

## การบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร

อรุช เส้นบัตร\* นักรบ ระวังการณ์\*\*

วันตอบรับ 30 พฤษภาคม 2563

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานครเป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) โดยใช้วิธีแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน สำหรับส่วนที่ 2 การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามกับผู้ที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ คือค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรบุคคล ทำการสรรหาและคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสม และเพียงพอ ด้านการเงินและงบประมาณ มีการวิเคราะห์การลงทุนและวางแผนการเงิน อย่างละเอียดและชัดเจน ด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก เลือกสรรวัสดุที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ ให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการ สร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง และปรับปรุงสถานประกอบการอยู่ตลอดเวลา ด้านการตลาด มีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์หลัก และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก 7 ด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย การใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร การบริหารงานที่มีมาตรฐานสากล และการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน

**คำสำคัญ** การบริหารจัดการ, ธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า

\*นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการกีฬา คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

\*\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาการจัดการการกีฬา คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ติดต่อ: อรุช เส้นบัตร, tiagoplateen@hotmail.com, 087-9758574

## Business management rental football field in Bangkok

U-rus Sengbat\* Nug-rob Rawangkarn\*\*

Received Date 30 May 2020

### Abstract

The objective of the research was to study the business management rental football field in Bangkok and the customer's satisfaction towards the marketing mix of this business. This descriptive study used a mixed methodology divided into 2 parts. The first part was the study of business management rental football field, and the researcher used in-depth interviews with 10 entrepreneurs. The second part was the study of the customer's satisfaction towards the marketing mix, and the researcher collected data from 400 customers through a questionnaire. Statistical analysis was done and presented in average and standard deviation. The results showed that the business management rental football field in Bangkok included 5 elements as follows: Man: recruit and select the appropriate and sufficient person. Money: analyze the financial investment and planning carefully and clearly. Material: select good quality material and standard as well as utilize new technology in this business. Management: entrepreneurs have good vision focusing on customers, build up friendly atmosphere and keep improving workplace all the time. Marketing: analyze the market situation, give importance to the core products and promote them through social media. The customer's satisfaction towards the marketing mix of the business management rental football field in Bangkok was at a high satisfied level with 7 points: product, price, place, promotion, people, process and physical evidence and presentation. The suggestion from this research was that the entrepreneurs focus on safety, communication technology, international standard management and public relation.

**Keywords** management , business of rental football field

---

\*Master's degree student, Program in Educational Management, Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University

\*\*Assistant Professor, Ph.D., Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University

Contact: U-rus Sengbat, tiagoplateen@hotmail.com, 087-9758574

## บทนำ

ในปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ และใส่ใจกับการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งทางเลือกของการดูแลสุขภาพคือการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย โดยสอดคล้องกับข้อมูลผลสำรวจจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2554) ที่บ่งชี้ว่าคนไทยในสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 34.7 (สำรวจจากประชากรอายุ 11 ปีขึ้นไป) เลือกออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬา เพิ่มขึ้นจาก ปี พ.ศ. 2550 ประมาณ 2 เท่า ประกอบกับแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ได้มุ่งหวังให้คนไทยได้รับการส่งเสริมการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอย่างถูกต้องจนเป็นวิถีชีวิต มี สุขภาพและสมรรถภาพที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีน้ำใจนักกีฬาเพื่อหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวสู่ความสามัคคีและสมานฉันท์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555)

สำหรับกีฬาที่ประชาชนให้ความสนใจเป็นพิเศษและได้รับความนิยมคือ กีฬาฟุตบอล เนื่องจากกีฬาฟุตบอลเป็นเกมกีฬาที่สนุก ง่าย มีสีสันในการเชียร์ มีการจัดการแข่งขันในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับลีกภูมิภาคในประทศนี้จนถึงการแข่งขันในระดับโลก ซึ่งการจัดการแข่งขันฟุตบอลในประเทศไทย ได้รับความนิยมมากขึ้นโดยมีการจัดการแข่งขันทั้งลีกภูมิภาค ดิวิชั่น 2, ลีกดิวิชั่น 1, ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก และรวมไปถึงฟุตบอลไทยแลนด์ลีกด้วย ทั้งนี้จากการจัดการแข่งขันที่มีระบบและมาตรฐานมากขึ้น ทำให้กีฬาฟุตบอลสามารถสร้างงาน สร้างรายได้และสร้างอาชีพให้กับผู้เกี่ยวข้องได้มากขึ้น

ด้วยกระแสความนิยมในกีฬาฟุตบอลมีมากขึ้นจึงเป็นเหตุทำให้มีการเล่นกีฬาฟุตบอลกันอย่างแพร่หลายทั่วทุกพื้นที่ ทั้งพื้นที่ว่างเปล่าตามชุมชน สนามของหน่วยงานต่างๆ สวนสาธารณะ ตลอดจนพื้นที่ใต้ทางด่วน จนพื้นที่หรือสนามที่ใช้ในการเล่นฟุตบอลที่กล่าวมานั้นมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน อีกทั้งพื้นที่ว่างเปล่าบางส่วนก็ลดลง เนื่องด้วยมีการจัดสรรพื้นที่ให้เป็นที่พักอาศัยเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงมีผู้สนใจสร้างสนามฟุตบอลให้เช่าเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ที่ต้องการเล่นกีฬาฟุตบอล โดยตลอดระยะเวลา 4-5 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน มีผู้ประกอบการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าเป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เล่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่มีการแข่งขันฟุตบอลทีมสโมสรฟุตบอลอาชีพ นับว่าเป็นสิ่งที่จุดประกายให้ความนิยมของสนามฟุตบอล ให้เช่าเทียมเอกชนได้รับความนิยม และขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว

สำหรับในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีจำนวนสถานประกอบการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่ากระจายอยู่ทั่วทุกเขตพื้นที่ เฉพาะที่สำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2557 พบว่ามีมากถึง 157 แห่ง (รวมข้อมูลสนามฟุตบอลให้เช่า, 2557) ดังนั้นการแข่งขันทางธุรกิจของสนามฟุตบอลให้เช่ามีการแข่งขันที่สูงมาก ผู้ประกอบการก็ต้องหาช่องทางเพื่อให้ตนเองมีโอกาสทางการตลาดสูงขึ้นเหนือกว่าคู่แข่ง อีกทั้งยังต้องแสวงหานวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาเสริมในธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นความรู้ ทักษะ เทคนิคและประสบการณ์ ในการบริหารจัดการธุรกิจกีฬาจึงมีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการนำไปเป็นแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจและพัฒนาธุรกิจของตน ให้ตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ เพื่อความสำเร็จในอนาคตต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจสนามฟุตบอล

ให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตของการวิจัย

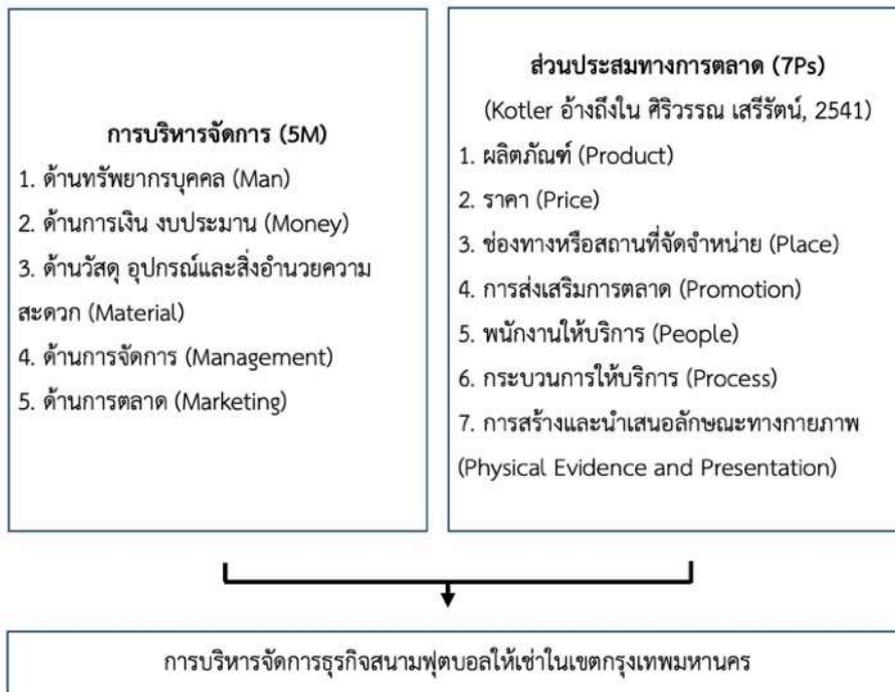
### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากองค์ประกอบของการจัดการ (5M's) ที่ได้สังเคราะห์มาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรบุคคล (Man) ด้านการเงิน งบประมาณ (Money) ด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (Material) ด้านการจัดการ (Management) และด้านการตลาด (Marketing) และการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจาก ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) สำหรับธุรกิจบริการ (Kotler อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านพนักงานให้บริการ (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

### 2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าและผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ สู่ความสำเร็จในอนาคต

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) และใช้วิธีแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 การศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ โดยเลือกผู้ประกอบการ จากสถานประกอบการ 10 แห่ง ที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด สถานประกอบการละ 1 คน รวมทั้งหมด 10 คน ใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) 0.96 จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์และจำแนกข้อมูลอย่างเป็นระบบ ตีความหมายเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่างๆที่รวบรวมได้จากการศึกษา แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

#### ส่วนที่ 2 การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจกับผู้ที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกผู้บริการจำนวน 400 คนจากสถานประกอบการ 10 แห่งที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งจะทำการศึกษาเฉลี่ยเท่าๆกันทั้ง 10 สถานประกอบการ ได้สถานประกอบการละ 40 คน ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยตรวจสอบความตรงของเนื้อหาได้ค่า IOC เท่ากับ 0.79 และทดสอบความเชื่อมั่นมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าเท่ากับ 0.95 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows (Statistical Package for The Social Sciences for Windows) โดยวิเคราะห์ตามลักษณะข้อมูล

