



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่ม เขตกรุงเทพมหานคร Attitude and customer satisfaction of indoor football field service Bangkok

วรพล พาณยง

fighttergray@gmail.com

อาจารย์ ดร.พิเชษฐ์ เกิดวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาคนที่ 1

Piched.gi@ssru.ac.th

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ สาขาวิชาการจัดการฟุตบอลอาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้า เขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้าเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 406 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจผู้ให้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าในร่ม เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า

1. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าในจังหวัดกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก และคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อทัศนคติและความพึงพอใจสนามฟุตบอลในร่มให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง

2. การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของทัศนคติและความพึงพอใจผู้ให้บริการ สนามฟุตบอลในร่มให้เข้าในจังหวัด กรุงเทพมหานคร พบว่า ความต้องการจำเป็นที่ต้องการปรับปรุงมากที่สุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านบริการอำนวยความสะดวก ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ด้านความสะดวกในการเข้าถึงและด้านความเชื่อถือความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม ตามลำดับ

3. แนวทางการพัฒนาทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้า เขต กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนามให้มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้เป็นสัดส่วนสวยงามและมีการบำรุงรักษาให้พร้อมใช้อยู่ตลอดเวลาด้านบริการอำนวยความสะดวกให้มีบริการจัดหาคู่แข่งชั้น รวมถึงกรรมการและมีจุดบริการปฐมพยาบาล ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขายให้เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนามให้มีการประชุมการดำเนินงานมีการติดตามผลการดำเนินงาน การจัดอบรม การพัฒนาบุคลากรภาพ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงให้มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทางและสถานที่จอดรถ

คำสำคัญ: ธุรกิจสนามฟุตบอลในร่ม/ทัศนคติความพึงพอใจ/ผู้ให้บริการ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

Abstract

This research was rationale for the study and satisfaction of users of indoor sports courts for rent in Bangkok area. 406 indoor stadium service users in Bangkok area were used in this research. The butler's opinion of the users of the indoor rental training ground in Bangkok had a standard straightness value of 0.95 and the confidence in the whole version of 0.92. The statistics used in the study included a small percentage of the data. And the Necessary Demand Sorting Index (PNI), and endorsed the speaking guidelines and the satisfaction of the users of the indoor court for rent in Bangkok by interviewing methods.

1. Rental and satisfaction of users of lawn for rent in Bangkok. This was at a high level and the actual quality of service users per rental and the satisfaction of indoor courts for rent in Bangkok was moderate.

2. Organizing the importance of customer needs and customer satisfaction, indoor courts for rent in Bangkok found that the most wanted demand, respectively, from descending order was condition. Side-pitch algorithms, sideways facilitation services, pricing, procurement and distribution, sales of the confidence in cleaning and the order of field staff in the convenience of beauty education, trust. In systematization Hierarchical management

3. Guidelines for the development, development and satisfaction of users of indoor courts for rent in the lower suburb of Bangkok, in the court of the field, the facilities are arranged in order, beautiful and the medical treatment is ready. It is used all the time for facilitating services to provide competitive and competitive recruitment services and have service points and gaps below prices, payment and sales management to increase public relations channels, service facilitation management. Match In the performance of duties and procedures of the field staff, there is an action meeting, monitoring of the performance of the work, the organization of training, development on the side, the convenience of the management, there is a clear signpost. It is consistent for ease of access and safety for travel and parking.

Key Words: Indoor soccer field business / Satisfaction attitude / Customers use the service

