

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้าน
กีฬาตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว
(SHA) กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

**Marketing Mix Factors Affecting Efficiency of Sports Welfare Services
According to Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA),
Secretariat Department, Office of the Permanent Secretary for Defense**

ณัฐนันท์ สุขอ่วม,

สมเกียรติ เกียรติเจริญ และ รังสรรค์ อินทน์จันทน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Natthan Sukaom,

Somkiat Kiatchareon and Rungsun Injun

Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand

Corresponding Author, E-Mail: E-mail : thantikan22@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา(1) ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรี
สมาน (2) ระดับประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับ
กิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน (3) ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่
ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการ
ด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน และ (4) ข้อเสนอแนะการเพิ่มประสิทธิภาพการรับบริการ
สวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์
กีฬาพื้นที่ ศรีสมาน กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม โดยเป็นการวิจัยเชิงผสม ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้
ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป เจ้าหน้าที่ในสังกัดกรมเสมียนตรา ครอบครัวข้าราชการ และข้าราชการ
ทหาร รวมจำนวน 316 คน ด้วยการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane เครื่องมือที่ใช้ในการ
วิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.973 และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจง
ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สำหรับ
กลุ่มเป้าหมายสำหรับการให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ จำนวน 4 คน ได้แก่ ประชาชนทั่วไป เจ้าหน้าที่ในสังกัดกรมเสมียน
ตรา ครอบครัวข้าราชการ และข้าราชการทหาร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (2) ประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย สำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ มาตรฐานด้านสถานที่ประกอบการสวสน้ำ/สวสนัก มาตรฐานด้านผู้รับบริการ และมาตรฐานด้านผู้ให้บริการ และ (3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ข้อเสนอแนะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสรมาน สรุปได้ดังนี้ ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสรมานมีการให้บริการที่หลากหลายและให้บริการแบบครบวงจรทั้งการออกกำลังกาย การจัดแข่งขันกีฬา รวมถึงการจัดประชุม และจัดเลี้ยง ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสรมานมีค่าใช้บริการที่เหมาะสม และไม่ก่อให้เกิดภาระทางการเงินมากเกินไป ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสรมานอยู่ในทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย เดินทางมาสะดวก ผู้ใช้บริการได้ข้อมูลการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด; สวัสดิการ; ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสรมาน

Abstracts

The objectives of this research were (1) the level of marketing mix factors of the Srisaman Sports Center; (2) the level of efficiency of sports welfare services according to Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) in the Srisaman Sports Center; (3) to study the relationship of marketing mix factors affecting the efficiency of sports welfare services according to Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) in the Srisaman Sports Center; and (4) to study the recommendations for increasing the efficiency of sports welfare services according to Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) in the Srisaman Sports Center, Secretariat Department, Office of the Permanent Secretary for Defense. This study was mixed method research, the quantitative samples used in this study were general public, officers under the Secretariat Department, families and members of the military civil servant, a total of 316 people, were calculated by using the formula of Taro Yamane (1973 : 727). The research instrument was the 5-Scale Likert's estimation questionnaire, the result of the reliability of instrument analysis was 0.973. The statistics used in the research were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and the Pearson product-moment correlation coefficient. The Key informants for qualitative study were general public, officer under the Secretariat Department, family and member of the military civil servant.

The results of the quantitative research found that, (1) the overall average of marketing mix factors, was at high level, when classified in each aspect by sort descending of average, were as follows: Place, Product, Price, Promotion, People, Physical Evidence, and Process; (2) the overall average of efficiency of sports welfare services Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA), was at high level, when classified in each aspect by sort descending of average, were as follows: Standards for establishments of water parks/amusements, Standards for Service Recipient, and Standards for Service Provider; and (3) marketing mix factors affecting the efficiency of of sports welfare services Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA), had positive correlated statistically significant in moderate level at 0.01 level.

The results of the qualitative research found that the recommendation on marketing mix factors of the Srisaman Sports Center can be summarized as follows: The Srisaman Sports Center offers a variety of services and provides a one-stop services, including exercise, organizing sporting events, meetings and banquets. The Sri Saman Area Sports Center has a reasonable service fee and has not caused the financial problem; the Srisaman Sports Center is located in an easily accessible location, convenience to travel and clients could observe the information about various activities on the publicity boards within the center.