### ผลการวิจัย

#### การศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านทรัพยากรบุคคล (Man) พบว่า จำนวนบุคลากรที่เหมาะสมในการดำเนินงานคือ ต้องมีตั้งแต่จำนวน 3 คนขึ้นไป คุณสมบัติของบุคลากรต้องเน้นในเรื่องของทัศนคติและพฤติกรรม สำหรับบทบาทหน้าที่ของบุคลากรคือดูแลในส่วนของสนามฟุตบอล และดูแลในส่วนของการบริการและอำนวยความสะดวก โดยอัตราค่าจ้างและเงินเดือนที่เหมาะสมคือ 8,000 – 15,000 บาทต่อเดือน ตลอดจนมีสวัสดิการอื่นๆให้ ในการสรรหาจะมาจากการรับสมัครโดยการแนะนำ ชักชวน จากนั้นทำการคัดเลือกโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ส่วนการประเมินผลการปฏิบัติงาน จะประเมินจากผลงานของบุคลากรโดยตรง สำหรับการพัฒนาบุคลากรจะเน้นการสอนงานและให้คำปรึกษาเป็นหลัก

ด้านการเงิน งบประมาณ (Money) พบว่า ในการวิเคราะห์การลงทุนประกอบธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้า จะทำการกำหนดต้นทุนจาก 2 ส่วนหลักๆ คือการก่อสร้างและโครงสร้างสนาม และพื้นสนาม วัสดุ อุปกรณ์ จำนวนเงินลงทุนจะอยู่ที่ประมาณ 10-20 ล้านบาท หรืออาจจะมากกว่า 20 ล้านบาทขึ้นอยู่กับขนาดของสถานประกอบการ

การจัดหาเงินทุน จะมาจากเงินทุนส่วนตัวของเจ้าของกิจการเป็นหลักและมีหุ้นส่วนร่วมด้วยบ้าง สำหรับการจัดทำแผนงบประมาณจะดำเนินการด้วยตนเอง โดยการจัดทำบัญชีการเงินอย่างเป็นระบบ รายได้หลักมาจากค่าเช่า การขายอาหาร เครื่องดื่ม ค่าโฆษณา/ผู้สนับสนุน ส่วนรายจ่ายคือ ค่าบำรุงซ่อมแซมสนาม จัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ เงินเดือนพนักงาน และค่าสาธารณูปโภค

### ด้านวัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก (Material)

พบว่า การดำเนินการจัดซื้อ จัดหาวัสดุ อุปกรณ์ มี 2 วิธีคือ ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลประกอบกับสอบถามผู้มีประสบการณ์ และมีบริษัทจากภายนอกเข้ามาแนะนำและดำเนินการให้การดำเนินการรับส่งสินค้า และวัสดุ อุปกรณ์ 2 วิธีคือ ดำเนินการด้วยตนเองกับบริษัทภายนอกดำเนินการ ในส่วนของการตรวจสอบคุณภาพของวัสดุ อุปกรณ์จะใช้ประสบการณ์ของตนเองเป็นหลัก การดำเนินงานด้านระบบการดูแลรักษาสนามวัสดุ อุปกรณ์ จะต้องมีส่วนอย่างชัดเจนเทคโนโลยีหลักๆ ที่ใช้คือ ระบบไฟส่องสว่างภายในสนามฟุตบอลระบบการระบายน้ำสนามฟุตบอล และเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ซึ่งเทคโนโลยีใหม่ๆจะเป็นส่วนช่วยให้สถานประกอบการยกระดับคุณภาพของตนเองขึ้นมาได้อีกขั้น

### ด้านการจัดการ (Management)

พบว่า ผู้ประกอบการมีการกำหนดวิสัยทัศน์ คือ ความเป็นเลิศด้านคุณภาพของสนามฟุตบอลและการบริการที่ดี โดยมีตัวชี้วัดความสำเร็จคือ ความพึงพอใจและได้รับการไว้วางใจของผู้ใช้บริการ สำหรับแผนงานระยะสั้นจะดำเนินการในส่วนของการทำการตลาดเป็นหลัก วัฒนธรรมในองค์กรจะมีความเป็นอยู่กันแบบครอบครัว ในการมอบหมายงานจะดำเนินการผ่านผู้จัดการสนามเป็นหลัก การสั่งการ ประสานงานและจูงใจพนักงานจะใช้วิธีการคือ การสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง ไม่สร้างความกดดันและอึดอัดในการทำงานให้กับพนักงาน การควบคุมและติดตามผลการปฏิบัติงาน จะดำเนินการโดยการสังเกตจากงานที่ได้มอบหมายไปประกอบกับการสัมภาษณ์พูดคุยกับผู้ใช้บริการ

### ด้านการตลาด (Marketing)

1. การดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ส่วนใหญ่สถานประกอบการมีจำนวนสนาม 3 สนาม เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมทั้งในร่มและกลางแจ้ง มีขนาดความกว้างของสนามอยู่ระหว่าง 30 – 35 เมตร และความยาวของสนามอยู่ระหว่าง 50 – 60 เมตร เป็นสนามฟุตบอลมาตรฐานที่เหมาะสมกับการใช้ผู้เล่นทีมละ 7 คน และมีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ ได้แก่ คลับเฮาส์ อุปกรณ์กีฬาฟุตบอล ห้องอาบน้ำ ลานจอดรถ อัดจันทร์ ที่นั่งสำหรับผู้ใช้บริการและผู้ติดตาม โทรศัพท์ อาหารและเครื่องดื่ม

