

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 300 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล การศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 97.3) มีอายุระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 40.0) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 58.7) การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.0) ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 36.4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 32.3) เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการที่สนามลานนา เอฟซี (ร้อยละ 40.7) รองลงมา คือ สนามแรงดี (ร้อยละ 39.3) นิยมไปใช้บริการในวันเสาร์ (ร้อยละ 51.0) เวลาที่ใช้บริการระหว่าง 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 72.0) ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ คือ 18.01-21.00 น. (ร้อยละ 62.7) แต่แต่ละเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการ 3-4 ครั้ง (ร้อยละ 57.3) ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อครั้งระหว่าง 1,001-1,500 บาท (ร้อยละ 40.3) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากชอบเล่นกีฬาประเภทวิ่งรองลงมาจากกีฬาฟุตบอล (ร้อยละ 21.7) ส่วนเพื่อนสนิทของผู้ตอบแบบสอบถามมีส่วนร่วมตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า (ร้อยละ 69.3) และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักและทราบข้อมูลของสนามหญ้าเทียมที่ไปใช้บริการจากเพื่อนสนิท (ร้อยละ 76.3)

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็น ได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยด้านบุคลากรบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.53)

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับคือ พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ลักษณะของหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 3.98) มาตรฐานของสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 3.93) ขนาดและความจุภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 3.89) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีร้านอาหาร/เครื่องดื่มให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับคือ ราคาเช่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.03) ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.75) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.73) และราคาเช่าสนามในการจัดการจัดกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 3.67)

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.29) อยู่ใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.08) อยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) อยู่ใกล้ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีลานจอดรถที่กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.94) สามารถติดต่อจองสนามได้ทางโทรศัพท์/Internet (ค่าเฉลี่ย 3.90) และเวลาเปิด-ปิดในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับคือ มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา (เช้า/เย็น) (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา คือ มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.72)

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับคือ การรับจองคิวถูกต้อง รวดเร็วและยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมา คือ มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้

อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.90) และดูแล จัดการ การใช้บริการของแต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.89)

**ปัจจัยด้านบุคลากรบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับคือ เจ้าหน้าที่/พนักงาน เอาใจใส่ ดูแล ให้บริการและคำแนะนำที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา คือ การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) เจ้าหน้าที่/พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค ยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.70) และจำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงานสนามมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

**ปัจจัยด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับคือ แสงสว่างภายในสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีโต๊ะ เก้าอี้ ม้านั่ง สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัวให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความปลอดภัยในสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 3.99) อุปกรณ์ที่ใช้ในสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีเสื้อแบ่งทีม ลูกฟุตบอลบริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีอาคารในร่ม (indoor) (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีบริการ wi-fi/Internet/จอLCD (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (ค่าเฉลี่ย 3.62)

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า จำแนกตามอายุ รายได้และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน**

#### 1. จำแนกตามอายุ

**การใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่ามากที่สุด คือ สนามแรงดี (ร้อยละ 37.8) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ใช้บริการมากที่สุด คือ สนาม มร.ชอคเกอร์ อารีนา (ร้อยละ 40.0) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ใช้บริการมากที่สุด คือ สนามแรงดี (ร้อยละ 60.0) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ใช้บริการมากที่สุด คือ สนาม มร.ชอคเกอร์ อารีนา (ร้อยละ 48.0)

**วันที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ที่ใช้บริการมากที่สุดในวันศุกร์ (ร้อยละ 44.4) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ใช้บริการมากที่สุดในวันเสาร์ (ร้อยละ 60.8) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ใช้บริการ

มากที่สุดในวันเสาร์ (ร้อยละ 70.6) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ใช้บริการมากที่สุดในวันพฤหัสบดี (ร้อยละ 46.0)

**เวลาที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าเฉลี่ยต่อครั้ง** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 66.7) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 75.8) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 67.1) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 76.0)

**ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ใช้บริการมากที่สุดในช่วง 15.01 – 18.00 น. (ร้อยละ 51.1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ใช้บริการมากที่สุดในช่วง 18.01 – 21.00 น. (ร้อยละ 67.5) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ใช้บริการมากที่สุดในช่วง 18.01 – 21.00 น. (ร้อยละ 58.8) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ใช้บริการมากที่สุดในช่วง 18.01 – 21.00 น. (ร้อยละ 74.0)

**ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อครั้งที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 51.1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีค่าใช้จ่าย 1,001-1,500 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 33.3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีค่าใช้จ่าย 1,001-1,500 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 41.2) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีค่าใช้จ่าย 1,001-1,500 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 64.0)

**ประเภทของกีฬาที่ชอบเล่นรองลงมาจากกีฬาฟุตบอล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ชอบเล่นบาสเก็ตบอล (ร้อยละ 28.9) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ชอบเล่นกีฬาวิ่ง (ร้อยละ 28.3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ชอบเล่นบาสเก็ตบอล (ร้อยละ 20.0) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ชอบเล่นกอล์ฟ (ร้อยละ 28.0)

**บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีเพื่อนสนิทเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 77.8) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีเพื่อนสนิท เป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 80.0) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีเพื่อนสนิท เป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 72.9) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีเพื่อนร่วมงาน เป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 70.0)

**การรู้จักและทราบแหล่งข้อมูลของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าที่ให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนสนิท (ร้อยละ 93.3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนสนิท (ร้อยละ 85.0) ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนสนิท (ร้อยละ 75.3) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนร่วมงาน (ร้อยละ 82.0)

## 2. จำแนกตามรายได้

**การใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่ามากที่สุด คือ สนามแรงดี (ร้อยละ 37.1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุด คือ สนามแรงดี (ร้อยละ 57.9) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุด คือ สนามลานนา เอฟซี (ร้อยละ 43.1) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุด คือ สนามเชียงใหม่อารีนา (ร้อยละ 38.9)

**วันที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุด คือ วันเสาร์ (ร้อยละ 48.5) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุด คือ วันเสาร์ (ร้อยละ 60.0) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุด คือ วันเสาร์ (ร้อยละ 43.1) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุด คือ วันเสาร์ (ร้อยละ 50.0)

**เวลาที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าเฉลี่ยต่อครั้ง** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 71.1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 70.5) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 69.4) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 83.3)

**ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุดช่วง 18.01 – 21.00 น. (ร้อยละ 46.4) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุดช่วง 18.01 – 21.00 น. (ร้อยละ 80.0) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุดช่วง 18.01 – 21.00 น. (ร้อยละ 68.1) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุดช่วง 18.01 – 21.00 น. (ร้อยละ 50.0)

**ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อครั้งที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 32.0) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่าย 1,001-1,500

บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 41.1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่าย 1,001-1,500 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 62.5) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน มีค่าใช้จ่าย 501-1,000 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 52.8)

**ประเภทของกีฬาที่ชอบเล่นรองลงมาจากกีฬาฟุตบอล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ชอบเล่นบาสเก็ตบอล (ร้อยละ 22.7) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ชอบเล่นกีฬาวิ่ง (ร้อยละ 26.3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ชอบเล่นกีฬาวิ่ง (ร้อยละ 29.2) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ชอบเล่นกอล์ฟ (ร้อยละ 30.6)

**บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน เพื่อนสนิทเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 76.3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน มีเพื่อนสนิทเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 71.6) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน มีเพื่อนสนิท เป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 59.7) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน มีเพื่อนสนิท เป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 63.9)

**การรู้จักและทราบแหล่งข้อมูลของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าที่ให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนสนิท (ร้อยละ 83.5) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนสนิท (ร้อยละ 78.9) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนสนิท (ร้อยละ 68.1) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนสนิท (ร้อยละ 66.7)

### 3. จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

**การใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า** ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้ามากที่สุด คือ สนามลานนา เอฟซี (ร้อยละ 38.2) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้ามากที่สุด คือ สนามแรงดี (ร้อยละ 51.6)

**วันที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า** ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุด คือ วันเสาร์ (ร้อยละ 50.8) และผู้ตอบ

แบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุด คือ วันพุธ (ร้อยละ 59.7)

เวลาที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าเฉลี่ยต่อครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 76.5) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 54.8)