บทนำ

จากกระแสความนิยมฟุตบอลในเมืองไทยเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของไทยที่แต่ละจังหวัดมีสโมสรฟุตบอลเป็นของตนเองทำให้แต่ละจังหวัดมีคนสนใจเล่นกีฬาประเภทนี้กันเพิ่มขึ้นจนกลายเป็นกระแส "ฟุตบอลฟีเวอร์" และเพราะกระแสฟีเวอร์ ทำให้ธุรกิจทำสนามฟุตบอลให้เช่ามีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น (ปรัชญา เทพสกุล, 2555) ซึ่งสนามฟุตบอลในร่มให้เช่า เขต กรุงเทพมหานคร สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างหลากหลาย เช่น การฝึกซ้อมการแข่งขันการออกกำลังกายและกิจกรรมต่าง ๆ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยที่ให้ความสนใจกีฬาฟุตบอลมาก ซึ่งจะเห็นได้จากในเขต กรุงเทพมหานครมีทีมฟุตบอลอาชีพที่ปัจจุบันเล่นอยู่ในการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ ทำให้ทำให้ผู้ใช้บริการได้ไม่ ยากนัก แต่ในปัจจุบันจำนวนของธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ได้ ก่อให้เกิดปัญหาจากการแย่งผู้ใช้บริการระหว่างกันด้วยการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด การจัดโปรโมชั่น และ การประชาสัมพันธ์ ซึ่งต้องมีจุดเด่นเป็นของตนเอง (กฤษณา จันเจริญ, รชฎ ยอดนิลและสุนทร วิริยะศิริ ไพ ศาล, 2554) Oliver (1980, p. 460), Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985, p. 42), Feigenbaum (1991, p. 7) และ Brown (1991, p. 9) อ้างถึงใน นภพร ทัศนัยนา, 2557, หน้า 5) ได้ให้ ความหมายคุณภาพบริการโดยสรุปว่าคุณภาพบริการเป็นการรับรู้การให้บริการที่สามารถตอบสนองความ ต้องการของผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้นจริงตาม โดยใช้เครื่องมือวัดคุณภาพบริการซึ่งมีชื่อเรียกว่า "SERVQUAL" เครื่องมือนี้จะแบ่งออกได้เป็นสองส่วน คือ ส่วนแรกเป็นส่วนที่ใช้วัดทัศนคติและความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการ ส่วนที่สองจะเป็นคำถามเพื่อวัดคุณภาพบริการตามความเป็นจริงที่มีปัจจัย กำหนดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การ ตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) ความไว้วางใจได้ (Assurance) ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ในการเสนอคุณภาพบริการที่ตรงกับทัศนคติและความพึงพอใจและการค้นหาความต้องการที่ แท้จริงของผู้ใช้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติและความพึงพอใจตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มเขต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อทัศนคติและความพึง พพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่ม เขต กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่ม ให้เช่าเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องคุณภาพบริการ การวัด คุณภาพบริการตามแนวคิด SERVQUAL ที่เสนอโดย Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) และ ผสมผสานกับส่วนประสมการตลาดบริการ (Kotler, 2003) 6 ด้านดังนี้ 1.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ของสนาม 1.2 ด้านบริการอำนวยความสะดวก 1.3 ด้านความเชื่อถือ/ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการ สนาม 1.4 ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม 1.5 ด้านความสะดวก ในการเข้าถึง 1.6 ด้านราคาการชำระเงินและส่งเสริมการขาย

2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจสนามฟุตบอลในร่มให้เข้าเขตกรุงเทพมหานคร
คือ ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้า เขตกรุงเทพมหานคร เพศชาย

2.2 ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม คือ ผู้เชี่ยวชาญในการบริหารงานธุรกิจสนามฟุตบอลในร่มให้เข้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้า เขต
กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive research) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนด

ขั้นตอนและวิธีการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการ
วิจัย 4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้า เขตกรุงเทพมหานคร เพศ
ชายจำนวน 406 คน ทั้งหมด 5 สนาม ได้แก่สนาม สนามฟุตบอล Arena 10,สนามแกรนด์ ซอคเกอร์โปร
,สนามฟลิคค์, สนามซูปเปอร์คิก, สนามแฮปปี้ฟุตบอลคลับ ซึ่งมีจำนวนประชากรที่ไม่แน่นอนกลุ่มตัวอย่างเป็น
ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้า เขตกรุงเทพมหานคร ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้จากกรณีที่จำนวน
ประชากรไม่แน่นอนสามารถคำนวณโดยใช้สูตรของRoscoe (1975, p. 183 อ้างถึงใน บุญธรรม กิจปรีดา
บริสุทธิ์, 2540, หน้า 70) ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากแบบประเมินคุณภาพบริการสนามแบดมินตัน
ของนภพร ทัศนัยนา (2557) เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนาม
ฟุตบอลในร่มให้เข้า เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอล
ในร่มให้เข้า เขตกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบ 6 ด้าน จำนวน 52 รายการย่อย โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น
3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้า เขต
กรุงเทพมหานคร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

