



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

ความพึงพอใจของบุคคลที่เลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

เดอะซัลโว อารีน่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

เกียรติศักดิ์ ศรีทับ¹, จริญญา พรหมเทศ², เอกชัย สิทำมา³

^{1,2,3}สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,
Email : kiattisak2602@gmail.com¹, katjarinya@gmail.com², ekkachai.si@ssru.ac.th³

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ศึกษาความพึงพอใจของบุคคลที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่สนใจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จากการเข้าใช้บริการในปี 2562 จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บข้อมูลในครั้งนี้ เป็นผู้ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแห่งนี้ ที่ได้รับการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน มีวิธีหากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการหากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูล บุคคลที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า ในการศึกษาแต่ละด้าน พบว่าบุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีสถานะเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีอายุในช่วง 20 – 40 ปี วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เห็นว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ช่องทางการจัดจำหน่าย และ ราคามากที่สุดรองลงมา คือ ด้านส่งเสริมการตลาด และ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ต่อมาเป็นระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ด้านกายภาพ และ นำเสนอน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านราคา เพราะสามารถตรวจสอบราคาสุทธิก่อนตัดสินใจจองสนาม และ ตรวจสอบราคาการเข้าใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้จากทางเพจของสนามฟุตบอลว่ามีโปรโมชั่นรูปแบบไหนบ้างที่เหมาะสมกับตนเองก่อนตัดสินใจจองสนาม

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, คุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม, เดอะซัลโว อารีน่า



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

SATISFACTION OF ARTIFICIAL SOCCER FIELD USERS THE ZALVO ARENA, MUEANG DISTRICT, UDON THANI PROVINCE

Kiattisak Srithap¹, Jarinya Promthet², Ekkachai Sithamma³

^{1,2,3}Tourism Industry and Hospitality Management, Faculty of Humanities and Social Sciences

Email : kiattisak2602@gmail.com¹, katjarinya@gmail.com², ekkachai.si@ssru.ac.ch³

Abstract

The purpose of this research is to study satisfaction of artificial turf soccer field, The Zalvo Arena, Mueng District, Udon Thani Province. The samples are 400 users of The Zalvo Arena by simple sampling. The instrument used for data collection was a questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, mean and standard deviation.

The result revealed that the most users were male who was a student, 20-40 years old, single status, mostly are studying at bachelor's degree. The result revealed that users are satisfied with the high level. The most satisfaction is place and price followed by promotion and people, quality of artificial turf soccer field, physical evidence and product respectively. Users are satisfied with the price because they can check the price before making a booking and they can check the service price via the page to see what kind of promotion is right for you before making a reservation.

Keywords : Satisfaction, Quality of artificial turf soccer field, The Zalvo Arena



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

บทนำ

ปัจจุบันการดูแลสุขภาพสภาพเป็นเทรนด์ใหม่ที่ได้รับความนิยมมากทั้งในและต่างประเทศ เห็นได้จากการที่หนุ่มสาว นักเรียน นักศึกษา วัยทำงานหันมาดูแลตัวเองกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร-กินคลีน การดูแลบุคลิกภาพ และ การให้บริการสนามฟุตบอลเช่าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้ที่ชอบออกกำลังกายเป็นหมู่คณะเพลิดเพลินไปกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอล รวมไปถึงมิตรภาพทางสังคมของกลุ่มคนที่ชื่นชอบในการเล่นกีฬาฟุตบอล ในปัจจุบันจังหวัดอุดรธานีมีการสนับสนุนการกีฬาโดยเฉพาะกีฬาฟุตบอลเนื่องจากการตื่นตัวของคนในจังหวัด ซึ่งทีมสโมสรของจังหวัดได้เข้าแข่งขันในลีกอาชีพ Thai League 2 เป็นลีกอาชีพระดับสองในประเทศไทย เพราะมีคนหันมาเล่นกีฬามากขึ้น จึงทำให้มีการให้บริการสนามฟุตบอลเช่ามากขึ้นในจังหวัดอุดรธานี (ปรีวัฒน์ สุขประเสริฐ, 2558)

จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดที่ให้ความสนใจในการเล่นกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างมาก แต่ส่วนมากจะติดปัญหาเกี่ยวกับเรื่อง เวลา โอกาส สถานที่ ในการเล่นกีฬาฟุตบอลเพื่อออกกำลังกายเนื่องจากเวลาเลิกงานหรือเลิกเรียนอาจเป็นเวลา 17.00 น. ไม่มีสนามฟุตบอลในการออกกำลังกาย ดังนั้น สนามหญ้าเทียมจึงถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ทุกคนได้ออกกำลังกายหลังจากเวลาเลิกงาน หรือเลิกเรียน ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกำลังเติบโตขึ้นมากส่งผลให้มีสนามหญ้าเทียมในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นในการเลือกตัดสินใจเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ทั้งด้านตัวสนามฟุตบอล ราคาที่น่าสนใจ ความสะดวกในการเดินทางรวมถึงทำเลที่ตั้งของตัวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (นบ บงกช นฤชาญภัทร์รัฐ, 2554)

เนื่องจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่จังหวัดอุดรธานีถูกสร้างขึ้นอย่างมากมาย จึงเกิดการแข่งขันกันด้านธุรกิจเพื่อตอบโจทยลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นแต่ละสนามจึงต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของตนเองให้มากที่สุด (เฉลิมพล เป็นมงคล วรายุทธ มหิมา, 2555) สนามเดอะซัลโว อารีน่า เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลเช่า เราจึงเลือกสนามเดอะซัลโวในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เดอะซัลโว อารีน่า เป็นสนามที่เปิดให้บริการมาหลายปี และมีคนให้ความสนใจเข้ามาใช้บริการมากมาย ซึ่งสนามฟุตบอลเช่าในจังหวัดอุดรธานีมีอีกหลายแห่ง ทำไมคนที่มาใช้บริการจึงให้ความสนใจสนามแห่งนี้ และมีคนเข้ามาใช้บริการตลอดเวลาหลายปีที่ผ่านมา จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคคลที่มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในพื้นที่เทศบาลตำบลหนองบัว จังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย ครั้งนี้คือ ผู้ที่สนใจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จากการเข้าใช้บริการในปี 2562 จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บข้อมูลในครั้งนี้ เป็นผู้ให้บริการสนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียม ตำบลหนอง



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

บัว ที่ได้รับการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน โดยมีวิธีหากลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการหากลุ่มตัวอย่างของยามานะ ดังนี้

$$N = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 95 เปอร์เซ็น

N = จำนวนประชากรในการศึกษา

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเป็นแบบสอบถาม เพื่อสอบถามในการ ตัดสินใจ เลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ สถานะ วุฒิการศึกษา และ อายุ

2. แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคคลที่เลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใน 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกายภาพและนำเสนอ และ ระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยแบ่งระดับการให้คะแนนความพึงพอใจ 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพึงพอใจ มากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจ มาก
- 3 หมายถึง มีความพึงพอใจ ปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจ น้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจ น้อยมาก

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าตัวแปร โดยแบ่งเป็นระดับทัศนคติเป็น 5 ระดับ

- 4.500 – 5.000 หมายถึงความพึงพอใจ มากที่สุด
- 3.500 – 4.499 หมายถึงความพึงพอใจ มาก
- 2.500 – 3.499 หมายถึงความพึงพอใจ ปานกลาง
- 1.500 – 2.499 หมายถึงความพึงพอใจ น้อย
- 0.500 – 1.499 หมายถึงความพึงพอใจ น้อยมาก

การแปล ความหมายของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระหว่าง 0.00 – 0.09 หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมไม่แตกต่างกัน

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 ขึ้นไป หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแตกต่างกันมาก



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

ผลการวิจัย

พบว่าจำนวนร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลต่อการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ส่วนมากเป็นเพศชาย ร้อยละ 86% โดยมีสถานะ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 56% การศึกษาอยู่ในช่วง ปริญญาตรี ร้อยละ 54% โดยรวมมีอายุอยู่ในช่วง 20-40 ปี ร้อยละ 58% ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	344	86
2. หญิง	56	14
รวม	400	100
สถานะ		
1. นักเรียน/นักศึกษา	224	56
2. บุคลากร	100	25
3. ประชาชนทั่วไป	52	13
4. โพรตระบุ	24	6
รวม	400	100
วุฒิการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	172	43
2. ปริญญาตรี	216	54
3. สูงกว่าปริญญาตรี	12	3
รวม	400	100
อายุ		
1. ต่ำกว่า 20 ปี	116	29
2. 20 – 40 ปี	232	58
3. สูงกว่า 41 ปี	52	13
รวม	400	100