ช่วงเวลาที่ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุดช่วง 18.01 – 21.00 น. (ร้อยละ 71.0) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ใช้บริการมากที่สุดช่วง 18.01 – 21.00 น. (ร้อยละ 30.6)

ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อครั้งที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่าย 1,001-1,500 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 45.8) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน มีค่าใช้จ่าย 501-1,000 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 40.3)

ประเภทของกีฬาที่ชอบเล่นรองลงมาจากกีฬาฟุตบอล ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ชอบเล่นกีฬาวิ่ง (ร้อยละ 25.6) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ชอบเล่นบาสเกตบอล (ร้อยละ 37.1)

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน มีเพื่อนสนิทเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 68.5) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน มีเพื่อนสนิทเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 72.6)

การรู้จักและทราบแหล่งข้อมูลของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าที่ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนสนิท (ร้อยละ 75.2) และผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนสนิท (ร้อยละ 80.6)

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า จำแนกตาม อายุ รายได้ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

##### 1. จำแนกตามอายุ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 3.71) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20-30 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยเฉลี่ยสูงสุด คือ พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 3.89) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลักษณะของหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.19) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.34)

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเช่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 3.73) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20-30 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเช่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.03) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเช่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 3.94) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเช่าสนาม

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยเฉลี่ยสูงสุด การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20-30 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.36) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.50)



**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา (เช้า/เย็น) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20-30 ปีให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา (เช้า/เย็น) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 31-40 ปีให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา (เช้า/เย็น) (ค่าเฉลี่ย 4.16)

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับจองคิวถูกต้อง รวดเร็ว และยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.89) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20-30 ปีให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ดูแล จัดการ การใช้บริการของแต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.65) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับจองคิวถูกต้อง รวดเร็ว และยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.13) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ดูแล จัดการ การใช้บริการของแต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.28)

**ปัจจัยด้านบุคลากรบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี (ค่าเฉลี่ย 3.58) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20-30 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี (ค่าเฉลี่ย 3.68) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจใส่ ดูแลให้บริการและคำแนะนำที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.92) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงานสนามมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.30)

**ปัจจัยด้านสิ่งมีชีวิตที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโต๊ะ เก้าอี้ ม้านั่ง สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20-30 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แสงสว่างภายในสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 4.17) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แสงสว่างภายในสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 4.09) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวก ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.40)

## 2. จำแนกตามรายได้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 3.85) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลักษณะของหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 3.96) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.37) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.06)

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเช่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 3.92) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเช่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.26) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเช่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.08)



(ค่าเฉลี่ย 4.16) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ดูแล จัดการ การใช้บริการ ของแต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.22)

**ปัจจัยด้านบุคลากรบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี (ค่าเฉลี่ย 3.78) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจใส่ ดูแล ให้บริการและคำแนะนำที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.62) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจใส่ ดูแล ให้บริการและคำแนะนำที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจใส่ ดูแล ให้บริการและคำแนะนำที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.94)

**ปัจจัยด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโต๊ะ เก้าอี้ ม้านั่ง สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แสงสว่างภายในสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 4.01) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แสงสว่างภายในสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 4.44) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.17)

### 3. จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.02) และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวม

ด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 3.95)

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาค่าเช่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาค่าเช่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 3.92)

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.34) และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา (เช้า/เย็น) (ค่าเฉลี่ย 3.82)

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับจองคิวถูกต้อง รวดเร็ว และยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.89) และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับจองคิวถูกต้อง รวดเร็ว และยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.92)

**ปัจจัยด้านบุคลากรบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญ โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญ

โดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจใส่ ดูแลให้บริการและคำแนะนำที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.90)

**ปัจจัยด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แสงสว่างภายในสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 4.17) และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัวให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08)

### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล เมื่อการพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า โดยรวมทุกปัจจัยมีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากรบริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

#### ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การคมนาคมสะดวก ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิวัต วสุگیرติวานิชย์ (2553) ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่ม S-ONE ด้านการคมนาคมเข้าถึงสนามฟุตบอลอยู่ในระดับสูง

#### ปัจจัยด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) และให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แสงสว่างภายในสนามฟุตบอล ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกิตติ ลักษณะวงศ์ (2548) ที่ทำการศึกษาคู่กรณีผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่ง

มีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ (ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ) ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านกระบวนการระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การรับรองคิวถูกต้อง รวดเร็ว และยุติธรรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกิตติ ลักษณาวงศ์ (2548) ซึ่งทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการจัดกลุ่มออกروباتตามคิวอย่างยุติธรรม เท่าเทียมกัน

#### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิวัต วสุกัรติวานิชย์ (2553) ที่พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่ม S-ONE ด้านสถานที่ให้บริการอยู่ในระดับสูง และคุณภาพปัจจัยย่อยค่าเฉลี่ยสูงสุด เรื่อง เรื่องพื้นผิวสนามฟุตบอล

#### **ปัจจัยด้านราคา**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคา ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาค่าเช่าสนาม สอดคล้องกับการศึกษาของกิตติ ลักษณาวงศ์ (2548) ที่ทำการศึกษาดูพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาเช่าสนาม และสอดคล้องกับการศึกษาของจรงค์ศักดิ์ โชติบาง (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการใช้บริการระดับมาก

#### **ปัจจัยด้านบุคลากรบริการ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านบุคลากรบริการระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่/พนักงาน เอาใจใส่ ดูแล ให้บริการและคำแนะนำที่ดี ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิวัต วสุกัรติวานิชย์ (2553) ที่พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่ม S-ONE คุณภาพการให้บริการด้านพนักงานที่

ให้บริการอยู่ในระดับสูงและคุณภาพปัจจัยย่อยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือเรื่องอรรถาษัย์ไมตรีต่อลูกค้า สอดคล้องกับการศึกษาของจรุงศักดิ์ โชติบง (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรของผู้ให้บริการมีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของกิตติ ลักษณะวงศ์ (2548) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานพูดจาสุภาพเรียบร้อย มารยาทดี

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมากคือ มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา (เช้า/เย็น) ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกิตติ ลักษณะวงศ์ (2548) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคา

#### **ข้อค้นพบ**

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

##### **1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า**

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายนิยมไปใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่ามากกว่าเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20-30 ปี นิยมไปใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าสูงกว่ากลุ่มอายุอื่น รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มนิยมใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าสูงตามไปด้วย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานเอกชนนิยมไปบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมไปใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมลานนา เอฟซี และสนามแรงดี แต่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน นิยมใช้บริการ สนาม มร.ซอคเกอร์ อารีนา แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือนนิยมไปใช้บริการ สนามลานนา เอฟซี ส่วนการไปใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถามนิยมไปใช้บริการในหยุดเสาร์-อาทิตย์ แต่กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ใช้บริการมากที่สุดในวันศุกร์ ส่วนกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไปใช้บริการมากที่สุดในวันหยุดดี และกลุ่มที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือนนิยมไปใช้บริการวันพุธ และใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยไปใช้บริการ



ช่วงเวลา 18.01-21.00 น. แต่กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ไปใช้บริการช่วงเวลา 15.01 – 18.00 น. และไปใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเดือนละ 3-4 ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าบริการไม่เกิน 1,500 บาทต่อครั้ง แต่กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี หรือมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน หรือกลุ่มใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมนอกจากการเล่นกีฬาฟุตบอลแล้วยังนิยมเล่นกีฬาวิ่ง รองลงมาคือ บาสเก็ตบอล แต่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ชอบเล่นกีฬาออลฟ์ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือนชอบเล่นกีฬาออลฟ์ ส่วนการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมนั้นเพื่อนสนิทมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รวมทั้งรู้จักและทราบแหล่งข้อมูลของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่ใช้บริการจากเพื่อนสนิท ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป รู้จักและทราบข้อมูลจากเพื่อนร่วมงาน

## 2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในระดับมากทุกปัจจัย เรียงตามลำดับ คือ

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** โดยให้ความสำคัญต่อบริการย่อยสูงสุด เรื่องการคมนาคมสะดวก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือนและผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญเรื่องอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

