



ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและส่วนประสมการตลาดบริการ
ของสนามฟุตบอลให้เช่าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

The Relationship between the Marketing Mix and Consumers Behavior of
Football Field for Rent in Hua - Hin District, Prachuap Khiri Khan Province

รัชภาคย์ ดวงฟ้า

นักศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ลักษณาวดี บุญยะศิรินันท์

อาจารย์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

E-mail: benzema.bnz@gmail.com

Ratchapark Duangfa

Student of Master Business Administration Program, Rajapruk University

Luxanawadee Boonyasirinun

Director of Master Business Administration Program, Rajapruk University

E-mail: luboon@rpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า 2) ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า 3) ศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า 4) เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการจำแนกตามคุณลักษณะของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า 5) เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามคุณลักษณะของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า และ 6) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้ใช้บริการกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสนามฟุตบอลให้เช่า ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย จากประชากรชายที่เล่นฟุตบอลและอาศัยอยู่ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คำนวณหากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 386 คน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 26 – 35 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยได้ ดังนี้ ด้านสถานที่ตั้งมีความสำคัญมากที่สุด ด้านบรรยากาศสถานที่



ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการให้บริการตามลำดับ และจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่ากับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสนามฟุตบอลให้เช่า ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ตั้ง ด้านบรรยากาศสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับต่ำที่ระดับนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้ใช้บริการสนามฟุตบอล สนามฟุตบอลให้เช่า ส่วนประสมการตลาดบริการ

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the characteristics of the service users of the football fields for rent; 2) to study the behavior of the service users of the football fields for rent; 3) to study the importance of the service marketing mix of the service users. Football fields for rent 4) to compare service usage behavior classified by service users characteristics of football fields for rent 5) to compare service marketing mix classified by service users characteristics of football fields for rent and 6) to study the Relationship between service user behavior and service marketing mix of football stadium rental in Hua Hin Prachuap Khiri Khan Province.

The research result from objectives shows that the majority samples were age range between 26-35 years with bachelor degree, Company employee career and the average monthly income was 20,001-30,00 Baths. The importance level of Marketing Mix Service (7P's) mostly in high level were ranked from the highest to lowest as follows: place, physical event, product, price, personnel, promotion, and process service. The relationship between the Marketing Mix and consumers behavior of football field for rent in Hua-Hin District, Prachuap Khiri Khan Province was correlated in low level of Significant at .05.

Keywords: consumers behavior football player, football field for rent, marketing mix service



บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาจากกระแสความนิยมของคนทุกเพศทุกวัย ที่ต่างก็หันมาให้ความสำคัญกับการเล่นกีฬาหรือการออกกำลังกายมากขึ้น เนื่องจากมีประโยชน์ต่อสุขภาพหลายประการ ทั้งช่วยทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง ป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ ช่วยคลายเครียด และทางรัฐบาลมีนโยบายสร้างเสริมสุขภาพและสนับสนุนให้ประชาชนสนใจการออกกำลังกายมากขึ้น ซึ่งประชาชนส่วนมากให้ความสนใจในการเล่นกีฬา (ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559) และกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดก็คือ กีฬาฟุตบอล ร้อยละ 60.9 มวย ร้อยละ 26.1 และวอลเลย์บอล ร้อยละ 13 (พฤติกรรมกรรมการออกกำลังกายและเล่นกีฬาของประชาชน การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2564)

