**ความพึงพอใจของบุคคลที่เลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม**

**เดอะซัลโว อารีน่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี**

**เกียรติศักดิ์ ศรีทับ1 , จริญญา พรมเทศ2 , เอกชัย สีทำมา3**

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 1โทรศัพท์ 061-0618814

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2โทรศัพท์ 098-0548739

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 3โทรศัพท์ 098-8791579

e-mail : kiattisak2602@gmail.com

e-mail : [katjarinya@gmail.com](mailto:katjarinya@gmail.com)

e-mail : ekkachai.si@ssru.ac.ch

**บทคัดย่อ**

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

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีสถานะเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีอายุในช่วง 20 – 40 ปี วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เห็นว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ช่องทางการจัดจำหน่าย และ ราคามากที่สุดรองลงมา คือ ด้านส่งเสริมการตลาด และ ด้านบุคลกรที่ให้บริการ ต่อมาเป็น ระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ด้านกายภาพ และ นำเสนอน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านราคา เพราะสามารถตรวจสอบราคาสุทธิก่อนตัดสินใจจองสนาม และ ตรวจสอบราคาการเข้าใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้จากทางเพจของสนามฟุตบอลว่ามีโปรโมชั่นรูปแบบไหนบ้างที่เหมาะกับตนเองก่อนตัดสินใจจองสนาม

**คำสำคัญ :** ความพึงพอใจ คุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะชันโว อารีน่า

**SATISFACTION OF ARTIFICIAL SOCCER FIELD USERS**

**THE ZALVO ARENA, MUEANG DISTRICT, UDON THANI PROVINCE**

Kiattisak Srithap1, Jarinya Promthet 2, Ekkachai Sithamma3

1Tourism Industry and Hospitality Management, Faculty of Humanities and Social SciencesTel. 061-0618814

2Tourism Industry and Hospitality Management, Faculty of Humanities and Social Sciences Tel. 098-0548739

3Tourism Industry and Hospitality Management, Faculty of Humanities and Social Sciences Tel. 098-8791579

1e-mail: kiattisak2602@gmail.com

2e-mail: [katjarinya@gmail.com](mailto:katjarinya@gmail.com)

3e-mail: ekkachai.si@ssru.ac.ch

Abstract

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

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

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

**บทนำ**

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

จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดที่ให้ความสนใจในการเล่นกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างมาก แต่ส่วนมากจะติดปัญหาเกี่ยวกับเรื่อง เวลา โอกาส สถานที่ ในการเล่นกีฬาฟุตบอลเพื่อออกกำลังกายเนื่องจากเวลาเลิกงาน หรือเลิกเรียนอาจเป็นเวลา 17.00 น. ไม่มีสนามฟุตบอลในการออกกำลังกาย ดังนั้น สนามหญ้าเทียมจึงถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ทุกคนได้ออกกำลังกายหลังจากเวลาเลิกงาน หรือเลิกเรียน ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกำลังเติมโตขึ้นมากส่งผลให้มีสนามหญ้าเทียมในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นในการเลือกตัดสินใจเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ทั้งด้านตัวสนามฟุตบอล ราคาที่น่าสนใจ ความสะดวกในการเดินทางรวมไปถึงทำเลที่ตั้งของตัวสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (นบบงกช นฤชาญภัทรัฐ,2554)

เนื่องจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่จังหวัดอุดรธานีถูกสร้างขึ้นอย่างมากมาย จึงเกิดการแข่งขันกันด้านธุรกิจเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นแต่ละสนามจึงต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของตนเองให้มากที่สุด (เฉลิมพล เป็นมงคล วรายุทธ มหิมา,2555) สนาม เดอะซัลโว อารีน่า เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลเช่า เราจึงเลือกสนามเดอะซัลโวในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เดอะซัลโว อารีน่า เป็นสนามที่เปิดให้บริการมาหลายปี และ มีคนให้ความสนใจเข้ามาใช้บริการมากมาย ซึ่งสนามฟุตบอลเช่าในจังหวัดอุดรธานีมีอีกหลายแห่ง ทำไมคนที่มาใช้บริการจึงให้ความสนใจสนามแห่งนี้ และ มีคนเข้ามาใช้บริการตลอดเวลาหลายปีที่ผ่านมา จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคคลที่มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะชันโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี

2.เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในพื้นที่เทศบาลตำบลหนองบัว จังหวัดอุดรธานี

**ระเบียบวิธีวิจัย**

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย ครั้งนี่คือ ผู้ที่สนใจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จากการเข้าใช้บริการในปี 2562 จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บข้อมูลในครั้งนี้ เป็นผู้ใช้บริการสนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียม ตำบลหนองบัว ที่ได้รับการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน โดยมีวิธีหากลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการหากลุ่มตัวอย่างของยามาเน ดังนี้

e = *ค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 95 เปอร์เช็น*

N *= จำนวนประชากรในการศึกษา*

n *= ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา*

**เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเป็นแบบสอบถาม เพื่อสอบถามในการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ สถานะ วุฒิการศึกษา และ อายุ

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

*5 หมายถึง มีความพึงพอใจ มากที่สุด*

*4 หมายถึง มีความพึงพอใจ มาก*

*3 หมายถึง มีความพึงพอใจ ปลายกลาง*

*2 หมายถึง มีความพึงพอใจ น้อย*

*1 หมายถึง มีความพึงพอใจ น้อยมาก*

*ผู้วิจัยได้กำหนดค่าตัวแปร โดยแบ่งเป็นระดับทัศนคติเป็น 5 ระดับ*

*4.500 – 5.000 หมายถึงความพึงพอใจ มากที่สุด*

*3.500 – 4.499 หมายถึงความพึงพอใจ มาก*

*2.500 –* 3.499 *หมายถึงความพึงพอใจ ปานกลาง*

*1.500 – 2.499 หมายถึงความพึงพอใจ น้อย*

*0.500 – 1.499 หมายถึงความพึงพอใจ น้อยมาก*

*การแปล ความหมายของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะใช้เกณฑ์ดังนี้*

*ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระหว่าง 0.00 – 0.09 หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมไม่แตกต่างกัน*

*ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 ขึ้นไป หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแตกต่างกนมาก*

**ผลการวิจัย**

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

**ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล**

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

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

**ตารางที่ 2 ความพึงพอใจในการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ความพึงพอใจในการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี** |  | **SD** | **ระดับความพึงพอใจ** |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์ | 3.89 | 0.30 | มาก |
| 1. ด้านราคา | 4.05 | 0.35 | มาก |
| 1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 4.05 | 0.33 | มาก |
| 1. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 4.01 | 0.29 | มาก |
| 1. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ | 4.01 | 0.29 | มาก |
| 1. ด้านกายภาพและนำเสนอ | 3.97 | 0.30 | มาก |
| 1. ระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม | 4.00 | 0.23 | มาก |
| **รวม** | **3.99** |  | **มาก** |

จากตารางที่ 2 จะพบได้ว่าความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานีพบว่า บุคคลที่ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( = 3.99) เมื่อศึกษาแต่ละด้านแล้ว พบว่าบุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและราคามากที่สุด ( = 4.05) รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลกรที่ให้บริการ (= 4.01) ต่อมาเป็น ระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม (=4.00) รองลงมาเป็น ด้านกายภาพและนำเสนอ ( = 3.97) และน้อยที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์( = 3.89) เมื่อแจกแจงความพึงพอใจ แต่ละด้าน ดังแสดงในตารางที่ 3