2. การดำเนินงานด้านราคาสินค้าและบริการ (Price) พบว่า ส่วนใหญ่สถานประกอบการกำหนดราคาตามช่วงของวันและเวลา กล่าวคือ การใช้บริการในวันธรรมดา (วันจันทร์- วันศุกร์) กับ วันหยุด (วันเสาร์, วันอาทิตย์) จะมีราคาที่แตกต่างกัน และ การใช้บริการในช่วงเวลาก่อน 18.00 น. (ไม่ใช่ไฟสนาม) กับ การใช้บริการในช่วงเวลาหลัง 18.00 น. (ใช้ไฟสนาม) จะมีราคาที่แตกต่างกัน โดยค่าใช้บริการสนามฟุตบอล 7 คน อยู่ระหว่าง 800 – 1,600 บาทต่อชั่วโมง ส่วนสนามฟุตบอล 11 คนราคาอยู่ระหว่าง 2,500 – 3,500 บาทต่อชั่วโมง

3. การดำเนินงานช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่าย (Place) พบว่า หลักเกณฑ์ในการเลือกทำเล ส่วนใหญ่สถานประกอบการเลือกตามหลักเกณฑ์ดังนี้ ประการแรกเป็นที่ดินบนกรรมสิทธิ์ของตนเอง ประการที่สองคือตั้งอยู่ใกล้กับถนนสายหลัก ประการที่สามคือตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน ส่วนช่องทางในการจองสนาม ได้แก่ โทรศัพท์ สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ และเข้ามาทำการจองโดยตรงที่สนาม

4. การดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ส่วนใหญ่สถานประกอบการจะดำเนินการจัดโปรโมชั่น ส่วนลดและสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าและสิทธิพิเศษสำหรับนักเรียน นักศึกษา มีการโฆษณา แจ้งข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการส่งข้อความผ่านโทรศัพท์สำหรับลูกค้าประจำ การใช้สื่อออนไลน์ และการบอกต่อของผู้ใช้บริการ

5. การดำเนินงานด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) พบว่า ส่วนใหญ่สถานประกอบการจะคัดเลือกพนักงานจากบุคคลที่รู้จักกัน หรือการแนะนำจากเพื่อนญาติ และคนรู้จัก มีการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงาน โดยการพูดคุย สอนงานและให้คำปรึกษา ทำการปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการบริการโดยการ ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี การพูดคุย ปรับทัศนคติและให้ข้อคิดในการทำงาน

6. การดำเนินการด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่า ส่วนใหญ่สถานประกอบการให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ให้บริการตามลำดับการจอง มีระบบการบันทึกรายละเอียดการจองสนามที่ชัดเจน ตรวจสอบ มีการจัดสรรพนักงานคอยดูแลและอำนวยความสะดวกอย่างทั่วถึง รับฟังข้อเสนอแนะ และความต้องการของผู้ใช้บริการจากนั้นจะดำเนินการตามความต้องการอย่างรวดเร็ว บริการเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ

7. การดำเนินงานด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) พบว่า ส่วนใหญ่สถานประกอบการให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาดในทุกส่วนของสถานประกอบการทั้งบริเวณสนาม และบริเวณโดยรอบ จัดให้มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเล่น จัดสรรทุกอย่างให้มีความเป็นระเบียบ มีแสงสว่างเพียงพอทั้งในสนามและบริเวณโดยรอบเพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ มีการออกแบบและตกแต่งสถานที่ให้มีความทันสมัยในส่วนของโครงสร้างอาคาร สนามฟุตบอลและคลับเฮาส์ ใช้พื้นที่ทั้งหมดให้คุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด จัดวางให้เป็นสัดส่วนเพื่อความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ มีการตกแต่งโดยการทาสีต่างๆ เพื่อให้ดูมีความคล้ายสนามฟุตบอลอาชีพ และปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามเทศกาลอยู่เสมอ

### การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามแผนการวิจัยที่วางไว้ โดยการจัดหมวดหมู่การวิเคราะห์ไว้เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย กลุ่มอายุระหว่าง 20 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอล โดยชอบเล่นฟุตบอลบนพื้นสนามหญ้าจริง มีผู้เล่น 7-9 คนต่อทีม นิยมมาใช้บริการในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์ เวลาประมาณ 18.01 – 00.00 น. โดยมีระยะเวลาในการใช้บริการเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 100 – 200 บาท ซึ่งใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง เพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สนามฟุตบอล รวมถึงเป็นสื่อที่ดีที่สุดในการแจ้งข้อมูลข่าวสารช่องทางที่ใช้จองสนามฟุตบอลคือโทรศัพท์ และวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการคือเพื่อออกกำลังกาย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือความพึงพอใจต่อขนาดของสนามฟุตบอลได้มาตรฐานสากล ( $\bar{x} = 3.96$  SD = .74) อยู่ในระดับมาก รองลงไปได้แก่ความพึงพอใจต่อความสว่างของแสงไฟในสนามฟุตบอล ( $\bar{x} = 3.92$  SD = .82) อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือความพึงพอใจในการให้บริการด้านพยาบาลฯ ( $\bar{x} = 2.81$  SD = 1.15) อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับภาพรวมของความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.57$  SD = .63)

