

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีผลการศึกษาที่ได้นำเสนอดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวน 258 ราย สามารถแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาและระดับรายได้ ดังนี้

ด้านเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 100.00

ด้านอายุ พบว่า ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมส่วนใหญ่เป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ รองลงมาคือ ลูกจ้างหรือพนักงานเอกชนและนักเรียนหรือนักศึกษา

ด้านการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือ มัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ และสูงกว่าปริญญาตรีตามลำดับ

ด้านรายได้ พบว่า ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท รองลงมาคือ น้อยกว่า 10,000 บาทและมากกว่า 20,001 บาท ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัด เชียงใหม่

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	258	100.00
หญิง	0	0.00
รวม	258	100.00
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	16	6.20
20-30 ปี	179	69.38
31-40 ปี	43	16.67
มากกว่า 40 ปี	20	7.75
รวม	258	100.0
อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	72	27.91
ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	66	25.58
นักเรียน/นักศึกษา	56	21.71
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	49	18.99
รับจ้างทั่วไป	15	5.81
รวม	258	100.0
การศึกษา		
มัธยมศึกษา/ปวช.	46	17.83
อนุปริญญา/ปวส.	20	7.75
ปริญญาตรี	165	63.95
สูงกว่าปริญญาตรี	27	10.47
รวม	258	100.00

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัด เชียงใหม่ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ด้านรายได้		
น้อยกว่า 10,000 บาท	106	41.09
10,000 – 15,000 บาท	117	45.35
15,001-20,000 บาท	13	5.04
มากกว่า 20.001 บาท	22	8.53
รวม	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

4.2.1 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

การศึกษาวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ประกอบด้วย การใช้บริการเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อจัดกิจกรรมการแข่งขันต่างๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/กลุ่มเพื่อน และเพื่อฝึกทักษะในการเล่นกีฬาฟุตบอล จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อการออกกำลังกายมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/กลุ่มเพื่อน

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อการออกกำลังกายมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/กลุ่มเพื่อนและเพื่อฝึกทักษะในการเล่นกีฬาฟุตบอล

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อการออกกำลังกายมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/กลุ่มเพื่อนและเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อการออกกำลังกายมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/กลุ่มเพื่อนและเพื่อฝึกทักษะในการเล่นกีฬาฟุตบอล ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม
จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ย
ต่อเดือน

ความถี่ของ การใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
การเลือกใช้บริการ								
เพื่อการออกกำลังกาย	168	48.70	74	50.00	11	50.00	253	49.13
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	17	4.93	16	10.81	0	0.00	33	6.41
เพื่อจัดกิจกรรมการ แข่งขันต่างๆ	20	5.80	0	0.00	0	0.00	20	3.88
เพื่อสร้าง ความสัมพันธ์ใน ครอบครัว/กลุ่มเพื่อน	114	33.04	56	37.84	10	45.45	180	34.95
เพื่อฝึกทักษะในการ เล่นกีฬาฟุตบอล	26	7.54	2	1.35	1	4.55	29	5.63
รวม	345	100.00	148	100.00	22	100.00	515	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

*หมายเหตุ: ที่ตัวเลขมีจำนวนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพราะสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.2.2 ลักษณะการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษาคณะการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258
ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกับกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มคณะ เมื่อจำแนกกลุ่ม
ตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10
ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้า
เทียมกับกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มคณะ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้า
เทียมกับกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มคณะ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอล
หญ้าเทียมกับกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มคณะ ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละ ลักษณะการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของ การใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
การมาใช้บริการ								
มาใช้บริการคนเดียว	10	5.78	0	0.00	0	0.00	10	3.88
มาใช้บริการกับ ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
มาใช้บริการกับกลุ่ม เพื่อน/กลุ่มคณะ	163	94.22	74	100.00	11	100.00	248	96.12
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.3 วันในรอบสัปดาห์ที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในรอบสัปดาห์