Keywords: Marketing Mix; Welfare; The Srisaman Sports Center

บทนำ

การจัดสวัสดิการเป็นกระบวนการสร้างขวัญและกำลังใจที่สำคัญในการบริหารงานบุคคลของทุกหน่วยงาน โดยการจัดสวัสดิการที่ดีจะช่วยให้บุคลากรเกิดความสะดวกสบาย และความพึงพอใจในการทำงาน ตลอดจนทำให้เกิดกำลังใจในการทำงาน โดยเชื่อมั่นว่าหน่วยงานจะดูแลบุคลากรและครอบครัวเป็นอย่างดี トラบเท่านั้นยังอยู่ในองค์กรนั้น จึงทำให้งานสวัสดิการเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จ และเสริมสร้างสมรรถภาพ รวมถึงขวัญ กำลังใจของบุคลากรได้เป็นอย่างดี กรมเสมียนตรา สำนักงาน ปลัดกระทรวงกลาโหม ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาหน่วยงานโดยการสร้างสมดุลยภาพระหว่าง ชีวิตและการทำงาน (Work-Life-Balance) จึงมีความพยายามเสริมสร้างคุณภาพชีวิต ความสุข ความพึงพอใจ และความผูกพันของของบุคลากร สู่การเป็น “องค์กรต้นแบบสุขภาวะภาครัฐ” และ “กรมเสมียนตรา แห่งความสุข” ดังเห็นได้จากการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล เมื่อวันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2564 เพื่อขับเคลื่อน คุณภาพชีวิต ความสุข และความผูกพันของกำลังพล เพื่อให้เป็น ทหารอาชีพที่มีความสง่างาม เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศตามแนวคิดที่กล่าวว่า กองทัพไทยใส่ใจความสุขกำลังพล เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ผลิตกำลังพลแห่งความสุขกรมเสมียนตราได้ดำเนินการจัดสวัสดิการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนคุณภาพชีวิตในด้านต่างๆ ของบุคลากร โดยเฉพาะในเรื่องของการมีศูนย์ กีฬาพื้นที่ศรีสมาน เพื่อให้บริการสวัสดิการด้านกีฬาแก่ข้าราชการทหาร ครอบครัวข้าราชการทหาร และเจ้าหน้าที่ในสังกัดกรมเสมียนตรา รวมถึงให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการอีกด้วย เนื่องจากใน

ปัจจุบันประชาชนทุกช่วงวัยต่างให้สนใจที่จะออกกำลังกายมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่ภาครัฐจัดให้มีสวนสาธารณะ และสถานที่ออกกำลังกายที่หลากหลายไว้ให้บริการแก่ประชาชน รวมถึงมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามการจัดให้บริการสวนสาธารณะ และสถานที่ออกกำลังกายจำเป็นต้องมีการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้อยู่ในสภาพที่ใช้การได้อย่างปลอดภัย จึงจำเป็นต้องมีการเก็บค่าใช้บริการเพื่อเป็นเงินค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา ซึ่งเมื่อมีผู้มาใช้บริการมากขึ้นก็ย่อมทำให้มีงบประมาณมากขึ้น เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสถานที่ออกกำลังกายให้มีคุณภาพได้มากขึ้น และมีบริการที่ดีขึ้น ดังนั้น การใช้แนวคิดเรื่องการตลาดเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการในการดำเนินกิจกรรมบริการสวัสดิการด้านกีฬา รวมถึงศึกษา วิเคราะห์ ความต้องการของข้าราชการทหาร ครอบครัวข้าราชการทหาร เจ้าหน้าที่ในสังกัดกรมเสมียนตรา รวมถึงประชาชนทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานต้องมีการดำเนินการ เพื่อให้เกิดรูปแบบบริการสวัสดิการด้านกีฬาที่สอดคล้องกับผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามภายใต้สถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้ทุกสถานประกอบการยังคงต้องดำเนินการภายใต้มาตรฐาน Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และสร้างมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19