**ปัจจัยด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ** โดยให้ความสำคัญต่อบริการย่อยสูงสุด เรื่องแสงสว่างภายในสนามฟุตบอล ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญ เรื่องมีโต๊ะ เก้าอี้ ม้านั่ง สำหรับพักผ่อนผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวก ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญเรื่องมีโต๊ะ เก้าอี้ ม้านั่ง สำหรับพักผ่อน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวก ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนามฟุตบอลหญ้าเทียม และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ให้ความสำคัญเรื่องมีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัวให้บริการ

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** โดยให้ความสำคัญต่อบริการย่อยสูงสุด เรื่องการรับจองคิวถูกต้อง รวดเร็วและยุติธรรม แต่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20-30 ปี และอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญ เรื่องดูแล จัดการ การใช้บริการของแต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญเรื่องมีการแก้ไขปัญหา

ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือนให้ความสำคัญเรื่องดูแล จัดการ การให้บริการของแต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่น

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** โดยให้ความสำคัญต่อบริการยอดเยี่ยมที่สุด เรื่องพื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม แต่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญเรื่องลักษณะของหญ้าเทียม และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือนให้ความสำคัญเรื่องชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามฟุตบอล

**ปัจจัยด้านราคา** ทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญโดยรวมระดับมาก เว้นแต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญโดยรวมปานกลาง และทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อบริการยอดเยี่ยมที่สุด เรื่องราคาค่าเช่าสนาม

**ปัจจัยด้านบุคลากรบริการ** โดยให้ความสำคัญต่อบริการยอดเยี่ยมที่สุด เรื่อง เจ้าหน้าที่/พนักงาน เอาใจใส่ ดูแล ให้บริการและคำแนะนำที่ดี ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญ เรื่องเจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจใส่ ดูแล ให้บริการและคำแนะนำที่ดี และผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเรื่องจำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงานสนามมีเพียงพอ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือนและผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญเรื่องการพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** โดยให้ความสำคัญต่อบริการยอดเยี่ยมที่สุด เรื่อง มีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา (เช้า/เย็น) แต่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 1-4 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญ เรื่องมีการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละเดือน

ตารางที่ 69 แสดงระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัย	ลำดับที่
การคมนาคมสะดวก	4.29	ด้านการจัดจำหน่าย	1
แสงสว่างภายในสนามฟุตบอล	4.13	ด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการ	2
อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	4.08	ด้านการจัดจำหน่าย	3
มีโต๊ะ เก้าอี้ ม้านั่ง สำหรับพักผ่อน	4.07	ด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการ	4
ความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	4.05	ด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการ	5
ราคาค่าเช่าสนาม	4.03	ด้านราคา	6
พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	4.00	ด้านผลิตภัณฑ์	7
มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัวให้บริการ	4.00	ด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการ	8
ความปลอดภัยในสนามฟุตบอล	3.99	ด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการ	9
ลักษณะของหญ้าเทียม	3.98	ด้านผลิตภัณฑ์	10

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยจากปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับ ได้แก่ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.29) แสงสว่างภายในสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 4.13) อยู่ใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีโต๊ะ เก้าอี้ ม้านั่ง สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.05) ราคาค่าเช่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.03) พื้นผิวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัวให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความปลอดภัยในสนามฟุตบอล (ค่าเฉลี่ย 3.99) ลักษณะของหญ้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 3.98) ทั้งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับนั้น ปรากฏว่าเป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย 2 ปัจจัยย่อย ด้านด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการ 5 ปัจจัยย่อย ด้านราคา 1 ปัจจัยย่อย และด้านผลิตภัณฑ์ 2 ปัจจัยย่อย