ผลการศึกษาค่าการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในรอบสัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในวันเสาร์ มากที่สุด รองลงมาคือ วันจันทร์และวันศุกร์ ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อ พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในวันเสาร์ มากที่สุด รองลงมาคือ วันจันทร์และวันศุกร์ ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในวันเสาร์ มากที่สุด รองลงมาคือ วันจันทร์และวันพฤหัสบดี ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในวันเสาร์ มากที่สุด รองลงมาคือ วันจันทร์และวันอาทิตย์ ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง

ที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละ วันในรอบสัปดาห์ที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมใน
รอบสัปดาห์ จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม
เฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของ การใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จันทร์	30	17.34	21	28.38	3	27.27	54	20.93
อังคาร	4	2.31	6	8.11	0	0.00	10	3.88
พุธ	16	9.25	1	1.35	0	0.00	17	6.59
พฤหัสบดี	7	4.05	9	12.16	0	0.00	16	6.20
ศุกร์	22	12.72	8	10.81	0	0.00	30	11.63
เสาร์	83	47.98	27	36.49	6	54.55	166	64.34
อาทิตย์	11	6.36	2	2.70	2	18.18	15	5.81
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.4 ช่วงเวลาในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษาช่วงเวลาในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ของกลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00
น. มากที่สุด รองลงมาคือ 12.01 น. – 18.00 น. , 00.01 น. – 06.00 น. และ 06.01 น. – 12.00 น.
ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้ง
ต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้า
เทียมในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือ 12.01 น. – 18.00 น. , 00.01 น. –
06.00 น. และ 06.01 น. – 12.00 น. ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้า
เทียมในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือ 12.01 น. – 18.00 น.

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอล
หญ้าเทียมในช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. มากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละ ช่วงเวลาในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำแนก
กลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของ การใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
00.01 น. – 06.00 น.	5	2.89	0	0.00	0	0	5	1.94
06.01 น. – 12.00 น.	1	0.58	0	0.00	0	0	1	0.39
12.01 น. – 18.00 น.	10	5.78	1	1.35	0	0	11	4.26
18.01 น. – 24.00 น.	157	90.75	73	98.65	11	100.00	241	93.41
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.5 การเดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษาดำเนินการการเดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมโดยรถยนต์ มากที่สุด รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้ใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่เดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมโดยรถยนต์ มากที่สุด รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์

กลุ่มผู้ใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่เดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมโดยรถยนต์ มากที่สุด รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์

กลุ่มผู้ใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่เดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมโดยรถยนต์ มากที่สุด รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์ ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละ การเดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำแนก
กลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของ การใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รถยนต์	107	61.85	49	66.22	8	72.73	164	63.57
รถจักรยานยนต์	66	38.15	25	33.78	3	27.27	94	36.43
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.6 แหล่งข้อมูลของการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษา เหตุผลในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในครั้งแรก จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการจากคำแนะนำจากเพื่อนหรือบุคคลอื่นมากที่สุด รองลงมาคือ เห็นจากแผ่นป้ายโฆษณา/แผ่นพับ/ใบปลิว และทราบจากอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการจากคำแนะนำจากเพื่อนหรือบุคคลอื่นมากที่สุด รองลงมาคือ เห็นจากแผ่นป้ายโฆษณา/แผ่นพับ/ใบปลิว และจากหนังสือพิมพ์/นิตยสารตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการจากคำแนะนำจากเพื่อนหรือบุคคลอื่นมากที่สุด รองลงมาคือทราบจากอินเทอร์เน็ต และเห็นจากแผ่นป้ายโฆษณา/แผ่นพับ/ใบปลิว ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน มาใช้บริการจากคำแนะนำจากเพื่อนหรือบุคคลอื่นมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละแหล่งข้อมูลของการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของ การใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เหตุผลในการใช้บริการ								
แผ่นป้ายโฆษณา/แผ่น พับ/ใบปลิว	18	10.40	5	6.76	0	0	23	8.91
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	2	1.16	0	0	0	0	2	0.78
อินเทอร์เน็ต	0	0	6	8.11	0	0	6	2.33
คำแนะนำจากเพื่อน หรือบุคคลอื่น	153	88.44	63	85.13	11	100.00	227	87.98
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.7 ผู้มีส่วนในการตัดสินใจมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มผู้ใช้บริการ

ผลการศึกษาผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่ม
ผู้ใช้บริการ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มเพื่อน มากที่สุด รองลงมา
คือตนเอง และครอบครัว ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-
5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้ใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มเพื่อน มากที่สุด
รองลงมาคือตนเอง และครอบครัว ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มเพื่อน มากที่สุด
รองลงมาคือตนเอง และครอบครัว ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มเพื่อน มากที่สุด
รองลงมาคือตนเอง และครอบครัว ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละผู้มีส่วนในการตัดสินใจมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มผู้ใช้บริการ จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของ การใช้บริการ ผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจมาใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตัวเอง	32	18.50	20	27.03	2	18.18	54	20.93
ครอบครัว	1	0.58	0	0	0	0	1	0.39
กลุ่มเพื่อน	140	80.92	54	72.97	9	81.82	203	78.68
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.8 การจองสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษาการจองสนามฟุตบอลหญ้าเทียมก่อนมาใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ จะจองสนามก่อนมาใช้บริการ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ จะจองสนามก่อนมาใช้บริการ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ จะจองสนามก่อนมาใช้บริการ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่จะจองสนามก่อนมาใช้บริการ ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละ การจองสนามฟุตบอลหญ้าเทียมจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของ การใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
การจองสนาม ก่อนเดินทางมาใช้บริการ								
จอง	136	78.61	68	91.89	11	100	215	83.33
ไม่จอง	37	21.39	6	8.11	0	0	43	16.67
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.9 ระยะเวลาต่อครั้งในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษา ระยะเวลาในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมประมาณ 1.00-2.00 ชั่วโมงต่อวันมากที่สุด รองลงมาคือ 2.01-3.00 ชั่วโมง ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมประมาณ 1.00-2.00 ชั่วโมงต่อวัน มากที่สุด รองลงมาคือ 2.01-3.00 ชั่วโมง และ 3.01-4.00 ชั่วโมงตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมประมาณ 1.00-2.00 ชั่วโมงต่อวัน มากที่สุด รองลงมาคือ 2.01-3.00 ชั่วโมง และ 3.01-4.00 ชั่วโมงตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมประมาณ 1.00-2.00 ชั่วโมงต่อวัน ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละ ระยะเวลาต่อครั้งในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของการใช้บริการ ระยะเวลาใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1.00-2.00 ชั่วโมง	169	97.68	73	98.65	11	100	253	98.06
2.01-3.00 ชั่วโมง	2	1.16	1	1.35	0	0	3	1.16
3.01-4.00 ชั่วโมง	2	1.16	0	0	0	0	0	0
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.10 จำนวนผู้เล่นต่อทีมในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษา จำนวนผู้เล่นในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มี 6-8 คนต่อทีม มากที่สุด รองลงมาคือ 9-10 คนต่อทีม และไม่เกิน 5 คน ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มี 6-8 คนต่อทีม มากที่สุด รองลงมาคือ 9-10 คนต่อทีม และไม่เกิน 5 คน ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มี 6-8 คนต่อทีม มากที่สุด รองลงมาคือ 9-10 คนต่อทีม และไม่เกิน 5 คน ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วน 6-8 คนต่อทีม ดังแสดงในตาราง

ที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนผู้เล่นต่อทีมในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม
จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของ การใช้บริการ ผู้เล่น	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 คน	4	2.31	1	1.35	0	0	5	1.94
6-8 คน	134	77.46	67	90.54	11	100	212	82.17
9-10 คน	35	20.23	6	8.11	0	0	41	15.89
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.11 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้ง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้ง ของกลุ่มผู้ใช้คือ 1-100 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ 101-200 บาท และไม่มีค่าใช้จ่าย ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้งของกลุ่มผู้ใช้คือ 1-100 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ 101-200 บาท และไม่มีค่าใช้จ่าย ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้งของกลุ่มผู้ใช้คือ 1-100 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ 101-200 บาท