ผู้วิจัยในฐานะที่ปฏิบัติงานอยู่ในศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน ซึ่งอยู่ในสังกัดกรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการจัดบริการสวัสดิการด้านกีฬา เพื่อสร้างความน่าสนใจในการใช้บริการสวัสดิการด้านกีฬาของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน และพัฒนาคุณภาพของงานบริการสวัสดิการด้านกีฬาตามแนวทางส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการสวัสดิการด้านกีฬาของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานให้มีประสิทธิภาพตามมาตรฐาน SHA ประเภทนั้นหนา การ และสถานที่ท่องเที่ยว ทั้ง 3 มาตรฐาน ได้แก่ มาตรฐานด้านสถานที่ประกอบการสวนน้ำ / สวนสนุก มาตรฐานด้านผู้ให้บริการ มาตรฐานด้านผู้รับบริการ จะช่วยให้ข้าราชการทหาร ครอบครัวข้าราชการทหาร และเจ้าหน้าที่ในสังกัดกรมเสมียนตรา รวมถึงประชาชนทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการเกิดความมั่นใจ และใช้บริการสวัสดิการด้านกีฬาของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานด้วยความสุขมีสมดุยภาพระหว่างชีวิตและการทำงาน เพื่อนำไปสู่การเป็น “องค์กรต้นแบบสุขภาวะภาครัฐ” และ “กรมเสมียนตราแห่งความสุข” ของกองทัพไทย ที่สามารถขับเคลื่อนงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมืออาชีพ และเป็นทหารอาชีพที่มีความสง่างาม เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศสืบไป ดังนั้น การวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬาตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มาจากการสะท้อนความคิดเห็นของข้าราชการทหาร ครอบครัวข้าราชการทหาร และเจ้าหน้าที่ในสังกัดกรม

เสมียนตรา รวมถึงประชาชนทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการ เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการปรับปรุงบริการของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลตั้งต้น สำหรับการพัฒนาการจัดบริการสวัสดิการด้านกีฬาของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน รวมทั้งช่วยสนับสนุนการสร้างองค์กรแห่งความสุขที่ช่วยส่งเสริมให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จนบรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีคุณภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพการให้บริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบเป็นการวิจัยแบบผสมเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้รับบริการสวัสดิการด้านกีฬาจากศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ข้าราชการทหาร ครอบครัว ข้าราชการทหาร และเจ้าหน้าที่ในสังกัดกรมเสมียนตรา ที่เข้ามาใช้บริการ จำนวน 1,500 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้รับบริการสวัสดิการด้านกีฬาจากศูนย์กีฬาพื้นที่ ศรีสมาน กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ข้าราชการทหาร ครอบครัว ข้าราชการทหาร และเจ้าหน้าที่ในสังกัดกรมเสมียนตรา ที่เข้ามาใช้บริการ จำนวน 316 คน โดยการหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973 : 727) ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) เพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการแต่ละประเภท ซึ่งจากข้อมูลยอดจำนวนผู้บริการศูนย์กีฬาในพื้นที่ศรีสมานพบว่า มี 3 ประเภทกีฬาที่มีผู้บริการมากที่สุด ได้แก่ วัยน้ำ แบดมินตัน และห้องออกกำลังกาย สำหรับประเภทกีฬา เทเบิลเทนนิส ฟุตซอล สควอช บาสเกตบอล กอล์ฟซิมูเลเตอร์ และพัตต์กอล์ฟ มีจำนวนน้อย ดังนั้น จึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มด้วยสูตร จากนั้นสุ่มตัวอย่างโดย

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตามระดับชั้น (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็นแต่ละประเภทกีฬา แล้วสุ่มตัวอย่างจากทุกประเภทกีฬาด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการเล่นกีฬาในพื้นที่ศรีสมาน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการ และได้เล่นกีฬาเสร็จแล้วจนครบตามจำนวนสัดส่วน

1.3 เครื่องมือการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามให้เลือกตอบ แบ่งเป็น 5 ระดับตามเกณฑ์วัดของ Likert Scale โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย (1) ประเภทกลุ่มผู้ใช้บริการ (2) อายุ (3) ความถี่ของการใช้บริการต่อเดือน และ (4) ประเภทกีฬาที่เข้ามาใช้บริการเป็นประจำ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ด้านบุคลากร (People) 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) 7) ด้านกระบวนการ (Process) ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) จำนวน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) มาตรฐานด้านสถานที่ประกอบการสวนน้ำ/สวนสนุก 2) มาตรฐานด้านผู้ให้บริการ 3) มาตรฐานด้านผู้รับบริการ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ โดยผู้วิจัยได้การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือวิจัย ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดขอบเขตของคำถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์และเนื้อหาของวิจัย สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา การวัดผลประเมิณผล และภาษา โดยหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยวิธีพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence หรือ IOC) ข้อคำถามใดที่มีค่า IOC ที่มากกว่า 0.67 ขึ้นไป จะถูกเลือกไว้พร้อมปรับปรุงด้านภาษาและความชัดเจนของข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อคำถามที่ไม่ผ่านค่า IOC (0.65 ลงมา) จะทำการปรับปรุงแก้ไขและนำไปให้ขอความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญอีกครั้งเพื่อหาค่า IOC ใหม่ และดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือ ด้วยการทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 40 คน หาค่าอำนาจจำแนก ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายรายข้อ และโดยรวมทุกข้อ (Item – Total Correlation) และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ (Reliability) โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 102) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .973