**ตารางที่ 3 ความพึงพอใจในการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ความพึงพอใจในการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี** |  | **SD** | **ระดับความพึงพอใจ** |
| **1. ด้านผลิตภัณฑ์** |  |  |  |
| 1.1 เงื่อนไขในการใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม | 3.78 | 0.67 | มาก |
| 1.2 สามารถเลือกเป็นสมาชิกได้ตามความเหมาะสมของลูกค้า | 4.03 | 0.66 | มาก |
| 1.3 มีมาตรฐานคุณภาพสนามที่ดี และผู้ดูแลผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดี | 3.76 | 0.62 | มาก |
| 1.4 มีอุปกรณ์ในการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกหลายประเภท | 3.97 | 0.30 | มาก |
| **รวม** | **3.89** |  | **มาก** |
| **2. ด้านราคา** |  |  |  |
| 2.1 ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสนาม | 4.04 | 0.56 | มาก |
| 2.2 ราคาสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการได้เหมาะสม | 3.98 | 0.53 | มาก |
| 2.3 สามารถตรวจสอบราคาสุทธิ ก่อนตัดสินใจจองสนาม | 4.12 | 0.64 | มาก |
| **รวม** | **4.05** |  | **มาก** |
| **3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** |  |  |  |
| 3.1 สามารถจองสนามได้หลาย หลายช่องทาง | 4.06 | 0.55 | มาก |
| 3.2 สามารถทำรายการจองและ เลือกระยะเวลาได้เอง | 4.11 | 0.49 | มาก |
| 3.3 การให้คำแนะนำของพนักงาน มีความชัดเจน และเป็นที่เข้าใจได้อย่างดี | 3.98 | 0.55 | มาก |
| **รวม** | **4.05** |  | **มาก** |
| **4. ด้านการส่งเสริมการตลาด** |  |  |  |
| 4.1 มีการลดราคาค่าบริการ | 4.01 | 0.56 | มาก |
| 4.2 มีการแจก/เครื่องดื่ม | 4.06 | 0.61 | มาก |
| 4.3 มีการให้เงื่อนไขพิเศษเมื่อ เป็นสมาชิกของสนาม | 3.92 | 0.66 | มาก |
| 4.4 มีการส่งเสริมการขายที่ หลากหลายอยู่เป็นประจำ | 4.06 | 0.66 | มาก |
| **รวม** | **4.01** |  | **มาก** |
| **ตารางที่ 3 (ต่อ)** | | | |
| **5. ด้านบุคคากรที่ใช้บริการ** |  |  |  |
| 5.1 พนักงานมีความเป็นกันเอง และยิ้มแย้มแจ่มใส | 4.10 | 0.63 | มาก |
| 5.2 พนักงานที่ดูแลสนามฟุตบอลหญ้าเทียม มีความรู้ความเข้าใจในการแนะนา กติกาในการเล่น | 3.95 | 0.65 | มาก |
| 5.3 พนักงานให้บริการอย่างสุภาพและให้เกียรติลูกค้า | 3.91 | 0.65 | มาก |
| 5.4 มีพนักงานอำนวยความสะดวกการใช้งานภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมอย่างเพียงพอ | 4.06 | 0.58 | มาก |
| **รวม** | **4.01** |  | **มาก** |
| **6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ** |  |  |  |
| 6.1 มีอุปกรณ์ไว้ให้บริการอย่างเพียงพอต่อจำนวนสมาชิก | 3.96 | 0.53 | มาก |
| 6.2 มีการจัดพื้นที่การให้บริการสนามเป็นหมวดหมู่ แยกพื้นที่การให้บริการอย่างเหมาะสม | 3.91 | 0.60 | มาก |
| 6.3 สภาพภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสะอดเป็นระเบียบ | 4.05 | 0.56 | มาก |
| 6.4 อากาศภายในสนามฟุตบอลถ่ายเทสะดวก ไม่ร้อนอบอ้าวจนเกินไป | 3.79 | 0.62 | มาก |
| **รวม** | **3.97** |  | **มาก** |
| **7. ระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม** |  |  |  |
| 7.1 ท่านสนใจแนวคิดของการบริการสนามหญ้าเทียมมากเพียงใด | 4.02 | 0.60 | มาก |
| 7.2 ราคาที่เหมาะสม | 3.97 | 0.61 | มาก |
| 7.3 คุณภาพของสนามฟุตบอล | 4.12 | 0.59 | มาก |
| 7.4 สถานที่ตั้งของสนามหญ้าเทียม | 3.96 | 0.56 | มาก |
| 7.5 สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน | 3.94 | 0.60 | มาก |
| 7.6 ความสะดวกสบายของสถานที่ | 4.00 | 0.71 | มาก |
| **รวม** | **4.00** |  | **มาก** |

จากตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี คือ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บุคคลที่มาใช้บริการพึงพอใจสามารถทำรายการจองและ เลือกระยะเวลาได้เองทางช่องทาง ออนไลน์ต่างๆมากที่สุด (= 4.11) รองลงมาคือ สามารถจองสนามได้หลาย หลายช่องทาง ( = 4.06)และน้อยที่คือ การให้คำแนะนำของพนักงาน มีความชัดเจน และเป็นที่เข้าใจได้อย่างดี (  = 3.98)

ด้านราคา บุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจที่สามารถตรวจสอบราคาสุทธิ ก่อนตัดสินใจจองสนามฟุตบอล หญ้าเทียม มากที่สุด (= 4.12) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสนาม ( = 4.04) และน้อยที่สุดคือ ราคาสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการได้เหมาะสม ( = 3.98)

ด้านส่งเสริมการตลาด บุคคลที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในการแจก/เครื่องดื่ม (  = 4.06) รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขายที่ หลากหลายอยู่เป็นประจำ (  = 4.06) มีการลดราคาค่าบริการ (  = 4.01) และน้อยที่สุดคือ มีการให้เงื่อนไขพิเศษเมื่อ เป็นสมาชิกของสนาม (  = 3.92)

ด้านบุคลกรที่ให้บริการ

ระดับคุณภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม บุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจคุณภาพของสนามฟุตบอล(= 4.12) รองลงมาคือ ท่านสนใจแนวคิดของการบริการสนามหญ้าเทียมมากเพียงใด ( = 4.02) ความสะดวกสบายของสถานที่ ( = 4.00) ราคาที่เหมาะสม ( = 3.97) สถานที่ตั้งของสนามหญ้าเทียม ( = 3.96) และน้อยที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ( = 3.94)

ด้านกายภาพและนำเสนอ บุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจ สภาพภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสะอาดเป็นระเบียบ ( = 4.05) รองลงมาคือ อากาศภายในสนามฟุตบอลถ่ายเทสะดวก ไม่ร้อนอบอ้าวจนเกินไป ( = 3.97) มีอุปกรณ์ไวให้บริการอย่างเพียงพอต่อจำนวนสมาชิก ( = 3.96) และน้อยที่สุดคือ มีการจัดพื้นที่การให้บริการสนามเป็นหมวดหมู่ แยกพื้นที่การให้บริการอย่างเหมาะสม ( = 3.91)

ด้านผลิตภัณฑ์ บุคคลที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจ สามารถเลือกเป็นสมาชิกได้ตามความเหมาะสมของลูกค้า( = 4.03) รองลงมาคือ มีอุปกรณ์ในการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกหลายประเภท ( = 3.97) ต่อมาคือ เงื่อนไขในการใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ( = 3.78) และสุดท้ายคือ มีมาตรฐานคุณภาพสนามที่ดี และผู้ดูแลผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดี ( = 3.76)