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงใจเรื่องมีร้านจำหน่ายอุปกรณ์ฟุตบอลในระดับปานกลาง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้สนามมีฟุตบอลใหม่ ๆ ให้บริการอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดให้มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์ฟุตบอลที่มีราคาประหยัดกว่าท้องตลาดเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดซื้อของผู้มาใช้บริการ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรทำการบำรุงรักษาพื้นผิวของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้อยู่ในสภาพที่ดี พื้นเรียบไม่ขรุขระ เพื่อจะได้เล่นอย่างปลอดภัย จัดการระบบระบายน้ำให้ดี ไม่ทำให้เกิดน้ำขังเวลาฝนตก ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงลักษณะของหญ้าที่ใช้ในการปูพื้นสนามต้องมีคุณภาพดี โดยใบหญ้าที่ใช้ไม่แข็งจนเกินไป อาจจะได้รับบาดเจ็บเวลาล้ม และขนาดของสนามฟุตบอลต้องเป็นสนามขนาดมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีทั้งส่วนของสนามในร่มและสนามกลางแจ้งให้เลือกใช้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตามในแง่ของการดูแลความเรียบร้อยอื่น ๆ ดังเช่น กรณีมีขุมรอบบริเวณสนามหญ้า ผู้ประกอบการควรพิจารณาให้ความสนใจแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามฟุตบอล ดังนั้นผู้ประกอบการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า อาจปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจของตนเองด้วยการนำหลักการตลาดกีฬา (Sport Marketing) มาใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ Sport Entertainment ที่สำคัญ คือ การปรับสนามหญ้าเทียมโดยใช้หญ้าที่มีคุณภาพส่งทอปเป็นพื้นเพื่อทำโลโก้หรือชื่อสนามลงไปบนพื้นหญ้า เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และเป็นการตอกย้ำชื่อสนามให้ผู้ที่มาใช้บริการจดจำได้มากยิ่งขึ้น และภายในสนามฟุตบอลมี Sport Bar & Restaurant เพื่อรองรับผู้ที่มาใช้บริการในการพบปะสังสรรค์ พุดคุยปรึกษาหารือ และดูการถ่ายทอดสดฟุตบอล และจัดทำในส่วนของโซน Coffee café โดยประสานการทำงานกับ Mac Cafe (I studio apple) ในการรองรับกับกลุ่มผู้ที่ใช้บริการและกลุ่มลูกค้าทั่วไป เพื่อให้บริการทั้ง Entertainment, Update game & technology

**ปัจจัยด้านราคา** ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยเรื่องราคาเช่าสนามในการจัดกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอลด้วยค่าเฉลี่ยต่ำกว่าปัจจัยย่อยเรื่องอื่น ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาปรับปรุงอัตราค่าเช่ากรณีการให้เช่าเพื่อจัดกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอล รวมทั้งควรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้บริการให้เช่าสนามในการจัดกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอลเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องพิจารณาในเรื่องของการตั้งราคาเช่าสนามฟุตบอล ราคา ค่าอาหารและเครื่องดื่ม โดยอาจเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งกัน รวมทั้งมีการกำหนดราคาที่ชัดเจน

ตามกลุ่มลูกค้า ทั้งที่เป็นกลุ่มลูกค้าองค์กรหรือบริษัท และกลุ่มบุคคลธรรมดา และกำหนดราคาค่าเช่าสนามในร่มและสนามกลางแจ้งให้มีราคาที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน เช่น ค่าใช้จ่ายสำหรับองค์กรไม่ควรเกิน 2,000 บาทต่อ 2 ชั่วโมง สำหรับบุคคลธรรมดาไม่ควรเกิน 500 บาทต่อชั่วโมง หรืออาจเหมารวมตามลักษณะสนาม เช่น สนามกีฬา 7 คน ก็ไม่ควรเกิน 2,000 บาทต่อ 2 ชั่วโมง เป็นต้น

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องเวลาเปิด-ปิดในการให้บริการด้วยค่าเฉลี่ยต่ำกว่าปัจจัยย่อยเรื่องอื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาเปรียบเทียบเวลาการเปิด-ปิดให้บริการสนามฟุตบอลในแต่ละวันให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเดินทางไป-กลับของสนามฟุตบอลให้ประชาชนทั่วไปทราบเพื่อให้สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ ควรที่จัดสรรพื้นที่ให้เพียงพอกับผู้ที่มาใช้บริการ รวมไปถึงการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายทาง Internet ,Social network และทางโทรศัพท์ ให้มากขึ้น นำเสนอบริการผ่านทางเทคโนโลยี จะทำให้ลูกค้าได้ช่องทางใหม่ๆ ในการได้รับข่าวสาร ก่อให้เกิดความสะดวกและตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น เช่น การจัดส่งข้อความถึงลูกค้าหรือสมาชิก พร้อมข้อเสนอพิเศษบนโทรศัพท์มือถือ หรือทางSocial network อีกทั้งจัดพนักงานที่สนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้พร้อมที่จะรองรับการจองเวลาการใช้บริการผ่านช่องทางต่างๆ ให้เพียงพอและเหมาะสม