2. ด้านราคา พบว่าความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือความพึงพอใจในความเหมาะสมของราคาค่าบริการกับสภาพสนามและช่วงเวลา ( $\bar{x} = 3.80$  SD = .79) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือความพึงพอใจในราคาของอาหารเครื่องดื่มที่มีความเหมาะสม ( $\bar{x} = 3.70$  SD = .82) อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือความพึงพอใจต่อความสามารถในการเจรจาต่อรองราคา ( $\bar{x} = 3.46$  SD = .90) อยู่ในระดับมาก สำหรับภาพรวมความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.63$  SD = .68)

3. ด้านช่องทางการจำหน่าย พบว่าความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งของสนามมีการคมนาคมสะดวก ( $\bar{x} = 3.85$  SD = .78) อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ความพึงพอใจในสถานที่จอดรถกว้างขวางเป็นระเบียบและเพียงพอ ( $\bar{x} = 3.59$  SD = 1.03) ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือความพึงพอใจในช่องทางการจองสนามที่หลากหลาย ( $\bar{x} = 3.54$  SD = .84) อยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจต่อป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของสนามชัดเจน ( $\bar{x} = 3.54$  SD = .86) อยู่ในระดับมาก และสำหรับภาพรวมความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.63$  SD = .68)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความพึงพอใจต่อการจัดแข่งขันหาทีมแชมป์ของสนามอยู่เป็นประจำ ( $\bar{x} = 3.66$  SD = 1.00) อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจต่อการมีส่วนลดต่าง ( $\bar{x} = 3.54$  SD = .98) อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจน้อยที่สุดคือการบริการผู้ตัดสิน ( $\bar{x} = 3.38$  SD = 1.03) อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับภาพรวมความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.50$  SD = .83)

5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความพึงพอใจในพนักงานมีอัธยาศัยดี ใส่ใจและมีความเสมอภาคในการบริการ ( $\bar{x} = 3.83$  SD = .86) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือพนักงานมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล ( $\bar{x} = 3.48$  SD = .89) อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือพนักงานสามารถปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้ ( $\bar{x} = 3.13$  SD = 1.02) อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับภาพรวมความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.44$  SD = .75)

6. ด้านกระบวนการบริการ พบว่าความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการให้บริการด้วยความยุติธรรม เสมอภาคกับทุกกลุ่มลูกค้า ( $\bar{x} = 3.90$  SD = .81) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือมีความสะดวกรวดเร็วและถูกต้องในการจองสนามและการชำระเงิน ( $\bar{x} = 3.90$  SD = .77) อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือมีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ( $\bar{x} = 3.58$  SD = .86) อยู่ในระดับมาก สำหรับภาพรวมความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.79$  SD = .70)

7. ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ พบว่าความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการออกแบบและตกแต่งสถานที่ฯ ( $\bar{x} = 3.92$  SD = .85) อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่สภาพแวดล้อมทั้งภายในและโดยรอบสนามฟุตบอลฯ ( $\bar{x} = 3.9025$  SD = .86596) อยู่ในระดับมาก ส่วนภาพรวมความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.91$  SD = .80)

## อภิปรายผลการวิจัย

### การศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านทรัพยากรบุคคล (Man) จำนวนบุคลากรที่เหมาะสมในการดำเนินงานคือ ต้องมีตั้งแต่จำนวน 3 คนขึ้นไป คุณสมบัติของบุคลากรต้องเน้นในเรื่องของทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ต้องเลือกสรรคนที่มีความรู้ ความสามารถและเป็นคนดี (สมคิด บางโม, 2553) โดยการสรรหาจะมาจากการรับสมัครโดยการแนะนำ ชักชวน มีความสอดคล้องกับ ญัตติพันธ์ เขจรนนท์ (2545) กล่าวว่า การสรรหาบุคลากรโดยคำแนะนำจากบุคลากรปัจจุบัน เป็นวิธีที่ถูกรับมาใช้เมื่อองค์การมีความต้องการบุคลากรใหม่

ด้านการเงิน งบประมาณ (Money) ในการจัดหาเงินทุนจะมาจากเงินทุนส่วนตัวของเจ้าของกิจการเป็นหลัก และมีหุ้นส่วนร่วมด้วยบ้าง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เฉลิมขวัญ ครุฑบุญยงค์ (2556) กล่าวว่า เงินทุนจะได้มาจากหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น อีกทั้งพรพรม พรหมเทศ (2551) กล่าวว่าในบางครั้งเจ้าของกิจการอาจชักชวนผู้อื่นเข้าร่วมเป็นเจ้าของกิจการในฐานะหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น