ตอนที่ 3 การสร้างแนวทางพัฒนาทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้า เขต
กรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group interview)ระดับโดยแบ่งตามความเป็นจริงออกเป็น 5
ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับ (ศิริวรรณ
เสรีรัตน์และคณะ, 2540)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยสรุปผลได้ดังนี้

1. ระดับทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า เขตกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย
รวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากโดยที่ด้านความสะดวกในการ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

เข้าถึงมีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด และด้านบริการอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด และระดับคุณภาพตามความเป็นจริงมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านความเชื่อถือความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม อยู่ในระดับมากและด้านบริการอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

2. ผลการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้า เขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีค่า PNI modified เท่ากับ 0.288 โดยเรียงลำดับรายด้านจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนามด้านบริการอำนวยความสะดวก ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ด้านความสะดวกในการเข้าถึงด้านความเชื่อถือความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม ตามลำดับ

3. แนวทางการพัฒนาทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

3.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

- ควรจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นในสนาม ต้องไม่เป็นอันตรายต่อผู้เล่นและจัดที่นั่งสำหรับผู้ติดตามให้เป็นสัดส่วนด้านบริการอำนวยความสะดวก

- มีจุดบริการปฐมพยาบาล คลินิกกายภาพบำบัด

3.2 ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย

3.3 ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม

- ควรมีการเรียกประชุมถึงการดำเนินงาน อุปสรรคต่าง ๆ เพื่อหาวิธีปรับปรุงแก้ไขการควบคุมบุคลากร

3.4 ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

- ควรจัดทำช่องทางการจองสนามผ่านระบบออนไลน์ที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้

อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปรายผลไว้ดังนี้

ระดับทัศนคติและความพึงพอใจตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มเขตกรุงเทพมหานครมีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อทัศนคติและความพึงพอใจตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มเขตกรุงเทพมหานครระดับทัศนคติและความพึงพอใจตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทัศนคติและความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงกว่าตามความเป็นจริงทุกด้าน และจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นได้ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านบริการอำนวยความสะดวก ด้านราคา การชำระเงิน และส่งเสริมการขาย ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม

ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านความเชื่อถือ/ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนามซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์พิจารณาระดับพึงพอใจในการเปรียบเทียบคาดหวังและการรับรู้ในด้านส่วนประสมทาง



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

การตลาดบริการ โดยใช้เกณฑ์พิจารณา (Parasuraman & Berry, 1985, p. 44 อ้างถึงใน วาสนา บุตรโพธิ์, 2549, หน้า 10) กล่าวว่าความคาดหวังมากกว่า การรับรู้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่พอใจ และแตกต่างจากงานวิจัยของ วาสนา บุตรโพธิ์ (2549, หน้า 61) ศึกษาวิจัยเรื่องความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้าน ส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์พิจารณาระดับความพึงพอใจในการเปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยใช้เกณฑ์พิจารณา (Parasuraman & Berry, 1985, p. 44 อ้างถึงใน วาสนา บุตรโพธิ์, 2549, หน้า 10)กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังน้อยกว่าการรับรู้ผู้ใช้บริการรู้สึก ประทับใจ

แนวทางการพัฒนาทัศนคติและความพึงพอใจตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลใน รมเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในรมให้ เช่า เขตกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ควรมีการจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นและผู้ติดตามที่ไม่เป็นอันตรายและให้เป็นสัดส่วน เช่นเดียวกับจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545, หน้า 29)ที่กล่าวว่า สภาพแวดล้อมและบรรยากาศมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ชื่นชอบสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม เช่น การตกแต่ง การจัดพื้นที่ให้เป็นสัดส่วน สอดคล้องกับสุนันทา ยอดเณร (2551) ได้ศึกษาการ ประเมินคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการงานเภสัชกรรม ในสถานบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิในกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการน้อยกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ จึงควรเพิ่มจำนวนเก้าอี้นั่งรอ รับยาให้มีความเพียงพอ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือจัดให้บริเวณสถานที่มีความสะอาดมากขึ้น