จากผลสำรวจพบว่าความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี ตามส่วนผสมทางการตลาดได้แก่ ด้านการผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกายภาพและนำเสนอและระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ดังตารางที่ 2



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจในการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี

ความพึงพอใจในการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.89	0.30	มาก
2. ด้านราคา	4.05	0.35	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.05	0.33	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01	0.29	มาก
5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	4.01	0.29	มาก
6. ด้านกายภาพและนำเสนอ	3.97	0.30	มาก
7. ระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	4.00	0.23	มาก
รวม	3.99		มาก

จากตารางที่ 2 จะพบได้ว่าความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานีพบว่า บุคคลที่ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$) เมื่อศึกษาแต่ละด้านแล้ว พบว่าบุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและราคามากที่สุด ($\bar{x} = 4.05$) รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรที่ให้บริการ ($\bar{x} = 4.01$) ต่อมาเป็น ระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ($\bar{x} = 4.00$) รองลงมาเป็น ด้านกายภาพและนำเสนอ ($\bar{x} = 3.97$) และน้อยที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.89$) เมื่อแจกแจงความพึงพอใจแต่ละด้าน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจในการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี

ความพึงพอใจในการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 เจือ้นใจในการใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม	3.78	0.67	มาก
1.2 สามารถเลือกเป็นสมาชิกได้ตามความเหมาะสมของลูกค้า	4.03	0.66	มาก
1.3 มีมาตรฐานคุณภาพสนามที่ดี และผู้ดูแลผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดี	3.76	0.62	มาก
1.4 มีอุปกรณ์ในการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกหลายประเภท	3.97	0.30	มาก
รวม	3.89		มาก
2. ด้านราคา			
2.1 ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสนาม	4.04	0.56	มาก
2.2 ราคาสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการได้เหมาะสม	3.98	0.53	มาก
2.3 สามารถตรวจสอบราคาสุทธิ ก่อนตัดสินใจจองสนาม	4.12	0.64	มาก



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
 วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

รวม	4.05		มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
3.1 สามารถจองสนามได้หลาย หลายช่องทาง	4.06	0.55	มาก
3.2 สามารถทำรายการจองและ เลือกระยะเวลาได้เอง	4.11	0.49	มาก
3.3 การให้คำแนะนำของพนักงาน มีความชัดเจน และเป็นที่ เข้าใจได้อย่างดี	3.98	0.55	มาก
รวม	4.05		มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 มีการลดราคาค่าบริการ	4.01	0.56	มาก
4.2 มีการแจก/เครื่องดื่ม	4.06	0.61	มาก
4.3 มีการให้เงื่อนไขพิเศษเมื่อ เป็นสมาชิกของสนาม	3.92	0.66	มาก
4.4 มีการส่งเสริมการขายที่ หลากหลายอยู่เป็นประจำ	4.06	0.66	มาก
รวม	4.01		มาก
ตารางที่ 3 (ต่อ)			
5. ด้านบุคคลากรที่ใช้บริการ			
5.1 พนักงานมีความเป็นกันเอง และยิ้มแย้มแจ่มใส	4.10	0.63	มาก
5.2 พนักงานที่ดูแลสนามฟุตบอลหญ้าเทียม มีความรู้ความ เข้าใจในการแนะนำ กติกาในการเล่น	3.95	0.65	มาก
5.3 พนักงานให้บริการอย่างสุภาพและให้เกียรติลูกค้า	3.91	0.65	มาก
5.4 มีพนักงานอำนวยความสะดวกการใช้งานภายในสนาม ฟุตบอลหญ้าเทียมอย่างเพียงพอ	4.06	0.58	มาก
รวม	4.01		มาก
6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ			
6.1 มีอุปกรณ์ไว้ให้บริการอย่างเพียงพอต่อจำนวนสมาชิก	3.96	0.53	มาก
6.2 มีการจัดพื้นที่การให้บริการสนามเป็นหมวดหมู่ แยกพื้นที่ การให้บริการอย่างเหมาะสม	3.91	0.60	มาก
6.3 สภาพภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสะอาดเป็นระเบียบ	4.05	0.56	มาก
6.4 อากาศภายในสนามฟุตบอลถ่ายเทสะดวก ไม่ร้อนอบอ้าว จนเกินไป	3.79	0.62	มาก
รวม	3.97		มาก
7. ระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม			
7.1 ท่านสนใจแนวคิดของการบริการสนามหญ้าเทียมมาก เพียงใด	4.02	0.60	มาก
7.2 ราคาที่เหมาะสม	3.97	0.61	มาก
7.3 คุณภาพของสนามฟุตบอล	4.12	0.59	มาก