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ ใหญ่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้งของกลุ่มผู้ใช้คือ 1-100 บาท มากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางมาใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	4	2.31	0	0	0	0	4	1.55
1-100 บาท	140	80.92	72	97.30	11	100	223	86.43
101-200 บาท	26	15.03	2	2.70	0	0	28	10.85
มากกว่า 200 บาท	3	11.73	0	0	0	0	3	1.16
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.12 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้ง ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้ง คือ 1-100 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ 101-200 บาท และไม่มีค่าใช้จ่าย ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้งคือ 1-100 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ 101-200 บาท และไม่มีค่าใช้จ่าย ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้งคือ 1-100 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ 101-200 บาท

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้งคือ 1-100 บาท มากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำแนก
กลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของ การใช้บริการ	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	5	2.89	0	0	0	0	5	1.94
1-100 บาท	150	86.71	68	91.89	11	100	229	88.76
101-200 บาท	15	8.67	6	8.11	0	0	21	8.14
มากกว่า 200 บาท	3	1.73	0	0	0	0	3	1.16
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.13 ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษา ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้ง ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้งของกลุ่มผู้ใช้บริการคือ 1-100 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ ไม่เสียค่าใช้จ่าย และ 101-200 บาทต่อครั้งตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้งของกลุ่มผู้ใช้บริการคือ 1-100 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ ไม่เสียค่าใช้จ่าย และ 101-200 บาทต่อครั้งตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้งของกลุ่มผู้ใช้บริการคือ 1-100 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ 101-200 บาท และ ไม่เสียค่าใช้จ่าย ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมต่อครั้งของกลุ่มผู้ที่ใช้บริการคือ 1-100 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ของการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายด้าน อาหารและเครื่องดื่ม	1-5 ครั้ง		6-10 ครั้ง		มากกว่า 10 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	26	15.03	3	4.05	0	0	29	11.24
1-100 บาท	128	73.99	65	87.84	11	100	204	79.07
101-200 บาท	19	10.98	6	9.11	0	0	25	9.69
รวม	173	100.00	74	100.00	11	100.00	258	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่

เป็นข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ การจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านบุคลากร ได้ผลการศึกษาปัจจัยแต่ละด้านดังต่อไปนี้

4.3.1 แสดงความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

การศึกษา ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่พอใจการมี

ห้องน้ำ, ห้องอาบน้ำ, ห้องแต่งตัวให้บริการ รองลงมาคือสภาพสนามมีความสมบูรณ์ และมีที่จอดรถสะดวกสบาย ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่พอใจการมีที่จอดรถสะดวกสบายมากที่สุด รองลงมาคือมีห้องน้ำ, ห้องอาบน้ำ, ห้องแต่งตัวให้บริการ และสภาพสนามมีความสมบูรณ์ ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่พอใจการมีห้องน้ำ, ห้องอาบน้ำ, ห้องแต่งตัวให้บริการ และพอใจสภาพสนามมีความสมบูรณ์มากที่สุด รองลงมาคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และการออกแบบ (ความสวยงามของสนาม) และมีที่จอดรถสะดวกสบายตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่พอใจสภาพสนามมีความสมบูรณ์มากที่สุด และมีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการหรือชำระเงินมากที่สุด รองลงมาคือการมีห้องน้ำ, ห้องอาบน้ำ, ห้องแต่งตัวให้บริการ การมีที่จอดรถสะดวกสบาย และมีการออกแบบ (ความสวยงามของสนาม) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)		ความถี่ของการทำรายการ			รวม
		1-5 ครั้ง	6-10 ครั้ง	>10 ครั้ง	
ขนาดของสนาม	ค่าเฉลี่ย	3.13	3.32	3.27	3.19
	ลำดับ	10	7	5	9
การออกแบบ (ความสวยงามของสนาม)	ค่าเฉลี่ย	3.53	3.74	3.55	3.59
	ลำดับ	5	3	3	4

