำนักงานเพื่อแจ้งข่าวสาร และข้อมูลความเคลื่อนไหวของศูนย์กีฬาฯ (1)

2.3 อยากให้ทำสปอร์ตโฆษณาเสียงตามสาย (1)



### ด้านบุคลากร

1. ไม่เคยได้ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของศูนย์กีฬาฯ (4)
2. จำนวนเจ้าหน้าที่ที่มีปริมาณเพียงพอ เหมาะสมกับจำนวนผู้ใช้บริการ (4)
3. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีการให้บริการอย่างดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (3)
4. อยากให้มีการอบรมเจ้าหน้าที่ให้ลงมามีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการอื่นๆ ด้วย นอกเหนือจากผู้ใช้บริการกีฬาทางน้ำ (1)

### ด้านกระบวนการบริการ

1. การติดต่อทางศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน
  - 1.1 ไม่เคยใช้บริการในส่วนนี้ แต่คิดว่าวิธีการติดต่อที่มีอยู่น่าจะเหมาะสมคืออยู่แล้ว (4)
2. การจัดระบบที่ดีเมื่อมีผู้เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก
  - 2.1 ในปัจจุบันนี้ยังไม่มีปัญหา เนื่องจากปัจจุบันยังมีผู้เข้ามาใช้บริการไม่มาก (4)
3. การแก้ไขปัญหาหากเกิดเหตุฉุกเฉิน
 

ยังไม่มีปัญหา เนื่องจากที่ผ่านมายังไม่เคยมีอุบัติเหตุร้ายแรงใดๆเกิดขึ้น ในส่วนของการรักษาความปลอดภัยทางน้ำในปัจจุบันเห็นว่าทั้งเจ้าหน้าที่ และเครื่องมือที่เตรียมไว้นั้นมีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว หากเกิดเหตุฉุกเฉินก็สามารถที่จะเข้าทำการช่วยเหลือได้ทันทั่วทั้งที่ (4)
4. การดูแลรักษาความปลอดภัย
  - 4.1 อยากให้มีการกวดขันเกี่ยวกับการจำกัดความเร็วของรถที่ขับเข้ามาในศูนย์กีฬาฯ (2)
  - 4.2 อยากให้มีการติดตั้งกล้องวงจรปิดบริเวณลานจอดรถ (2)
  - 4.3 การดูแลความปลอดภัยทั่วไป ดีเหมาะสม (2)
5. การดูแลรักษาทรัพย์สินที่เป็นของสาธารณะ
  - 5.1 อยากให้มีการเก็บค่าปรับในกรณีเกิดความเสียหายเนื่องจากการใช้บริการ (3)
  - 5.2 มีการแจ้งข้อควรปฏิบัติในการใช้อุปกรณ์ และแจ้งราคาค่าปรับหากเกิดความเสียหาย (1)
6. การดูแลความสะอาดของศูนย์กีฬาฯ
  - 6.1 การดูแลความสะอาดของศูนย์กีฬาฯ ในปัจจุบันมีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว ปริมาณถังขยะที่จัดตั้งไว้มีปริมาณมากเพียงพอต่อปริมาณของคนที่เข้ามาใช้บริการ (4)

## ด้านลักษณะทางกายภาพ

1. เครื่องแบบของพนักงาน
  - 1.1 เครื่องแบบพนักงานในปัจจุบันมีความเหมาะสม สังกัดได้ง่าย (3)
  - 1.2 อยากให้มีเครื่องแบบที่เหมือนกัน มีการแบ่งประเภทอย่างชัดเจน (1)
2. ทักษะสภาพของศูนย์กีฬาฯ และบริเวณโดยรอบ
  - 2.1 ทักษะสภาพของศูนย์กีฬาฯ มีความเหมาะสมสวยงามดีอยู่แล้ว (4)
  - 2.2 อยากให้มีการปรับปรุงถนนภายในศูนย์ให้ดีกว่านี้ (1)
  - 2.3 อยากให้มีการตกแต่งไม้ซุ้ม ไม้ประดับ (1)
  - 2.4 อยากให้มีบริเวณจุดชมวิว มีสะพานข้ามบึงเพื่อทำเป็นแหล่งพักผ่อน (1)
3. การตกแต่งศูนย์กีฬาฯ เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา
  - 3.1 อยากให้มีแต่อยากให้แสดงอยู่ภายนอกศูนย์กีฬาฯ หรือบริเวณถนนมากกว่าเพื่อดึงดูดคนให้เข้ามาใช้บริการ (2)
  - 3.2 อยากให้มี โดยเฉพาะการบอกประวัติของศูนย์กีฬาฯ ประวัติกีฬาทางน้ำแต่ละประเภทว่าเรียกว่าอะไร มีวิธีการเล่นอย่างไร มีกฎกติกาอย่างไร ตั้งไว้รอบบริเวณรอบๆ บึง (1)
4. การจัดทำป้ายบอกทาง/แผนผัง/ป้ายแนะนำข้อควรปฏิบัติ
  - 4.1 อยากให้มีการจัดทำป้ายบอกทางภายในศูนย์กีฬาฯ เพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ (3)
  - 4.2 อยากให้มีการจัดทำป้ายข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยของผู้เข้ามาใช้บริการ (2)
  - 4.3 อยากให้มีการจัดทำป้ายบอกทางภายนอกศูนย์กีฬาฯ ให้มีความชัดเจนถูกต้อง (2)
5. การให้บริการม้านั่งภายในศูนย์กีฬาฯ
  - 5.1 ในปัจจุบันมีจำนวนม้านั่งมากเพียงพอ และมีการจัดวางที่เหมาะสมดีแล้ว (3)
  - 5.2 อยากให้มีการเพิ่มม้านั่งภายในบริเวณอาคารที่มีการจัดกิจกรรมลีลาศ (1)
6. สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ
  - 6.1 อยากให้มีการตั้งน้ำดื่ม (3)
  - 6.2 อยากให้เพิ่มห้องน้ำด้านหน้าศูนย์กีฬาฯ (1)
  - 6.3 อยากให้มีร้านขายขนมเล็กๆ (1)

สาเหตุที่บุคคลกลุ่มนี้ไม่เลือกใช้บริการกีฬาที่ทางศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนจัดไว้

จากการศึกษาสาเหตุที่บุคคลกลุ่มนี้ไม่เลือกใช้บริการกีฬาของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าอาจจะมาใช้บริการในอนาคต แต่ในปัจจุบันนั้นยังมีภาระส่วนตัว หรือมีความไม่มั่นใจที่ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเล่นกีฬาที่ทางศูนย์กีฬาฯจัดให้บริการ



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ทรงคุณวุฒิ แบ่งออกเป็น 2 ตอน

จากการตอบแบบสอบถามของผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย ผู้อำนวยการกองกีฬา หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมกีฬา หัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร รองหัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร และคณาจารย์จากคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 2 คน ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร 7 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 22 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่จะนำแนวทางไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยภาพรวม

แนวทางการพัฒนา	n = 6		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.07	.51	มาก
ด้านราคา	2.83	.68	มาก
ด้านสถานที่	3.01	.69	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.22	.61	มาก
ด้านบุคลากร	3.23	.57	มาก
ด้านกระบวนการบริการ	3.32	.74	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.18	.82	มาก
รวม	3.12	.66	มาก

จากตารางที่ 22 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้ทรงคุณวุฒิโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านกระบวนการ ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 23 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่จะนำแนวทางไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนา	n = 6		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1. จัดให้มีการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น เรือพาย กระเชย วายน้ำ ฟุตซอล เจ็ตสกี	3.33	.52	มากที่สุด
2. จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยทางน้ำ เช่น การช่วยชีวิตคนจมน้ำ การกู้เรือ	3.17	.41	มาก
3. จัดให้มีโปรแกรมการสอนกีฬาหลายระดับ เช่น โปรแกรมสำหรับผู้เริ่มต้น โปรแกรมเพื่อพัฒนาเป็นนักกีฬา	3.33	.82	มากที่สุด
4. จัดให้มีโครงการด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนใกล้เคียง	3.17	.98	มาก
5. มีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ	3.67	.52	มากที่สุด
6. จัดให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำที่ได้มาตรฐานเช่น ธงทูน	3.50	.84	มากที่สุด
7. มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน	3.00	1.10	มาก
8. มีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน เช่น ตาข่าย	3.00	1.27	มาก
9. มีการเพิ่มจำนวนสนามกีฬาทางบกให้เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะสนามฟุตซอล	2.67	1.21	มาก
10. มีจัดสร้างสระว่ายน้ำ	2.83	1.17	มาก
11. มีการให้บริการอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐานในทุกชนิดกีฬา	3.17	.98	มาก
12. จัดหาอุปกรณ์กีฬาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการในทุกชนิดกีฬา	3.17	.75	มาก
13. มีการให้บริการเช่ารถจักรยาน	2.17	1.33	น้อย
14. จัดให้มีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มภายในบริเวณศูนย์กีฬา และ/หรือซุ้มขายน้ำ	2.33	1.21	น้อย
15. มีการให้บริการสนามกีฬาเพื่อการจัดกิจกรรมอื่นๆ เช่น การแข่งขันกีฬาของหน่วยงาน	3.50	.55	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.07</b>	<b>.91</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 23 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานครของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 5 ข้อ ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 8 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยมี 2 ข้อ

ตารางที่ 24 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่จะนำแนวทางไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านราคา

แนวทางการพัฒนา	n = 6		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านราคา</b>			
1. มีวิธีการเก็บค่าสมาชิกหลายราคา เช่นรายวัน รายเดือน	2.17	1.17	น้อย
2. มีการระบุอัตราค่าใช้จ่ายบริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เช่น ค่าเล่นกีฬาทางน้ำ ค่าเช่าสนาม ค่าเช่าลือคเกอร์	3.50	.55	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>2.84</b>	<b>.86</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 24 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 1 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นในระดับน้อยมี 1 ข้อ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่จะนำแนวทางไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านสถานที่

แนวทางการพัฒนา	n = 6		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านสถานที่</b>			
1. มีการเพิ่มบริการคมนาคม เช่น รถรับส่งจากปากทางเข้าสู่ศูนย์รถประจำทาง รถจักรยานยนต์ รถตู้จากปากซอยอุดมสุข รถประจำศูนย์	2.33	1.21	น้อย
2. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้มาตรฐาน เช่น เสื้อชูชีพ เรือกู้ภัย	3.67	.52	มากที่สุด
3. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำอย่างเพียงพอ	3.67	.52	มากที่สุด
4. ปรับปรุงจุดรับสมัครสมาชิกให้ชัดเจนสามารถสังเกตได้ง่าย เช่น มีป้ายบอกชัดเจน และ/หรือมีจุดรับสมัครด้านหน้าศูนย์	3.00	1.10	มาก
5. มีการเพิ่มจำนวน ของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ	3.00	.89	มาก
6. มีการปรับปรุง และ/หรือเพิ่มห้องน้ำบริเวณสนามกีฬาทางบก	3.17	.75	มาก
7. มีการเพิ่มปริมาณพื้นที่จอดรถ บริเวณสนามกีฬาด้านหน้าศูนย์	2.83	1.17	มาก
8. มีการติดตั้งตาข่ายรอบสนามกีฬาทางบก ป้องกันไม่ให้ลูกบอลตกลงไปในบึงน้ำ	3.33	.82	มากที่สุด
9. มีการแบ่งเขตทางเดินเท่ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน	2.83	1.17	มาก
10. มีการสร้างทางเดินเท่ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ทั่วศูนย์ฯ	3.50	.55	มากที่สุด
11. มีการสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการอื่นๆ	2.83	1.17	มาก
12. มีการมาร์คจุดบอกระยะทางรอบศูนย์ เพื่อความสะดวกในการคำนวณระยะทางที่ถูกต้องของผู้ที่เข้ามาออกกำลังกาย	2.83	1.17	มาก
13. จัดให้มีทางเข้า – ออก โรงเก็บเรือที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายเรือ เช่น มีการเปลี่ยนแปลงการจัดเก็บเรือเพื่อเพิ่มพื้นที่ทาง เข้า – ออก	2.83	1.17	มาก
14. จัดสรรพื้นที่ในโรงเก็บเรือให้เหมาะสมต่อการเก็บและเคลื่อนย้ายเรือ	3.00	.89	มาก
15. มีการเพิ่มทางเข้า – ออกศูนย์กีฬาให้มีหลายเส้นทาง	2.33	1.03	น้อย
16. ติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาและโดยรอบอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะบริเวณสนามกีฬาทางบก	3.00	1.10	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.01</b>	<b>.95</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 25 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 4 ข้อ ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 10 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยมี 2 ข้อ

ตารางที่ 26 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่จะนำแนวทางไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการส่งเสริมการตลาด

แนวทางการพัฒนา	n = 6		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
1. มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก	3.33	.82	มากที่สุด
2. มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วารสาร ป้ายประชาสัมพันธ์ตามท้องถนน	3.67	.52	มากที่สุด
3. มีการเข้าร่วมโครงการ และ/หรือกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพต่างๆ เช่น ออกนุชในงานสุขภาพประจำปี เข้าร่วมโครงการของ สสส.	2.67	1.03	มาก
4. ปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาแก่ผู้ใช้บริการ ให้มีความน่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น	3.33	.82	มากที่สุด
5. มีการเพิ่มจุดจัดตั้งบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬา เช่น บริเวณสนามกีฬาทางบก อาคารประกอบกิจกรรมลีลาศ	3.00	.89	มาก
6. จัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การบริการทดสอบสมรรถภาพ การจัดกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์	3.33	.82	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.22</b>	<b>.82</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 26 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ



พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 4 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 2 ข้อ

ตารางที่ 27 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่จะนำแนวทางไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านบุคลากร

แนวทางการพัฒนา	n = 6		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านบุคลากร</b>			
1. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการสอน	3.50	.55	มากที่สุด
2. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นนักกีฬา	3.17	.75	มาก
3. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นผู้มีชื่อเสียงในแวดวงกีฬา	2.83	1.17	มาก
4. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา	3.33	.52	มากที่สุด
5. มีการเพิ่มจำนวนผู้ฝึกสอนให้เพียงพอต่อความต้องการ	3.17	.75	มาก
6. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์	3.67	.52	มากที่สุด
7. ส่งเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำเข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันอื่นๆที่เชื่อถือได้	3.67	.52	มากที่สุด
8. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำให้เพียงพอ	3.17	1.17	มาก
9. อบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์กีฬาได้	3.33	.82	มากที่สุด
10. ส่งเสริมเจ้าหน้าที่ให้มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.67	.52	มากที่สุด
11. จัดหาเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้	2.83	.75	มาก
12. จัดหาเจ้าหน้าที่ประจำโรงเก็บเรือ	2.67	.82	มาก
13. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลบริเวณสนามกีฬาทางบก	3.00	.89	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.23</b>	<b>.75</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 27 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 6 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 7 ข้อ

ตารางที่ 28 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่จะนำแนวทางไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านกระบวนการบริการ

แนวทางการพัฒนา	n = 6		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านกระบวนการบริการ</b>			
1. พัฒนาวิธีการติดต่อศูนย์กีฬาทางน้ำให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น มีการติดต่อทาง e-mail มีเจ้าหน้าที่ประจำโต๊ะติดต่อตลอดเวลา	3.33	.82	มากที่สุด
2. ให้พนักงานแนะนำขั้นตอนการใช้บริการของศูนย์กีฬาหลังสมัครสมาชิก	3.17	1.17	มาก
3. มีการช่วยอำนวยความสะดวกในการสมัครมากขึ้น เช่น มีบริการถ่ายรูปแทนการนำรูปมาด้วยตัวเอง	3.17	.75	มาก
4. มีการจัดระบบบริการที่ดี กรณีที่มีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมาก เช่น มีการจัดลำดับก่อนหลัง กำหนดเวลาในการเล่น	3.33	.82	มากที่สุด
5. มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่หากเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น มีการเตรียมเรือขงให้พร้อมขณะมีผู้ใช้บริการ	3.50	1.23	มากที่สุด
6. มีการจัดระบบเคลื่อนย้ายเรือที่ดีในกรณีที่ผู้ใช้บริการนำเรือมาเอง	3.33	.82	มากที่สุด
7. มีการกวดขันด้านความปลอดภัย เช่น การวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ในการดูแลผู้ใช้บริการ การบังคับให้ผู้ใช้บริการสวมเสื้อชูชีพทุกครั้ง	4.00	.000	มากที่สุด
8. มีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนมากขึ้น	3.33	.82	มากที่สุด
9. มีการขยายเวลา เปิด – ปิด ศูนย์กีฬา	2.83	1.17	มาก
10. มีการจัดตารางการเรียนการสอนล่วงหน้าในแต่ละเดือน	3.17	1.17	มาก
11. มีการอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียน	3.33	.82	มากที่สุด
12. มีการเก็บค่าปรับ ในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการ	3.33	1.21	มากที่สุด
13. มีการดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณศูนย์กีฬาอยู่เสมอ	3.33	1.21	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.32</b>	<b>.92</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 28 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านกระบวนการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นราย

ข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 9 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 4 ข้อ

ตารางที่ 29 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการที่จะนำแนวทางไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านลักษณะทางกายภาพ

แนวทางการพัฒนา	n = 6		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
1. จัดทำเครื่องแบบพนักงานให้เหมาะสม สามารถสังเกตได้ง่าย	3.67	.52	มากที่สุด
2. ปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย	3.33	1.21	มากที่สุด
3. มีการบำรุงรักษาสภาพของเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ ให้สามารถพร้อมใช้งานเสมอ	3.50	.55	มากที่สุด
4. มีการจัดการระบบการรักษาคุณภาพน้ำในบึงให้สะอาด ไม่เน่าเสีย	3.17	1.17	มาก
5. มีการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณศูนย์ฯเพื่อความสวยงาม	3.17	1.17	มาก
6. มีการตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มีการจัดแสดงประวัติการเล่นเรือใบของในหลวง การติดรูปภาพนักกีฬาที่มีชื่อเสียงภายในศูนย์กีฬา และบริเวณรอบนอกศูนย์กีฬา	3.50	1.23	มากที่สุด
7. มีการเพิ่มระบบดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น ติดตั้งกล้องวงจรปิด	2.50	1.23	น้อย
8. จัดทำป้ายแสดงแผนผังของศูนย์กีฬาเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ	3.17	.75	มาก
9. มีการจัดทำเอกสารหรือป้ายแนะนำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวังในการใช้บริการ	2.83	1.17	มาก
10. มีการจัดทำป้ายบอกทางภายใน และภายนอกศูนย์กีฬาทางน้ำ ที่ใหญ่และชัดเจน	2.83	1.17	มาก
11. จัดให้มีที่นั่งไว้ให้บริการโดยรอบ	3.33	1.21	มากที่สุด
12. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในศูนย์กีฬา เช่น ตู้น้ำดื่มหรือก๊อกน้ำประปาดื่มได้ สัญญาณอินเตอร์เน็ต ตู้โทรศัพท์สาธารณะ	3.17	.75	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.18</b>	<b>1.01</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 29 จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของ

ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมี 5 ข้อ ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมี 6 ข้อ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยมี 1 ข้อ

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ควรมีการเก็บค่าบริการที่หลากหลาย หรือเป็นรายวันด้วยเพื่อจะได้มีรายรับเพียงพอต่อการปรับปรุงพัฒนาด้านบริการต่างๆ ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ หรือนโยบายขององค์กร แต่อย่างไรก็ตามองค์กรควรมีการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อจะได้มีประชาชนมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

(1)

2. ควรมีการอบรมให้บุคลากรเห็นความสำคัญกับการให้บริการอย่างดี (1)

3. ควรมีผู้ฝึกสอนระดับดีมาก สามารถสอนให้เด็กและเยาวชนให้เก่งกีฬาทางน้ำได้ (1)

4. มีการแข่งขันกีฬาทางน้ำกับศูนย์กีฬาทางน้ำอื่นๆ (1)

5. มีโรงเรียนฝึกสอนกีฬาทางน้ำเป็นระบบมาตรฐาน (1)

6. ควรมีการจัดสร้างสระว่ายน้ำให้เด็กว่ายน้ำเป็น ก่อนลงไปเล่นกีฬาทางน้ำ (1)

7. มีการจัดสร้างโรงยิมในการให้บริการกีฬาทางอื่นๆเช่น ปิงปอง แบดมินตัน ฟิตเนส เนื่องจากการเล่นกีฬาทางน้ำต้องขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ หากสภาพอากาศไม่อำนวยผู้ใช้บริการจะได้ประกอบกิจกรรมกีฬาอื่นๆแทน (1)