ด้านวัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก (Material) การดำเนินการจัดซื้อ จัดหาวัสดุ อุปกรณ์ มี 2 วิธี คือ ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลประกอบกับสอบถามผู้มีประสบการณ์ และมีบริษัทจากภายนอกเข้ามาแนะนำเสนอ ส่วนของการตรวจสอบคุณภาพของวัสดุ อุปกรณ์จะใช้ประสบการณ์ของตนเองเป็นหลัก โดยมีความสอดคล้องกับข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 ได้กล่าวว่า “ได้มีการดำเนินการโดยใช้ประสบการณ์ในการทำงานของตนเองที่อยู่ในวงการกีฬาอย่างยาวนาน มาพิจารณา ตรวจสอบคุณภาพของวัสดุ อุปกรณ์ทั้งหมดของสถานประกอบการ” เทคโนโลยีหลักๆที่ใช้คือ ระบบไฟส่องสว่างภายในสนามฟุตบอล ระบบการระบายน้ำสนามฟุตบอล และเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ซึ่งเทคโนโลยีใหม่ๆจะเป็นส่วนช่วยให้สถานประกอบการยกระดับคุณภาพของตนเองขึ้นมาได้อีกขึ้น โดยมี ความสอดคล้องกับข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 ได้กล่าวว่า “เทคโนโลยีที่ทันสมัยส่งผลให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ”

ด้านการจัดการ (Management) ผู้ประกอบการมีการกำหนดวิสัยทัศน์ คือ ความเป็นเลิศด้านคุณภาพของ สนามฟุตบอลและบริการที่ดี โดยมีตัวชี้วัดความสำเร็จคือ ความพึงพอใจและได้รับการไว้วางใจของผู้ใช้บริการ ดังที่ สิทธิ ธีรธรรม (2552) ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลต่อการซื้อในอนาคต ลูกค้าที่พึงพอใจจะกลับมาซื้อและบอกเล่า ประสบการณ์ที่ดีนั้นแก่ผู้อื่น สำหรับแผนงานระยะสั้นจะดำเนินการในส่วนของการทำการตลาดเป็นหลัก โดย สอดคล้องกับ ธนกร เอกเผ่าพันธุ์ (2545) กล่าวไว้ว่า ในการบริหารธุรกิจปัจจุบัน ปัจจัยที่สำคัญซึ่งมีส่วนอำนวยความสะดวกสำเร็จให้แก่ธุรกิจคือการตลาด การตลาดเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญต่อธุรกิจมาก

#### การตลาด (Marketing)

1. การดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ส่วนใหญ่สถานประกอบการมีจำนวนสนาม 3 สนาม เป็นสนามฟุตบอลหญ้าเทียมทั้งในร่มและกลางแจ้ง มีขนาดความกว้าง 30 – 35 เมตร และความยาว 50 – 60 เมตร เหมาะกับการใช้ผู้เล่นทีมละ 7 คน และมีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ ได้แก่ คลับเฮาส์ อุปกรณ์กีฬาฟุตบอล ห้องอาบน้ำ ลานจอดรถ อัฒจันทร์ ที่นั่งสำหรับผู้ให้บริการและผู้ติดตาม โทรทัศน์ อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ สุมนา อัญโพธิ์ (2544) กล่าวว่า สถานประกอบการให้บริการด้านกรกีฬา ควรมีการบริการอำนวยความสะดวกอื่นๆแก่ผู้เล่น ผู้ชม

2. การดำเนินงานด้านราคาสินค้าและบริการ (Price) มีกำหนดราคาตามช่วงของวันและเวลา ทั้งนี้ รณชัย ตันตระกูล (2550) กล่าวว่า ราคามีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยค่าใช้จ่ายบริการสนามฟุตบอล 7 คน อยู่ระหว่าง 800 – 1,600 บาทต่อชั่วโมง ส่วนสนามฟุตบอล 11 คนราคาอยู่ระหว่าง 2,500 – 3,500 บาทต่อชั่วโมง

3. การดำเนินงานช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ส่วนใหญ่สถานประกอบการเลือกตามหลักเกณฑ์ ดังนี้ ประการแรกเป็นที่ดินบนกรรมสิทธิ์ของตนเอง ประการที่สองคือตั้งอยู่ใกล้กับถนนสายหลัก ประการที่สามคือตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547) กล่าวว่า ท่าเล ที่ตั้งมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยต้องพิจารณาถึงแหล่งชุมชน การเดินทาง และการอำนวยความสะดวก

4. การดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดำเนินการจัดส่วนลดและสิทธิพิเศษให้กับลูกค้า และสิทธิพิเศษสำหรับนักเรียน นักศึกษา และดำเนินการโฆษณา แจ้งข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการส่งข้อความผ่านโทรศัพท์สำหรับลูกค้าประจำ การใช้สื่อออนไลน์ และการบอกต่อของผู้ใช้บริการเอง โดยสอดคล้องกับแนวคิดของฉัตรยาพร เสมอใจ (2547) กล่าวว่า การสื่อสารแบบปากต่อปาก เป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าสูง

5. การดำเนินงานด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) ทำการคัดเลือกพนักงานจากบุคคลที่รู้จักกัน หรือการแนะนำจากเพื่อน ญาติ และคนรู้จัก มีการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงาน โดยการพูดคุย สอนงานและให้คำปรึกษา ทำการปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการบริการโดยการ ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี การพูดคุย ปรับทัศนคติและให้ข้อคิดในการทำงาน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 10 กล่าวว่า “ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงานทั้งในส่วนของการทำงานและการใช้ชีวิต จนพนักงานให้การยอมรับและปฏิบัติตาม”