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ มีสื่อแผ่นพับ ป้ายโฆษณา มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิกและลูกค้าทั่วไปในเรื่องต่างๆ และมีการจัดการแข่งขันเป็นประจำ ด้วยค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาเพิ่มช่องทางสำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่น ๆ ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ควรจัดการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ลูกค้าหันมาใช้บริการเช่าเพื่อการจัดกิจกรรมแข่งขัน หรือทางผู้ประกอบการอาจรวมกันจัดการแข่งขันเพื่อดึงดูดให้ผู้สนใจเข้าร่วมแข่งขันหรือเข้าเชียร์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องมีการจัดโปรโมชั่นในการกำหนดส่วนลดตามเวลา โดยราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น การให้ส่วนลดหรือคะแนนสะสม เมื่อมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เช่น การเช่าเวลาสนามฟุตบอลครบ 5 ชั่วโมง เล่นฟรี 1 ชั่วโมง ลดค่าบริการเป็นพิเศษสำหรับลูกค้ากลุ่มองค์กรหรือบริษัท ที่มาใช้บริการแบบรวมนัดที่แน่นอนในแต่ละเดือน และผู้ประกอบการควรจัดให้มีการแข่งขันในโอกาสพิเศษ รวมถึงมีการลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งข้อความ แผ่นป้ายโฆษณา ใบปลิว แผ่นพับ หนังสือพิมพ์กีฬา หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ตลอดจนไปถึง Internet และSocial network

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาพิเศษในแต่ละเดือนและมีการจัดการแข่งขันเป็นประจำ ดังนั้น ผู้ประกอบการ อาจพิจารณากำหนดราคา

พิเศษเป็นช่วง ๆ ของทุกเดือน ส่วนการจัดการแข่งขันให้เป็นประจําที่นํ้าอาจพิจารณาในรูปแบบของ การจัดการตลาดแบบธุรกิจไปสู่องค์กรเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility) โดยเฉพาะ กับกลุ่มโรงเรียนให้มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในช่วงเวลากลางวัน 10.00-14.00น. วัน จันทร์-วันพฤหัสบดี ซึ่งเป็นช่วงที่มีผู้มาใช้บริการน้อย ให้นักเรียนแต่ละกลุ่มแต่ละโรงเรียน ได้เกิด การทดลองใช้สนามฟุตบอล และการเปิดสอนฟุตบอลให้กับเยาวชนอายุ 7-14 ปี โดยอาจารย์ผู้มี ประสบการณ์ ตามหลักสูตรมาตรฐานสากลในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 09.00-12.00น.

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ปัจจัยย่อยเรื่องดูแล จัดการ การใช้บริการของแต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่น ด้วยค่าเฉลี่ยค่า กว่าปัจจัยย่อยเรื่องอื่น ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาด้านการดูแล จัดการ การใช้บริการของ กลุ่มให้สะดวก ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนหรือเปลืองเวลาสำหรับใช้บริการ รวมทั้งผู้ประกอบการต้อง มีการวางแผนการจัดระบบในการแก้ปัญหาให้ถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ อีกทั้งให้บริการ อย่างทั่วถึง ยุติธรรม ในการจูงใจใช้บริการสนามฟุตบอล และเมื่อเกิดปัญหาขึ้นพนักงานควรจะ สามารถที่จะรับมือพร้อมทั้งแก้ไขปัญหานั้นได้ทันที มีการจัดระบบการจูงใจที่ถูกต้องและยุติธรรม กับทุกลูกค้าทุกคน ไม่จัดสรรให้ติดขัดกับกลุ่มอื่น