8. ควรมีการให้มอบตำแหน่งงานที่มั่นคงแก่บุคลากรเช่น เป็นลูกจ้างรายปี เพื่อที่จะได้ดึงคนที่มีความสามารถมาประจำอยู่ที่ศูนย์กีฬาฯ (1)

9. ควรมีการให้สวัสดิการ ความมั่นคง และความก้าวหน้าในหน้าที่การงานกับบุคลากร (1)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ บุคลากรของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จำนวน 22 คน ประชาชนผู้เข้าใช้บริการกีฬาของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จำนวน 285 คน และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 6 คน และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ประชาชนที่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จำนวน 4 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีเนื้อหาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในส่วนของแบบสัมภาษณ์นำข้อมูลมาวิเคราะห์ความถี่ของความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อพร้อมความถี่

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ผลการวิจัยพบว่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### 1. สถานภาพของบุคลากรศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นอาสาสมัครศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 24 – 33 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีระยะเวลาการทำงานในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนอยู่ในช่วง 1 – 3 ปี

### 2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรศูนย์กีฬาฯ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

รายชื่อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. จัดให้มีการเพิ่มจำนวนสนามกีฬาทางบกให้เพียงพอต่อความต้องการ
2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 2.1 มีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ
  - 2.2 มีการให้บริการสนามกีฬาเพื่อการจัดกิจกรรมอื่นๆ
3. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 3.1 จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยทางน้ำ
  - 3.2 จัดหาอุปกรณ์กีฬาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการในทุกชนิดกีฬา

รายชื่อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน
2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3 ข้อ ดังนี้
  - 2.1 จัดให้มีโปรแกรมการสอนกีฬาหลายระดับ
  - 2.2 จัดให้มีโครงการด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน

ใกล้เคียง

2.3 จัดให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำที่ได้มาตรฐาน

3. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

3.1 มีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน

3.2 มีการให้บริการอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐานในทุกชนิดกีฬา

4. จัดให้มีการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

5. จัดให้มีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มภายในบริเวณศูนย์กีฬาฯ

นอกจากนั้นยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านผลิตภัณฑ์ดังนี้ ศูนย์กีฬาฯควรมีการเปิดสอน เรือคายัค เรือพาย และฟุตบอลเพิ่มขึ้น ควรมีโปรแกรมการสอนกีฬา เรือใบ เรือ 5 ฝีพาย และฟุตบอล ให้มีความหลากหลาย และสนามกีฬาที่ต้องการเพิ่มคือ สนามฟุตบอล สนามวอลเลย์บอล และสระว่ายน้ำ

ด้านราคา โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้

1. มีการระบุอัตราค่าใช้บริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เช่น ค่าเล่นกีฬาทางน้ำ ค่าเช่าสนาม ค่าเช่าลือคเกอร์

2. มีวิธีการเก็บค่าสมาชิกหลายราคา

นอกจากนั้นยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านราคา ดังนี้ ศูนย์กีฬาฯสมควรจะมีการเก็บค่าสมาชิกในแบบอื่นด้วย คือ รายวัน และรายเดือน

ด้านสถานที่ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ารายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

1.1 มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้มาตรฐาน

1.2 มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำอย่างเพียงพอ

2. มีการติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาฯและโดยรอบอย่างเหมาะสม

รายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

3.1 ปรับปรุงจุดรับสมัครสมาชิกให้ชัดเจน สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

3.2 จัดให้มีทางเข้า – ออกโรงเก็บเรือที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายเรือ

2. จัดสรรพื้นที่ในโรงเก็บเรือให้เหมาะสมต่อการเก็บและเคลื่อนย้ายเรือ

3. มีการสร้างทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ทั่วศูนย์กีฬาฯ

4. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3 ข้อ ดังนี้
    - 4.1 มีการเพิ่มปริมาณพื้นที่จอดรถ
    - 4.2 มีการสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการอื่นๆ
    - 4.3 มีการเพิ่มทางเข้า – ออกศูนย์กีฬาให้มีหลายเส้นทาง
  5. มีการแบ่งเขตทางเดินเท่ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน
  6. มีการเพิ่มจำนวน ของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ
  7. มีการเพิ่มบริการคมนาคม เช่น รถบริการรับ-ส่งเข้าไปศูนย์กีฬาฯ
- นอกจากนั้นยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านสถานที่ดังนี้ ควรจัดให้มีรถประจำศูนย์กีฬาฯ

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาฯผ่านสื่อต่างๆ
2. มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ
3. ปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาฯแก่ผู้ใช้บริการ ให้มีความน่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น
4. จัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ

ด้านบุคลากร โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รายข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
    - 1.1 จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นนักกีฬา
    - 1.2 ส่งเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำเข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันอื่นๆที่เชื่อถือได้
  2. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการสอน
  3. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถและ ประสบการณ์
- รายข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้
1. อบรมพนักงานให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์กีฬาฯ ได้
  2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
    - 1.1 มีการเพิ่มจำนวนผู้ฝึกสอนให้เพียงพอต่อความต้องการ



1.2 ส่งเสริมพนักงานให้มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

3. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำให้เพียงพอ
4. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นผู้มีชื่อเสียงในแวดวงกีฬา
5. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา
6. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ด้านอื่นๆ

นอกจากนั้นยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านบุคลากร ดังนี้ ควรจัดหาบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ควรจัดหาคนงาน และควรจัดหาครูผู้สอนกีฬาเรือใบ และวินเซิร์ฟเพิ่มเติม

ด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

รายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่หากเกิดเหตุฉุกเฉิน
2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3 ข้อ ดังนี้
  - 2.1 พัฒนารูปแบบการติดต่อศูนย์กีฬาทางน้ำให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น
  - 2.2 ให้พนักงานแนะนำขั้นตอนการใช้บริการของศูนย์กีฬาหลังสมัครสมาชิก
  - 2.3 มีการกวดขันด้านความปลอดภัย เช่น การวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ในการดูแล

ผู้ใช้บริการ การบังคับให้ผู้ใช้บริการสวมเสื้อชูชีพทุกครั้ง

รายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 1.1 มีการจัดระบบบริการที่ดี กรณีที่มีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมาก
  - 1.2 มีการดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณศูนย์กีฬาอยู่เสมอ
2. มีการอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียน
3. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 3.1 มีการจัดระบบเคลื่อนย้ายเรือที่ดีในกรณีที่ผู้ใช้บริการนำเรือมาเอง
  - 3.2 มีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนมากขึ้น
4. มีการจัดตารางการเรียนการสอนล่วงหน้าในแต่ละเดือน
5. มีการเก็บค่าปรับ ในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการ
6. มีการช่วยอำนวยความสะดวกในการสมัครมากขึ้น

นอกจากนั้นยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านกระบวนการบริการดังนี้ ควรมีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนในช่วงเวลา 15.00 น.

ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

รายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย
2. มีการบำรุงรักษาสภาพของเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ ให้สามารถพร้อมใช้งาน

เสมอ

รายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการจัดให้มีที่นั่งไว้ให้บริการโดยรอบ
2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 2.1 จัดทำเครื่องแบบพนักงานให้เหมาะสม สามารถสังเกตได้ง่าย
  - 2.2 มีการจัดทำเอกสารหรือป้ายแนะนำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวังในการใช้บริการ
3. มีการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณศูนย์เพื่อความสวยงาม
4. มีการตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มีการจัดแสดงประติมากรรม

เรือใบของในหลวง การติดรูปภาพนักกีฬาที่มีชื่อเสียง

5. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 5.1 มีการจัดการระบบการรักษาคุณภาพน้ำในบึงให้สะอาด ไม่น่าเสีย
  - 5.2 จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในศูนย์กีฬา เช่น โทรทัศน์ ตู้น้ำดื่ม
6. มีการจัดทำป้ายบอกทางภายใน และภายนอกศูนย์กีฬาฯ ที่ชัดเจน
7. จัดทำป้ายแสดงแผนผังของศูนย์กีฬาฯ เพื่อความสะดวกในการใช้บริการ

รายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ มีการเพิ่มระบบดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น ติดตั้งกล้องวงจรปิด

นอกจากนั้นยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านลักษณะทางกายภาพดังนี้ ควรมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ คือ สัญญาณอินเตอร์เน็ต และคอมพิวเตอร์

### 3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เรียงตามความถี่ของผู้ตอบจาก มากไปน้อย

1. ควรให้มีการสร้างสระว่ายน้ำที่ได้มาตรฐานเพราะสมาชิกจำนวนมากต้องการใช้บริการ และเนื่องจากศูนย์กีฬาบึงหนองบอนเป็นศูนย์กีฬาทางน้ำสมควรที่จะมีสระว่ายน้ำเพื่อให้เป็นศูนย์กีฬาทางน้ำที่ครบวงจร

2. ควรมีการจ้างครูผู้ฝึกสอนที่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้เนื่องจากมีผู้เข้ามาใช้บริการเป็นชาวต่างชาติด้วย
3. ควรมีการจัดหาเรือ และพายที่ได้คุณภาพมากกว่านี้
4. ควรมีการซ่อมแซมอุปกรณ์ และเรือทุกประเภทให้มีความพร้อม
5. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในบริเวณใกล้เคียงได้มาทำกิจกรรม และทำให้อุทยานกีฬาบึงหนองบอนเป็นศูนย์รวมของประชาชนทุกเพศ ทุกวัยให้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
6. ควรมีการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานให้กับบุคลากรภายในศูนย์กีฬาฯ โดยการออกเงินเดือนให้ตรงตามวันที่กำหนด
7. มีการเพิ่มการเก็บค่าบริการการสอนแบบรายครั้งเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่อาสาสมัครของศูนย์กีฬาฯ

#### 4. สถานภาพของประชาชนผู้เข้าใช้บริการกีฬาของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมัครเป็นสมาชิกของศูนย์กีฬาฯ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 18 – 27 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท เป็น โสด

#### 5. พฤติกรรมการเข้าใช้บริการของประชาชนผู้ใช้บริการกีฬาของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้บริการในวันเสาร์ – อาทิตย์ โดยเฉพาะช่วงเวลา 15.30 – 18.30 น. กีฬาที่นิยมเล่นกันมาก 3 อันดับแรกคือ เรือคายัก เรือใบ และฟุตซอล และเหตุผลที่เลือกมาใช้บริการที่ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน 3 อันดับแรกคือ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศดี เหมาะแก่การออกกำลังกายและพักผ่อนหย่อนใจ อัตราค่าสมาชิกราคาถูก และมีการให้บริการกีฬาทางน้ำที่ต่างจากศูนย์กีฬาอื่นในกรุงเทพมหานคร

#### 6. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของประชาชนผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาฯ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้เข้าใช้บริการกีฬามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. จัดให้มีโครงการด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนใกล้เคียง
2. มีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ
3. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 ข้อ ดังนี้

3.1 จัดให้มีโปรแกรมการสอนกีฬาหลายระดับ เช่น โปรแกรมสำหรับผู้เริ่มต้น โปรแกรมเพื่อพัฒนาเป็นนักกีฬา

3.2 มีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน

3.3 จัดให้มีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มภายในบริเวณศูนย์กีฬา

4. จัดให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำที่ได้มาตรฐานเช่น ชง ท่อน
5. จัดให้มีการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น
6. จัดหาอุปกรณ์กีฬาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการในทุกชนิดกีฬา
7. จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยทางน้ำ เช่น การช่วยชีวิตคนจมน้ำ การกู้เรือ

8. มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน

9. มีการให้บริการอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐานในทุกชนิดกีฬา

10. มีการให้บริการสนามกีฬาเพื่อการจัดกิจกรรมอื่นๆ

11. มีการเพิ่มจำนวนสนามกีฬาทางบกให้เพียงพอต่อความต้องการ

นอกจากนี้ยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านผลิตภัณฑ์ดังนี้ ศูนย์กีฬาฯ ควรมีการเปิดสอน กีฬาว่ายน้ำ เจ็ตสกี และพุดชอลเพิ่ม ควรมีการโปรแกรมการสอนกีฬา เรือใบ ว่ายน้ำ และ วินเซิร์ฟ ให้มีความหลากหลาย และสนามกีฬาที่ต้องการเพิ่มคือ สนามพุดชอล แบดมินตัน และ เทนนิส

ด้านราคา โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีการระบุอัตราค่าใช้บริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เช่น ค่าเล่นกีฬาทางน้ำ ค่าเช่าสนาม ค่าเช่าเสื้อกั๊ก และรายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ มีวิธีการเก็บค่าสมาชิกหลายราคา

นอกจากนี้ยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านราคา ดังนี้ ศูนย์กีฬาฯสมควรจะมีการเก็บค่าสมาชิกในแบบอื่นด้วย คือ รายวัน และรายเดือน

ด้านสถานที่ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาและโดยรอบอย่างเหมาะสม
2. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้มาตรฐาน
3. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำอย่างเพียงพอ
4. มีการสร้างทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ทั่วศูนย์กีฬา
5. มีการเพิ่มทางเข้า – ออกศูนย์กีฬาให้มีหลายเส้นทาง
6. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 6.1 มีการเพิ่มจำนวน ของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ
  - 6.2 มีการแบ่งเขตทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน
7. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 7.1 มีการเพิ่มบริการคมนาคม เช่น รถบริการรับ-ส่งเข้าไปศูนย์กีฬา
  - 7.2 ปรับปรุงจุดรับสมัครสมาชิกให้ชัดเจนสามารถสังเกตได้ง่าย
8. จัดสรรพื้นที่ในโรงเก็บเรือให้เหมาะสมต่อการเก็บและเคลื่อนย้ายเรือ
9. จัดให้มีทางเข้า – ออก โรงเก็บเรือที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายเรือ
10. มีการสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการอื่นๆ
11. มีการเพิ่มปริมาณพื้นที่จอดรถ

นอกจากนั้นยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านสถานที่ดังนี้ ควรจัดให้มีรถรับส่งจากปากทางเข้าศูนย์กีฬาฯ ควรมีการเพิ่มรถประจำทางหรือรถจักรยานยนต์รับจ้าง และควรจัดให้มีรถตู้รับส่งจากปากซอยอุดมสุข

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาผ่านสื่อต่างๆ
2. มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ
3. ปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาแก่ผู้ใช้บริการ ให้มีความน่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น
4. จัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ

นอกจากนั้นยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับการส่งเสริมการตลาดดังนี้ ศูนย์กีฬาฯ ควรจัดให้มีการแข่งขันกีฬาระหว่างสมาชิก และมีบริการเครื่องออกกำลังกายอื่นๆ

ด้านบุคลากร โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์
2. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการสอน
3. ส่งเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำเข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันอื่นๆที่เชื่อถือได้

4. ส่งเสริมพนักงานให้มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส
5. อบรมพนักงานให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์กีฬาฯ ได้
6. มีการเพิ่มจำนวนผู้ฝึกสอนให้เพียงพอต่อความต้องการ
7. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

7.1 จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นนักกีฬา

7.2 มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำให้เพียงพอ

8. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา
9. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นผู้มีชื่อเสียงในแวดวงกีฬา
10. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ด้านอื่นๆ

นอกจากนี้ยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านบุคลากร ดังนี้ ควรจัดหาบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ประจำห้องเก็บเรือ เจ้าหน้าที่ดูแลสนามกีฬาทางบก และเจ้าหน้าที่ประจำจุดรับสมัคร

ด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

1.1 มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงทีหากเกิดเหตุฉุกเฉิน

1.2 มีการดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณศูนย์กีฬาฯ อยู่เสมอ

2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3 ข้อ ดังนี้

2.1 พัฒนาวิธีการติดต่อศูนย์กีฬาฯ ให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

2.2 มีการจัดระบบบริการที่ดี กรณีที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก

2.3 มีการกวดขันด้านความปลอดภัย เช่น การวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ในการดูแล

ผู้ใช้บริการ การบังคับให้ผู้ใช้บริการสวมเสื้อชูชีพทุกครั้ง

3. มีการจัดตารางการเรียนการสอนล่วงหน้าในแต่ละเดือน

4. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

- 4.1 ให้นักงานแนะนำขั้นตอนการใช้บริการของศูนย์กีฬาหลังสมัครสมาชิก
  - 4.2 มีการอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียน
  5. มีการช่วยอำนวยความสะดวกในการสมัครมากขึ้น เช่น มีบริการถ่ายรูปแทนการนำรูปมาด้วยตัวเอง
  6. มีการจัดระบบเคลื่อนย้ายเรือที่ดีในกรณีที่ผู้ใช้บริการนำเรือมาเอง
  7. มีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนมากขึ้น
  8. มีการเก็บค่าปรับ ในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการ
- นอกจากนั้นยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านกระบวนการบริการดังนี้ ควรมีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนในช่วงเวลา 17.00 – 18.00 น. และ 13.30 น.

ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการจัดการระบบการรักษาคุณภาพน้ำในบึงให้สะอาด ไม่น่าเสีย
2. มีการจัดทำป้ายบอกทางภายใน และภายนอกศูนย์กีฬา ที่ชัดเจน
3. มีการบำรุงรักษาสภาพของเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ ให้สามารถพร้อมใช้งานเสมอ
4. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 4.1 จัดทำป้ายแสดงแผนผังของศูนย์กีฬาเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ
  - 4.2 จัดให้มีที่นั่งไว้ให้บริการโดยรอบ
5. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 5.1 จัดทำรูปแบบพนักงานให้เหมาะสม สามารถสังเกตได้ง่าย
  - 5.2 มีการจัดทำเอกสารหรือป้ายแนะนำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวังในการใช้บริการ
6. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้
  - 6.1 มีการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณศูนย์ฯเพื่อความสวยงาม
  - 6.2 มีการเพิ่มระบบดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น ติดตั้งกล้องวงจรปิด
7. มีการตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มีการจัดแสดงประวัติการเล่นเรือใบของในหลวง การติดรูปภาพนักกีฬาที่มีชื่อเสียง
8. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในศูนย์กีฬา เช่น โทรทัศน์ ตู้น้ำดื่ม
9. ปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย

นอกจากนั้นยังมีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับด้านลักษณะทางกายภาพดังนี้ ควรมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ คือ มีบริการตู้น้ำดื่ม หรือก๊อกน้ำประปาดื่ม จัดให้มีบริการให้เช่ารถจักรยาน จัดให้มีศูนย์อาหาร มีการติดตั้งตู้โทรศัพท์สาธารณะ และสัญญาณอินเทอร์เน็ต

#### 7. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เรียงตามความถี่ของผู้ตอบจาก มากไปน้อย

1. มีการติดตั้งระบบไฟส่องสว่างบริเวณสนามกีฬาทางบก
2. มีการสร้างสระว่ายน้ำ
3. มีการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ให้ดีกว่านี้
3. มีร้านค้าหรือสหกรณ์ภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน
4. มีการติดตามขั้วรอบสนามฟุตบอล สนามตะกร้อ และสนามบาส เพื่อไม่ให้ลูกบอลตกลงไปในน้ำ
5. มีการเพิ่มจำนวนอุปกรณ์ และชนิดกีฬาให้มีความหลากหลาย
6. มีการเพิ่มบริการรถรับส่งของทางศูนย์กีฬาฯ
7. มีการเพิ่มครูผู้ฝึกสอนกีฬาทางน้ำ
8. มีการปรับปรุงความสะอาดของน้ำในบึง
9. มีการเพิ่มจำนวนสนามฟุตบอล
10. มีการเพิ่มบริการเช่า/ยืม รถจักรยาน
11. มีการขยายเวลาการปิดบริการในส่วนของสนามกีฬาทางบก
12. มีระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย
13. มีการเพิ่มศาลา และม้านั่ง
14. มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐานมากกว่านี้

#### 8. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำ บึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของประชาชนผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาฯ

จากการสัมภาษณ์ประชาชนผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จำนวนทั้งสิ้น 4 คน ประกอบด้วย ผู้ที่เข้ามาวิ่งออกกำลังกายจำนวน 2 คน ปั่นจักรยานจำนวน 1 คน และเดินลีลาศ 1 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

##### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

1.1 การให้บริการสอนทักษะกีฬา จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของบริการสอนทักษะกีฬาเห็นว่ามีเหมาะสมดีอยู่แล้ว แต่อยากให้มีการเพิ่มการสอนทักษะกีฬาประเภทเรือ



กระเชียง เรือพาย และเจ็ตสกีด้วย อีกทั้งอยากให้มึบริการสระว่ายน้ำเพื่อที่จะได้เป็นศูนย์กีฬาทางน้ำที่ครบวงจร