ตารางที่ 4.15 แสดงความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)		ความถี่ของการทำรายการ			รวม
		1-6 ครั้ง	6-10 ครั้ง	>10 ครั้ง	
ลักษณะของสนาม (ความสว่างของสนามมีแสงไฟเพียงพอ)	ค่าเฉลี่ย	3.32	3.54	3.18	3.38
	ลำดับ	7	5	6	7
สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	ค่าเฉลี่ย	3.47	3.77	3.45	3.55
	ลำดับ	6	2	4	6
สภาพสนามมีความสมบูรณ์	ค่าเฉลี่ย	3.55	3.82	3.91	3.65
	ลำดับ	3	1	1	2
มีร้านอาหารให้บริการภายในบริเวณสนาม	ค่าเฉลี่ย	2.93	3.12	3.00	2.99
	ลำดับ	11	9	7	11
มีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการหรือชำระเงิน	ค่าเฉลี่ย	3.54	3.55	3.91	3.56
	ลำดับ	4	4	1	5
มีห้องน้ำ, ห้องอาบน้ำ, ห้องแต่งตัวให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	3.57	3.82	3.82	3.66
	ลำดับ	2	1	2	1
มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี	ค่าเฉลี่ย	3.13	3.24	2.82	3.15
	ลำดับ	10	8	8	10
สนามมีความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย	3.23	3.43	3.27	3.29
	ลำดับ	8	6	5	8
มีที่จอดรถสะดวกสบาย	ค่าเฉลี่ย	3.58	3.74	3.82	3.64
	ลำดับ	1	3	2	3
รวมเฉลี่ย		3.36	3.55	3.45	3.42

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.2 แสดงความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

การศึกษา ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่าง ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่พอใจราคาของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม มากที่สุด รองลงมาคือราคาค่าบริการสนามมีความเหมาะสม และป้ายแสดงราคาที่ชัดเจนตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่พอใจราคาของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม มากที่สุด รองลงมาคือราคาค่าบริการสนามมีความเหมาะสม และป้ายแสดงราคาที่ชัดเจนตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่พอใจราคาค่าบริการสนามมีความเหมาะสม อยู่ในระดับที่เหมาะสม มากที่สุด รองลงมาคือ ราคาของอาหารและเครื่องดื่มและป้ายแสดงราคาที่ชัดเจนตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่พอใจราคาของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม มากที่สุด รองลงมาคือราคาค่าบริการสนามมีความเหมาะสม และป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงแสดงความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ความถี่ของการทำรายการ		1-5	6-10	>10	รวม
		ครั้ง	ครั้ง	ครั้ง	
ด้านราคา (Price)	ราคาค่าบริการสนามมีความเหมาะสม				
	ค่าเฉลี่ย	3.38	3.57	3.64	3.44
	ลำดับ	2	1	2	2
ราคาของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม	ค่าเฉลี่ย	3.42	3.55	3.82	3.48
	ลำดับ	1	2	1	1
ป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	ค่าเฉลี่ย	3.20	3.55	3.55	3.32
	ลำดับ	3	2	3	3
รวมเฉลี่ย		3.33	3.56	3.67	3.41

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.3 แสดงความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่การจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษา ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่การจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของสนามมากที่สุด รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และความสามารถของสนามทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ตตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ผลศึกษา พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของสนามมากที่สุด รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และความสามารถของสนามทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ตตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของสนามมากที่สุด รองลงมาคือ ความสามารถของสนามทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ตและทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มากที่สุด รองลงมาคือ ความสามารถของสนามทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ตและ ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของสนามตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่การจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)		ความถี่ของการทำรายการ			รวม
		1-5 ครั้ง	6-10 ครั้ง	>10 ครั้ง	
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	ค่าเฉลี่ย	3.46	3.53	4.00	3.50
	ลำดับ	2	3	1	2
ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของสนาม	ค่าเฉลี่ย	3.48	3.69	3.64	3.55
	ลำดับ	1	1	3	1
สามารถจองทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ตได้	ค่าเฉลี่ย	3.32	3.57	3.91	3.41
	ลำดับ	3	2	2	3
รวมเฉลี่ย		3.42	3.59	3.85	3.49