ในปี พ.ศ.2539 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ได้มีการปรับปรุงระบบการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศจากวัตถุประสงค์เพื่อความเป็นเลิศ มาเป็นรูปแบบอาชีพ โดยเริ่มก่อตั้งฟุตบอลลีกสูงสุดขึ้น (ไทยลีก-Thailand Premier league) แรกเริ่มมีสโมสรที่เข้าร่วมแข่งขันที่ 10 ทีม ก่อนที่จะเพิ่มเป็น 12 ทีม ในเวลาต่อมา จนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของฟุตบอลลีกของไทย ในปี พ.ศ.2552 เมื่อสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asian Football Confederation: AFC) ได้มีกฎระเบียบบังคับให้สโมสรฟุตบอลต่าง ๆ จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคล และสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ได้จัดตั้งบริษัทไทยพรีเมียร์ลีกขึ้นมา เพื่อยกระดับการจัดการแข่งขันฟุตบอลลีกภายในประเทศให้มีมาตรฐานสากลและมีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น โดยมีการแข่งขันแบบระบบลีก(Double Round Robin) แบ่งเป็นระดับต่าง ๆ ก็คือ ไทยลีก1 (T1) ไทยลีก2 (T2) ไทยลีก3 (T3) ไทยลีก4 (T4) และ อเมเจอร์ลีก (TA) จนปัจจุบันนี้มีสโมสรฟุตบอลอาชีพมากถึง125 สโมสรทั่วประเทศไทย(Wikipedia: วันที่ 7 กรกฎาคม 2562) จากที่กล่าวมานั้นทำให้กระแสของการเล่นกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยนั้นได้รับความนิยมต่อเนื่อง

ถึงแม้ว่าในประเทศไทยจะมีสนามฟุตบอลสาธารณะที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเล่นฟุตบอลให้กับประชาชนทั่วไปใช้สถานที่ในการออกกำลังกาย แต่สนามฟุตบอลสาธารณะทั่วไปมักมีมาตรฐานต่ำ ขาดคนดูแลอย่างเป็นกิจจะลักษณะ และมีเวลาในการเข้าใช้สถานที่ค่อนข้างจำกัด รวมไปถึงการที่ผู้คนเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากทำให้มีปริมาณคนเล่นที่แน่นเกินไป ทำให้ขาดอรรถรสในการเล่นฟุตบอล จากปัญหาที่กล่าวมานั้น จึงทำให้เกิดธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่ากำลังเติบโต ส่งผลให้ทุกวันนี้มีสนามฟุตบอลให้เช่า เพิ่มขึ้นมาเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจสนามฟุตบอลให้เช่าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมีทั้งหมด 8 สนาม ดังนี้ 1) Midfield soccer 2) Monkey and field sport complex 3) Super BO Football Arena 4) Grand Mom Stadium



5) King Kong futsal club 6) True Arena 7) Arena 102 และ 8) Football Station จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น จากการสำรวจทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นในปัจจุบันพบว่าสถานการณ์ของธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้านั้น มีการแข่งขันที่สูงมากโดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา ซึ่งนับได้ว่าเป็นปัญหาในการดำเนินการของผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก ทำให้การบริหารจัดการสนามฟุตบอลให้เข้าเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จในธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการสนามฟุตบอลจะต้องมีการพัฒนาและยกระดับให้ธุรกิจมีศักยภาพในการให้บริการที่ดีที่สุด โดยทฤษฎีในการจัดการธุรกิจให้สำเร็จนั้น ต้องทราบถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอล และนำทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ มาพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น