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ขอหนังสือแนะนำตัวจากคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึง ผู้อำนวยการกองสวัสดิการ กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยแต่งตั้งผู้ช่วยผู้วิจัย 3 คน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยจะชี้แจงวิธีการ และขั้นตอนให้กับผู้ช่วยผู้วิจัยก่อนลงมือเก็บ

ข้อมูล ในการเก็บข้อมูลได้คัดเลือกผู้ใช้บริการเล่นกีฬาในพื้นที่ศรีสมานที่สามารถตอบคำถามได้จริง โดยกำหนดระยะเวลาการเก็บข้อมูลรวม 90 วัน เมื่อเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนสมบูรณ์แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่อไป

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ 2) สถิติที่ใช้บรรยายลักษณะและทิศทางข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมส่งเสริมการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม โดยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 3) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมส่งเสริมการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) โดยวิธี Enter อย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการเพิ่มประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) กรมส่งเสริมการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม กลุ่มเป้าหมายสำหรับการให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ จำนวน 4 คน ได้แก่ ตัวแทนประชาชนทั่วไป 1 คน ข้าราชการทหาร 1 คน ครอบครัวข้าราชการทหาร 1 คน และเจ้าหน้าที่ในสังกัดกรมส่งเสริมการค้า 1 คน โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความครอบคลุม และตรงตามวัตถุประสงค์ โดยจะดำเนินการสัมภาษณ์ ควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์ด้วยคำถามปลายเปิด สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย และทำให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมส่งเสริมการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

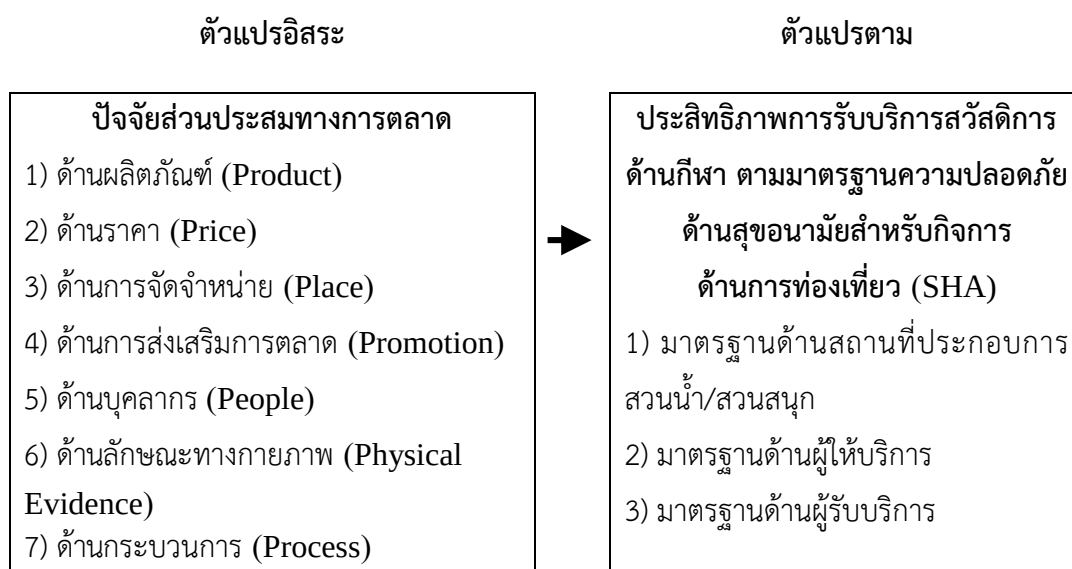
ผู้วิจัยได้ออกแบบวิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลายเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์และมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง โดยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเตรียมการสัมภาษณ์ศึกษาประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ โดยคัดเลือกความสัมพันธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพการให้บริการด้านกีฬาตามมาตรฐาน SHA ประเภท