1.2 การให้บริการสนามกีฬาทางน้ำ จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของคุณาด ความสะอาด และความปลอดภัยของบึงน้ำที่ใช้เป็นสนามกีฬาทางน้ำเห็นว่ามีขนาดใหญ่เหมาะสม มีความปลอดภัยดี แต่ในเรื่องความสะอาดยังมีปัญหาอยู่บ้าง

1.3 การให้บริการสนามกีฬาทางบก จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนมาตรฐานของสนามกีฬาทางบก และเครื่องมือ มีความเหมาะสมดีตามสภาพ และวัตถุประสงค์ของการใช้ แต่อยากให้มีการเพิ่มสนามฟุตบอลเนื่องจากมีคนมาใช้บริการเยอะ

1.4 การให้บริการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอยากให้มีการเพิ่มซุ้มขายน้ำและขนมภายในบริเวณศูนย์ฯ

2. ด้านราคา จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของการเก็บค่าสมาชิกของศูนย์ ในราคา 40 บาทต่อปี ส่วนใหญ่เห็นว่ามีราคาถูกลง หากจะมีการเก็บเพิ่มมากกว่านี้เพื่อนำไปพัฒนาศูนย์ให้ดียิ่งขึ้นก็อยากให้มีการเก็บเพิ่ม

### 3. ด้านสถานที่

3.1 การเดินทางเข้าถึงศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของการเดินทางเข้ามายังศูนย์นั้นจะมีรถส่วนตัวเข้ามาเอง ไม่ได้ใช้บริการรถสาธารณะ แต่อยากให้มีการเพิ่มรถสาธารณะเข้ามายังภายในศูนย์ฯเพื่อที่จะได้สะดวกต่อการเข้ามายังศูนย์ฯ และอาจจะทำให้มีคนเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

3.2 จุดรับสมัครสมาชิก จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของคุณาดรับสมัครสมาชิกของศูนย์ส่วนใหญ่บอกว่าไม่เคยเห็น อยากให้มีการตั้งจุดประชาสัมพันธ์บริเวณประตูทางเข้าด้านหน้า หรือทำป้ายบอก หรืออบรมให้เจ้าหน้าที่ทุกคนของทุกฝ่ายสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์ฯได้

3.3 การให้บริการห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของคุณาดห้องน้ำ และห้องอาบน้ำในส่วนที่ติดกับสำนักงานของศูนย์กีฬานั้น ไม่มีปัญหาอะไร แต่ในบริเวณสนามกีฬาอื่นนั้นยังมีปัญหาอยู่อยากให้มีการปรับปรุงซ่อมแซม ยังไม่จำเป็นต้องเพิ่มปริมาณมากกว่านี้

3.4 ปริมาณพื้นที่จอดรถ จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของคุณาดพื้นที่จอดรถส่วนใหญ่คิดว่ามีปริมาณมากเพียงพอแล้ว แต่อยากให้เพิ่มที่จอดรถบริเวณสนามกีฬาทางบก หรือมีการจัดการให้จอดอย่างเป็นสัดส่วน

3.5 เส้นทางสัญจรภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วน ของเส้นทางสัญจรภายในศูนย์ส่วนใหญ่อยากให้มีการปรับปรุงให้สามารถสัญจรวนได้รอบศูนย์ อยากรให้มีการแบ่งเส้นทางเดินรถกับเส้นทางเดินเท้า และอยากให้มีการมาร์คจุดบอกระยะทางรอบ ศูนย์เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาออกกำลังกายประเภทเดิน วิ่ง และปั่นจักรยานได้คำนวณระยะทางที่ออกกำลัง กายไปได้ถูกต้อง

3.6 ทางเข้า – ออกของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วน ของทางเข้า – ออกศูนย์ส่วนใหญ่เห็นว่าทางเข้า – ออก ทางเดียวเหมาะสมดีแล้ว แต่ถ้าจะมีเพิ่มอยากให้ ทำการปรับปรุงทางเข้า – ออกเล็กๆอีกด้านที่ยังไม่ได้เปิดให้ใช้อย่างเป็นทางการ

3.7 ระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จากการสัมภาษณ์พบว่าใน ส่วนของระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาส่วนใหญ่เห็นว่าศูนย์กีฬาให้บริการถึงเวลา 18.30 น. ไฟส่องสว่างที่ติดตั้งมีปริมาณเพียงพอแล้ว แต่อยากให้มีการเพิ่มไฟทาง และบริเวณที่เป็นมุมอับ เพื่อให้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยสามารถตรวจตราได้

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

4.1 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ภายนอกศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จากการ สัมภาษณ์พบว่าในส่วนของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ภายนอกส่วนใหญ่คิดเห็นว่าควรมีการ ปรับปรุง และพัฒนาอย่างมาก อยากรให้ทางกรุงเทพมหานครร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ สุขภาพอื่นๆ เช่น สสส. หรือมีการออกบูธในงานสุขภาพประจำปี นอกจากนั้นยังควรปรับปรุงการ โฆษณาทางสื่ออื่นๆอีกเช่น อินเทอร์เน็ตควรมีเว็บของศูนย์เอง หรือเว็บของกรุงเทพมหานคร มีการจัดทำป้ายโฆษณาตามถนนใหญ่ โดยการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ในแต่ละสื่อควรมีการ ระบุรายละเอียดของศูนย์กีฬาว่าเป็นของหน่วยงานใด ให้บริการกีฬาอะไรมีวิธีการเข้าใช้บริการ อย่างไร มีวิธีการเดินทางอย่างไร

4.2 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จากการสัมภาษณ์ พบว่าในส่วนของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ภายในส่วนใหญ่ไม่เคยเห็น เนื่องจากบอร์ด ประชาสัมพันธ์อยู่ภายในอาคารสำนักงานอย่างเดียว ทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการบางคนไม่ทราบข่าวสาร ของทางศูนย์ และของทางกรุงเทพมหานคร อยากรให้มีการเพิ่มบอร์ดประชาสัมพันธ์ด้านหน้าตรง ประตูทางเข้าศูนย์ฯ และบริเวณตึกที่มีการจัดกิจกรรมลีลาศ หรืออยากรให้มีการประชาสัมพันธ์ใน รูปแบบเสียงตามสายภายในศูนย์ฯ

5. ด้านบุคลากร จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของบุคลากรผู้ให้บริการ บุคคลกลุ่มนี้เคยเห็น แต่ไม่เคยได้พูดคุยหรือรับบริการจากบุคลากร จะได้พูดคุยกับพนักงานรักษาความปลอดภัยมากกว่า ซึ่งให้บริการคืออยู่แล้ว

#### 6. ด้านกระบวนการบริการ

6.1 การติดต่อทางศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของวิธีการติดต่อมาที่ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนนั้นส่วนใหญ่จะไม่เคยใช้บริการในส่วนนี้ แต่คิดว่าวิธีการติดต่อที่มีอยู่น่าจะเหมาะสมคืออยู่แล้ว

6.2 การจัดระบบที่ดีเมื่อมีผู้เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของจัดการเมื่อมีคนเข้ามาใช้บริการจำนวนมากในปัจจุบันนี้ยังไม่มีปัญหา เนื่องจากปัจจุบันยังมีผู้เข้ามาใช้บริการไม่มากเท่าไร

6.3 การแก้ไขปัญหาหากเกิดเหตุฉุกเฉิน จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของจัดการเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินนั้นยังไม่มีปัญหา เนื่องจากที่ผ่านมายังไม่เคยมีอุบัติเหตุร้ายแรงใดๆเกิดขึ้น ในส่วนของการรักษาความปลอดภัยทางน้ำในปัจจุบันเห็นว่าทั้งเจ้าหน้าที่ และเครื่องมือที่เตรียมไว้มีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว หากเกิดเหตุฉุกเฉินก็สามารถที่จะเข้าทำการช่วยเหลือได้ทันที

6.4 การดูแลรักษาความปลอดภัย จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของจัดการดูแลรักษาความปลอดภัยนั้นยังไม่มีปัญหา การวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ที่มีความเหมาะสมดี แต่อยากให้มีการกวดขันเกี่ยวกับการจำกัดความเร็วของรถที่เข้ามาขับขีภายในศูนย์ มีการกวดขันเด็กวัยรุ่นที่เข้ามานั่งจับกลุ่มกันทำกิจกรรมที่ไม่เหมาะสม ส่วนในด้านการติดตั้งกล้องวงจรปิดนั้นอาจจะมีหรือไม่มีก็ได้แต่หากมีอยากให้เกิดไว้บริเวณลานจอดรถ

6.5 การดูแลรักษาทรัพย์สินที่เป็นของสาธารณะ จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของจัดการด้านการดูแลทรัพย์สินที่เป็นสาธารณะยังไม่มีการกำหนด ยังไม่มีการจัดทำขึ้นอยากให้มีการกำหนดขึ้นมาเพื่อที่จะได้ทำให้คนที่มาใช้บริการได้ช่วยกันดูแลรักษาทรัพย์สินที่เป็นสาธารณะให้สามารถคงอยู่แล้วใช้ได้เป็นระยะเวลาาน หากมีการเก็บค่าปรับในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการก็ถือเป็นสิ่งที่ดี แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับกรณีที่เกิดการเสียหายด้วยเหตุผลใด

6.6 การดูแลความสะอาดของศูนย์ จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของจัดการดูแลความสะอาดทั้งภายนอก และภายในนั้นมีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว ปริมาณถังขยะที่จัดตั้งไว้มีปริมาณมากเพียงพอต่อปริมาณของคนเข้ามาใช้บริการ

## 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

7.1 เครื่องแบบของพนักงาน จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของเครื่องแบบพนักงานของทางศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนนั้นมีความชัดเจน สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย แต่ถ้าสามารถทำให้เป็นแบบเดียวกัน สีเดียวกันหมดจะดีกว่านี้ ในส่วนของพนักงานรักษาความปลอดภัยและแม่บ้านมีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว

7.2 ทักษะสภาพของศูนย์กีฬาฯ และบริเวณโดยรอบ จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของด้านทักษะสภาพของศูนย์กีฬาฯ มีความเหมาะสมสวยงามคืออยู่แล้ว แต่อยากให้มีการปรับปรุงเรื่องถนน และทางเดินทำให้ดีกว่านี้ และถ้าเป็นไปได้อยากให้ปรับปรุงให้ศูนย์กีฬาฯ กลายเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจด้วย

7.3 การตกแต่งศูนย์กีฬาฯ เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของตกแต่งศูนย์กีฬาฯ เพื่อสร้างบรรยากาศนั้นส่วนใหญ่เห็นด้วยและอยากให้มี โดยเฉพาะประวัติความเป็นมาของศูนย์กีฬาฯ ประวัติของกีฬาทางน้ำประเภทต่างๆ ที่มีให้บริการ กฎ กติกาการเล่น เพื่อให้คนทั่วไปได้รู้วิธีการเล่นและการชม มีการแสดงพระราชประวัติการเล่นเรือใบของในหลวง หรือนักกีฬาที่มีชื่อเสียง โดยมีการจัดวางไว้บริเวณถนนใหญ่เพื่อดึงดูดให้คนเข้ามาใช้บริการและภายในศูนย์เพื่อเป็นการเพิ่มบรรยากาศในการเล่นกีฬา

7.4 การจัดทำป้ายบอกทาง/แผนผัง/ป้ายแนะนำข้อควรปฏิบัติ จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของจัดทำป้ายบอกทาง แผนผัง และป้ายข้อควรปฏิบัติ นั้น มีความคิดเห็นว่ามีสมควรมีการจัดทำเป็นอย่างมาก เพื่อความสะดวกและเพื่อความปลอดภัยของผู้เข้ามาใช้บริการกีฬา และผู้เข้ามาใช้บริการสถานที่ โดยมีการจัดวางป้ายไว้บริเวณทางเข้า – ออกศูนย์ สมควรที่จะให้มีขนาดใหญ่ เห็นง่าย ชัดเจน

7.5 การให้บริการม้านั่งภายในศูนย์ จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของจัดวางม้านั่งมีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว มีปริมาณมากเพียงพอ แต่อยากให้มีการเพิ่มที่นั่งในบริเวณที่ผู้ใช้สำหรับจัดกิจกรรมลีลาศด้วย

7.6 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ จากการสัมภาษณ์พบว่าในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ภายในศูนย์กีฬาฯ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าอยากให้มีส่วนน้ำเย็น หรือเป็นก๊อกน้ำประปาดื่มได้ ส่วนการให้บริการอื่นๆ อยากให้มีการสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการก่อนว่าต้องการมากน้อยแค่ไหน หรือให้มีการบริการก่อนในปริมาณน้อยหากมีผู้ต้องการมากเห็นว่าไม่พอค่อยเพิ่มขึ้นมา

## 9. สาเหตุที่บุคคลกลุ่มนี้ไม่เลือกใช้บริการกีฬาที่ทางศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนจัดไว้

จากการสัมภาษณ์พบว่า สาเหตุที่บุคคลกลุ่มนี้ไม่เลือกใช้บริการกีฬาของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าอาจจะมาใช้บริการในอนาคต แต่ในปัจจุบันนั้นยังมีภาระส่วนตัว หรือมีความไม่มั่นใจที่ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเล่นกีฬาที่ทางศูนย์กีฬาจัดให้บริการ

## 10. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

จากการสัมภาษณ์พบว่าส่วนใหญ่อยากให้ศูนย์กีฬาฯ เน้นการพัฒนาทางด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และมีการกวาดค้นเด็กนักเรียนที่เข้ามาประกอบกิจกรรมภายในศูนย์กีฬา หากกิจกรรมใดดูเป็นอันตราย หรือทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในทางที่ไม่ดีก็อยากให้มีการจัดการ

## 11. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ของผู้ทรงคุณวุฒิ

จากการตอบแบบสอบถามของผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย ผู้อำนวยการกองกีฬา หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมกีฬา หัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน รองหัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน และคณาจารย์จากคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 2 ท่าน สามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

รายชื่อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ
2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อ ดังนี้
  - 2.1 จัดให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำได้ที่มาตรฐานเช่น ชง ทุ่น
  - 2.2 มีการให้บริการสนามกีฬาเพื่อการจัดกิจกรรมอื่นๆ
3. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อ ดังนี้
  - 3.1 จัดให้มีการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น เรือพาย กระเชียง วายน้ำ ฟุตซอล เจ็ตสกี

3.2 จัดให้มีโปรแกรมการสอนกีฬาหลายระดับ เช่น โปรแกรมสำหรับผู้เริ่มต้น โปรแกรมเพื่อพัฒนาเป็นนักกีฬา

รายชื่อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4 ข้อ ดังนี้

1.1 จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยทางน้ำ เช่น การช่วยชีวิตคนจมน้ำ การกู้เรือ

1.2 จัดให้มีโครงการด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน

1.3 มีการให้บริการอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐานในทุกชนิดกีฬา

1.4 จัดหาอุปกรณ์กีฬาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการในทุกชนิดกีฬา

2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

2.1 มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน

2.2 มีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน

3. มีจัดสร้างสระว่ายน้ำ

4. มีการเพิ่มจำนวนสนามกีฬาทางบกให้เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะสนามฟุตบอล

รายชื่อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการให้บริการเช่ารถจักรยาน

2. จัดให้มีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มภายในบริเวณศูนย์กีฬา และ/หรือซุ้มขาย

น้ำ

ด้านราคา โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการระบุอัตราค่าใช้บริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เช่น ค่าเล่นกีฬาทางน้ำ ค่าเช่าสนาม ค่าเช่าลือคเกอร์ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ มีวิธีการเก็บค่าสมาชิกหลายราคา

ด้านสถานที่ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

1.1 มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้มาตรฐาน

1.2 มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำอย่างเพียงพอ

2. มีการสร้างทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ทั่วศูนย์กีฬา

3. มีการติดตั้งตาข่ายรอบสนามกีฬาทางบก ป้องกันไม่ให้ลูกบอลตกลงไปในบึงน้ำ

รายชื่อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการปรับปรุง และ/หรือเพิ่มห้องน้ำบริเวณสนามกีฬาทางบก
2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4 ข้อ ดังนี้

2.1 ปรับปรุงจุดรับสมัครสมาชิกให้ชัดเจนสามารถสังเกตได้ง่าย เช่น มีป้ายบอกชัดเจน และ/หรือมีจุดรับสมัครด้านหน้าศูนย์กีฬาฯ

2.2 มีการเพิ่มจำนวน ของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ

2.3 จัดสรรพื้นที่ในโรงเก็บเรือให้เหมาะสมต่อการเก็บและเคลื่อนย้ายเรือ

2.4 ติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาฯ และโดยรอบอย่างเหมาะสม

โดยเฉพาะบริเวณสนามกีฬาทางบก

3. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5 ข้อ ดังนี้

3.1 มีการเพิ่มปริมาณพื้นที่จอดรถ บริเวณสนามกีฬาด้านหน้าศูนย์กีฬาฯ

3.2 มีการแบ่งเขตทางเดินเท่ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน

3.3 มีการสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการอื่นๆ

3.4 มีการมาร์คจุดบอกระยะทางรอบศูนย์กีฬาฯ เพื่อความสะดวกในการคำนวณระยะทางที่ถูกต้องของผู้ที่เข้ามาออกกำลังกาย

3.5 จัดให้มีทางเข้า – ออกโรงเก็บเรือที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายเรือ เช่น มีการเปลี่ยนแปลงการจัดเก็บเรือเพื่อเพิ่มพื้นที่ทาง เข้า – ออก

รายชื่อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อดังนี้

1. มีการเพิ่มบริการคมนาคม เช่น รถรับส่งจากปากทางเข้าศูนย์ รถประจำทางรถจักรยานยนต์ รถตู้จากปากซอยอุดมสุข รถประจำศูนย์กีฬาฯ

2. มีการเพิ่มทางเข้า – ออกศูนย์กีฬาฯให้มีหลายเส้นทาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า

รายชื่อที่มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาฯผ่านสื่อต่างๆ

2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3 ข้อ ดังนี้

2.1 มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ

2.2 ปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาฯ แก่ผู้ใช้บริการ ให้มีความน่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น

2.3 จัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การบริการทดสอบสมรรถภาพ การจัดกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์

รายชื่อที่มีความคิดเห็นในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการเพิ่มจุดจัดตั้งบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬา เช่น บริเวณสนามกีฬาทางบก อาคารประกอบกิจกรรมลีลาศ

2. มีการเข้าร่วมโครงการ และ/หรือกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพต่างๆ เช่น ออกบูชในงานสุขภาพประจำปี เข้าร่วมโครงการของ สสส.