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.4 ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษา ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อความสมบูรณ์ของสภาพสนามมากที่สุด รองลงมาคือ มีส่วนลดราคาพิเศษ และมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อความสมบูรณ์ของสภาพสนามมากที่สุด รองลงมาคือ มีส่วนลดราคาพิเศษ และมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนลดราคาพิเศษมากที่สุด รองลงมาคือ การบอกต่อจากบุคคลต่างๆ และตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนลดราคาพิเศษมากที่สุด รองลงมาคือ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ และมีการโฆษณาตามระบบอินเทอร์เน็ตตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)		ความถี่ของการทำรายการ			รวม
		1.5 ครั้ง	6-10 ครั้ง	>10 ครั้ง	
มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	3.28	3.45	3.64	3.34
	ลำดับ	3	3	2	3
มีการโฆษณาตามระบบอินเทอร์เน็ต	ค่าเฉลี่ย	2.88	2.92	3.09	2.90
	ลำดับ	4	4	3	4
การบอกต่อจากบุคคลต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	3.47	3.53	3.64	3.49
	ลำดับ	1	2	2	2
การมีส่วนลดราคาพิเศษ	ค่าเฉลี่ย	3.46	3.62	3.82	3.52
	ลำดับ	2	1	1	1
รวมเฉลี่ย		3.27	3.38	3.55	3.32

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.5 แสดงความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษา ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพในการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือมีความรวดเร็วในการให้บริการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และมีจำนวนพนักงานเพียงพอ ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ผลศึกษา พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพในการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือมีความรวดเร็วในการให้บริการ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพในการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และมีความรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อความรวดเร็วในการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการและความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพในการให้บริการ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านบุคลากร (People)		ความถี่ของการทำรายการ			รวม
		1-5 ครั้ง	6-10 ครั้ง	>10 ครั้ง	
มีความรู้เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล	ค่าเฉลี่ย	3.06	3.08	3.18	3.07
	ลำดับ	6	6	5	4
ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพในการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	3.64	3.73	3.45	3.66
	ลำดับ	1	1	3	1
มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	3.57	3.61	3.73	3.59
	ลำดับ	3	2	2	2

ตารางที่ 4.19 แสดงความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (ต่อ)

ด้านบุคลากร (People)		ความถี่ของการทำรายการ			รวม
		1-5 ครั้ง	6-10 ครั้ง	>10 ครั้ง	
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	3.58	3.58	3.82	3.59
	ลำดับ	2	3	1	2
มีจำนวนพนักงานเพียงพอ	ค่าเฉลี่ย	3.13	3.19	2.82	3.14
	ลำดับ	5	4	6	3
พนักงานให้บริการเสมอภาค	ค่าเฉลี่ย	3.25	3.14	3.27	3.22
	ลำดับ	4	5	4	3
รวมเฉลี่ย		3.37	3.39	3.38	3.37

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.6 แสดงความสำคัญ และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 5 ด้านที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ผลการศึกษา ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 258 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ของการใช้บริการ ได้แก่ 1-5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน พบว่า

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

กลุ่มผู้มาใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงความสำคัญ และระดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยทุกด้านที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ความถี่ของการทำรายการ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ		1-5 ครั้ง	6-10 ครั้ง	> 10 ครั้ง	รวม
		ค่าเฉลี่ย	3.36	3.55	3.45
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลำดับ	3	3	4	2
	ระดับความสำคัญ	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.33	3.56	3.67	3.41
ปัจจัยด้านราคา	ลำดับ	4	2	2	3
	ระดับความสำคัญ	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.42	3.59	3.85	3.49
ปัจจัยด้านสถานที่ จัดจำหน่าย	ลำดับ	1	1	1	1
	ระดับความสำคัญ	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.27	3.38	3.55	3.32
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ลำดับ	5	5	3	5
	ระดับความสำคัญ	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.37	3.39	3.38	3.37
ปัจจัยด้านบุคลากร	ลำดับ	2	4	5	4
	ระดับความสำคัญ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