**อภิปรายผล**

จากการศึกษาพบว่าผู้มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารี จังหวัดอุดรธานี มากที่สุดคือ กลุ่มเพศชาย นักเรียน/นักศึกษาอยู่ มีอายุในช่วง 20 – 40 ปี วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจด้านราคา เพราะสามารถตรวจสอบราคาสุทธิก่อนตัดสินใจจองสนาม และ ตรวจสอบราคาการเข้าใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้จากทางเพจของสนามฟุตบอลว่ามีโปรโมชั่นรูปแบบไหนบ้างที่เหมาะกับตนเองก่อนตัดสินใจจองสนาม การจองสนามผู้มาใช้บริการยังกำหนดเวลาได้ว่าจะใช้บริการเวลาไหน ส่วนมากผู้ใช้บริการจะใช้บริการช่วงเย็นของ ทุก ๆ วัน ซึ่งเป็นเวลาเลิกงานหรือเลิกเรียน นอกจากนี้ก็ยังมีผู้มาใช้บริการช่วง 22.00 น. – 00.00 น. สำหรับผู้ใช้บริการที่เลิกงานในช่วงดึกของวัน ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ ปริวัฒน์ สุขประเสริฐ (2558) กล่าวไว้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้บริโภคในเขตภาษีเจริญ สามารถตรวจสอบราคาสุทธิก่อนตัดสินใจจองสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในระดับสำคัญมากในเรื่อง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสนาม ราคาสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการได้อย่างเหมาะสมและ สามารถตรวจสอบราคาสุทธิก่อนตัดสินใจจองสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้อย่างถูกต้องแม่นยำในอนาคตที่จะช่วยให้มีรายได้มั่นคงยิ่งขึ้น

สนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานีมีคุณภาพการบริการที่ดีแจกเครื่องดื่มให้กับผู้มาใช้บริการ น้ำ 2 แพ็คต่อ 1 สนามต่อ 1 ชั่วโมง ผู้มาใช้บริการจองสนามมากกว่า 1 ชั่วโมง ก็จะได้น้ำดื่มเพิ่มขึ้นตามจำนวน ผู้ที่มาใช้บริการจึงมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับต่อมา นอกจากการแจกน้ำดื่มสนามฟุตบอลหญ้าเทียมยังมีพนักงานที่ดูแลมากเพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับกติกาการเล่นฟุตบอลเป็นอย่างดี ค่อยให้คำแนะนำแก่ผู้มาใช้บริการ พนักงานมีอัธยาศัยดียิ้มแย้มแจ่มใสและพูดคุยกับผู้มาใช้บริการอย่างสุภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ ปริวัฒน์ สุขประเสริฐ (2558) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้บริโภคในเขตภาษีเจริญในระดับ สำคัญมาก ในมีการลดราคาค่าบริการและมีการแจก/เครื่องดื่ม เมื่อสมัครสมาชิก มีการให้เงื่อนไขพิเศษเมื่อเป็นสมาชิกของสนามและมีการส่งเสริมการขายที่หลากหลายอยู่เป็นประจำและพนักงานที่ดูแลสนามฟุตบอลหญ้าเทียม มีความรู้ความเข้าใจในการแนะนำ กติกาในการเล่น ในการแนะนา การใช้อุปกรณ์ในการออกกำลงกายเป็นอย่างดีมีพนักงานอำนวยความสะดวกการใช้งานภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมอย่างเพียงพอ พนักงานมีความเป็นกันเองและยิ้มแย้มแจ่มใสและพนักงานให้บริการอย่างสุภาพและให้เกียรติลูกค้า

**ข้อเสนอแนะ**

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

**ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรมีการศึกษา จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานีพร้อมทั้งศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เนื่องด้วยจังหวัดอุดรธานี มีแหล่งออกำลังกายที่หลากหลายที่ดึงดูดบุคคลที่มีความประสงค์ที่จะออกกำลังกายและกีฬาฟุตบอลก็เป็นปัจจัยสำคัญของการออกกำลังกายอีกด้วย

2. การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี ควรศึกษากลุ่มบุคคลที่ใช้บริการสนามหญ้าเทียมในสถานที่อื่นๆด้วยว่าเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบุคคลที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เดอะซัลโว อารีน่า จังหวัดอุดรธานี

**เอกสารอ้างอิง**

เฉลิมพล เป็นมงคล และ วรายุทธ มหิมา. (2555). **การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม.** ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตร์บัณฑิตสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยี,มหาวิทยาลัยราชภัฎอุดรธานี. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2562 จาก shorturl.at/fnBV8

ปริวัฒน์ สุขประเสริฐ. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้บริโภคในเขตภาษีเจริญ**. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2562 จาก https://bit.ly/2sf7OTc

นบบงกช นฤชาญภัทรัฐ. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สนามฟุตบอลให้เช่าของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2562 จาก https://1th.me/OOlFE