6. การดำเนินการด้านกระบวนการให้บริการ (Process) จะให้บริการตามลำดับการจอง มีระบบการบันทึกรายละเอียดการจองสนามที่ชัดเจน ตรวจสอบได้ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 กล่าวว่า “สิ่งสำคัญของระบบการให้บริการ คือ ต้องมีความสะดวก รวดเร็ว มีความเสมอภาค”

7. การดำเนินงานด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) มีการออกแบบและตกแต่งสถานที่ให้มีความทันสมัยในส่วนโครงสร้างอาคาร สนามฟุตบอลและคลับเฮาส์ ใช้พื้นที่ทั้งหมดให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด จัดวางให้เป็นสัดส่วนเพื่อความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กัป อธิริทธิ์ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2547) ที่กล่าวว่า การออกแบบลักษณะอาคาร การวางผังในสถานบริการอย่างเหมาะสมอาจช่วยทำให้เกิด “สภาวะน่าสบาย” ในการทำงานของพนักงานและการใช้บริการของลูกค้า มีการตกแต่งโดยการทำป้ายต่างๆ เพื่อให้ดูมีความคล้ายสนามฟุตบอลอาชีพ และปรับเปลี่ยนให้ไปตามเทศกาลอยู่เสมอ

### การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์สำหรับภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันได้แก่ ขนาดของสนามฟุตบอลได้มาตรฐานสากล ความสมบูรณ์ของพื้นสนามที่พร้อมต่อการใช้งาน ความสว่างของแสงไฟในสนามที่เพียงพอ คุณภาพของวัสดุที่ใช้ประกอบเป็นพื้นสนาม การให้บริการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม และความสะอาด เพียงพอของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ หมายความว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากสำหรับผลิตภัณฑ์หลักของสถานประกอบการนั่นเอง มีความสอดคล้องกับ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547) ที่กล่าวว่า ในการวางแผนผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ เป็นหลัก

ด้านราคา (Price) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านราคาสำหรับภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนั้นกล่าวได้ว่าการกำหนดราคาสินค้าและบริการเป็นไปอย่างเหมาะสมและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547) ที่ระบุไว้ว่า การตั้ง

ราคาต้องคำนึงถึงต้นทุนของลูกค้า เนื่องจากราคาเป็นส่วนหนึ่งของลูกค้าใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ และเป็นส่วนที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

ด้านช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่าย (Place) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายสำหรับภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งของสนามมีการคมนาคมสะดวก กล่าวคือความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ ดังสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 กล่าวว่า “ควรเลือกที่ตั้งใกล้ๆกับถนนสายหลัก การเดินทางสะดวก” อีกทั้งผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 5 ได้กล่าวว่า “เราให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ”

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดสำหรับภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากจำนวน 3 ข้อ คือ มีส่วนลด การแจ้งข่าวสาร และมีการจัดแข่งขันของสนามเป็นประจำ โดยสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9 ได้กล่าวว่า “ทำการตลาดเพิ่มขึ้น โดยจะให้ความสำคัญกับการจัดแข่งขันระบบลีก ซึ่งมองว่าการจัดลีก จะการันตีว่ามีลูกค้าอย่างแน่นอน โดยจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์”

ด้านพนักงานให้บริการ (People) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการสำหรับภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความพึงพอใจในพนักงานมีอัธยาศัยดี ใส่ใจและมีความเสมอภาคในการบริการ ในส่วนของความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือพนักงานสามารถปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผู้วิจัยมองว่า การพยาบาลเป็นเรื่องที่สำคัญ ที่สถานประกอบการสนามฟุตบอลควรปรับปรุง แก้ไข อีกทั้งควรฝึกอบรม พัฒนาความรู้ด้านการพยาบาลเบื้องต้นให้กับพนักงาน ดังที่ สุมณา อัญโญ (2544) กล่าวว่า หลักการให้บริการด้านการกีฬาแก่ผู้เล่นกีฬา ควรจัดให้มีแพทย์ พยาบาล นักกายภาพบำบัด ตลอดจนยาและอุปกรณ์ในการปฐมพยาบาล

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการสำหรับภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ มีความสะดวกรวดเร็ว และถูกต้องในการจองสนามและการชำระเงิน ให้บริการด้วยความยุติธรรม เสมอภาค กับทุกกลุ่มลูกค้า การประสานงานในด้านต่างๆ สะดวกรวดเร็ว และมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) กล่าวว่า กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก การให้บริการทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น หากขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประจักษ์แก่ลูกค้า

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพสำหรับภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 2 ข้อ คือ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและโดยรอบสนามฟุตบอลมีความสะดวกและสวยงาม และการออกแบบและตกแต่งสถานที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสวยงาม กล่าวได้ว่า สถานที่ประกอบการมีการดำเนินการออกแบบและสร้างทัศนียภาพให้มีบรรยากาศที่ดี มีความสอดคล้องกับชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) ได้กล่าวว่า ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหราและสวยงามเพียงใด บริการก็จะมีคุณภาพตามไปด้วย

## ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการในการจัดการภายในสถานประกอบการ

1.1 ควรเพิ่มการฝึกอบรมให้กับพนักงานในด้านการพยาบาลเบื้องต้นเกี่ยวกับการดูแลผู้บาดเจ็บที่เกิดจากการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย

1.2 ควรมีการจัดเตรียม อุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์เพื่อช่วยเหลือผู้ใช้บริการในกรณีฉุกเฉิน เช่น เครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้าอัตโนมัติ แพลสนาม เป็นต้น

1.3 ต้องมีระบบการตรวจซ่อมบำรุงประจำปีสำหรับวัสดุ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และสนามฟุตบอลอย่างสม่ำเสมอ

1.4 ควรมีการนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมาใช้ประโยชน์กับสถานประกอบการให้มากที่สุด เช่น การจัดทำเว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊ก ของสถานประกอบการให้มีมาตรฐานเพื่อเป็นช่องทางในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลและการติดตามของผู้ใช้บริการ

1.5 ต้องมีระบบการบริหารงานที่มีมาตรฐานในระดับสากลโดยการศึกษาการจัดการสนามกีฬาฟุตบอลที่เป็นมาตรฐานของต่างประเทศแล้วนำมาประยุกต์ใช้กับสถานประกอบการ เพื่อการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ

1.6 ควรมีการจัดโปรแกรมการแข่งขันฟุตบอลสำหรับบุคคลทั่วไปอยู่เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และร่วมกับสถาบันการศึกษาจัดการแข่งขันฟุตบอลเพื่อส่งเสริมและพัฒนาทักษะ ความสามารถให้กับเด็กและเยาวชน ตลอดจนเปิดสอนทักษะในการเล่นฟุตบอลให้กับเด็กและเยาวชนอย่างเป็นรูปแบบ

1.7 ควรมีการเปิดให้บริการและอำนวยความสะดวกในส่วน of ร้านค้าออนไลน์เพื่อจำหน่ายสินค้า และผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ใช้บริการ ตลอดจนดำเนินการติดตั้ง Internet Free WIFI ไร้คอร์ดบริการในสถานประกอบการ

1.8 ควรมีการทำการระบบการประกันภัยในทรัพย์สินให้กับผู้ใช้บริการ

1.9 สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า ควรมีการสร้างคลับเฮาส์ที่มีพื้นที่สำหรับการเล่นกีฬาและออกกำลังกายประเภทอื่นๆ ร่วมอยู่ด้วย เช่น ห้องฟิตเนส โยคะ มวยไทย เป็นต้น

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการในการจัดการภายนอกสถานประกอบการ

2.1 สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า ควรมีการศึกษาผลกระทบที่มีต่อชุมชน และสภาพแวดล้อม ตลอดจนมีระบบการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนรอบข้าง เพื่อป้องกันผลกระทบจากการประกอบธุรกิจ

2.2 สำหรับลูกค้า วัสดุ อุปกรณ์ โครงสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการพัฒนา และวิจัยด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ ให้มีความทันสมัย มีคุณภาพและได้มาตรฐานอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำเสนอให้กับผู้ประกอบการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า

2.3 ควรดำเนินการในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมของสถานประกอบการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อให้กลุ่มผู้สนับสนุนเกิดความสนใจและเข้าร่วมสนับสนุนต่อไป

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง รูปแบบการตลาดของธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า

2. ควรมีการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง การสร้างมาตรฐานในการบริหารจัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า

3. ควรมีการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง ความคุ้มค่าในการลงทุนประกอบธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). **แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2555-2559)**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การค้ำของ สกสค.
- เฉลิมขวัญ ครุฑบุญยงค์. (2556). **การจัดการการเงิน**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ดูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2545). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชนกร เอกเผ่าพันธุ์. (2545). **การวางแผนและควบคุมโดยงบประมาณ**. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์ .
- ธีรกีติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). **การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1. **สัมภาษณ์**. 2559
- ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2. **สัมภาษณ์**. 2559
- ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3. **สัมภาษณ์**. 2559
- ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 5. **สัมภาษณ์**. 2559
- ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9. **สัมภาษณ์**. 2558
- ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 10. **สัมภาษณ์**. 2559
- พรพรหม พรหมเทศ. (2551). **ธุรกิจเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- รณชัย ตันตระกูล. (2550). **การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ: ซีเคแอนด์เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- รวมข้อมูลสนามฟุตบอลให้เช่า. (2557). **รวมข้อมูลสนามฟุตบอลให้เช่าในทุกเขตพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร[ออนไลน์]**. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2557. สืบค้นจาก <http://www.thaiplayfootball.com>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ [ออนไลน์]**. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2557. สืบค้นจาก <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>.
- สิทธิ ธีรสรณ์. (2552). **การตลาด**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนา อยู่โพธิ์. (2544). **ตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: บิ๊กโพธิ์ เพรส.
- สมคิด บางโม. (2553). **การเป็นผู้ประกอบการ**. กรุงเทพฯ: เอส เค บุคส์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). **สรุปสำหรับผู้บริหาร การสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของประชากรพ.ศ. 2554 [ออนไลน์]**. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2557. สืบค้นจาก [http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/theme\\_2-4-2.html](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/theme_2-4-2.html).