ด้านบุคลากร โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า รายชื่อมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีชื่อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3 ข้อ ดังนี้

1.1 จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์

1.2 ส่งเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำเข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันอื่นๆที่เชื่อถือได้

1.3 ส่งเสริมเจ้าหน้าที่ให้มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

2. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการสอน

3. มีชื่อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

3.1 จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา

3.2 อบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์กีฬาฯ ได้

รายชื่อมีความคิดเห็นในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีชื่อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3 ข้อ ดังนี้

1.1 จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นนักกีฬา

1.2 มีการเพิ่มจำนวนผู้ฝึกสอนให้เพียงพอต่อความต้องการ

1.3 มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำให้เพียงพอ

2. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลบริเวณสนามกีฬาทางบก

3. มีชื่อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

3.1 จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นผู้มีชื่อเสียงในแวดวงกีฬา

3.2 จัดหาเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้

4. จัดหาเจ้าหน้าที่ประจำโรงเก็บเรือ



ด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

รายข้อที่มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีการกวดขันด้านความปลอดภัย เช่น การวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ในการดูแลผู้ใช้บริการ การบังคับให้ผู้ให้บริการสวมเสื้อชูชีพทุกครั้ง

2. มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่หากเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น มีการเตรียมเรือยางให้พร้อมขณะมีผู้ใช้บริการ

3. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7 ข้อ ดังนี้

3.1 พัฒนาวิธีการติดต่อศูนย์กีฬาทางน้ำให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น มีการติดต่อทาง E-mail มีเจ้าหน้าที่ประจำโต๊ะติดต่อตลอดเวลา

3.2 มีการจัดระบบบริการที่ดี กรณีที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก

3.3 มีการจัดระบบเคลื่อนย้ายเรือที่ดีในกรณีที่ผู้ใช้บริการนำเรือมาเอง

3.4 มีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนมากขึ้น

3.5 มีการอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียน

3.6 มีการเก็บค่าปรับ ในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการ

3.7 มีการดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณศูนย์กีฬาอยู่เสมอ

รายข้อที่มีความคิดเห็นในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3 ข้อ ดังนี้

1.1 ให้นักงานแนะนำขั้นตอนการใช้บริการของศูนย์กีฬาหลังสมัครสมาชิก

1.2 มีการช่วยอำนวยความสะดวกในการสมัครมากขึ้น เช่น มีบริการถ่ายรูปแทน

การนำรูปมาด้วยตัวเอง

1.2 มีการจัดตารางการเรียนการสอนล่วงหน้าในแต่ละเดือน

2. มีการอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียน

ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

รายข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. จัดทำเครื่องแบบพนักงานให้เหมาะสม สามารถสังเกตได้ง่ายมีการปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย

2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

2.1 มีการบำรุงรักษาสภาพของเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆให้สามารถพร้อมใช้งานเสมอ

2.2 มีการตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มีการจัดแสดงประวัติการเล่นเรือใบของในหลวง การติดรูปภาพนักกีฬาที่มีชื่อเสียง ภายในศูนย์กีฬา และบริเวณรอบนอกศูนย์กีฬาฯ

3. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

3.1 ปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย

3.2 มีการจัดให้มีที่นั่งไว้ให้บริการโดยรอบ

รายชื่อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยมีดังนี้

1. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4 ข้อ ดังนี้

1.1 มีการจัดการระบบการรักษาคุณภาพน้ำในบึงให้สะอาด ไม่เน่าเสีย

1.2 มีการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณศูนย์กีฬาเพื่อความสวยงาม

1.3 จัดทำป้ายแสดงแผนผังของศูนย์กีฬาเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ

1.4 จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในศูนย์กีฬาฯ เช่น ตู้น้ำดื่มหรือก๊อก

น้ำประปาดื่มได้ สัญญาณอินเทอร์เน็ต ตู้โทรศัพท์สาธารณะ

2. มีข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ข้อ ดังนี้

2.1 มีการจัดทำเอกสารหรือป้ายแนะนำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวังในการใช้บริการ

2.2 มีการจัดทำป้ายบอกทางภายใน และภายนอกศูนย์กีฬาฯ ที่ใหญ่ และชัดเจน

รายชื่อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ มีการเพิ่มระบบดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น ติดตั้งกล้องวงจรปิด

## 12. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ควรมีการเก็บค่าบริการที่หลากหลาย หรือเป็นรายวันด้วยเพื่อจะได้มีรายรับเพียงพอต่อการปรับปรุงพัฒนาด้านบริการต่างๆ แต่ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ หรือนโยบายขององค์กร แต่อย่างไรก็ตามองค์กรควรมีการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อจะได้มีประชาชนมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

2. ควรมีการอบรมให้บุคลากรเห็นความสำคัญกับการให้บริการอย่างดี

3. ควรมีผู้ฝึกสอนระดับดีมาก สามารถสอนให้เด็กและเยาวชนให้เก่งกีฬาทางน้ำได้

4. มีการแข่งขันกีฬาทางน้ำกับศูนย์กีฬาทางน้ำอื่นๆ

5. มีโรงเรียนฝึกสอนกีฬาทางน้ำเป็นระบบมาตรฐาน

6. ควรมีการจัดสร้างสระว่ายน้ำให้เด็กว่ายน้ำเป็น ก่อนลงไปเล่นกีฬาทางน้ำ

7. มีการจัดสร้างโรงยิมในการให้บริการกีฬาทางอื่นๆเช่น ปิงปอง แบดมินตัน ฟิตเนส เนื่องจากการเล่นกีฬาทางน้ำต้องขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ หากสภาพอากาศไม่อำนวยผู้ใช้บริการจะได้ประกอบกิจกรรมกีฬาอื่นๆแทน

8. ควรมีการให้มอบตำแหน่งงานที่มั่นคงแก่บุคลากรเช่น เป็นลูกจ้างรายปี เพื่อที่จะได้ดึงคนที่มีความสามารถมาประจำอยู่ที่ศูนย์กีฬาฯ

9. ควรมีการให้สวัสดิการ ความมั่นคง และความก้าวหน้าในหน้าที่การงานกับบุคลากร



ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร สรุปเป็นแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้านดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ศูนย์กีฬาควรจะมีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ มีการให้บริการเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำที่ได้มาตรฐาน เช่น ชง ฟัน มีการให้บริการสนามกีฬาเพื่อใช้สำหรับจัดกิจกรรมอื่นๆ เช่น การแข่งขันกีฬาของหน่วยงาน ในเรื่องของการสอนทักษะกีฬาศูนย์กีฬาควรจัดให้มีการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น เรือพาย กระเชียง วายน้ำ ฟุตซอล เจ็ตสกี นอกจากนั้นควรจัดให้มีโปรแกรมการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับผู้เล่น และเพื่อให้ผู้เล่นได้มีการพัฒนาทักษะไปในขั้นที่สูงขึ้น

2. แนวทางการพัฒนาด้านราคาพบว่า ศูนย์กีฬาควรจะมีการเขียนระบุอัตราค่าใช้บริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เช่น ค่าเล่นกีฬาทางน้ำ ค่าเช่าสนาม ค่าเช่าลือคเกอร์

3. แนวทางการพัฒนาด้านสถานที่พบว่า ศูนย์กีฬาควรจะมีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้มาตรฐานและมีปริมาณเพียงพอเหมาะสมกับจำนวนผู้ใช้บริการ และควรจะมีการสร้างทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ทั่วทั้งศูนย์ นอกจากนั้นควรจะมีการติดตั้งตาข่ายรอบสนามกีฬาทางบก เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกบอลตกลงไปในบึงน้ำ

4. แนวทางการพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ศูนย์กีฬาควรจะทำแคมเปญประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต วารสาร ป้ายประชาสัมพันธ์ตามท้องถนน มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก ควรจะทำการปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาให้มีความน่าสนใจ และทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นควรจัดให้มีบริการเสริมอื่นเพิ่มเติม เช่น การบริการทดสอบสมรรถภาพ การจัดกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์

5. แนวทางการพัฒนาด้านบุคลากรพบว่า ศูนย์กีฬาควรจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์และควรส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS - Thai Life Saving Society) หรือสถาบันอื่นที่เชื่อถือได้เป็นประจำ ควรจะมีการจัดหาผู้ฝึกสอนทักษะกีฬาที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการสอนและควรมีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา ควรจะมีการอบรมเจ้าหน้าที่ที่

ทำหน้าที่ให้บริการทุกคนให้มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์กีฬาได้นอกจากนั้นควรส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ทุกคนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

6. แนวทางการพัฒนาด้านกระบวนการบริการพบว่า ศูนย์กีฬาฯควรจะมีการกวดขันด้านความปลอดภัยให้มากขึ้น เช่น จัดวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ให้อยู่ในจุดที่สามารถดูแลผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง การบังคับให้ผู้ใช้บริการสวมเสื้อชูชีพทุกครั้งในขณะที่เล่นกีฬาทางน้ำ มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วถึงเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น มีการเตรียมเรือยางให้พร้อมขณะมีผู้ใช้บริการ ควรมีการพัฒนาวิธีการติดต่อศูนย์กีฬาทางน้ำให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น เพิ่มการติดต่อทาง e-mail และมีจัดวางเจ้าหน้าที่ประจำโต๊ะติดต่อตลอดเวลา ต้องมีการจัดระบบบริการที่ดี กรณีที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก มีการจัดระบบเคลื่อนย้ายเรือที่ดีในกรณีที่ผู้ใช้บริการนำเรือมาเอง ควรจะมีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนและอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียนให้แก่สมาชิก นอกจากนี้สมควรมีการเก็บค่าปรับ ในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการ และมีการดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณศูนย์กีฬาอยู่เสมอ

7. แนวทางการพัฒนาด้านลักษณะทางกายภาพพบว่า ศูนย์กีฬาฯควรจะทำเครื่องแบบพนักงานให้มีความเหมาะสมกับแต่ละหน้าที่ และสามารถสังเกตได้ง่าย มีการปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ทำการดูแลบำรุงรักษาสภาพเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ และมีการจัดวางม้านั่งไว้ให้บริการโดยรอบให้มีจำนวนเพียงพอกับผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ต้องมีการตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มีการจัดแสดงประวัติการเล่นเรือใบของในหลวง การติดรูปภาพนักกีฬาที่มีชื่อเสียง ภายในศูนย์กีฬาฯ และบริเวณรอบนอกศูนย์กีฬา

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

แนวทางการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิจัยพบว่า ศูนย์กีฬาฯ ควรจะมีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ และมีการให้บริการเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำที่ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในรายข้อ ควรมีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาฯ ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาและเครื่องมือ อุปกรณ์ภายในสนามกีฬาทางน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถมองเห็นได้ ผู้ใช้บริการจะใช้สิ่งนี้ในการตัดสินใจคุณภาพของการบริการว่ามีบริการที่ดีและมีความปลอดภัยมากน้อยแค่ไหน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ วิจิตร บุญยะโทตระ (2527) ที่ว่าผู้บริหารกีฬาจะต้องจัดสนามและอุปกรณ์ให้ได้มาตรฐานเหมาะสมกับระดับการเล่น มีความปลอดภัย มีขนาดและจำนวนที่เหมาะสมกับผู้เล่น และมีการทำนุบำรุงให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอเพื่อป้องกันอุบัติเหตุในการเล่นกีฬา

แนวทางการพัฒนาด้านราคา จากผลการวิจัยพบว่า ศูนย์กีฬาฯ ควรจะมีการเขียนระบุอัตราค่าใช้บริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน โดยการเขียนป้ายประกาศ หรือมีการเขียนระบุในเอกสารประกอบการสมัคร สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในรายข้อ ควรมีการระบุอัตราค่าใช้บริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจนของบุคลากรศูนย์กีฬาฯ และผู้ให้บริการศูนย์กีฬาฯ ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการระบุอัตราค่าใช้บริการต่างๆ ให้เห็นอย่างชัดเจนจะมีผลต่อการเลือกซื้อบริการของผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้ที่เข้ามาใช้บริการครั้งแรก สอดคล้องกับแนวคิดของ เลิฟล็อก และไรท์ (Lovelock and Wright, 2002) ที่ว่า กลุ่มเป้าหมายใหม่ และผู้ที่ไม่เคยเข้าใช้บริการมาก่อนจะมีความต้องการด้านข้อมูลมากเป็นพิเศษเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ เช่น ข้อมูลการเดินทาง การเสียค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล

ในด้านวิธีการเก็บค่าสมาชิกหลายราคา ผลการวิจัยพบว่า มีความเป็นไปได้น้อยที่จะนำไปพัฒนา ให้ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เงินเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยทำให้เกิดการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่เพราะศูนย์กีฬาเป็นหน่วยงานของรัฐซึ่งเป็นองค์กรสาธารณะที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรจึงทำให้เกิดข้อจำกัดในการที่จะพัฒนาศูนย์กีฬาแห่งนี้ถึงกระนั้นการให้บริการศูนย์กีฬาก็ยังต้องมีค่าใช้จ่ายอื่นๆมากมาย การตั้งราคาค่าสมาชิก และ/หรือการตั้งราคาค่าบริการอื่นๆก็ต้องมีการตั้งราคาที่มีความเหมาะสมเพียงพอที่จะทำให้องค์กรสามารถดำเนินการต่อไปได้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร (2553) ที่ว่า ทุกองค์การที่แสวงหากำไรและองค์การที่ไม่แสวงหากำไรต่างต้องมีการกำหนดราคา (Price) ให้แก่สินค้าหรือบริการของตน ราคาเป็นสิ่งที่ใช้ในการกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของเงินตรา ราคาจึงถือเป็นเครื่องมือหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาด สอดคล้องกับแนวความคิดของ ยูพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) ที่ว่าลักษณะการดำเนินการโดยรัฐจะไม่หวังผลกำไร และแหล่งที่มาของรายได้มาจากภาษีของประชาชน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สมิต สัจฉกร (2550) ที่ว่าการบริการในภาครัฐมุ่งถึงผลที่จะเกิดต่อประชาชนเป็นบริการสาธารณะ มีวัตถุประสงค์ต้องการให้เกิดความผาสุกแก่ประชาชน ไม่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบแทนในรูปของรายได้ที่สูงกว่ารายจ่ายหรือกำไร การบริการในภาครัฐส่วนใหญ่เป็นลักษณะของการให้เปล่า และถ้าจะมีการเก็บค่าธรรมเนียมการให้บริการ ก็จะเป็นลักษณะที่เป็นค่าตอบแทนพอคุ่มทุน ให้มีค่าใช้จ่ายดำเนินการให้บริการอยู่ได้ และในการให้บริการหลายประเภท รัฐก็ต้องยอมที่จะรับภาระการขาดทุนในการดำเนินการ

แนวทางการพัฒนาด้านสถานที่ จากผลการวิจัยพบว่า ศูนย์กีฬาควรจะมีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้มาตรฐานและมีปริมาณเพียงพอเหมาะสมกับจำนวนผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ ในรายชื่อ ควรมีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้มาตรฐาน และมีปริมาณเพียงพอ ของบุคลากรศูนย์กีฬา ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาในระดับมากซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า กีฬาทางน้ำเป็นกีฬาที่มีความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตค่อนข้างสูงหากศูนย์กีฬาที่ให้บริการขาดอุปกรณ์และการดูแลรักษาความปลอดภัยที่ดีจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ที่จะเข้ารับบริการ ดังนั้นการมีอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานและมีปริมาณเพียงพอจะช่วยสร้างความเชื่อมั่น ความรู้สึกลดภัยและอาจจะทำให้มีผู้มาเลือกใช้บริการมากขึ้น สอดคล้องกับแนวความคิดของ วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ที่ว่าสถานบริการ หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ลูกค้าสัมผัสหรือจับต้องได้ เพราะลูกค้าไม่สามารถจับต้องผลประโยชน์หลักได้ดังนั้นลูกค้าจะใช้องค์ประกอบของสถาน

บริการเป็นตัวประเมินคุณภาพทั้งก่อนและหลังใช้บริการ และองค์ประกอบของสถานบริการคือ รูปลักษณ์ภายในและภายนอก อุปกรณ์การให้บริการ ภูมิทัศน์ สภาพแวดล้อมรอบๆสถานบริการ เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวความคิดของ มาสโลว์ อ้างถึงใน พรทิพย์ สัมปตตะวานิช (2550) ในระดับขั้นของความต้องการด้านความปลอดภัย ที่ว่ามนุษย์มีความต้องการความปลอดภัยคือ ความปลอดภัยทั้งทางกายและความมั่นคงทางใจ เช่น ความคุ้นเคย การอยู่ในสถานที่ปลอดภัย ความต้องการการป้องกันคุ้มครอง ความมั่นคงในชีวิต

แนวทางการพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการวิจัยพบว่า ศูนย์กีฬาควรจะจัดทำ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬา ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต วารสาร ป้ายประชาสัมพันธ์ตามท้องถนน สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในรายชื่อ ควรมีการจัดทำ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาผ่านสื่อต่างๆ ของบุคลากรศูนย์กีฬา และผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการมีอยู่ของศูนย์กีฬา เป็นสื่อที่บอกให้ ประชาชนรับรู้ว่าคุณศูนย์กีฬา มีความเป็นมาอย่างไร มีกีฬาอะไร ให้บริการบ้าง ซึ่งจะช่วยให้ เกิดความสนใจและอยากจะเข้ามาใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ นัตยาพร เสมอใจ (2545) ที่ว่า การโฆษณาเป็นสื่อที่ถูกเลือกอันดับต้นๆเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความรู้จัก แจ่มให้ทราบ จูงใจให้เกิดพฤติกรรม หรือเพื่อเตือนความทรงจำโดยเน้นที่รายละเอียดด้านคุณสมบัติ ราคา การ รับประกันความพึงพอใจ เอกสารรับรองจากสถาบัน และการให้บริการ สอดคล้องกับแนวความคิด ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่ว่าการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสาร เกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อแจ้ง ข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพล ต่อความรู้สึก ความเชื่อถือหรือพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงาน ขาย และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย เครื่องมือที่สำคัญ คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับแนวคิดของ สุมนา อยู่โพธิ์ (2525) ที่ว่า ทัศนคติของประชาชนในเรื่องความบันเทิงเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องสำคัญในการเรียกร้องความสนใจจากประชาชน



แนวทางการพัฒนาด้านบุคลากร จากผลการวิจัยพบว่า ศูนย์กีฬาควรจะมีการพัฒนาด้านบุคลากรดังนี้

1. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์และต้องส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันอื่นที่เชื่อถือได้เป็นประจำ ซึ่งสอดคล้องกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ในรายชื่อ ควรมีการจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ และมีการส่งครูส่งเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำเข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันที่เชื่อถือได้ ของบุคลากรศูนย์กีฬาที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาในระดับมาก สอดคล้องกับแนวความคิดของ ฟอร์เซ็ทท์ (Fawcett, 1968) ที่ว่า คุณสมบัติของผู้ดูแลความปลอดภัยทางน้ำจะต้องได้รับการอบรมและการรับรองการฝึกเป็น Lifeguard การปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการทำ CPR (ปฏิบัติการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน) จากสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศ

2. มีการจัดหาผู้ฝึกสอนทักษะกีฬาที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการสอน มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา และควรจะอบรมเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ให้บริการทุกคนให้มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์กีฬาได้ นอกจากนั้นต้องส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ทุกคนมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งสอดคล้องกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ในรายชื่อ ควรมีการจัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการ ของบุคลากรศูนย์กีฬาที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาในระดับมาก และระดับความคิดเห็นในรายชื่อ ควรจัดหาผู้ฝึกสอนที่วุฒิกิจการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา มีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถให้ข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาได้ และส่งเสริมให้พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ของบุคลากรศูนย์กีฬา และผู้ให้บริการศูนย์กีฬาที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่ว่า บุคคล หรือพนักงาน ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการให้บริการลูกค้า มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและความสามารถในการสร้างค่านิยมให้กับบริษัท สอดคล้องกับแนวคิดของ วิจิตร บุญยะโหดระ (2527) ที่ว่าผู้ฝึกสอนจะต้องดำเนินการฝึกสอนลูกศิษย์ เป็นผู้ที่ มีสภาพร่างกายเหมาะสมกับกีฬาที่สอน สามารถสร้างเทคนิคพื้นฐาน และขั้นสูงให้เหมาะสมกับผู้เล่นได้ สามารถเสริมสร้างความสมบูรณ์ และทะนุบำรุงร่างกายของผู้เล่น

อย่างถูกหลักวิทยาศาสตร์การกีฬา รู้จักป้องกันและหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น และมีความพร้อมในการให้การปฐมพยาบาลแก่ผู้เล่น และสอดคล้องกับแนวความคิดของ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) กล่าวว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและการส่งมอบบริการ ต้องมีทัศนคติ ความชำนาญ ความรู้ เพราะพฤติกรรมของพนักงานมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และเมื่อบริการไม่สามารถสัมผัสได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ ทำให้เป็นการยากสำหรับลูกค้า ที่จะประเมินคุณภาพหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ รวมทั้งกิจกรรมทางการตลาดที่จะแสดงหรือสื่อให้ลูกค้าทราบ เพราะไม่มีรูปลักษณะที่จะนำมาแสดงโดยตรงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนั้นจึงต้องสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับลูกค้า เช่น การแสดงผลงานว่าผู้ฝึกสอน และเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำ เคยผ่านการสอน เคยอบรม หรือมีประสบการณ์อะไรมาบ้าง หรือมีใบรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่ศูนย์กีฬาฯมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์และได้รับการอบรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มศักยภาพและเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานไปในทิศทางที่องค์กรตั้งเอาไว้ ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น และยังสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรได้ด้วย อีกทั้งบุคลากรผู้ให้บริการจะเป็นผู้ที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ โดยตรง หากผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อบุคลากรแล้วก็จะทำให้ไม่กลับมาใช้บริการอีกก็ได้