**ปัจจัยด้านบุคลากรบริการ** ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยเรื่องจำนวนเจ้าหน้าที่/ พนักงานสนามมีเพียงพอ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้วยค่าเฉลี่ยค่าที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงพิจารณาปริมาณผู้ให้บริการที่เข้ามาใช้บริการเพื่อเพิ่มหรือจัดอัตรากำลังของ พนักงานสำหรับการดูแลและบริการให้เพียงพอ รวมทั้งผู้ประกอบการต้องมีการอบรมพนักงานทั้ง ก่อนเข้าทำงานและตลอดเวลาที่ทำงานเป็นพนักงาน เป็นระยะๆ ให้มีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอน การให้บริการและเอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้า และอีกทั้งยังคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำ เทคนิคที่ดี ในการเล่นฟุตบอล รวมถึงพนักงานบริการควรมีบุคลิกท่าทางดี พุดจาเพราะ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ต่อลูกค้า นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ผู้ประกอบการจัดให้มี กรรมการตัดสินใจประจำอยู่ในสนามให้เพียงพอกับผู้มาใช้บริการ (ซึ่งอาจคิดราคาเพิ่มเติม) ซึ่ง ผู้ประกอบการควรพิจารณาจัดหาผู้ตัดสินใจไว้ประจำสนาม ที่คอยให้คำแนะนำการเล่นที่ถูกวิธี

**ปัจจัยด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ** ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมี บริการwi-fi / Internet / จอLCD ด้วยค่าเฉลี่ยค่ากว่าปัจจัยย่อยเรื่องอื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควร ตรวจสอบความต้องการของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้นไว้สำหรับให้บริการให้เพียงพอหรือสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมทั้ง ผู้ประกอบการจะต้องจัดให้สนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีแสงสว่างภายในสนามอย่างทั่วถึง

และมีการวางจุดของดวงไฟหรือสปอร์ตไลท์ในตำแหน่งที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดวิสัยทัศน์ที่ดีในการเล่นฟุตบอลและไม่เกิดแสงเงาที่มีผลกระทบในการเล่น เวลาส่วนใหญ่ที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการมักจะเป็นเวลาเย็นที่มีแสงสว่างจากภายนอกน้อย จึงเป็นส่วนที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมาก รวมถึงผู้ประกอบการต้องมีการจัดสรร โต๊ะ เก้าอี้ ม้านั่ง สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ ให้เพียงพอที่จะรองรับผู้ที่มาใช้บริการ เช่น การจัดส่วนม้านั่งเชียร์ ส่วนของพื้นที่นั่งพักผ่อน ส่วนของพื้นที่สูบบุหรี่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องจัดหาพนักงานที่จะคอยดูแลความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ความสะอาดและความสวยงามโดยทั่วไปของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ให้ดูดีและน่าใช้บริการอยู่ตลอดเวลา พร้อมกับมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยภายในสนามอย่างทั่วถึง

ผู้ประกอบการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า อาจปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจของตนเองด้วยการนำหลักการตลาดกีฬา (Sport Marketing) มาใช้เพื่อดึงสิ่งมีชีวิตคนที่มีมองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการเพื่อไปนำสู่ Sport Entertainment ที่สำคัญ คือ จัดให้มี Fitness Center เพื่อรองรับผู้ที่มาใช้บริการที่อาจจะมาออกกำลังกายก่อนและหลังเล่นฟุตบอลหรือมาออกกำลังกายเพื่อร่วมทีม และรองรับลูกค้าที่มาเป็นกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน และจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อรองรับกับกลุ่มผู้ที่มาใช้บริการภายในสนามฟุตบอลครอบคลุมทุกกลุ่ม เช่น Beauty & Spa, บริการนวดแผนไทยเพื่อคลายกล้ามเนื้อหรือคลายเครียด, Car care, ห้องเกมหรือตู้เกมให้มีกิจกรรมไม่น่าเบื่อเมื่อมาใช้บริการที่สนาม อีกทั้งให้ครอบคลุมกับกลุ่มผู้ที่มาใช้บริการที่แบบครอบครัว จัดให้มีโซนของสนามเด็กเล่นและสวนสนุกเพื่อที่เด็กๆ จะได้มีกิจกรรมและมีส่วนร่วมในสนาม

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคนวัยทำงานที่ไปใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมหลังช่วงเวลา 24.00 น. เป็นต้นไป เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้กำหนดเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานที่ใช้บริการเฉพาะในช่วง 06.00 – 24.00 น. เท่านั้น ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลครอบคลุมไปทุกกลุ่มคนวัยทำงาน