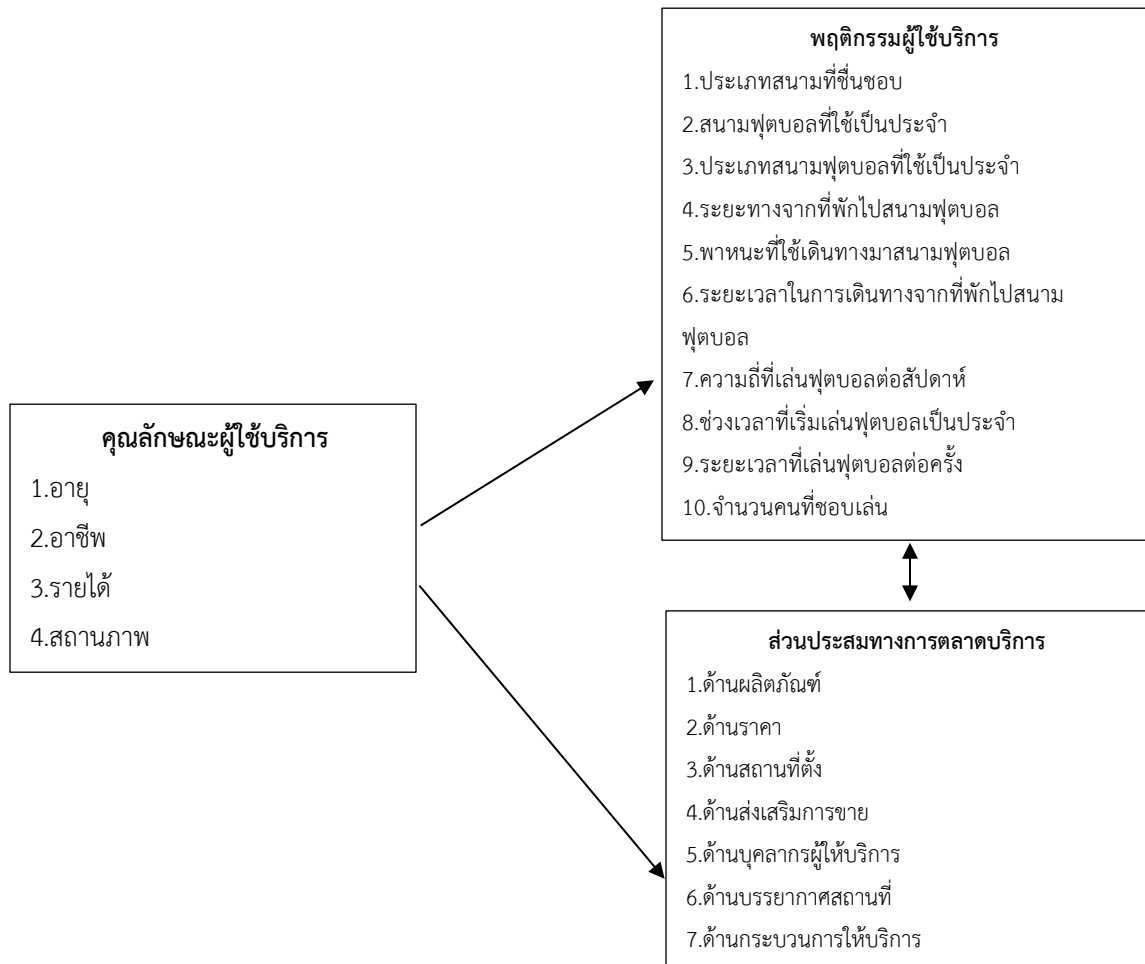
ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงเป็นที่มาในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาการให้บริการของสนามฟุตบอลให้เข้า และยกระดับการให้บริการให้ได้มาตรฐานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นอย่างไร
3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการจำแนกตามคุณลักษณะของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
5. เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามคุณลักษณะผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้ใช้บริการกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสนามฟุตบอลให้เข้าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความถูกต้องแม่นยำและน่าเชื่อถือมากที่สุด ซึ่งในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าและส่วนประสมการตลาดบริการในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

เพื่อนำมาวิเคราะห์และนำเสนอเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยมีรายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย จำนวนประชากร คือ ผู้ที่ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ทำวิจัยได้มีการสัมภาษณ์และสอบถามจากผู้ประกอบกิจการสนามฟุตบอลให้เข้า ทำให้ทราบจำนวนผู้มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าอย่างคร่าว ๆ จึงใช้สูตรการคำนวณ



ของ Taro Yamane (1967) โดยกำหนดการคาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นเป็นสัดส่วนโดยประชากรทั้งหมด 10,800 คนและกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 386 คน สามารถคำนวณตามสูตรได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{10800}{1+(10800)(0.05)^2} \\ \text{เมื่อ} \quad n &= \frac{10800}{28} \\ &= 385.71: 386 \text{ คน} \end{aligned}$$