นันทนาการ และสถานที่ท่องเที่ยว ที่ปรากฏในการวิจัยเชิงปริมาณ นั้ดหมายวันเวลาที่สัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายและดำเนินการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสนทนาเรียงตามลำดับของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดย การเชื่อมโยงคำตอบให้ตรงตามประเด็นที่ต้องการจนครบทุกประเด็น

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการจัดบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของ ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Inductive Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงในรูปแบบของ ข้อความโดยการจัดกลุ่มประเด็น (Grouping) และทำการวิเคราะห์ตามประเด็นของข้อมูลโดยการอธิบาย ความ (Explanation) และการตีความข้อมูล (Interpretation) ที่ได้โดยเชื่อมโยงกับทฤษฎี ที่นำมาใช้ในการ วิเคราะห์ อภิปรายผลพร้อมพรรณนาความ (Description) ข้อมูลตามทฤษฎีและปรากฏการณ์เพื่อสร้าง ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬาตาม มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) กรมส่งเสริมการค้า สำนักงาน ปลัดกระทรวงกลาโหม ได้กำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด โดยปรับปรุงจากแนวคิดของ Kotler, (2011 : 434-438) จำนวน 7 ด้าน สำหรับ ตัวแปรตาม ได้แก่ ประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้าน กีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) โดยปรับปรุงจาก มาตรฐาน Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) ประเภทนันทนาการ และ สถานที่ท่องเที่ยว (2564 : 20-24) จำนวน 3 ด้าน ดังกรอบแนวคิดต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.02	0.66	มาก
2.	ด้านราคา (Price)	3.95	0.75	มาก
3.	ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	4.17	0.56	มาก
4.	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.87	0.74	มาก
5.	ด้านบุคลากร (People)	3.79	0.64	มาก
4.	ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.66	0.78	มาก
5.	ด้านกระบวนการ (Process)	3.52	0.58	มาก
	รวม	3.85	0.67	มาก

จากตารางพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 7 ด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ตามลำดับ

2. ระดับประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา				
	ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย สำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.	มาตรฐานด้านสถานที่ประกอบการสันทนาการ/สวนสนุก	3.78	0.67	มาก
2.	มาตรฐานด้านผู้ให้บริการ	3.48	0.78	มาก
3.	มาตรฐานด้านผู้รับบริการ	3.48	0.78	มาก
	รวม	3.63	0.64	มาก

จากตารางพบว่า ประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) กรมส่งเสริมการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ มาตรฐานด้านสถานที่ประกอบการสนับ/สวนสนุก รองลงมาคือ มาตรฐานด้านผู้ให้บริการ และมาตรฐานด้านผู้ให้บริการ ตามลำดับ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสรมาน กรมส่งเสริมการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X	Y
X1	1	.297**	.282*	.249**	.293**	.195**	.092*	.623**	.403**
X2		1	.230**	.452**	.313**	.215**	.102*	.707**	.373*
X3			1	.248**	.263**	.112*	.114*	.503**	.558**
X4				1	.317**	.249**	.012*	.609**	.259*
X5					1	.191**	.097*	.512**	.229**
X6						1	.097*	.512**	.159*
X7							1	.512**	.117**
X								1	.525**
Y									1

จากตารางพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (X) ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) (Y) มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง (0.525) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวแปร เรียงตามลำดับความสัมพันธ์จากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย (Place) (X3), ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (X1), ด้านราคา (Price) (X2), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (X4), ด้านบุคลากร (People) (X5), ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) (X6), และด้านกระบวนการ (Process) (X7)

4. ข้อเสนอแนะประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมส่งเสริมการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