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

7.4 สถานที่ตั้งของสนามหญ้าเทียม	3.96	0.56	มาก
7.5 สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	3.94	0.60	มาก
7.6 ความสะดวกสบายของสถานที่	4.00	0.71	มาก
รวม	4.00		มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี คือ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บุคคลที่มาใช้บริการพึงพอใจสามารถทำรายการจองและเลือกระยะเวลาได้เองทางช่องทาง ออนไลน์ต่างๆมากที่สุด ($\bar{x} = 4.11$) รองลงมาคือ สามารถจองสนามได้หลายหลายช่องทาง ($\bar{x} = 4.06$) และน้อยที่สุดคือ การให้คำแนะนำของพนักงาน มีความชัดเจน และเป็นที่น่าสนใจได้อย่างดี ($\bar{x} = 3.98$)

ด้านราคา บุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจที่สามารถตรวจสอบราคาสุทธิ ก่อนตัดสินใจจองสนามฟุตบอล หญ้าเทียม มากที่สุด ($\bar{x} = 4.12$) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสนาม ($\bar{x} = 4.04$) และน้อยที่สุดคือ ราคาสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการได้เหมาะสม ($\bar{x} = 3.98$)

ด้านส่งเสริมการตลาด บุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจในการแจก/เครื่องดื่ม ($\bar{x} = 4.06$) รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขายที่ หลากหลายอยู่เป็นประจำ ($\bar{x} = 4.06$) มีการลดราคาค่าบริการ ($\bar{x} = 4.01$) และน้อยที่สุดคือ มีการให้เงื่อนไขพิเศษเมื่อ เป็นสมาชิกของสนาม ($\bar{x} = 3.92$)

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม บุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจคุณภาพของสนามฟุตบอล ($\bar{x} = 4.12$) รองลงมาคือ ท่านสนใจแนวคิดของการบริการสนามหญ้าเทียมมากเพียงใด ($\bar{x} = 4.02$) ความสะดวกสบายของสถานที่ ($\bar{x} = 4.00$) ราคาที่เหมาะสม ($\bar{x} = 3.97$) สถานที่ตั้งของสนามหญ้าเทียม ($\bar{x} = 3.96$) และน้อยที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ($\bar{x} = 3.94$)

ด้านกายภาพและนำเสนอ บุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจ สภาพภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียม สะอาดเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 4.05$) รองลงมาคือ อากาศภายในสนามฟุตบอลถ่ายเทสะดวก ไม่ร้อนอบอ้าว จนเกินไป ($\bar{x} = 3.97$) มีอุปกรณ์ไว้ให้บริการอย่างเพียงพอต่อจำนวนสมาชิก ($\bar{x} = 3.96$) และน้อยที่สุดคือ มีการจัดพื้นที่การให้บริการสนามเป็นหมวดหมู่ แยกพื้นที่การให้บริการอย่างเหมาะสม ($\bar{x} = 3.91$)

ด้านผลิตภัณฑ์ บุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจ สามารถเลือกเป็นสมาชิกได้ตามความเหมาะสมของลูกค้า ($\bar{x} = 4.03$) รองลงมาคือ มีอุปกรณ์ในการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกหลายประเภท ($\bar{x} = 3.97$) ต่อมาคือ เงื่อนไขในการใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ($\bar{x} = 3.78$) และสุดท้ายคือ มีมาตรฐานคุณภาพสนามที่ดี และผู้ดูแลผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดี ($\bar{x} = 3.76$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าผู้มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารี จังหวัดอุดรธานี มากที่สุดคือ กลุ่มเพศชาย นักเรียน/นักศึกษาอยู่ มีอายุในช่วง 20 – 40 ปี วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านราคา เพราะสามารถตรวจสอบราคาสุทธิก่อนตัดสินใจจองสนาม และ ตรวจสอบ