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าโดยประมาณในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์			
ชื่อสนาม	จำนวน/เดือน	จำนวน/ปี	กลุ่มตัวอย่าง
Midfield soccer	2,000 คน	24,000 คน	71 คน
Monkey and field sport complex	1,600 คน	19,200 คน	57 คน
Super BO Football Arena	1,200 คน	14,400 คน	43 คน
Grand Mom Stadium	800 คน	9,600 คน	29 คน
King Kong futsal club	800 คน	9,600 คน	29 คน
True Arena	2,400 คน	28,800 คน	85 คน
Arena 102	1,200 คน	14,400 คน	43 คน
Football Station	800 คน	9,600 คน	29 คน
รวมทั้งหมด	10,800 คน	129,600 คน	386 คน

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการสร้างแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นหลังจากที่ได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการหาคุณภาพเครื่องมือสำหรับการวิจัย โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อให้เครื่องมือในการทำวิจัยมีความเหมาะสม หลังจากผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามแล้ว ได้นำแบบสอบถามไปทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อหาข้อบกพร่องก่อนการนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการวิจัย วิเคราะห์หาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ตรวจสอบความถูกต้อง ปรับปรุง แก้ไข ข้อบกพร่องของข้อมูลทางด้านเนื้อหา คำถาม เพื่อให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในเนื้อหาของแบบสอบถามตรงตาม



วัตถุประสงค์แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยค่าดัชนีที่มีความสอดคล้องที่ยอมรับจะมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) ซึ่งได้ค่า 0.98 จึงนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบ (Try Out) กับผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จำนวน 30 ชุด เพื่อให้ได้ความถูกต้อง ความเข้าใจในเนื้อหาของผู้ตอบแบบสอบถาม

หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามสำหรับข้อถามที่เป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่าตามวิธีการของครอนบาค ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.70 ซึ่งได้ค่า 0.90 จึงทำการแจกแบบสอบถามตามจำนวนที่คำนวณได้ต่อไป โดยใช้สถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ใช้วิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ใช้วิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation) ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้เกณฑ์ในการพิจารณาความสัมพันธ์

ผลการวิจัย

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 26 – 35 ปี ร้อยละ 38.3 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.5 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 45.1 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 33.7 และมีสถานภาพ โสด ร้อยละ 62.2

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความชื่นชอบ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ร้อยละ 47.4 และสนามหญ้าจริง (หญ้าธรรมชาติ) ร้อยละ 47.2 ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าของเอกชน ร้อยละ 64.8 ประเภทของสนามที่ใช้เล่นเป็นประจำ ส่วนใหญ่ เป็นสนามหญ้าเทียม ร้อยละ 58.5 ระยะทางในการเดินทางไปสนามฟุตบอลให้เช่า ส่วนใหญ่อยู่ในระยะทาง 5-10 กิโลเมตร ร้อยละ 49.7 พาหนะที่ใช้เดินทางมาสนามฟุตบอลให้เช่า ส่วนใหญ่ เป็นรถจักรยาน/รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 66.1 ระยะเวลาเดินทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล ส่วนใหญ่ ไม่เกิน 30 นาที ร้อยละ 78.8 ความถี่ในการเล่นฟุตบอล พบว่า ส่วนใหญ่จะเล่นฟุตบอล 1-2 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 66.6 วันที่เล่นฟุตบอลเป็นประจำ พบว่า วันธรรมดา ร้อยละ 59.3 ช่วงเวลาที่ได้รับคามนิยมในการเล่นฟุตบอล คือ 15.01-20.00 น. ร้อยละ 76.4



ระยะเวลาในการเล่นฟุตบอลแต่ละครั้งนั้น 1-2 ชั่วโมงได้รับความนิยมมากที่สุด ร้อยละ 73.8 และจำนวนผู้เล่นแต่ละทีมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ 8-9 คน ร้อยละ 41.2