สรุปได้ดังนี้ ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีการให้บริการที่หลากหลายและให้บริการแบบครบวงจรทั้งการออกกำลังกาย การจัดการแข่งขันกีฬา รวมถึงการจัดประชุม และจัดเลี้ยง ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีค่าใช้จ่ายบริการที่เหมาะสมและไม่ก่อให้เกิดภาระทางการเงินมากเกินไป ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานอยู่ในทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย เดินทางมาสะดวก ผู้ใช้บริการได้ข้อมูลการจัดกิจกรรมต่าง ๆ จากป้ายประชาสัมพันธ์ภายในศูนย์ ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีเจ้าหน้าที่ดูแล ให้คำแนะนำ และให้บริการแก่ผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดีทำให้รู้สึกปลอดภัย และนำเข้ามาใช้บริการ และศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีการพัฒนาขั้นตอน กระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬาตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) กรมส่งเสริมการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมส่งเสริมการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเป็นผลเนื่องมาจากศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีการปรับกลยุทธ์ในการให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจต่อการให้บริการที่เกิดขึ้น จึงส่งผลให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการศึกษารั้งนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เป็นไปตามแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542 : 11) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดจะทำให้มีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขยายในราคาที่สามารถยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจึงให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง ผลวิจัยในภาพรวมมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของชาคร จันทน์โชติวงศ์ (2560 : 7) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการรับชมกีฬาอีสปอร์ต (E-Sport) ผ่านระบบออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่าปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อนำมาอภิปรายผลรายปัจจัยได้ดังนี้ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลการวิจัยพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีเรื่องประเภทกีฬาที่ศูนย์

กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีให้บริการมีความหลากหลาย น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในปัจจัยด้านนี้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีการให้บริการที่หลากหลายและให้บริการแบบครบวงจรทั้งการออกกำลังกาย การจัดแข่งขันกีฬา รวมถึงการจัดประชุม และจัดเลี้ยง โดยเป็นผลเนื่องมาจากศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานเป็นหน่วยงานในสังกัดกรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ที่มีเป้าหมายในการจัดสวัสดิการเพื่อส่งเสริมให้กำลังพลและครอบครัวมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมถึงการจัดทำศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างครอบคลุมทุกด้าน ผลวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของระพีพรรณ คำหอม (2549 : 22-25) ที่กล่าวว่าสวัสดิการเป็นบริการที่หน่วยงานกำหนดขึ้นตามความต้องการของลูกค้า เช่น กีฬาศูนย์สุขภาพ ทัศนจร เลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่ง Kotler, Philip (2003 : 16) ได้กล่าวว่า องค์กรต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้การบริการมีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ผลวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) มีค่าอยู่ในระดับมาก โดยเป็นผลเนื่องมาจากศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างเคร่งครัด จึงส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นต่อแนวทางการให้บริการที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพจากแง่มุมของกระบวนการบริหารที่ ดิน ปรัชญาพฤทธิและไกรยุทธ ธีรยาคินันท์ (2537 : 12-14) ได้กล่าวไว้ว่าประสิทธิภาพเป็นการทำงานด้วยวิธีการหรือเทคนิคที่สะดวกสบายกว่าเดิมหรือทำงานด้วยความรวดเร็ว และถูกต้องตามระเบียบขั้นตอนขององค์กร จึงทำให้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า ผู้ใช้บริการปฏิบัติตามแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด โดยศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีการจัดเตรียมเครื่องตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย และบริการเจลแอลกอฮอล์เจลอย่างเพียงพอ โดยเป็นผลเนื่องมาจากศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีการกำหนดให้ผู้ใช้บริการสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการ และมีการวัดอุณหภูมิร่างกายทุกราย ผลวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของโครงการแนวทางการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข (2562 : 2) ที่กำหนดให้สถานบริการอนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น นอกจากนี้ ผลวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของภักดี กลั่นภักดี (2564 : 7) ที่ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการกลยุทธ์การตลาดบริการ และความพึงพอใจต่อบริการวิถีใหม่ (New Normal) ที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลในประเทศไทย โดยพบว่ามาตรการด้านการป้องกันโรค ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการสวมหน้ากากอนามัยตลอดการใช้บริการ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) ของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬา ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานมีการปรับปรุงกระบวนการทำงานตามแนวทางปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งในด้านการจัดสภาพแวดล้อมที่ดีทำให้รู้สึกปลอดภัย และนำเข้ามาใช้บริการ รวมถึงมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการได้อย่างเหมาะสม ทำให้มีการปฏิบัติงานตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างเคร่งครัด จึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจเมื่อเข้ามาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักดี กลั่นภักดี (2564 : 7) ที่ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการ กลยุทธ์การตลาดบริการ และความพึงพอใจต่อบริการวิถีใหม่ (New Normal) ที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลในประเทศไทย โดยพบว่า กลยุทธ์การตลาดบริการ (ส่วนประสมทางการตลาด) ของผู้ประกอบการส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความพึงพอใจต่อการบริการวิถีใหม่ (New Normal) ของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลในประเทศไทย ได้แก่ มาตรการทำความสะอาด มาตรการคัดกรองอาการป่วย และมาตรการในการป้องกันโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับบริการสวัสดิการด้านกีฬาตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว (SHA) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม มีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ควรสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการ และกระแสวิพากษ์ที่อยู่ในตลาด เพื่อนำมาพัฒนาประเภทกีฬาใหม่ ๆ ที่ช่วยดึงดูดให้คนเข้ามาใช้บริการ
2. ควรจัดโปรโมชั่นลดค่าบริการของประเภทกีฬาบางชนิดที่มีราคาแพงในบางช่วงเวลา รวมถึงจัดแพ็คเกจส่วนลดค่าบริการ และเพิ่มของแถมในการเข้าสถานที่จัดแข่งกีฬา จัดประชุม และงานเลี้ยง เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน และก่อให้เกิดความรู้สึกคุ้มค่า
3. ควรมีการพัฒนาระบบรับรองประเภทกีฬาผ่าน Facebook หรือไลน์กลุ่ม
4. ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่น่าสนใจของศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานผ่าน Facebook เพิ่มเติม

5. ควรมีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับประเภทกีฬาที่เปิดให้บริการ โดยเฉพาะการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้กอล์ฟซิมูเลเตอร์ รวมถึงมีการให้คำแนะนำผู้มาใช้บริการรายใหม่เกี่ยวกับการให้บริการ
6. ควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมบำรุงรักษาอุปกรณ์การกีฬา รวมถึงแนะนำอุปกรณ์การกีฬาใหม่ พร้อมวิธีการใช้งานผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน
7. ควรมีการศึกษาปัญหาข้อขัดข้องที่ทำให้กระบวนการให้บริการล่าช้า พร้อมทั้งศึกษาดูงานเพื่อหาวิธีการพัฒนากระบวนการให้บริการที่มีความสะดวก รวดเร็ว
8. ควรเพิ่มพื้นที่สำหรับรอคิวเข้าใช้บริการของกีฬาแต่ละประเภท โดยมีป้ายประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ และข้อแนะนำเพื่อลดความเสี่ยง และป้องกันโรคติดต่อเชื้อ COVID-19 เนื่องจากกีฬาบางประเภทมีคนต้องการใช้บริการจำนวนมาก
9. ควรพัฒนาระบบโอนเงินผ่านทางบัญชีธนาคาร เพื่อลดการจับต้องเงิน
10. ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ใช้บริการปฏิบัติตามแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมานกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยสาเหตุที่ทำให้เลือกใช้บริการจากศูนย์กีฬาพื้นที่ ศรีสมาน กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม
2. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาศูนย์กีฬาพื้นที่ศรีสมาน กรมเสมียนตรา สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม เพื่อนำมาสู่การพัฒนาตัวแบบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- โครงการแนวทางการปลอดภัยด้านสาธารณสุข. (2564). *แผนการดำเนินงานโครงการแนวทางการปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA)*. กรุงเทพมหานคร: มปพ.
- ชาคร จันทน์โชติวงศ์. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการรับชมกีฬาอีสปอร์ต (E-Sport) ผ่านระบบออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ติน ปรัชญาพothi และไกรยุทธ ธีรตยาสินันท์. (2537). *ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือน*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ระพีพรรณ คำหอม. (2549). *สวัสดิการสังคมกับสังคมไทย*. กรุงเทพมหานคร: พริกหวานกราฟฟิค.

ภักดี กลั่นภักดี. (2564). *คุณภาพการบริการกลยุทธ์การตลาดบริการ และความพึงพอใจต่อการบริการวิถีใหม่ (New Normal) ที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: อีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

Kotler, P. (2011). *Marketing Management : Analysis Planning Implementation and control*. New jersey : Prentice Hall International, Inc.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper & Row.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th Edition, Prentice-Hall, Upper Saddle River.