ด้านบริการอำนวยความสะดวก

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในรม เขตกรุงเทพมหานครด้านบริการอำนวยความสะดวกควรมีการจัดสถานที่จำหน่ายน้ำดื่ม เครื่องดื่มต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และบริการบันทึกภาพตามที่ผู้ใช้บริการร้องขอการมีจุดบริการปฐม พยาบาล คลินิกกายภาพบำบัด สอดคล้องกับรักชนก มณีรัตน์ (2550) ได้กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวก หรือ สิ่งที่สร้างความสะดวกที่ทำให้การประกอบกิจกรรมได้ง่ายขึ้น เพื่อรองรับกิจกรรมของผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกับ แนวคิดของ Grönroos (1988) ที่มีการเสนอบริการ (The service offering) เป็นแนวความคิดที่ประกอบด้วย ชุดบริการพื้นฐาน อาทิเช่น สิ่งที่ผู้ใช้บริการจะได้รับจากการบริการหลักที่มีความสะดวกสบาย

ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้สนามฟุตบอลในรม เขต กรุงเทพมหานคร ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ควรมีช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรม แนวคิดของสมวงศ์พงศ์สถาพร(2546, หน้า 88)กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการ มีความ คล้ายคลึงกับธุรกิจการขายสินค้า ซึ่งสามารถทำได้ทุกรูปแบบ เช่น การโฆษณาการประชาสัมพันธ์การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม หรือการผ่านสื่อต่าง ๆ หากต้องการเจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับสูง ต้องอาศัยการ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ประชาสัมพันธช่วยสร้างภาพลักษณ์หากเจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางหรือระดับล่าง ซึ่งมีราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการตลาด แลกแจกแถม เป็นต้น สอดคล้องกับเฉลิมพงษ์เฉลิมชิต (2553)ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจบริการของสนามกอล์ฟเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าการให้บริการสนามกอล์ฟซึ่งเป็นธุรกิจบริการนั้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของธุรกิจประเภทนี้เช่นเดียวกับกิตติ ลักขณาวงศ์ (2548) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้นสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรกในการเลือกใช้บริการ

ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม เห็นความสำคัญของผู้ให้บริการเป็นหลัก Kotler (2003) กล่าวว่า การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคน ทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ คนเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้ บริษัทต้องเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับคนหรือบุคลากรเป็นสำคัญตั้งแต่ เนื่องจากบุคคลจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการมากที่สุด เช่นเดียวกับจิตตินันท์เดชะคุปต์ (2545, หน้า 40-41) ที่กล่าวว่า การบริการให้มีความคุณภาพต้องเริ่มจากการให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานบริการ ให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดในการนำเสนอบริการต่อผู้ใช้บริการอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับธีรศักดิ์ ธีรรักษา (2546) ศึกษาความต้องการการบริการการออกกำลังกายของสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า มีความต้องการการบริการการออกกำลังกาย ในด้านบุคลากรเรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมาก

ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในร่มให้เข้าเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ควรมีการทำป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน สอดคล้องกับวีระวัฒน์ ปัญญาบุรพา (2537) ศึกษาความคาดหวังในการจัดการบริการด้านการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพของสมาชิกศูนย์สุขภาพในกรุงเทพมหานคร พบว่า สมาชิกในศูนย์สุขภาพในกรุงเทพมหานครมีความคาดหวังในการจัดการบริการการออกกำลังกายด้านสถานที่อยู่ในระดับมาเช่นเดียวกับจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545, หน้า24) ที่กล่าวว่า การเข้าถึงบริการได้สะดวกรวดเร็วเมื่อผู้ใช้บริการมีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ สอดคล้องกับบุญพาวรรณ วรณวณิชย์ (2541, หน้า28-30) กล่าวว่า ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความง่ายในการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ควรมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นสัดส่วน สวยงาม และมีการบำรุงรักษา ทำความสะอาดให้พร้อมใ้ช้อยู่ตลอดเวลา
2. ด้านบริการอำนวยความสะดวก ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งชั้น รวมถึงกรรมการ และมีจุดบริการปฐมพยาบาล การประสานงานและการแก้ไขกรณีมีอุบัติเหตุ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

3. ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ การมีกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการสะสมชั่วโมงที่ใช้บริการ นำมาเป็นส่วนลดหรือใช้บริการฟรี
4. ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ควรมีการประชุมการดำเนินงาน มีการติดตามผลการดำเนินงาน การจัดอบรม การพัฒนาบุคลากร
5. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ควรมีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน เช่น แผนที่กับป้ายบอกเส้นทางต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และความปลอดภัยในการเดินทาง และสถานที่จอดรถ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าทั้งในระดับภูมิภาค และระดับประเทศ
2. ควรมีการศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อทัศนคติและความพึงพอใจผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในมุมมองของรัฐ
3. ควรศึกษาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสนามฟุตบอลในร่มให้เข้าเพื่อสร้างศักยภาพในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในการให้บริการ ในส่วนของผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

ปรัชญา เทพสกุล. (2555). ธุรกิจล่าฝันบนสนามหญ้าเทียม. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/idea-design/.html>

กัญจนาท จันเจริญ, รชฎ ยอดนิล และสุนทร วิริยะศิริไพศาล. (2554). รูปแบบธุรกิจให้บริการเช่าสิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2540). การวิจัยตลาด ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: เอ.เอ็น การพิมพ์.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2545). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. ใน วิไล ฤกษ์นุ้ยและสมพิศนิชลาพันธ์ (บรรณาธิการ), จิตวิทยาการบริการ(หน้า 19-43). กรุงเทพฯ:แสงจันทร์การพิมพ์.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2546). Service marketing. กรุงเทพฯ: นัทธิพัลลิก.

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2541). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธ์. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์(พิมพ์ครั้งที่7). กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์และปกเจริญผล

นภพร ทัศนัยนา. (2557). พัฒนากลยุทธ์การจัดการสนามแบดมินตันมหาวิทยาลัยบูรพา.ชลบุรี: คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา.

วาสนา บุตรโพธิ์. (2549). ความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกก าลังกายและการกีฬา,บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

- สุนันทา ยอดเนตร. (2551). การประเมินคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการงานเภสัชกรรมในสถานบริการสาธารณสุขระดับปฐมภูมิในกรุงเทพมหานคร. ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการองค์การเภสัชกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- รักชนก มณีรัตน์. (2550). ทักษะของนักท่องเที่ยวยต่อการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ ณ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง จังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดเพชรบูรณ์. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- เฉลิมพงษ์ เฉลิมชิต. (2553). กลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจบริการของสนามกอล์ฟเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุขฎีบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- กิตติ ลักขมวาศ. (2548). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรศักดิ์ ตรีรักษา. (2546). ความต้องการการบริการการออกก าลังกายของสมาชิกศูนย์ออกก าลังกายขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาพลศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีระวัฒน์ ปัญญาบุรพา. (2537). ความคาดหวังในการจัดการบริการด้านการออกก าลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพของสมาชิกศูนย์สุขภาพ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพลศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kotler, P. (2003). Marketing management. New Jersey: Prentice-Hall.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. JMR, Journal of Marketing Research, 17(3), 460.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988, Spring). SERVQUAL: A multiitem scale for measuring consumer perceptions of quality. Journal of Retailing, 12-38.
- Feigenbaum, A. V. (1991). Total quality control (3rd ed.). New York: McGraw Hill.
- Grönroos, C. (1988, Winter). Service quality: The six criteria of good perceived service quality. Review of Business, 9, 10-13.