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดย ด้านสถานที่ตั้งมีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านบรรยากาศสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการให้บริการ เป็นอันดับสุดท้าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการกับด้านสถานที่ตั้ง ด้านบรรยากาศสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของหญ้าที่เข้าไป ความสว่างของสนามฟุตบอล ขนาดของสนามฟุตบอล คุณภาพของอุปกรณ์ที่ใช้ อัฒจันทร์หรือที่นั่งภายในสนาม และสกอร์บอร์ดบอกสกอร์การแข่งขัน ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าใช้จ่ายในการเช่าสนามฟุตบอล ค่าใช้จ่ายอุปกรณ์กีฬาต่าง ๆ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาสนามฟุตบอล ค่าใช้จ่ายในการจองสนาม และค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น ด้านสถานที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อยู่ใกล้ที่พักอาศัย ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนสิ่งเก๋ต่าง ๆ ตั้งอยู่ในที่โล่งมีอากาศถ่ายเท ตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ และมีป้ายบอกทาง สะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น ด้านส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสิทธิพิเศษต่าง ๆ สำหรับสมาชิก โปรโมชั่นต่าง ๆ ของสนามเช่นใช้บริการก่อน 16.00 น. ลด 15% เป็นต้น มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์ และมีเงินรางวัลในการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์ประจำสนาม ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น ด้านบุคลากรการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กรรมการประจำสนามตัดสินได้ยุติธรรม กรรมการประจำสนามสามารถควบคุมการแข่งขันได้ดี พนักงานใช้คำพูดสุภาพ พนักงานอัยการดีเต็มใจให้บริการ และพนักงานให้ข้อมูลต่าง ๆ ได้ชัดเจน ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น ด้านบรรยากาศสถานที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดของสถานที่ มีสถานที่รับรองพักผ่อน มีห้องอาบน้ำให้บริการ สถานที่จอดรถมีเพียงพอ และมีร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม ตามลำดับ



เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริการจองสนามผ่านทางโทรศัพท์หรือสื่อออนไลน์ ขั้นตอนการชำระค่าบริการที่มีความสะดวก บริการสอบถามข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์หรือสื่อออนไลน์ และการต้อนรับให้คำแนะนำเมื่อเดินทางมาถึงสนาม ตามลำดับ

ผลการทดสอบความแตกต่างของคุณลักษณะของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันในแต่ละด้าน ดังนี้

จำแนกตามอายุ เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันในด้านประเภทสนามฟุตบอลที่ชื่นชอบ สนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ประเภทสนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ระยะทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล พาหนะที่ใช้เดินทางมายังสนามฟุตบอล ระยะเวลาดำเนินทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล ความถี่ที่เล่นฟุตบอลต่อสัปดาห์ วันที่เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ช่วงเวลาที่เริ่มเล่นฟุตบอล และจำนวนผู้เล่นฟุตบอลต่อทีม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันในด้าน สถานที่ของสนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ประเภทสนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ระยะทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล พาหนะที่ใช้เดินทางมายังสนามฟุตบอล ระยะเวลาดำเนินทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล ความถี่ที่เล่นฟุตบอลต่อสัปดาห์ วันที่เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ช่วงเวลาที่เริ่มเล่นฟุตบอล และจำนวนผู้เล่นฟุตบอลต่อทีมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามอาชีพ เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันในด้าน สถานที่ของสนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ระยะทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล พาหนะที่ใช้เดินทางมายังสนามฟุตบอล ระยะเวลาดำเนินทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล ความถี่ที่เล่นฟุตบอลต่อสัปดาห์ วันที่เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ช่วงเวลาที่เริ่มเล่นฟุตบอล และจำนวนผู้เล่นฟุตบอลต่อทีม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามรายได้ เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันในด้าน ประเภทสนามฟุตบอลที่ชื่นชอบ สถานที่ของสนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ประเภทสนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ระยะทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล พาหนะที่ใช้เดินทางมายังสนามฟุตบอล ระยะเวลาดำเนินทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล ความถี่ที่เล่นฟุตบอลต่อสัปดาห์ วันที่เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ช่วงเวลาที่เริ่มเล่นฟุตบอล และจำนวนผู้เล่นฟุตบอลต่อทีมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามสถานะภาพ เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันในด้าน สถานที่ของสนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ระยะทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล พาหนะที่ใช้เดินทางมายังสนามฟุตบอล ระยะเวลาดำเนินทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล ความถี่ที่เล่นฟุตบอลต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ผลการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้ามามีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งแปลผลความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ได้ ดังนี้ พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า ด้านประเภทสนามฟุตบอลที่ชื่นชอบไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในทุกด้าน

พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า ด้านประเภทสถานที่ของสนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็น มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า ด้านประเภทสนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็นประจำ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในทุกด้าน

พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า ด้านระยะทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย และด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า ด้านพาหนะที่ใช้เดินทางมายังสนาม มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านราคา และด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า ด้านระยะเวลาเดินทางจากที่พักไปสนามฟุตบอล ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในทุกด้าน

พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า ด้านความถี่ที่เล่นฟุตบอลต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย และด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านราคา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า ด้านวันที่เล่นฟุตบอลเป็นประจำ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า ด้านช่วงเวลาที่ใช้เล่นฟุตบอล มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า ด้านระยะเวลาที่ใช้เล่นฟุตบอลต่อครั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในทุกด้าน



พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า ด้านจำนวนผู้เล่นฟุตบอลต่อทีม มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 26-35 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวัฒน์ ธิดา (2555) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บริการสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่าปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสนามฟุตบอลให้เช่าได้แก่ ปัจจัยด้านอาชีพคือ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท ซึ่งด้านรายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ บริการที่ต่างกัน

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซึ่งสอดคล้องกับ ทศพร ต้นพิพัฒน์อารีย์ (2558) ที่ทำการศึกษา โครงการจัดตั้งธุรกิจบริการให้เช่าสนามฟุตบอล ฟุตบอลโลฟอาร์น่า และ ศิริวัฒน์ ธิดา (2555) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่ามักมาใช้บริการสนามหญ้าเทียมในช่วงเวลา 15.00 – 20.00 น. สัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้ง

จากการศึกษาความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการ ใช้ บริการสนามฟุตบอลให้เช่า ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ระดับความสำคัญของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่ง ด้านสถานที่ตั้ง มาเป็นอันดับแรก เนื่องจากผู้ใช้บริการคำนึงถึงความสำคัญของ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ที่ ทำงาน มหาลัย ที่อยู่อาศัย ความสะดวกในการเดินทางไปและกลับ เวลา เปิดและปิด ในการให้บริการ สถานที่จอดรถเพียงพอ จึงทำให้ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านสถานที่ตั้ง ในระดับมาก และให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวัฒน์ ธิดา (2555) ที่ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บริการสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้กล่าวว่า ส่วนใหญ่มีจุดเด่นอยู่ที่สถานที่ ตั้งที่อยู่ใกล้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งสะดวกในการเดินทาง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่ากับส่วนประสมทาง การตลาดบริการของสนามฟุตบอลให้เช่า ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวม พบว่ามี