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

ราคาการเข้าใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้จากทางเพจของสนามฟุตบอลว่ามีโปรโมชันรูปแบบไหนบ้างที่เหมาะสมกับตนเองก่อนตัดสินใจจองสนาม การจองสนามผู้มาใช้บริการยังกำหนดเวลาได้ว่าจะใช้บริการเวลาไหน ส่วนมากผู้ใช้บริการจะใช้บริการช่วงเย็นของ ทุก ๆ วัน ซึ่งเป็นเวลาเลิกงานหรือเลิกเรียน นอกจากนี้ก็ยังมีผู้มาใช้บริการช่วง 22.00 น. – 00.00 น. สำหรับผู้ใช้บริการที่เลิกงานในช่วงดึกของวัน ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ ปรีวัฒน์ สุขประเสริฐ (2558) กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ สามารถตรวจสอบราคาสุทธิก่อนตัดสินใจจองสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในระดับสำคัญมากในเรื่อง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสนาม ราคาสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการได้อย่างเหมาะสมและสามารถตรวจสอบราคาสุทธิก่อนตัดสินใจจองสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้อย่างถูกต้องแม่นยำในอนาคตที่จะช่วยให้มีรายได้มั่นคงยิ่งขึ้น

สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานีมีคุณภาพการบริการที่ดีแจกเครื่องดื่มให้กับผู้มาใช้บริการ น้ำ 2 แพ็คต่อ 1 สนามต่อ 1 ชั่วโมง ผู้มาใช้บริการจองสนามมากกว่า 1 ชั่วโมง ก็จะได้น้ำดื่มเพิ่มขึ้นตามจำนวน ผู้ที่ใช้บริการจึงมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับต่อมา นอกจากการแจกน้ำดื่มสนามฟุตบอลหญ้าเทียมยังมีพนักงานที่ดูแลมากเพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับกติกาการเล่นฟุตบอลเป็นอย่างดี ค่อยให้คำแนะนำแก่ผู้มาใช้บริการ พนักงานมีอัธยาศัยดียิ้มแย้มแจ่มใสและพูดคุยกับผู้มาใช้บริการอย่างสุภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ ปรีวัฒน์ สุขประเสริฐ (2558) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญในระดับ สำคัญมาก ในมีการลดราคาค่าบริการและมีการแจก/เครื่องดื่ม เมื่อสมัครสมาชิก มีการให้เงื่อนไขพิเศษเมื่อเป็นสมาชิกของสนามและมีการส่งเสริมการขายที่หลากหลายอยู่เป็นประจำและพนักงานที่ดูแลสนามฟุตบอลหญ้าเทียม มีความรู้ความเข้าใจในการแนะนำกติกาในการเล่น ในการแนะนำ การใช้อุปกรณ์ในการออกกำลังกายเป็นอย่างดีมีพนักงานอำนวยความสะดวกการใช้งานภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมอย่างเพียงพอ พนักงานมีความเป็นกันเองและยิ้มแย้มแจ่มใสและพนักงานให้บริการอย่างสุภาพและให้เกียรติลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

จากผลสำรวจความพึงพอใจของบุคคลที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี พบว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจ บุคคลที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและราคา ดังนั้นสถานประกอบการควรมีบริการยืนยันการจองสนามผ่านทางอินเทอร์เน็ตแสดงราคาไว้อย่างชัดเจนในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย และเน้นในเรื่องความความสะดวกสบายเป็นอันดับแรก และควรมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอกับบุคคลที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ผู้ประกอบธุรกิจสามารถนำข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้เพื่อปรับใช้ หรือพัฒนาแนวคิดในการทำวิจัยในอนาคตได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษา จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานีพร้อมทั้งศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เนื่องด้วย



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

จังหวัดอุดรธานี มีแหล่งออกกำลังกายที่หลากหลายที่ดึงดูดบุคคลที่มีความประสงค์ที่จะออกกำลังกายและกีฬาฟุตบอลก็เป็นปัจจัยสำคัญของการออกกำลังกายอีกด้วย

2. การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี ควรศึกษากลุ่มบุคคลที่ใช้บริการสนามหญ้าเทียมในสถานที่อื่นๆด้วยว่าเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบุคคลที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี

เอกสารอ้างอิง

เฉลิมพล เป็นมงคล และ วรายุทธ มหิมา. (2555). การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม. ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยี,มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2562 จาก shorturl.at/fnBV8

ปรีวัฒน์ สุขประเสริฐ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2562 จาก <https://bit.ly/2sf7OTc>

นบงกช นฤชาญภัทรรัฐ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สนามฟุตบอลให้เช่าของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2562 จาก <https://1th.me/OOLFE>