แนวทางการพัฒนาด้านกระบวนการบริการ จากผลการวิจัยพบว่า ศูนย์กีฬาฯควรจะ มีการกวดขันด้านความปลอดภัยให้มากขึ้น เช่น จัดวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ให้อยู่ในจุดที่สามารถดูแลผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง การบังคับให้ผู้ใช้บริการสวมเสื้อชูชีพทุกครั้งในขณะที่เล่นกีฬาทางน้ำ มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น มีการเตรียมเรือยางให้พร้อมขณะมีผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ในรายชื่อ ควรมีการกวดขันด้านความปลอดภัยและมีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งหากเกิดเหตุฉุกเฉิน ของบุคลากรศูนย์กีฬาฯที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาฯในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ากระบวนการจัดวางตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรที่ดีจะช่วยส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ เพราะบุคลากรจะได้ไม่สับสนกับขอบเขตหน้าที่ของตนเอง และการจัดกระบวนการบริการที่ดีจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและการรับบริการนอกจากนั้นยังทำให้เกิดความปลอดภัยในการให้บริการ และการรับบริการด้วย สอดคล้องกับแนวความคิดของ ฟอร์เซทท์ (Fawcett, 1968) ที่ว่าผู้ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำจะต้องอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง และสามารถรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทั่วทั้ง

สอดคล้องกับแนวความคิดของ มาสโลว์ (Maslow อ้างถึงใน พรทิพย์ สัมปัตตะวนิชม, 2550) ในระดับขั้นของความต้องการด้านความปลอดภัย ที่ว่ามนุษย์มีความต้องการความปลอดภัย คือ ความปลอดภัยทั้งทางกายและความมั่นคงทางใจ เช่น ความคุ้นเคย การอยู่ในสถานที่ปลอดภัย ความต้องการการป้องกันคุ้มครอง ความมั่นคงในชีวิต และสอดคล้องกับแนวคิดของ รัตยาพร เสมอใจ (2547) ที่ว่า กระบวนการเป็นการสร้างสรรค์และส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญคือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการที่ดีควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกันและงานที่ได้ต้องดีมีประสิทธิภาพ

แนวทางการพัฒนาด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการวิจัยพบว่า ศูนย์กีฬาควรจะทำเครื่องแบบพนักงานให้มีความเหมาะสมกับแต่ละหน้าที่ และสามารถสังเกตได้ง่าย สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ในรายชื่อ ควรจัดทำเครื่องแบบพนักงานให้เหมาะสม สามารถสังเกตได้ง่าย ของบุคลากร ศูนย์กีฬา และผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลักษณะทางกายภาพมีผลเป็นอย่างมากต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคเพราะเป็นสิ่งที่สามารถสัมผัสหรือจับต้องได้ ผู้บริโภคจะใช้สิ่งนี้ประเมินคุณภาพของการบริการ ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญและมีการพัฒนา ปรับปรุงลักษณะทางกายภาพให้ได้อยู่เสมอ ซึ่งเครื่องแบบพนักงานก็เป็นลักษณะทางกายภาพอย่างหนึ่งที่ผู้วิจัยคิดว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการ และเป็นลักษณะทางกายภาพที่สามารถพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงได้ง่าย สอดคล้องกับแนวความคิดของ ยูพาวรรณ วรณวณิชย์ (2548) ที่ว่า ลักษณะของบริการที่จับต้องไม่ได้ทำให้ต้องพยายามสร้างสิ่งที่จับต้องได้ สิ่งที่เห็นได้ชัดคือพนักงาน วิธีการที่นิยมใช้คือเครื่องแบบในการแต่งกายที่เป็นรูปแบบเฉพาะของตนเองทำให้ลูกค้าสะดวกในการเลือกใช้บริการ และจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ ฟอว์เซทท์ (Fawcett, 1968) ที่ว่า เครื่องแบบของผู้ดูแลความปลอดภัยทางน้ำไม่เพียงแต่จะต้องมีความเหมาะสมเท่านั้นแต่ยังต้องมีความชัดเจน สามารถสังเกตได้ง่ายและมีข้อความที่เขียนว่า ผู้ดูแลรักษาความปลอดภัยทางน้ำ (Lifeguard) ด้วย

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. เนื่องจากศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนมีการให้บริการกีฬาที่มีความแตกต่างจากศูนย์กีฬาอื่นๆ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ศูนย์กีฬาบึงหนองบอนควรมีการจัดทำเว็บไซต์สำหรับให้ข้อมูลพื้นฐานของศูนย์กีฬาฯ และข้อมูลเฉพาะที่มีความจำเป็นต่อผู้ใช้บริการศูนย์กีฬาฯ เช่น ข้อมูลสภาพอากาศ แรงแลม ทิศทางลม เป็นต้น

2. เนื่องจากผู้มาเล่นกีฬาทางบกส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้บริการในช่วงเวลาตั้งแต่ 17.00 น. เป็นต้นไป ทำให้แสงสว่างไม่เพียงพอไม่สะดวกต่อการเล่นกีฬา ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ศูนย์กีฬาฯ ควรมีการติดตั้งระบบไฟส่องสว่างในบริเวณสนามกีฬาทางบก

3. เนื่องจากกิจกรรมกีฬาที่ทางศูนย์กีฬาฯ ให้บริการเป็นกีฬากลางแจ้งทำให้มีข้อจำกัดในการเล่น โดยเฉพาะในส่วนของกีฬาทางน้ำในวันที่สภาพอากาศไม่เอื้ออำนวย ผู้ใช้บริการจะไม่สามารถประกอบกิจกรรมกีฬาได้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ศูนย์กีฬาฯ ควรมีการจัดสร้างโรงยิมเพื่อใช้สำหรับการเล่นกีฬาในร่ม หรือฟิตเนส เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเล่นกีฬา หรือออกกำลังกายประเภทอื่นๆ ได้

4. เนื่องจากระยะทางจากปากทางเข้าไปถึงบริเวณศูนย์กีฬาฯ นั้นค่อนข้างมีระยะทางไกล ทำให้ไม่สะดวกเมื่อผู้เข้าใช้บริการจะเดินทางออกไปทานอาหาร หรือหาน้ำดื่ม ในกรณีที่ผู้มาใช้บริการประสงค์ที่จะใช้บริการทั้งวัน ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ทางศูนย์กีฬาฯ ควรมีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่ม หรือมีซุ้มขายน้ำภายในบริเวณศูนย์กีฬาฯ และ/หรือมีการให้บริการเช่าจักรยานเพื่อความสะดวกในการเดินทางออกไปนอกศูนย์กีฬาฯ ชั่วคราว

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. เพราะตามหลักทฤษฎีการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดในด้านสถานที่นั้น ความสะดวกในการเดินทางเข้ารับบริการของลูกค้าจะถูกนำมาพิจารณาเป็นอันดับแรกๆ ดังนั้นองค์กรควรมีการพัฒนาเรื่องการคมนาคมเพื่อให้การเดินทางมาใช้บริการของประชาชนมีความสะดวกมากขึ้น ซึ่งอาจจะทำให้มีประชาชนเข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาฯ มากขึ้นก็ได้

2. ควรมีการร่วมมือกันระหว่างศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กับสำนักกระแสน้ำในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาคุณภาพของน้ำในบึง ให้มีความสะอาดไม่มีกลิ่นเหม็น เนื่องจากความสะอาดของบึงน้ำเป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้ประชาชนบางส่วนไม่กล้าที่จะใช้บริการกีฬาทางน้ำ เพราะบึงน้ำถือเป็นจุดเด่นของศูนย์กีฬาแห่งนี้ หากมีการพัฒนาบึงน้ำให้มีความสะอาดอาจจะทำให้มีผู้เข้ามาใช้บริการของศูนย์กีฬาฯ เพิ่มมากขึ้น

3. องค์กรควรมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรผู้ปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้เกิดขวัญและกำลังใจในการทำงาน สร้างจิตสำนึกในการบริการ และดึงคนที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กรใน

ระยะยาว เช่น การส่งเสริมการฝึกอบรม การให้สวัสดิการที่ดี การกำหนดตำแหน่งงานเพื่อบรรจุให้พนักงานมีตำแหน่งงานที่มั่นคง เป็นต้น

#### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ว่ามีวิธีการบริหารจัดการอย่างไร
2. ควรศึกษารูปแบบการบริหารจัดการของสถานที่อื่นๆที่อยู่ภายใต้การดูแลของภาคเอกชนซึ่งให้บริการกีฬาทางน้ำประเภทเดียวกับศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนกรุงเทพมหานคร ว่าวิธีการบริหารจัดการอย่างไร
3. ควรศึกษาการจัดการการตลาดของสถานที่ให้บริการกีฬาทางน้ำอื่นๆ



ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- คมชนัญญ โวหาร. การศึกษาการบริหารจัดการกีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2551.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. การตลาดบริการธุรกิจบริการ: **Service Marketing**. กรุงเทพมหานคร: เอ็กช  
เปอร์เน็ท, 2545.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. การจัดการและการตลาดบริการ: **Service Marketing and Management**.  
กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2547.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. หลักการตลาด : **Principle of Marketing**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์  
ปัญญาชน, 2551.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ: **Service Marketing**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น,  
2546.
- ณัฐวุฒิ สิทธิชัย. แนวทางการพัฒนาการจัดกิจกรรมนันทนบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย  
จังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชา  
วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- เดลินิวส์. สวนสาธารณะคุณภาพดับแก้ว ไม่ได้เป็นแค่สนามกีฬาทางน้ำ [ออนไลน์]. เดลินิวส์,  
2553. แหล่งที่มา:  
[http://www.dailynews.co.th/newstartpage/index.cfm?page=content&categoryId=354&co  
ntentID=43386](http://www.dailynews.co.th/newstartpage/index.cfm?page=content&categoryId=354&contentID=43386) [2553, พฤษภาคม 23]
- ทวี ทิมขำ. การพัฒนาชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2528.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อรุณา. การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัท  
แอกทีฟ พรินท์ จำกัด: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อรุณา. การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. บริษัท  
แอกทีฟ พรินท์: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- ธวัช ทันโตภาส. พัฒนาชุมชนกับงานพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มิตรสยาม, 2529
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่(ปรับปรุงใหม่ล่าสุด).  
กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2541.

ธานี ตะกรุดทอง. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการจัดกิจกรรมการตลาดของศูนย์ออกกำลังกาย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางการกีฬา บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. 2546

นันทวัฒน์ บรมานันท์. หลักกฎหมายปกครองเกี่ยวกับบริการสาธารณะ. พิมพ์ครั้งที่ 4.

กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2552.

ปรางทิพย์ ยูวานนท์. การจัดการการกีฬา: Sport Management. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร:

เอ.อาร์.อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน, 2552.

ประภาพรรณ จุมพลเดชาพันธ์. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจัดนิทรรศการที่มีต่อศูนย์การ

ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,

2545.

ประยูร กาญจนกุล. คำอธิบายกฎหมายการปกครอง. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

2549.

ปรัชญา เวสารัชช์. องค์การกับลูกจ้าง. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

ปาริชาติ ประกอบมาศ. การศึกษาการจัดการสนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม

2550. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,

2551.

พงษ์พันธุ์ พุทธิวิศิษฎ์. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญา

โท สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,

2552.

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. แรงจูงใจกับการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

พิทยา บวรวัฒนา. ทฤษฎีองค์การสาธารณะ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2541.

ภักดิ์วัฒน์ เชิดพุทธ. การศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารจัดการศูนย์บริการการกีฬารวมศาสตร์

ศูนย์รังสิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,

2552.

ยุทธ ไกยวรรณ. พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น, 2545.

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.

ยูดี สิทธิพิทักษ์วงศ์. **ปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวงเวียนใหญ่.**

สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, 2547.

รวีวรรณ ไพรรุ่งโรจน์. **จิตวิทยาการบริการ: Psychology for Service.** พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2551.

ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542.** พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์, 2546.

วราเดช จันทรศร. **การพัฒนาต้นแบบการบริการสาธารณะที่เป็นเลิศ: กรณีศึกษาจากต่างประเทศ.**

พิมพ์ครั้งที่ 1. สหายบล็อกและการพิมพ์: สมาคมนักวิจัยมหาวิทยาลัยไทย (TURA), 2544.

วาสนา บุตรโพธิ์. **ความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทาง**

**การตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกาย จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์**

**ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการเล่นกีฬา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา, 2549.**

วาสนา โฉมดี. **ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์**

**ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การ**

**ออกกำลังกายและการเล่นกีฬา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา, 2550.**

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. **การตลาดธุรกิจบริการ.** กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2547.

วิจิตร บุญยะโหดระ. **อุบัติเหตุ: Accidents.** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการป้องกัน

**อุบัติเหตุแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2527.**

ศิรินาถ สิงหาแก้ว. **การเปรียบเทียบค่าสถิติของมาตรฐานค่าที่มีจำนวนช่วงต่างกัน.**

**วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาวิจัยการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย**

**จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. **หลักการตลาด : Principles of Marketing.** กรุงเทพมหานคร:

**Diamond in business world, 2541.**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. **การบริหารการตลาดยุคใหม่(ปรับปรุงใหม่ล่าสุด).** กรุงเทพมหานคร:

**ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2541.**

ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน. **ความเป็นมาของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน.**

กรุงเทพมหานคร: ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร, 2552



- ศุภเรศ แดงขำ. **ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้มาใช้บริการสนามฝึกว้อมกอล์ฟในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- สรานี เตมียะเวส. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้น้ำต่อการให้บริการของบริษัทประปา บางประกง จำกัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ, 2548.
- สิทธิ์ ชีรสรณ์. **การตลาด: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 1991.
- สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ. **ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- สมิต สัจฉกร. **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ**. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2542.
- สมิต สัจฉกร. **ศิลปะการให้บริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สายธาร, 2550.
- สุปัญญา ไชยชาญ. **พจนานุกรมศัพท์การตลาด อังกฤษ – ไทย**. กรุงเทพมหานคร: พี เอ ลีฟวิ่ง, 2542.
- สุพร บุญปก. **การศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- สุนา อยู่โพธิ์. **ตลาดบริการ**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.
- อนันต์ ศิริภัสราภรณ์. **สืบสานแนวพระราชดำริ สู่มหานครแห่งกีฬา**. กรุงเทพมหานคร: กองการกีฬา สำนักวัฒนธรรม กีฬาและท่องเที่ยว. 2549.
- อภิสิทธิ์ นัทรทนานนท์ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. **หลักการตลาดเพื่อธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เสริมมิตร, 2553.
- อักริน สมกิจรุ่งโรจน์. **แนวทางการออกแบบและบริหารจัดการศูนย์การกีฬาในกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาสำหรับการออกแบบศูนย์การกีฬาในพื้นที่เว้นจากการใช้งานโรงงานยาสูบ**. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong and Chin Tiong Tan. **การจัดการการตลาด ฉบับเอเชีย: Marketing Management An Asian Perspective**. แปลโดย อุทิศ ศิริวรรณ. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินไดไชน่า, 2549.

Philip Kotler. **Principles of Marketing: หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน**. แปลโดย วารุณี ตันติวงศ์ วาณิช นิภา นิรัตติกุล สุนทรี เหล่าพัฒน์ พรพรหม พรหมเทศ นิตยางามเน และจุฑามาศ ทวีไพบุลย์วงศ์. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2552.

### ภาษาอังกฤษ

Fawcett, P. **Aquatic facility management**. United States of America: Kinetics, 1968.

Gronroos, C. **Services management and marketing**. New York : McGraw-Hill, 1990.

Lovelock, C. and Wright, L. **Principles of service marketing and management**. Second Edition. New Jersey: Prentice Hall, 2002.

Thibault, L. Strategy in nonprofit sport organizations. **Proquest Dissertation Abstracts**. Canada : University of Albery, 1993.

Watt, D.C. **Sports management and administration**. 2nd Edition. London: Routledge Taylor and Francis Group, 2006.

Weber, M. **The protestant ethic and the spirit of capitalism**. New York : Charles Scribner's Sons, 1966.

Yamane, T. **Statistics: An introductory analysis**. Tokyo: Harper International Edition, 1973.

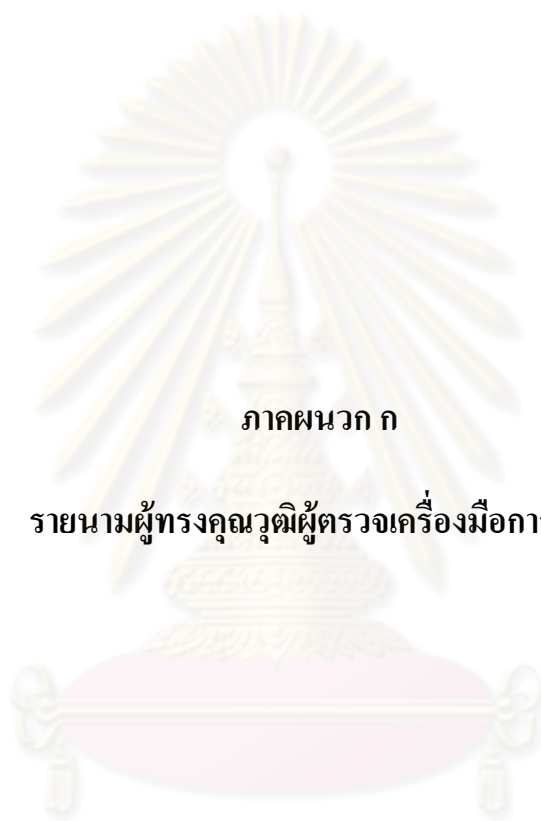
Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., and Gremler, D.D. **Services marketing: Integrating customer focus across the firm**. 5th Edition. Boston: McGraw Hill, 2009.

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย

1. ดร.จุฑา ติงศภักดิ์

อาจารย์ประจำกลุ่มวิชา การจัดการกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. อาจารย์ฉัตรชัย มะสุนสืบ

อาจารย์ประจำกลุ่มวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. นายออมศิลป์ อธิปธรรมวาริ

เจ้าหน้าที่พลศึกษา 4

รองหัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

4. นายบัญญัติ สระทอง

ประธานชมรมกีฬาเรือใบ ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

5. นายณัฐวุฒิ วงศ์รักษ์

ผู้ฝึกสอนกีฬาเรือใบ สโมสรราชวรุณ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตอบแบบสอบถาม

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ในการตอบแบบสอบถาม

1. นายยิ่งศักดิ์ เผ่าอินจันทร์  
ผู้อำนวยการกองการกีฬา  
กองการกีฬา สำนักวัฒนธรรมกีฬา และการท่องเที่ยว
2. นายสันติย์ ผดุงศิลป์  
หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมกีฬา  
กองการกีฬา สำนักวัฒนธรรมกีฬา และการท่องเที่ยว
3. นายพยุง สัมมาร์ตัน  
หัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร  
กองการกีฬา สำนักวัฒนธรรมกีฬา และการท่องเที่ยว
4. นายออมศิลป์ อธิปธรรมวาริ  
รองหัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร  
กองการกีฬา สำนักวัฒนธรรมกีฬา และการท่องเที่ยว
5. ดร.จุฑา ดิงศภัทย์  
อาจารย์ประจำกลุ่มวิชา การจัดการกีฬา  
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
6. อาจารย์ฉัตรชัย มะสุนสืบ  
อาจารย์ประจำกลุ่มวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา  
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศูนย์บริหารทรัพย์สิน  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๖๖๕



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ การศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ผู้ที่มาใช้บริการศูนย์กีฬา ทางน้ำบึงหนองบอน และบุคลากรของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียด ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และ ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิ่งสุเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา  
ฝ่ายวิชาการและวิจัย  
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐  
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐  
ที่ ศธ ๐๔๑๒.๒๔(วช)/ว.๐๖๘ วันที่ ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔  
เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.จุฬา ดิงศภักดิ์

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม  
๓. แบบประเมินคุณภาพเครื่องมือ

ด้วย นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย ด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐  
ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ว.๐๖๘ วันที่ ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔  
เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ฉัตรชัย มะสุนสีบ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม  
๓. แบบประเมินคุณภาพเครื่องมือ

ด้วย นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณี คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย ด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔/๐๐ ๖๖๕



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน นายณัฐวุฒิ วงษ์รักษ์

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม  
๓. แบบประเมินคุณภาพเครื่องมือ

ด้วย นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกาครั้งนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา  
ฝ่ายวิชาการและวิจัย  
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐  
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศษ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๕๕๕

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๐ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณอมศิลป์ อธิปธรรมวารี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด  
๒. ตัวอย่างแบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด  
๓. แบบประเมินคุณภาพเครื่องมือ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แห่งวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกาณ์นี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐ ๒๒ ๒

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๐ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณบัญชา สระทอง

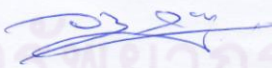
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด  
๒. ตัวอย่างแบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด  
๓. แบบประเมินคุณภาพเครื่องมือ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แห่งวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณี คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณิงสุเกษม)  
คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา  
ฝ่ายวิชาการและวิจัย  
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐  
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๕๖๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๐ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองกีฬา ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้ด้วยดี ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ท่าน เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด พร้อมทั้งพิจารณาและให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ว่ามีความเป็นไปได้ และ/หรือสามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คเนิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศษ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐ ๕๕๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๐ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมกีฬา ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ท่าน เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด พร้อมทั้งพิจารณาและให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ว่ามีความเป็นไปได้ และ/หรือสามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๖๖๗