ความสัมพันธ์ ด้านสถานที่ของสนามฟุตบอลที่ใช้เล่นฟุตบอลเป็นประจำมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านพาหนะที่ใช้เดินทางมายังสนามฟุตบอล มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านราคา และด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านความถี่ที่เล่นฟุตบอลต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย และด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านราคา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านวันที่เล่นฟุตบอลเป็นประจำมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านช่วงเวลา que เริ่มเล่นฟุตบอล มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใน ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ พัชรินทร์ เกียรติดอนเมือง (2558) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสนามฟุตบอลในร่มเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กล่าวว่า ความถี่ในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้ประกอบการด้านสนามฟุตบอลให้เข้าควรมีการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดบริการตามลำดับความสำคัญในแต่ละด้านทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านสถานที่ที่ตั้ง เนื่องจากผู้ใช้บริการคำนึงถึงความสำคัญของความสะดวกทั้งทำเลที่ตั้ง ที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ที่ทำงาน ใกล้ที่อยู่อาศัย มีความสะดวกในการเดินทางไปและกลับ สถานที่จอดรถเพียงพอ ผู้ให้บริการควรหาทำเลที่ตั้งในแหล่งชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง
- 2) ด้านบรรยากาศสถานที่ เนื่องจากผู้ใช้บริการคำนึงถึงความสำคัญของ บริเวณสถานที่ที่มีที่นั่งหรือห้องรับรองที่เพียงพอและสะอาด ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในสนามฟุตบอล การจัดเก็บอุปกรณ์ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ป้ายชื่อสนามฟุตบอลมองเห็นได้ง่าย อาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดและอร่อย ผู้ให้บริการควรคำนึงถึงความสำคัญด้านสถานที่ในบริเวณสนามให้เพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ พร้อมทั้งการดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่ให้สะอาดตลอดเวลา



3) ด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้ให้บริการคำนึงถึงความสำคัญของ มาตรฐานของสนามฟุตบอล แสงสว่างที่เพียงพอของสนามฟุตบอล ความครบถ้วนของอุปกรณ์ที่ใช้ในสนามฟุตบอล ความเรียบของผิวสนามฟุตบอล ความหลากหลายของลักษณะสนามฟุตบอล ผู้ให้บริการควรคำนึงถึงความสำคัญด้าน มาตรฐานของสนามฟุตบอล แสงสว่างที่เพียงพอของสนามฟุตบอล ความครบถ้วนของอุปกรณ์ที่ใช้ในสนามฟุตบอล ควรมีเจ้าหน้าที่ประจำสนามคอยตรวจสอบสนามและอุปกรณ์ให้มีความพร้อมในการใช้งาน อยู่เสมอ

4) ด้านราคา เนื่องจากผู้ให้บริการคำนึงถึงความสำคัญของ ราคาค่าบริการสนาม ราคาค่าเช่า อุปกรณ์ในการเล่นฟุตบอล ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสนามและการให้บริการของพนักงาน และ ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ให้บริการควรคำนึงถึงความสำคัญด้าน ราคาค่าเช่าสนาม ราคาค่าเช่า อุปกรณ์ในการเล่นฟุตบอล การกำหนดราคาค่าบริการนั้นควรให้เป็นที่ไปด้วยความยุติธรรมให้ผู้ให้บริการ เกิดความคุ้มค่าสูงสุดในการมาใช้บริการ ควรจัดทำแผ่นป้ายหรือแผ่นพับแสดงราคาให้ชัดเจน

5) ด้านบุคคล เนื่องจากผู้ให้บริการคำนึงถึงความสำคัญของ เจ้าหน้าที่ พนักงานให้บริการเสมอภาค กรรมการประจำสนามฟุตบอลตัดสินได้ยุติธรรม เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ดูแล ให้บริการที่ดี มีความรู้เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล จำนวนเจ้าหน้าที่ บุคลากรมีเพียงพอ ในการให้บริการ ผู้ให้บริการควรคำนึงถึง ความสำคัญด้าน เจ้าหน้าที่ กรรมการประจำสนามฟุตบอลตัดสินได้ยุติธรรม เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ดูแล ควร จัดเจ้าหน้าที่ในสนามให้เพียงพอในการให้บริการ และควรมีการจัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานในเรื่องของ การบริการที่ดีเพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