ที่มา : จากการสำรวจ

4.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดเชียงใหม่

4.4.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

การศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวน 258 ตัวอย่าง ต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ลำดับหนึ่งคือมีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัวให้บริการ ลำดับสองคือการออกแบบสนาม(ความสวยงามของสนาม) และลำดับสาม คือมีที่จอดรถสะดวกสบาย ดังแสดงในตาราง 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงลำดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ของผู้ใช้บริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านผลิตภัณฑ์	คะแนนรวม	ลำดับ
ขนาดของสนาม	247	6
การออกแบบสนาม(ความสวยงามของสนาม)	545	2
ลักษณะของสนาม(ความสว่างของสนามมีแสงไฟเพียงพอ)	195	8
สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	271	4
สภาพสนามมีความสมบูรณ์	223	7
มีร้านอาหารให้บริการภายในบริเวณสนาม	52	11
มีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการหรือชำระเงิน	258	5
มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัวให้บริการ	658	1
มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี	85	10
สนามมีความปลอดภัย	149	9
มีที่จอดรถสะดวกสบาย	392	3

ที่มา : จากการสำรวจ

4.4.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านราคา

การศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวน 258 ตัวอย่าง ต่อความพึงพอใจด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ลำดับหนึ่งคือ ราคาค่าใช้บริการสนามมีความเหมาะสม ลำดับสองคือ ราคาของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม และลำดับสุดท้าย คือป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ดังแสดงในตาราง 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงลำดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านราคา ของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านราคา	คะแนนรวม	ลำดับ
ราคาค่าบริการสนามมีความเหมาะสม	729	1
ราคาของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่เหมาะสม	507	2
มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	302	3

ที่มา : จากการสำรวจ

4.4.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย

การศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวน 258 ตัวอย่าง ต่อความพึงพอใจด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ลำดับหนึ่งคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและหารถรับจ้างได้ง่าย ลำดับสองคือ ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของสนาม และลำดับสาม คือการจองทาง โทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ต ดังแสดงในตาราง 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงลำดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสถานที่และการจัดจำหน่ายของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	คะแนนรวม	ลำดับ
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและหารถรับจ้างได้ง่าย	601	1
ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของสนาม	556	2
สามารถจองทาง โทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ต ได้	385	3

ที่มา : จากการสำรวจ

4.4.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด

การศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวน 258 ตัวอย่าง ต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ลำดับหนึ่งคือ การมีส่วนลดราคาพิเศษ ลำดับสองคือ การบอกต่อจากบุคคลต่างๆ ลำดับสาม คือการโฆษณาตามสื่อต่างๆ (วิทยุ หนังสือพิมพ์ ใบปลิว) และลำดับสุดท้ายคือ การโฆษณาทางระบบอินเทอร์เน็ต ดังแสดงในตาราง 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงลำดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านการส่งเสริมการตลาด	คะแนนรวม	ลำดับ
มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ (วิทยุ หนังสือพิมพ์ ใบปลิว)	331	3
มีการโฆษณาทางระบบอินเทอร์เน็ต	114	4
การบอกต่อจากบุคคลต่างๆ	515	2
การมีส่วนลดราคาพิเศษ	582	1

ที่มา : จากการสำรวจ

4.4.5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านบุคลากร

การศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวน 258 ตัวอย่าง ต่อความพึงพอใจด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ลำดับหนึ่งคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพในการให้บริการ ลำดับสองคือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ และลำดับสาม คือความรวดเร็วในการให้บริการ ดังแสดงในตาราง 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงลำดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านบุคลากรของผู้ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านบุคลากร	คะแนนรวม	ลำดับ
มีความรู้เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล	140	4
ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพในการให้บริการ	604	1
มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	373	2
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	334	3
มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอ	11	6
พนักงานให้บริการเสมอภาค	80	5

ที่มา : จากการสำรวจ