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๐ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน หัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลขวัญวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ท่าน เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด พร้อมทั้งพิจารณาและให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ว่ามีความเป็นไปได้ และ/หรือสามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๕๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๕๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๕๕๖

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๐ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน รองหัวหน้าศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปด้ด้วยดี ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวนิธินันต์ โพธิ์ปัญญาศักดิ์ เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ท่าน เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด พร้อมทั้งพิจารณาและให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ว่ามีความเป็นไปได้ และ/หรือสามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ภาคผนวก ง

เครื่องมือวิจัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

เรื่องแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน  
(สำหรับบุคลากรศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน)

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อความที่เป็นจริง หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

- ตำแหน่งหน้าที่ภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน
  - ( ) อาสาสมัครศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน
  - ( ) อาสาสมัครลานกีฬากรุงเทพมหานคร
  - ( ) ลูกจ้างศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน
  - ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- เพศ
  - ( ) ชาย
  - ( ) หญิง
- อายุ.....ปี
- ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน
  - ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี
  - ( ) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
  - ( ) ปริญญาตรี
  - ( ) สูงกว่าปริญญาตรี
- ระยะเวลาการทำงานในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน
  - ( ) น้อยกว่า 1 ปี
  - ( ) ระยะ 1 – 3 ปี
  - ( ) ระยะ 3 – 6 ปี
  - ( ) มากกว่า 6 ปี

## ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

## กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ท่านเห็นด้วย และ/หรือเห็นว่ามิใช่ประโยชน์ต่อการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>				
1. จัดให้มีการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น (โปรดระบุกีฬาที่ต้องการให้มีการสอน.....)				
2. จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยทางน้ำ เช่น การช่วยชีวิตคนจมน้ำ การกู้เรือ				

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
3. จัดให้มีโปรแกรมการสอนกีฬาหลายระดับ เช่น โปรแกรมสำหรับผู้เริ่มต้น โปรแกรมเพื่อพัฒนาเป็นนักกีฬา (โปรแกรมบุคกีฬาทที่ต้องการให้เพิ่มโปรแกรม.....)				
4. จัดให้มีโครงการด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนใกล้เคียง				
5. มีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ				
6. จัดให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำได้มาตรฐาน เช่น ชง ทุ่น				
7. มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน				
8. มีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน เช่น ตาข่าย				
9. มีการเพิ่มจำนวนสนามกีฬาทางบกให้เพียงพอต่อความต้องการ (โปรแกรมบุสนามกีฬาที่ทานต้องการ.....)				
10. มีการให้บริการอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐานในทุกชนิดกีฬา				
11. จัดหาอุปกรณ์กีฬาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการในทุกชนิดกีฬา				
12. จัดให้มีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มภายในบริเวณศูนย์กีฬา				
13. มีการให้บริการสนามกีฬาเพื่อการจัดกิจกรรมอื่นๆ เช่น การแข่งขันกีฬาของหน่วยงาน				
<b>ด้านราคา (Price)</b>				
1. มีวิธีการเก็บค่าสมาชิกหลายราคา เช่น รายวัน รายเดือน (โปรแกรมบุ.....)				
2. มีการระบุอัตราค่าใช้จ่ายบริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เช่น ค่าเล่นกีฬาทางน้ำ ค่าเช่าสนาม ค่าเช่าเสื้อคอเกอร์				
<b>ด้านสถานที่ (Place)</b>				
1. มีการเพิ่มบริการคมนาคม เช่น รถบริการรับ-ส่งเข้าไปศูนย์กีฬา (โปรแกรมบุ.....)				
2. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้มาตรฐาน เช่น เสื้อชูชีพ เรือกู้ภัย				

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มาก ที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
3. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำอย่างเพียงพอ				
4. ปรับปรุงจุดรับสมัครสมาชิกให้ชัดเจนสามารถสังเกตได้ง่าย				
5. มีการเพิ่มจำนวน ของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ				
6. มีการเพิ่มปริมาณพื้นที่จอดรถ				
7. มีการแบ่งเขตทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน				
8. มีการสร้างทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ทั่วศูนย์ฯ				
9. มีการสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการอื่นๆ				
10. จัดให้มีทางเข้า – ออกโรงเก็บเรือที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายเรือ				
11. จัดสรรพื้นที่ในโรงเก็บเรือให้เหมาะสมต่อการเก็บและเคลื่อนย้ายเรือ				
12. มีการเพิ่มทางเข้า – ออกศูนย์กีฬาให้มีหลายเส้นทาง				
13. ติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาและโดยรอบอย่างเหมาะสม				
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>				
1. มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก				
2. มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วารสาร				
3. ปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาแก่ผู้ให้บริการ ให้มีความน่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น				
4. จัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การบริการทดสอบสมรรถภาพการจัดกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์ (โปรกระบุ.....)				
<b>ด้านบุคลากร (People)</b>				
1. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการสอน				

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
2. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นนักกีฬา				
3. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นผู้มีชื่อเสียงในแวดวงกีฬา				
4. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา				
5. มีการเพิ่มจำนวนผู้ฝึกสอนให้เพียงพอต่อความต้องการ				
6. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ความสามารถและ ประสบการณ์				
7. ส่งเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำเข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันอื่นๆที่เชื่อถือได้				
8. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำให้เพียงพอ				
9. อบรมพนักงานให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์กีฬาได้				
10. ส่งเสริมพนักงานให้มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส				
11. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ด้านอื่นๆ(โปรดระบุ.....)				
<b>ด้านกระบวนการ (Process)</b>				
1. พัฒนาวิธีการติดต่อศูนย์กีฬาทางน้ำให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น				
2. ให้พนักงานแนะนำขั้นตอนการใช้บริการของศูนย์กีฬาหลังสมัครสมาชิก				
3. มีการช่วยอำนวยความสะดวกในการสมัครมากขึ้น เช่น มีบริการถ่ายรูปแทนการนำรูปมาด้วยตัวเอง				
4. มีการจัดระบบบริการที่ดี กรณีที่มีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมาก				
5. มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งหากเกิดเหตุฉุกเฉิน				
6. มีการจัดระบบเคลื่อนย้ายเรือที่ดีในกรณีที่ผู้ใช้บริการนำเรือมาเอง				
7. มีการกวดขันด้านความปลอดภัย เช่น การวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ในการดูแลผู้ใช้บริการ การบังคับให้ผู้ใช้บริการสวมเสื้อชูชีพทุกครั้ง				
8. มีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนมากขึ้น (โปรดระบุช่วงเวลา..)				

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
9. มีการจัดตารางการเรียนการสอนล่วงหน้าในแต่ละเดือน				
10. มีการอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียน				
11. มีการเก็บค่าปรับ ในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้ บริการ				
12. มีการดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณศูนย์กีฬาอยู่เสมอ				
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)				
1. จัดทำเครื่องแบบพนักงานให้เหมาะสม สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย				
2. ปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย				
3. มีการบำรุงรักษาสภาพของเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ ต่างๆ ให้สามารถพร้อมใช้งานเสมอ				
4. มีการจัดการระบบการรักษาคุณภาพน้ำในบึงให้สะอาด ไม่เน่า เสีย				
5. มีการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณศูนย์ฯเพื่อความสวยงาม				
6. มีการตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มี การจัดแสดงประวัติการเล่นเรือใบของในหลวง การติดรูปภาพ นักกีฬาที่มีชื่อเสียง				
7. มีการเพิ่มระบบดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น ติดตั้งกล้อง วงจรปิด				
8. จัดทำป้ายแสดงแผนผังของศูนย์กีฬาเพื่อความสะดวกในการ ใช้บริการ				
9. มีการจัดทำเอกสารหรือป้ายแนะนำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวัง ในการใช้บริการ				
10. มีการจัดทำป้ายบอกทางภายใน และภายนอกศูนย์กีฬาทาง น้ำ ที่ชัดเจน				
11. จัดให้มีที่นั่งไว้ให้บริการ โดยรอบ				
12. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในศูนย์กีฬา เช่น โทรทัศน์ ตู้น้ำดื่ม (โปรดระบุ.....)				



ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ท่านคิดว่ามีผลต่อการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน  
กรุงเทพมหานคร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง  
ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ



ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

เรื่องแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน  
(สำหรับผู้เข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน)

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อความที่เป็นจริง หรือกรอกข้อความลงในช่องว่าง

1. สถานภาพการเป็นสมาชิก

1. ( ) เป็นสมาชิก

2. ( ) ไม่ได้เป็นสมาชิก

2. เพศ 1. ( ) ชาย

2. ( ) หญิง

3. อายุ

1. ( ) ต่ำกว่า 18 ปี

2. ( ) 18 – 27 ปี

3. ( ) 28 – 37 ปี

4. ( ) 38 – 47 ปี

5. ( ) 48 – 57 ปี

6. ( ) ตั้งแต่ 57 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ( ) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

3. ( ) ปริญญาตรี

4. ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

1. ( ) นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต

2. ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3. ( ) พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

4. ( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

5. ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ของท่านโดยเฉลี่ยต่อเดือน

1. ( ) ต่ำกว่า 5,000 บาท

2. ( ) 5,000 – 15,000 บาท

3. ( ) 15,001 – 25,000 บาท

4. ( ) 25,001 – 35,000 บาท

5. ( ) 35,001 – 45,000 บาท

6. ( ) 45,000 ขึ้นไป

7. สถานภาพสมรส

1. ( ) โสด

2. ( ) สมรส

3. ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ท่านเข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำ ในวันใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ( ) จันทร์ – ศุกร์

2. ( ) เสาร์ – อาทิตย์

3. ( ) วันหยุดนักขัตฤกษ์

4. ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. เวลาที่ท่านเข้ามาใช้บริการศูนย์กีฬาทางน้ำ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ( ) 8.30 – 12.00

2. ( ) 12.00 – 15.30

3. ( ) 15.30 – 18.30

4. ( ) ตั้งแต่ 18.30 เป็นต้นไป

10. กีฬาที่ท่านมักเล่นเป็นประจำเมื่อมาใช้บริการ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ( ) เรือใบ
  2. ( ) เรือคยัค
  3. ( ) เรือกระรเชียง
  4. ( ) เรือ 5 ฝีพาย
  5. ( ) วินเซิร์ฟ
  6. ( ) สนามบาสเกตบอล
  7. ( ) สนามตะกร้อ
  8. ( ) สนามฟุตบอล
  9. ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
11. เหตุผลสำคัญที่ท่านเลือกใช้บริการของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ( ) มีการให้บริการกีฬาทางน้ำที่ต่างจากศูนย์กีฬาอื่นในกรุงเทพมหานคร
  2. ( ) อัตราค่าสมาชิกราคาถูก
  3. ( ) ที่ตั้งของศูนย์กีฬาทางน้ำอยู่ใกล้ที่พัก/ที่ทำงานหรือสะดวกต่อการเดินทาง
  4. ( ) จากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต เป็นต้น
  5. ( ) ครูฝึกสอนกีฬาทางน้ำเป็นผู้มีชื่อเสียง
  6. ( ) มีระบบการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก
  7. ( ) มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี เหมาะแก่การออกกำลังกายและพักผ่อนหย่อนใจ
  8. ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ท่านเห็นด้วย และ/หรือเห็นว่า มีประโยชน์ต่อการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>				
1. จัดให้มีการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น (โปรดระบุกีฬาที่ต้องการให้มีการสอน.....)				
2. จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยทางน้ำ เช่น การช่วยชีวิตคนจมน้ำ การกู้เรือ				
3. จัดให้มีโปรแกรมการสอนกีฬาหลายระดับ เช่น โปรแกรมสำหรับผู้เริ่มเล่น โปรแกรมเพื่อพัฒนาเป็นนักกีฬา (โปรดระบุกีฬาที่ต้องการให้เพิ่มโปรแกรม.....)				
4. จัดให้มีโครงการด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนใกล้เคียง				

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
5. มีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ				
6. จัดให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำได้มาตรฐาน เช่น ชง ฟัน				
7. มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน				
8. มีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางบกให้ได้ มาตรฐาน เช่น ตาข่าย				
9. มีการเพิ่มจำนวนสนามกีฬาทางบกให้เพียงพอต่อความต้องการ (โปรดระบุสนามกีฬาที่ท่านต้องการ.....)				
10. มีการให้บริการอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐานในทุกชนิดกีฬา				
11. จัดหาอุปกรณ์กีฬาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการในทุก ชนิดกีฬา				
12. จัดให้มีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องคืมภายในบริเวณ ศูนย์กีฬา				
13. มีการให้บริการสนามกีฬาเพื่อการจัดกิจกรรมอื่นๆ เช่น การ แข่งขันกีฬาของหน่วยงาน				
<b>ด้านราคา (Price)</b>				
1. มีวิธีการเก็บค่าสมาชิกหลายราคา เช่นรายวัน รายเดือน (โปรดระบุ.....)				
2. มีการระบุอัตราค่าใช้บริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เช่น ค่า เล่นกีฬาทางน้ำ ค่าเช่าสนาม ค่าเช่าล็อกเกอร์				
<b>ด้านสถานที่ (Place)</b>				
1. มีการเพิ่มบริการคมนาคม เช่น รถบริการรับ-ส่งเข้าไปศูนย์กีฬา (โปรดระบุ.....)				
2. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้ มาตรฐาน เช่น เสื้อชูชีพ เรือกู้ภัย				
3. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำอย่าง เพียงพอ				
4. ปรับปรุงจุดรับสมัครสมาชิกให้ชัดเจนสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย				
5. มีการเพิ่มจำนวน ของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ				

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
6. มีการเพิ่มปริมาณพื้นที่จอดรถ				
7. มีการแบ่งเขตทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน				
8. มีการสร้างทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ ทั่วศูนย์ฯ				
9. มีการสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการ อื่นๆ				
10. จัดให้มีทางเข้า – ออกโรงเก็บเรือที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย เรือ				
11. จัดสรรพื้นที่ในโรงเก็บเรือให้เหมาะสมต่อการเก็บและ เคลื่อนย้ายเรือ				
12. มีการเพิ่มทางเข้า – ออกศูนย์กีฬาให้มีหลายเส้นทาง				
13. ติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาและโดยรอบอย่าง เหมาะสม				
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>				
1. มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วัน เด็ก				
2. มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของ ศูนย์กีฬาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วารสาร				
3. ปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาแก่ ผู้ให้บริการ ให้มีความน่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น				
4. จัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การบริการทดสอบสมรรถภาพ การจัดกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์ (โปรกระบุ.....)				
<b>ด้านบุคลากร (People)</b>				
1. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ใน การสอน				
2. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นนักกีฬา				
3. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นผู้มีชื่อเสียงในแวดวงกีฬา				
4. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์ การกีฬา				

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
5. มีการเพิ่มจำนวนผู้ฝึกสอนให้เพียงพอต่อความต้องการ				
6. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถและ ประสบการณ์				
7. ส่งเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำเข้ารับการฝึกอบรมจาก สมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันอื่นๆที่เชื่อถือได้				
8. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำให้ เพียงพอ				
9. อบรมพนักงานให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์ กีฬาได้				
10. ส่งเสริมพนักงานให้มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส				
11. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ด้านอื่นๆ(โปรดระบุ.....)				
<b>ด้านกระบวนการ (Process)</b>				
1. พัฒนาระบบการติดต่อศูนย์กีฬาทางน้ำให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น				
2. ให้พนักงานแนะนำขั้นตอนการใช้บริการของศูนย์กีฬาหลัง สมัครสมาชิก				
3. มีการช่วยอำนวยความสะดวกในการสมัครมากขึ้น เช่น มี บริการถ่ายรูปแทนการนำรูปมาด้วยตัวเอง				
4. มีการจัดระบบบริการที่ดี กรณีที่มีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมาก				
5. มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันที่หากเกิดเหตุฉุกเฉิน				
6. มีการจัดระบบเคลื่อนย้ายเรือที่ดีในกรณีที่ผู้ใช้บริการนำเรือมา เอง				
7. มีการทบทวนด้านความปลอดภัย เช่น การวางตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ในการดูแลผู้ใช้บริการ การบังคับให้ผู้ใช้บริการสวมเสื้อ ชูชีพทุกครั้ง				
8. มีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนมากขึ้น (โปรดระบุช่วงเวลา.)				
9. มีการจัดตารางการเรียนการสอนล่วงหน้าในแต่ละเดือน				
10. มีการอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียน				
11. มีการเก็บค่าปรับ ในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการ				
12. มีการดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณศูนย์กีฬาอยู่เสมอ				

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)</b>				
1. จัดทำเครื่องแบบพนักงานให้เหมาะสม สามารถสังเกตได้ง่าย				
2. ปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย				
3. มีการบำรุงรักษาสภาพของเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ ต่างๆ ให้สามารถพร้อมใช้งานเสมอ				
4. มีการจัดการระบบการรักษาคุณภาพน้ำในบึงให้สะอาด ไม่เน่า เสีย				
5. มีการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณศูนย์เพื่อความสวยงาม				
6. มีการตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มี การจัดแสดงประวัติการเล่นเรือใบของในหลวง การติดรูปภาพ นักกีฬาที่มีชื่อเสียง				
7. มีการเพิ่มระบบดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น ติดตั้งกล้องวงจร ปิด				
8. จัดทำป้ายแสดงแผนผังของศูนย์กีฬาเพื่อความสะดวกในการใช้ บริการ				
9. มีการจัดทำเอกสารหรือป้ายแนะนำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวัง ในการใช้บริการ				
10. มีการจัดทำป้ายบอกทางภายใน และภายนอกศูนย์กีฬาทางน้ำ ที่ชัดเจน				
11. จัดให้มีที่นั่งไว้ให้บริการโดยรอบ				
12. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในศูนย์กีฬา เช่น โทรทัศน์ ตู้น้ำดื่ม (โปรดระบุ.....)				

**ตอนที่ 3** ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ท่านคิดว่ามีผลต่อการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน  
กรุงเทพมหานคร

.....  
 .....  
 .....

ขอขอบคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง  
ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ

## แบบสัมภาษณ์

เรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร”  
สำหรับผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการประเภทกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อความที่เป็นจริง หรือกรอกข้อความตามความเป็นจริง

1. ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์ .....
2. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
3. อายุ ..... ปี
4. ระดับการศึกษาสูงสุด  
( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี
5. ท่านประกอบอาชีพ.....
6. กิจกรรมใดที่ท่านทำเป็นประจำเมื่อมาที่ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน.....
7. ท่านมาที่ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนต่อเนื่องกันเป็นระยะเวลา .....

ตอนที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์หัวข้อเรื่อง “แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามต่อไปนี้ตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร อย่างไรในแต่ละด้านต่างๆ ได้แก่
  - 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ
  - 1.2 ด้านราคา
  - 1.3 ด้านสถานที่
  - 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
  - 1.5 ด้านบุคลากร
  - 1.6 ด้านกระบวนการบริการ
  - 1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ
2. ท่านมีสาเหตุใดที่ไม่ใช้บริการกีฬาที่ทางศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานครจัดไว้
3. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรสำหรับการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร



## แบบสอบถาม

## เรื่องแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

(สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ)

คำชี้แจง ตามที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่และผู้ให้บริการ ศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ “แนวทางในการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร” จนกระทั่งได้ข้อสรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาดังกล่าวมาแล้ว (รายละเอียดดังแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ที่ส่งมาด้วยนี้) เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและสามารถผลักดันให้แนวทางที่พัฒนาขึ้นนี้มีความเป็นไปได้ในการนำไปพัฒนาศูนย์ฯ จึงขอให้ท่านได้โปรดแสดงความคิดเห็นของท่าน โดยการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ การแสดงความคิดเห็นของท่านจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายให้แก่ท่านแต่อย่างใด เพราะผู้วิจัยจักได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในภาพรวมและนำไปเพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์**

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าคำหรือข้อความ และโปรดเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. ชื่อ-นามสกุล.....
2. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
3. อายุ.....ปี
4. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน  
( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท ( ) สูงกว่าปริญญาโท (โปรดระบุ.....)
5. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่งเป็น.....ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง.....
6. สถานที่ทำงานในปัจจุบัน.....

**ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของการนำแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานครไปพัฒนาให้ประสบความสำเร็จ**

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นตามความคิดเห็นของท่าน เกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางในข้อต่าง ๆ ของแต่ละด้าน ในการนำไปพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

ถ้าท่านมีความคิดเห็นว่า แนวทางข้อใดมีความเป็นไปได้ในการนำไปพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ให้ประสบความสำเร็จในระดับมากที่สุด ให้ท่านเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 4

ถ้าท่านมีความคิดเห็นว่า แนวทางข้อใดมีความเป็นไปได้ในการนำไปพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ให้ประสบความสำเร็จในระดับมาก ให้ท่านเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 3

ถ้าท่านมีความคิดเห็นว่า แนวทางข้อใดมีความเป็นไปได้ในการนำไปพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ให้ประสบความสำเร็จในระดับน้อย ให้ท่านเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 2

ถ้าท่านมีความคิดเห็นว่า แนวทางข้อใดมีความเป็นไปได้ในการนำไปพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ให้ประสบความสำเร็จในระดับน้อยที่สุด ให้ท่านเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 1

## ด้านผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. จัดให้มีการสอนทักษะกีฬาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น เรือพาย กระเชียง วายน้ำ ฟุตซอล เจ็ตสกี				
2. จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยทางน้ำ เช่น การช่วยชีวิตคนจมน้ำ การกู้เรือ				
3. จัดให้มีโปรแกรมการสอนกีฬาหลายระดับ เช่น โปรแกรมสำหรับผู้เริ่มต้น โปรแกรมเพื่อพัฒนาเป็นนักกีฬา				
4. จัดให้มีโครงการด้านกีฬาหรือการออกกำลังกายที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนใกล้เคียง				
5. มีการรักษาความเป็นมาตรฐานของสนามกีฬาทางน้ำอยู่เสมอ				
6. จัดให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางน้ำได้ที่มาตรฐาน เช่น ธง ทุ่น				
7. มีการปรับปรุงสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน				
8. มีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ในสนามกีฬาทางบกให้ได้มาตรฐาน เช่น ตาข่าย				
9. มีการเพิ่มจำนวนสนามกีฬาทางบกให้เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะสนามฟุตซอล				
10. มีจัดสร้างสระวายน้ำ				
11. มีการให้บริการอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐานในทุกชนิดกีฬา				
12. จัดหาอุปกรณ์กีฬาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการในทุกชนิดกีฬา				
13. มีการให้บริการเช่ารถจักรยาน				
14. จัดให้มีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มภายในบริเวณศูนย์กีฬา และ/หรือซุ้มขายน้ำ				
15. มีการให้บริการสนามกีฬาเพื่อการจัดกิจกรรมอื่นๆ เช่น การแข่งขันกีฬาของหน่วยงาน				

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

## ด้านราคา

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1. มีวิธีการเก็บค่าสมาชิกหลายราคา เช่น รายวัน รายเดือน				
2. มีการระบุอัตราค่าใช้บริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เช่น ค่า เล่นกีฬาทางน้ำ ค่าเช่าสนาม ค่าเช่าเสื้อคอเกอร์				

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านราคา

.....

.....

.....

.....

.....

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ด้านสถานที่

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1. มีการเพิ่มบริการคมนาคม เช่น รถรับส่งจากปากทางเข้าสู่ศูนย์ รถประจำทาง รถจักรยานยนต์ รถตู้จากปากซอยอุดมสุข รถ ประจำศูนย์				
2. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำที่ได้ มาตรฐาน เช่น เสื้อชูชีพ เรือกู้ภัย				
3. มีการให้บริการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางน้ำอย่าง เพียงพอ				
4. ปรับปรุงจุดรับสมัครสมาชิกให้ชัดเจนสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย เช่น มีป้ายบอกชัดเจน และ/หรือมีจุดรับสมัครด้านหน้าศูนย์				
5. มีการเพิ่มจำนวน ของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ				
6. มีการปรับปรุง และ/หรือเพิ่มห้องน้ำบริเวณสนามกีฬาทางบก				
7. มีการเพิ่มปริมาณพื้นที่จอดรถ บริเวณสนามกีฬาด้านหน้าศูนย์				
8. มีการติดตั้งตาข่ายรอบสนามกีฬาทางบก ป้องกันไม่ให้ลูกบอล ตกลงไปในบึงน้ำ				
9. มีการแบ่งเขตทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน				
10. มีการสร้างทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถให้สามารถสัญจรได้ ทั่วศูนย์ฯ				
11. มีการสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการ อื่นๆ				
12. มีการมาร์คจุดบอกระยะทางรอบศูนย์ เพื่อความสะดวกใน การคำนวณระยะทางที่ถูกต้องของผู้ที่เข้ามาออกกำลังกาย				
13. จัดให้มีทางเข้า – ออกโรงเก็บเรือที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย เรือ เช่น มีการเปลี่ยนแปลงการจัดเก็บเรือเพื่อเพิ่มพื้นที่ทาง เข้า – ออก				
14. จัดสรรพื้นที่ในโรงเก็บเรือให้เหมาะสมต่อการเก็บและ เคลื่อนย้ายเรือ				
15. มีการเพิ่มทางเข้า – ออกศูนย์กีฬาให้มีหลายเส้นทาง				
16. ติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาและโดยรอบอย่าง เหมาะสม โดยเฉพาะบริเวณสนามกีฬาทางบก				

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านสถานที่

.....

.....

.....

.....

**ด้านการส่งเสริมการตลาด**

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1. มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก				
2. มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ประวัติและข้อมูลต่างๆของศูนย์กีฬาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วารสาร ป้ายประชาสัมพันธ์ตามท้องถนน				
3. มีการเข้าร่วมโครงการ และ/หรือกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพต่างๆ เช่น ออกนุชในงานสุขภาพประจำปี เข้าร่วมโครงการของ สสส.				
4. ปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬาแก่ผู้ให้บริการ ให้มีความน่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น				
5. มีการเพิ่มจุดจัดตั้งบอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของศูนย์กีฬา เช่น บริเวณสนามกีฬาทางบก อาคารประกอบกิจกรรมลีลาศ				
6. จัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การบริการทดสอบสมรรถภาพ การจัดกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์				

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านการส่งเสริมการตลาด

.....

.....

.....

.....

### ด้านบุคลากร

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการสอน				
2. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นนักกีฬา				
3. จัดหาผู้ฝึกสอนที่เป็นผู้มีชื่อเสียงในแวดวงกีฬา				
4. จัดหาผู้ฝึกสอนที่มีวุฒิการศึกษาด้านพลศึกษาหรือวิทยาศาสตร์การกีฬา				
5. มีการเพิ่มจำนวนผู้ฝึกสอนให้เพียงพอต่อความต้องการ				
6. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำที่มีความรู้ ความสามารถและ ประสบการณ์				
7. ส่งเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำเข้ารับการฝึกอบรมจากสมาคมเพื่อช่วยชีวิตทางน้ำ (TLSS) หรือสถาบันอื่นๆที่เชื่อถือได้				
8. มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทางน้ำให้เพียงพอ				
9. อบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับศูนย์กีฬาได้				
10. ส่งเสริมเจ้าหน้าที่ให้มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส				
11. จัดหาเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้				
12. จัดหาเจ้าหน้าที่ประจำโรงเก็บเรือ				
13. จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลบริเวณสนามกีฬาทางบก				

### ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านบุคลากร

.....

.....

.....

.....

.....

## ด้านกระบวนการ

แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1. พัฒนารูปแบบการติดต่อศูนย์กีฬาทางน้ำให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น มีการติดต่อทาง e-mail มีเจ้าหน้าที่ประจำโต๊ะติดต่อตลอดเวลา				
2. ให้พนักงานแนะนำขั้นตอนการใช้บริการของศูนย์กีฬาหลังสมัครสมาชิก				
3. มีการช่วยอำนวยความสะดวกในการสมัครมากขึ้น เช่น มีบริการถ่ายรูปแทนการนำรูปมาด้วยตัวเอง				
4. มีการจัดระบบบริการที่ดี กรณีที่มีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมาก เช่น มีการจัดลำดับก่อนหลัง กำหนดเวลาในการเล่น				
5. มีการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาได้ทันที่หากเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น มีการเตรียมเรือยางให้พร้อมขณะมีผู้ให้บริการ				
6. มีการจัดระบบเคลื่อนย้ายเรือที่ดีในกรณีที่ผู้ใช้บริการนำเรือมาเอง				
7. มีการกวดขันด้านความปลอดภัย เช่น การวางตำแหน่งเจ้าหน้าที่ในการดูแลผู้ใช้บริการ การบังคับให้ผู้ใช้บริการสวมเสื้อชูชีพทุกครั้ง				
8. มีการเพิ่มรอบการเรียนการสอนมากขึ้น				
9. มีการขยายเวลา เปิด – ปิด ศูนย์กีฬา				
10. มีการจัดตารางการเรียนการสอนล่วงหน้าในแต่ละเดือน				
11. มีการอำนวยความสะดวกในการนัดหมายหรือจัดตารางเรียน				
12. มีการเก็บค่าปรับ ในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการใช้บริการ				
13. มีการดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณศูนย์กีฬาอยู่เสมอ				

## ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านกระบวนการ

.....

.....

.....

.....

.....

**ด้านลักษณะทางกายภาพ**

<b>แนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร</b>	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. จัดทำเครื่องแบบพนักงานให้เหมาะสม สามารถสังเกตได้ง่าย				
2. ปรับปรุงท่าเรือให้มีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย				
3. มีการบำรุงรักษาสภาพของเครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆให้สามารถพร้อมใช้งานเสมอ				
4. มีการจัดการระบบการรักษาคุณภาพน้ำในบึงให้สะอาด ไม่เน่าเสีย				
5. มีการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณศูนย์ฯเพื่อความสวยงาม				
6. มีการตกแต่งพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มีการจัดแสดงประวัติการเล่นเรือใบของในหลวง การติดรูปภาพนักกีฬาที่มีชื่อเสียง ภายในศูนย์กีฬา และบริเวณรอบนอกศูนย์กีฬา				
7. มีการเพิ่มระบบดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น ติดตั้งกล้องวงจรปิด				
8. จัดทำป้ายแสดงแผนผังของศูนย์กีฬาเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ				
9. มีการจัดทำเอกสารหรือป้ายแนะนำข้อพึงปฏิบัติ ข้อควรระวังในการใช้บริการ				
10. มีการจัดทำป้ายบอกทางภายใน และภายนอกศูนย์กีฬาทางน้ำ ที่ใหญ่ และชัดเจน				
11. จัดให้มีที่นั่งไว้ให้บริการโดยรอบ				
12. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในศูนย์กีฬา เช่น ตู้น้ำดื่มหรือก๊อกน้ำประปาดื่มได้ สัญญาณอินเทอร์เน็ต ตู้โทรศัพท์สาธารณะ				

**ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านลักษณะทางกายภาพ**

.....

.....

.....

.....

.....



ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของท่านที่ตอบแบบสอบถามทุกข้อ



ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก จ

การถอดความคำให้สัมภาษณ์

ศูนย์วิทยพัชการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ข้อมูลการสัมภาษณ์ประชาชนที่ไม่ได้ใช้บริการประเภตกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำ บึงหนองบอน กรุงเทพมหานคร

การสัมภาษณ์ผู้ที่ไม่ได้เข้ามาใช้บริการประเภตกีฬาทางน้ำของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน ประกอบด้วย ผู้ที่เข้ามาวิ่งออกกำลังกาย ปั่นจักรยาน และเดินลีลาศ จำนวน 4 คน มีรายละเอียด ดังนี้

### ความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

##### 1.1 การให้บริการสอนทักษะกีฬา

การให้บริการสอนทักษะกีฬามีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว แต่อยากให้มีการเพิ่มกีฬาว่ายน้ำ เพื่อให้เป็นศูนย์กีฬาทางน้ำที่ครบวงจร เพราะขึ้นชื่อว่าศูนย์กีฬาทางน้ำแล้วก็น่าจะมีตรงนี้

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยสโมสร / 2 มีนาคม 2554

อยากให้มีการเพิ่มการสอนทักษะกีฬาเรือกรรเชียง และเรือพายด้วย

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

เหมาะสมคืออยู่แล้ว เพราะในส่วนของลีลาศมีการจัดหาครูมาสอนเองอยู่แล้ว

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ถ้าเป็นไปได้อยากให้มีการเพิ่มกีฬาเจ็ตสกี และสระว่ายน้ำ โดยให้อยู่ในโซนเดียวกัน และอยากให้มีมุมออกกำลังกายประเภทพวกเครื่องเวท

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

##### 1.2 การให้บริการสนามกีฬาทางน้ำ

ขนาดของบึงมีความเหมาะสมแต่เรื่องความสะดวกอยู่ในระดับพอใช้

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยสโมสร / 2 มีนาคม 2554

บึงมีขนาดใหญ่เหมาะสมและยังสามารถเล่นได้อีกเยอะ มีความปลอดภัยดี น้ำมีความสะอาดแต่ในบางบริเวณมีกลิ่นเหม็น น้ำไม่สะอาด

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

ขนาดเหมาะสม สะอาด มีความปลอดภัยเห็นเจ้าหน้าที่ดูแลดี

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

เหมาะสม สะอาด มีความปลอดภัย

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 1.3 การให้บริการสนามกีฬาทางบก

มาตรฐานอยู่ในระดับพอใช้ ส่วนการเพิ่มปริมาณนั้นขึ้นอยู่กับสัดส่วนของคนที่ใช้บริการ ถ้าในอนาคตคนเพิ่มขึ้นก็สมควรจะเพิ่มสนาม

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยสุโมสร / 2 มีนาคม 2554

เหมาะสมดี แต่อยากให้มีการเพิ่มสนามมากขึ้น โดยเฉพาะสนามฟุตบอลเพราะมีคนเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

เหมาะสมดี

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

มาตรฐานมีความเหมาะสมตามสภาพพอใช้ได้ เพราะวัตถุประสงค์เพื่อไว้ใช้เล่นออกกำลังกายหรือนันทนาการ ไม่ได้ใช้แข่งขัน ถ้าหากมีการเพิ่มจำนวนสนามก็อาจจะทำให้มีคนเข้ามาใช้บริการเยอะขึ้น แต่ในปัจจุบันจำนวนสนามกับปริมาณคนที่เข้ามาใช้เหมาะสมแล้ว

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

#### 1.4 การให้บริการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม

อยากให้มีการเพิ่มบริการด้านนี้อาจจะเป็นซุ้ม โต้ก๊กเล็กๆก็ได้

คาบตำรวจ สมพล ภิญ โญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

ไม่ต้องการให้มีร้านอาหารภายในศูนย์เพราะจะทำให้คนมานั่งเล่นมากกว่าที่จะเข้ามาเพื่อ  
ออกกำลังกาย ถ้ามีอยากให้เป็นซุ้มเล็กๆมากกว่า

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

อยากให้มีเป็นศูนย์อาหาร

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ไม่อยากให้มี แต่มีบริการตู้น้ำดื่มหรือก๊อกน้ำปะปาดื่มได้ก็เพียงพอแล้ว

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

## 2. ด้านราคา

ราคาถูกไปเพราะการที่จะพัฒนาต้องใช้ทุนหากเก็บในราคานี้ก็ไม่สามารถที่จะพัฒนาได้

คาบตำรวจ สมพล ภิญ โญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

เหมาะสมดี

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

เหมาะสมดี ถึงจะเก็บเพิ่มมากกว่านี้ก็ไม่มีปัญหาเพื่อที่จะได้เอาไปใช้พัฒนาศูนย์

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ราคาถูกมาก ในบางศูนย์เก็บ 60 บาท ถ้าเก็บมากกว่านี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ดี

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 3. ด้านสถานที่

#### 3.1 การเดินทางเข้าถึงศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

เดินทางเข้ามาโดยรถจักรยานยนต์ส่วนตัวไม่ลำบากต่อการเดินทาง แต่อยากให้มีการรับส่งเพิ่มเติมสำหรับคนที่ไม่มีรถส่วนตัวเข้ามา ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับปริมาณคนว่าเข้ามาใช้บริการมากน้อยแค่ไหน ถ้าหากลงทุนไปแล้วคนเข้ามาใช้น้อยก็ไม่คุ้มที่จะลงทุน

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

เดินทางมาโดยรถส่วนตัวไม่ลำบาก

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

ส่วนใหญ่คนในชมรมลีลาจะเอารถส่วนตัวมากันเอง แต่ถ้ามีบริการรับส่งเข้ามาก็จะดีมากเพื่อที่จะได้มีคนเข้ามาใช้บริการมากขึ้น

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ค่อนข้างเดินทางเข้ามาลำบากอยากให้มีการเพิ่มการคมนาคมตามที่ทางกรุงเทพมหานครเห็นสมควร

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

#### 3.2 จุดรับสมัครสมาชิก

อยากให้มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ด้านหน้าศูนย์เพื่อให้คำแนะนำกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ หรือมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่สามารถให้คำแนะนำการใช้บริการได้

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

อยากให้มีป้ายประชาสัมพันธ์ด้านหน้าหรือทางถนนใหญ่มากกว่าว่าบึงนี้ใครเป็นผู้ดูแล มี  
กีฬาอะไรให้บริการบ้าง มีวิธีการเข้ารับบริการอย่างไร ขั้นตอนการสมัครสมาชิกเป็นอย่างไร เพราะ  
คนส่วนใหญ่ไม่รู้ว่ามีกีฬาประเภทนี้อยู่ นึกว่าเป็นสระว่ายน้ำ

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

อยากให้มีจุดแข็งหรือป้ายบอกมากกว่า

คุณธิดานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

อาจจะไม่ต้องปรับปรุงแค่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย หรือเจ้าหน้าที่อื่นๆสามารถให้  
รายละเอียดได้ก็เพียงพอ

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 3.3 การให้บริการห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ

ไม่เคยเห็นแต่เข้าใจว่ามีไว้สำหรับบริการให้กับผู้ที่มาเล่นกีฬาทางน้ำเท่านั้น

ดาบคำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

ห้องน้ำบริเวณด้านหน้าใกล้กับสนามกีฬาทางบกไม่มีให้บริการ ห้องน้ำที่มีอยู่อีกฝากของ  
ศูนย์ก็ชำรุดเสียหายใช้การไม่ได้ ยังไม่ขอให้มีการเพิ่มจำนวนแต่อยากให้มีการปรับปรุงส่วนที่มี  
ให้ใช้งานได้ และให้มีคนคอยดูแลตลอด

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

อยากให้มีการปรับปรุงห้องน้ำภายในตึกที่จัดกิจกรรมลีลาศ

คุณธิดานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

เหมาะสม มีความสะอาดและเพียงพอ แต่ในอนาคตหากมีผู้ใช้บริการเพิ่มก็น่าจะมีการเพิ่มจำนวนมากกว่านี้

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 3.4 ปริมาณพื้นที่จอดรถ

มีปริมาณมากเหมาะสม แต่อยากให้มียุทธศาสตร์บริเวณสนามกีฬาด้านหน้าด้วยเพราะปัจจุบันจะจอดกันริมถนนทำให้การสัญจรไม่สะดวกบ้าง และเพื่อทำให้เกิดความเป็นระเบียบ

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

ปัจจุบันมีเพียงพอ เหมาะสม

คุณอุษา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

เหมาะสมเพียงพอ

คุณธิดานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

เพียงพอ เหมาะสม

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 3.5 เส้นทางสัญจรภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

อยากให้สามารถสัญจรได้รอบศูนย์ และมีการบอกระยะทางเป็นช่วงๆเพื่อให้คนได้ทราบว่าวิ่งมาระยะทางเท่าไรแล้ว เพื่อเป็นตัวกำหนดความหนักเบาของการออกกำลังกายให้คนแต่ละประเภท เช่น เด็ก นักกีฬา ผู้สูงอายุ และเพื่อให้มีการพัฒนาการออกกำลังกายขึ้น และอยากให้มีการแบ่งเส้นทางเดินรถกับเส้นทางเดินเท้าให้ชัดเจน เพื่อความปลอดภัยของผู้ที่เข้ามาออกกำลังกาย

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554



อยากให้จำกัดรถที่เข้ามาใช้เส้นทางสัญจรให้ชัดเจน เนื่องจากทางสัญจรบางจุดเป็นเส้นทางที่ชาวบ้านเข้ามาขับผ่านไปยังทางออกเล็กๆถ้าเป็นเส้นทางสาธารณะก็ไม่ใช่ไร แต่ถ้าเป็นของทางกรุงเทพมหานครเท่านั้นก็น่าจะมีการจำกัด เนื่องจากเกิดความไม่ปลอดภัยเพราะรถที่เข้ามาขับด้วยความเร็ว ทั้งรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ / ทางสัญจรไม่จำเป็นต้องวนครบรอบก็ได้เพราะทำให้ได้ระยะทางเยอะกว่าในการออกกำลังกาย แต่ถ้าครบรอบก็สะดวก หากเป็นไปได้อยากให้มีการเชื่อมต่อเส้นทางสัญจรไปยังสวนหลวงร.9 / อยากให้มีการขีดเส้นบอกระยะทางว่ากี่กิโล