6) ด้านส่งเสริมการตลาด เนื่องจากผู้ให้บริการคำนึงถึงความสำคัญของ มีการกำหนดเวลาใช้ บริการในราคาพิเศษแต่ละช่วงเวลาตามเทศกาล มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละเดือน มีการจัดการ แข่งขันเป็นประจำ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ถึงสมาชิกเป็นประจำ การประชาสัมพันธ์อย่าง ต่อเนื่อง และมีสื่อแผ่นพับ ป้ายโฆษณา จึงทำให้ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ ให้บริการควรคำนึงถึงความสำคัญด้าน มีการกำหนดเวลาให้บริการในราคาพิเศษแต่ละช่วงเวลาตาม เทศกาล มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละเดือน ควรจัดมีการแข่งขันในเทศกาลต่าง ๆ เช่น การแข่งขันช่วง ฟุตบอลโลก การแข่งขันกระชับมิตรระหว่างทีม หรือโปรโมชันราคาพิเศษแต่ละช่วงเวลาพร้อมกับเพิ่มการ ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมของสนามทุกช่องทางโดยเฉพาะทางสื่อสังคมออนไลน์

7) ด้านกระบวนการ เนื่องจากผู้ให้บริการคำนึงถึงความสำคัญของ การรับรองสนามมีหลาย ช่องทางทำได้ง่ายและสะดวก การบริการของผู้มาใช้บริการสะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่น การบริการรวดเร็ว คล่องแคล่ว และถูกต้อง การชำระเงินถูกต้อง และรวดเร็ว และขบวนการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่าง รวดเร็ว จึงทำให้ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ ด้านกระบวนการ ผู้ให้บริการควรคำนึงถึงความสำคัญด้านของ



การรับจองสนามมีหลายช่องทางทำได้ง่ายและสะดวก การบริการของผู้มาใช้บริการสะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่น ควรบริหารจัดการทุกด้านให้เกิดความสะดวกทุกช่องทางในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพพร้อมทั้งติดตามและประเมินผลเพื่อนำไปปรับปรุงต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ กับผู้บริโภคเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและทราบปัญหาและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาการให้บริการ
2. ควรทำการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ กับผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและทราบถึงปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาและแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- ทศพร ต้นพิพัฒน์อารีย์. (2558). **โครงการจัดตั้งธุรกิจบริการให้เช่าสนามฟุตบอล ฟุตบอลไลฟ์อาร์น่า**. ค้นคว้าอิสระ สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). **การวิจัยการตลาด**. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พฤติกรรมกรรมการออกก้ำกั๋งกายและเล่นกีฬาของประชาชน การกีฬาแห่งประเทศไทย .(2564). **กีฬาที่ได้รับ ความนิยมมากที่สุดก็คือกีฬาฟุตบอล**. ค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2564, จาก <https://www.sat.or.th/427854-2/>
- พัชรินทร์ เกียรติดอนเมือง. (2558). **กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสนามฟุตบอลในร่มในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล**. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 1(2): 69-83.
- ศิริวัฒน์ ธิตา.(2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2559).**การถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลทั้งไทยลีกและต่างประเทศ**. ค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.thansettakij.com/content/81358>
- ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.(2559).**ความสำคัญกับการเล่นกีฬาหรือการ ออกก้ำกั๋งกาย**. ค้นเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2562, จาก <http://ebook.nic.go.th/Thai-Sport/Thai-Sport.pdf>
- สโมสรฟุตบอลในประเทศไทย.(2562).**จำนวนสโมสรฟุตบอลในประเทศไทย**. ค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/รายชื่อสโมสรฟุตบอลในประเทศไทย>.



สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). คนไทยเลือกออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬามากที่สุด. ค้นเมื่อวันที่ 9
กรกฎาคม 2562, จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/survey/surpop2-4-2.html>
Taro Yamane. (1967). **Statistic: An Introductory Analysis**. New York: Harper & row.