คุณอุษา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

อยากให้มีการแบ่งทางเดินเท้า ทางเดินรถ และทำทางสัญจรให้สามารถวนได้โดยรอบ

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

อยากให้มีเลนวิ่ง ทางจักรยาน และอยากให้ถนนเป็นทาง one-way ไปเลยบังคับเข้าทางเดียว ออกทางเดียว สามารถวนได้รอบ

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 3.6 ทางเข้า – ออกของศูนย์กีฬาบึงหนองบอน เหมาะสมดีแล้ว

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยสุโมสร / 2 มีนาคม 2554

มีความเหมาะสม แต่อยากให้มีการจัดระเบียบรถสองแถวด้านหน้า เพื่อความสะดวกในการเข้า – ออกประตู

คุณอุษา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

อยากให้มีทางเข้าออกหลายทาง หรือมีการปรับปรุงทางเข้าออกอีกทางด้วย เพราะเหมือนอีกทางยังไม่ได้เปิดอย่างเป็นทางการ

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

อยากให้มีการเพิ่มทางเข้า – ออก แต่ทั้งนี้ก็ต้องมีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอ แต่ในปัจจุบันมีแค่ทางเดียวก็ดี

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 3.7 ระบบไฟส่องสว่างภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

อยากให้เพิ่มไฟทางและเพิ่มในส่วนที่เป็นมุมอับเพื่อให้เจ้าหน้าที่ หรือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สามารถตรวจตาได้อย่างสะดวก

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยโสโมสร / 2 มีนาคม 2554

อยากให้มีการเพิ่มแต่ไม่ต้องมาก เพื่อให้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยได้ตรวจตราว่ามีใครค้างอยู่ในสวนหรือไม่

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

เหมาะสม

คุณธิดานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

เนื่องจากศูนย์ปิดเร็วจึงไม่เห็น แต่เท่าที่เห็นคิดว่ามีปริมาณเพียงพอ

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

## 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

### 4.1 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ภายนอกศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

ที่นี้ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี น่าจะมีบอร์ดด้านหน้าทางเข้าหรือมีจุดประชาสัมพันธ์ตรงแถวประตูทางเข้าหรือบริเวณสนามกีฬาด้านหน้า

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยโสโมสร / 2 มีนาคม 2554

อยากให้มีการเพิ่มทางสื่อ internet ให้มีเว็บเป็นของตัวเอง มีบอร์ดประชาสัมพันธ์ หรือ ป้ายคัดเอา โดยรอบทั้งถนนใหญ่ ย่านชุมชนใกล้เคียง และภายในศูนย์ มีการบรรยายละเอียดของศูนย์ ว่าเป็นของหน่วยงานใด ให้บริการกีฬาอะไร มีวิธีการเข้าใช้บริการอย่างไร มีวิธีการเดินทางอย่างไร

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

ยังมีน้อยมาก อยากให้มีเพิ่มตามจุดยพินิจของทางกรุงเทพมหานคร

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

อยากให้มีการเข้าร่วมกันกับทาง สสส. มีการทำไบโอร์ซัวร์ ออกอีเว้นท์เกี่ยวกับสุขภาพ หรือไปเข้าร่วมกับเขาก็ได้ มีการเปิดรับสมัครสมาชิกภายในงานเลย มีแผนที่ให้ดูว่าสถานที่อยู่ ตรงไหนแล้วในเขตที่คุณอาศัยมีสถานที่ไหนออกกำลังกายได้บ้าง เช่น การเข้าร่วมกับงานสุขภาพ ประจำปีก็ให้ทางกรุงเทพมหานคร ไปออกบูธภายในงาน ตั้งซุ้มประชาสัมพันธ์

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

#### 4.2 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ภายในศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

ไม่เคยเห็นเพราะไม่เคยเดินเข้าไปภายในอาคารสำนักงาน อยากให้มีการจัดทำบอร์ดด้านนอกบ้าง พร้อมทั้งมีการบอกเกี่ยวกับข้อมูลของบึงหนองบอนนี้ว่านอกจากใช้สำหรับกักเก็บน้ำแล้ว ยังมีกิจกรรมกีฬาอะไรให้บริการบ้าง ในปัจจุบันบางคนคิดว่าที่นี่ให้สำหรับนักกีฬาเข้ามาทำการฝึกซ้อมเท่านั้น ไม่ได้มีการให้บริการการสอนแก่บุคคลทั่วไป

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญโสโมสร / 2 มีนาคม 2554

ไม่เคยเห็นเพราะไม่เคยเดินเข้าไปภายในอาคารสำนักงาน

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

ไม่เคยเห็นเพราะไม่เคยเดินเข้าไปภายในอาคารสำนักงาน อยากให้มีบอร์ดประชาสัมพันธ์  
ภายในตึกที่จัดกิจกรรมลีลาศ

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

อยากให้ทำเป็นเสียงตามสาย สปอตโฆษณามากกว่า

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

## 5. ด้านบุคลากร

ไม่เคยได้พบปะพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ของศูนย์ อยากให้หน่วยงานมีการอบรมพนักงานให้  
ลงมามีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการอื่นๆด้วย นอกเหนือไปจากผู้ที่เข้ามาใช้บริการกีฬาทางน้ำ แต่ทั้งนี้  
ก็เข้าใจว่าอยู่ที่นโยบายของหน่วยงานว่ามีขอบเขตการทำงาน หรือหน้าที่แค่ไหน ส่วนด้านปริมาณ  
ของพนักงานคิดเห็นว่ามีปริมาณมากเพียงพอเหมาะสมกับปริมาณผู้เข้ามาใช้บริการ

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

ไม่เคยได้ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของศูนย์เลย เคยแต่คุยกับพนักงานรักษาความปลอดภัย ซึ่งก็  
ให้บริการอย่างดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และในปัจจุบันก็มีปริมาณมากเพียงพอ

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

ไม่เคยได้ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของศูนย์เลย เพราะหัวหน้าชมรมจะเป็นคนติดต่อ  
ประสานงาน จะเคยคุยกับพนักงานรักษาความปลอดภัยที่ดูแลอยู่บริเวณตึกจัดกิจกรรมลีลาศเท่านั้น  
ซึ่งก็มีอัธยาศัยดี และในปัจจุบันก็มีบุคลากรปริมาณเพียงพอแล้ว

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ไม่เคยได้ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของศูนย์เลย ส่วนใหญ่จะได้พูดคุยหรือสอบถามข้อมูลจากพนักงานรักษาความปลอดภัยมากกว่า ซึ่งก็ให้บริการอย่างดีสามารถตอบคำถาม ให้ข้อมูลได้ ด้านพนักงานส่วนอื่นๆ เห็นว่ามีปริมาณเพียงพอแล้วเหมาะสมกับจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการ

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

## 6. ด้านกระบวนการบริการ

### 6.1 การติดต่อทางศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอน

ไม่เคยใช้บริการในส่วนนี้

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

ไม่เคยใช้บริการในส่วนนี้

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

ไม่เคยใช้บริการในส่วนนี้ แต่คิดว่ามีระบบตรงนี้ที่ติดอยู่แล้ว

คุณธิดานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ไม่เคยใช้บริการในส่วนนี้ แต่ก็น่าจะติดอยู่แล้ว

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 6.2 การจัดระบบที่ดีเมื่อมีผู้เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก

ไม่เคยใช้บริการในส่วนนี้

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

ติดอยู่แล้วเพราะคนยังไม่มากเท่าไร

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

คืออยู่แล้ว

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ยังไม่มีปัญหาเพราะในปัจจุบันยังมีคนเข้ามาใช้บริการไม่มากเท่าไร

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 6.3 การแก้ไขปัญหาหากเกิดเหตุฉุกเฉิน

ยังไม่มีปัญหา

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

ยังไม่มีปัญหา เนื่องจากที่ผ่านมายังไม่เคยมีอุบัติเหตุร้ายแรงเกิดขึ้น

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

คืออยู่แล้ว

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

คืออยู่แล้ว การรักษาความปลอดภัยทางน้ำในปัจจุบันเจ้าหน้าที่ และเครื่องมือที่เตรียมไว้นั้นมีความเหมาะสมแล้ว ถ้ามีเหตุฉุกเฉินก็สามารถที่จะเข้าทำการช่วยเหลือได้ทันที

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 6.4 การดูแลรักษาความปลอดภัย

อยากให้มีการกวดขันเกี่ยวกับการจำกัดความเร็ว หรือการขับขีรถจักรยานยนต์มากกว่านี้ เพราะในปัจจุบันมีเด็กวัยรุ่นเข้ามาขี่จักรยานยนต์ด้วยความเร็วทำให้เกิดความไม่ปลอดภัย อยากให้มีการเพิ่มกล้องวงจรปิด โดยเฉพาะในอนาคตหากมีผู้เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากกล้องวงจรปิดถือเป็นสิ่งสำคัญ

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

ในปัจจุบันพนักงานรักษาความปลอดภัยมีปริมาณมากเพียงพอ แต่อยากให้กวัดขันมากกว่านี้ เพราะในปัจจุบันมีรถจักรยานยนต์ที่วิ่งเร็วจนเป็นอันตรายแก่บุคคลที่เข้ามาใช้บริการ ไม่รู้ว่าพนักงานรักษาความปลอดภัยมีอำนาจในการควบคุมตรงนั้นมากแค่ไหน สามารถที่จะดูแลให้เกิดความปลอดภัยได้มากกว่านี้หรือไม่ ส่วนในเรื่องการติดตั้งกล้องวงจรปิดนั้นหากมีการใช้บริการมากขึ้นในอนาคตก็อยากให้ติดตั้งกล้อง โดยเฉพาะลานจอดรถ แต่ในปัจจุบันไม่มีก็ได้ขอเพียงให้พนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลให้ทั่วถึงก็พอ

คุณอุษา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

เหมาะสม ไม่ต้องปรับปรุงหรือเพิ่มอะไร

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ดีเหมาะสม ถ้าหากติดกล้องวงจรปิด น่าจะติดบริเวณลานจอดรถ

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

#### 6.5 การดูแลรักษาทรัพย์สินที่เป็นของสาธารณะ

เห็นว่าเหมาะสม แต่ก็ขึ้นอยู่กับกรณีว่าคนที่ทำให้เกิดความเสียหายนั้น เกิดจากความตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจ

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

อยากให้มี

คุณอุษา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

ไม่มีความคิดเห็น เนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบกิจกรรมลีลาศทางชมรมเป็นคนเอามาเองไม่ได้ซื้อ

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

อยากให้มี โดยมีการแจกแจงข้อควรปฏิบัติในการใช้อุปกรณ์ แจกแจงราคาสินค้า หากทำ  
เสียหายก็แจกแจงค่าปรับให้ได้ทราบ

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

## 6.6 การดูแลความสะอาดของศูนย์

มีความสะอาดดีมาก ถึงขยะมีปริมาณมากเพียงพอ

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยธสโมสร / 2 มีนาคม 2554

มีความสะอาดดีเหมาะสม ถึงขยะมีมากเพียงพอ

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

เหมาะสม

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ดีเหมาะสม

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

## 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

### 7.1 เครื่องแบบของพนักงาน

เหมาะสมคืออยู่แล้ว สังกะสีเห็นได้ง่าย

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยธสโมสร / 2 มีนาคม 2554

อยากให้มีเครื่องแบบที่เหมือนกัน แบ่งประเภทอย่างชัดเจน โดยเฉพาะเครื่องแบบของ  
พนักงานศูนย์กีฬาทางน้ำ

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554



เหมาะสมดี

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

เหมาะสมดีสังเกตง่าย

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

## 7.2 ทักษะนิยภาพของศูนย์กีฬาและบริเวณโดยรอบ

ด้านทักษะนิยภาพมีความสวยงามอยู่แล้ว แต่อยากให้มีการปรับปรุงเรื่องถนน อยากให้มีการขยายหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยโสโมสร / 2 มีนาคม 2554

สวยงามเหมาะสม ร่มรื่น ปลอดภัยโปร่งดูแล้วสบายตา แต่ถ้าจะมีการตกแต่งให้สวยงามยิ่งขึ้นก็ดี โดยเฉพาะการตกแต่งไม้ซุ้ม ไม้ประดับ เช่น เฟื่องฟ้า

คุณยุพา นุ้ยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

เหมาะสมสวยงามแล้ว

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ทักษะนิยภาพของที่นี่ดีเหมาะสม สวยงามอยู่แล้ว มันมีดีอยู่ในตัวน่าจะทำให้ที่นี่เป็นสถานที่พักผ่อนไปด้วยเลย เช่นมีการเพิ่มจุดชมวิว มีสะพานให้ได้เดินชมบึงน้ำได้ ก็อยากให้เพิ่มสิ่งที่จะทำให้เป็นแหล่งพักผ่อนเข้ามา

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 7.3 การตกแต่งศูนย์เพื่อสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา

อยากให้มีการตกแต่งด้านนอกของศูนย์มากกว่าเพื่อให้คนภายนอกได้เห็นว่ามีกิจกรรมอะไรให้บริการบ้างเป็นการดึงดูดให้คนภายนอกเข้ามาใช้บริการมากขึ้น หรือมีการจัดกิจกรรมอื่นๆก็ได้

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

อยากให้มี แต่อยากให้มีบนถนนใหญ่มากกว่า เพราะจะได้สามารถดึงดูดคนให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

ที่เป็นอยู่ก็เหมาะสมดีแล้ว

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

อยากให้มี โดยเฉพาะการบอกประวัติของศูนย์กีฬา ประวัติกีฬาทางน้ำแต่ละประเภทว่าเรียกว่าอะไร มีวิธีการเล่นอย่างไร มีกฎกติกาอย่างไร ตั้งไว้รอบบริเวณรอบๆบ้าง

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 7.4 การจัดทำป้ายบอกทาง/แผนผัง/ป้ายแนะนำข้อควรปฏิบัติ

อยากให้มีการเพิ่มป้ายบอกทางภายในศูนย์มากกว่าการทำแผนผังเพราะถ้าคนนำรถเข้ามาเองยากต่อการที่จะลงมาดูป้าย และควรเพิ่มป้ายแนะนำข้อควรปฏิบัติอย่างมาก มีป้ายการห้ามลงเล่นน้ำอย่างเป็นทางการ มีการดำเนินการหากมีการฝ่าฝืนข้อควรปฏิบัติของศูนย์

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

อยากให้มีการปรับปรุงป้ายบอกทางที่ถนนใหญ่ให้ชัดเจนเนื่องจากเคยหลงมาแล้ว อยากให้มีแผนผังแสดงตำแหน่งสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ ที่สำคัญต้องมีป้ายแนะนำข้อปฏิบัติภายในศูนย์

และบริเวณด้านหน้าศูนย์ด้วย เพื่อความปลอดภัยของผู้ที่เข้ามาทำกิจกรรมต่างๆภายในศูนย์ เพราะถ้าหากมีคนละเมิดข้อควรปฏิบัติจนทำให้เกิดอันตรายต่อผู้อื่นจะได้ไม่สามารถอ้างได้ว่าไม่เคยรู้มาก่อน

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

อยากให้มีป้ายบอกทางภายในศูนย์ มีป้ายข้อควรปฏิบัติให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการได้รู้ มีแผนผังที่แสดงให้เห็นว่าบริเวณไหนสำหรับทำกิจกรรมใดและตอนนี้คุณกำลังอยู่ตรงจุดใด

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

อยากให้มีป้ายบอกทางภายในศูนย์ และภายนอกศูนย์ให้ชัดเจนมากกว่า เพราะการจัดทำแผนผังนั้นยากต่อการดู มีป้ายชี้ว่าอาคารสำนักอยู่ด้านใด ลานจอดรถเข้าทางด้านไหน บริเวณออกกำลังกายทางบกมีบริเวณใดบ้างเป็นสนามสำหรับเล่นกีฬาอะไร สนามกีฬาทางน้ำอยู่บริเวณไหน ทาลงเรืออยู่ตรงไหน ที่สำคัญคือมีป้ายแจ้งข้อควรปฏิบัติสำหรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

### 7.5 การให้บริการม้านั่งภายในศูนย์

มีการจัดวางเหมาะสม ปริมาณมากเพียงพอต่อปริมาณผู้เข้ามาใช้บริการแล้ว

ดาบตำรวจ สมพล ภิญโญสโมสร / 2 มีนาคม 2554

มีปริมาณมากเหมาะสมแล้ว ไม่อยากให้มีเยอะมาก

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

อยากให้มีการเพิ่มม้านั่งภายในตึกที่ประกอบกิจกรรมลีลาศ และโดยروب

คุณชิตานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ไม่จำเป็นต้องมีเยอะ หากมีการรักษาความสะอาดแบบนี้ไว้ได้ก็สามารถนั่งกับพื้นหญ้าได้อยู่แล้วซึ่งการจำกัดบริเวณสำหรับการนำสัตว์เลี้ยงเป็นสิ่งที่ดี เพราะหากมีม้านั่งเยอะอาจจะทำให้

เกิดการมั่วสุม หรือถ้าจะมีเพิ่มก็ให้มีในบริเวณสนามกีฬาต่างๆให้คนนั่งดู นั่งรอเล่นอาจจะสร้างเป็น  
อัฒจันทร์ก็ได้

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

#### 7.6 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

เพิ่มห้องน้ำทางด้านหน้าพร้อมมีคนดูแลความสะอาด และความปลอดภัย

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยสุโมสร / 2 มีนาคม 2554

อยากให้มีตู้น้ำ และมีคนคอยดูแลความสะอาดตลอด ส่วนจักรยานอยากให้มีการสำรวจ  
ก่อนว่ามีคนสนใจในกิจกรรมนี้น้อยแค่ไหน หากมากถึงจะจัดให้มีขึ้นมา หรืออาจจะลองจัด  
ขึ้นมาก่อนในปริมาณน้อยหากคนสนใจหรือต้องการเพิ่มค่อยเพิ่มปริมาณขึ้นมา

คุณอุษา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

อยากให้มีตู้น้ำ หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆให้ครบ

คุณธิดานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

อยากให้มีตู้น้ำดื่ม หรือน้ำปะปาเป็นก๊อกก็ได้ และมีร้านขายขนมเล็กๆ

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สาเหตุที่บุคคลกลุ่มนี้ไม่เลือกใช้บริการกีฬาที่ทางศูนย์กีฬาทางน้ำบึงหนองบอนจัดไว้

เนื่องจากมีโรคประจำตัวหมอแนะนำให้เล่นกีฬาเบาๆก่อน แต่คาดว่าในอนาคตจะเข้ามาใช้บริการกีฬาทางศูนย์ และจะแนะนำให้คนในครอบครัวเข้ามาใช้บริการกีฬาของทางศูนย์ด้วย

ดาบตำรวจ สมพล ภิญ โยสุโมสร / 2 มีนาคม 2554

อยากเล่นแต่กลัวน้ำไม่สะอาด เพราะกลัวว่าน้ำมีกลิ่นเหม็น และไปเห็นบริเวณที่น้ำมีความสกปรก ทำให้ไม่มั่นใจที่จะลองเล่นกีฬาประเภทนี้

คุณยุพา น้อยขาว และคุณวชิรณห์ ภูมิสมบัติ / 4 มีนาคม 2554

สนใจในกีฬาตีลาสมากกว่าไม่ถนัดกีฬาทางน้ำ เพราะสมาชิก และตนเองเป็นผู้สูงอายุแล้ว

คุณธิดานุช ไกรวัฒนวงศ์ / 5 มีนาคม 2554

ในอนาคตสนใจที่จะเล่น แต่ปัจจุบันลูกยังเล็กกลัวเป็นอันตราย จึงใช้การออกกำลังกายที่สามารถเล่นได้ทั้งครอบครัว และมีความปลอดภัยดูแลง่ายไปก่อน

คุณปิยวรรณ ตั้งบัณฑิต / 5 มีนาคม 2554

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุล	นิธินันต์ โปธิ์ปัญญาศักดิ์
วัน เดือน ปี เกิด	17 ตุลาคม พ.ศ. 2529
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2552</li> <li>- วิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา) สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552</li> <li>- จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ บดินทรเดชา กรุงเทพมหานคร, 2548</li> </ul>

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย