

คุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

SERVICE QUALITY OF THE ARTIFICIAL TURF FOOTBALL FIELD IN MAUNG DISTRICT CHIANGMAI PROVINCE

พิรุณ ไชยเลิศ* ดร.กรวีร์ ชัยอมรไพศาล**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ ศึกษาคุณภาพการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวน 280 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และใช้ดัชนีการจัดเรียง ลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น โดยวิธี Priority Needs Index (PNI) และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (Indepth Interview) ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าค่าจริง (เชิงการรับรู้ที่เกิดขึ้นจริง) ของคุณภาพการให้บริการในทุกปัจจัย ได้แนวทางการพัฒนา ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ให้มีการจองคิวที่ไม่ซ้ำซ้อน ให้แจ้งอัตราค่าบริการอย่างชัดเจน ด้านความไว้วางใจ ให้มีการติดต่อกลับ เมื่อมีการยกเลิกการจองของผู้ใช้บริการท่านอื่น ด้านเข้าถึงจิตใจ ควรมีการอบรมและพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีใจรักบริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ให้มีการตรวจสอบและบำรุงรักษาคุณภาพของหลอดไฟให้พร้อมใช้งาน ให้เปลี่ยนวัสดุที่อากาศถ่ายเทได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ให้เลือกทำเลที่เดินทางสะดวก ง่าย ก่อนประกอบธุรกิจ

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ แนวทางการพัฒนา สนามฟุตบอลหญ้าเทียม

* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

Abstract

The study of service quality of the artificial turf football field in Muang district Chiangmai province. A total of 280 respondents. The instrument of this study was the questionnaire. The data obtained were analyzed using Priority Needs Index (PNI Modified) and using indepth interview methods which interviewed 5 executive experts of the artificial turf football field in Muang district Chiangmai province. The findings of the research were as follows: The results of the research should that respondents are not fully satisfied with the Artificial Turf Football (ATF) field service. Their expectations were higher than their perception of quality service in all factors. The development plan of the artificial turf football field service quality in Muang district ChiangMai province consisted of the reliability of the service: there is no duplicated reservation; the service dates are clearly notified. the assurance: the customers should be called back and informed when there is a cancellation from other customers, empathy which means the staff should be trained to have service mind, tangibles: there always should be maintenance of facilities such as changing the light bulbs when they need to, changing the shading net, responsiveness: the location should be easy to access; before running the business.

Keywords : Service quality, Development Plan, Artificial turf football field.

บทนำ

ตามที่รัฐบาลมีนโยบายสร้างเสริมสุขภาพและสนับสนุนให้ประชาชนสนใจ การออกกำลังกายมากขึ้น เพื่อช่วยเสริมสร้างให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง กีฬาฟุตบอล ซึ่งเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2548 : 15) ทั้งในกลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มวัยทำงาน โดยไม่ต้องใช้ทักษะความสามารถเฉพาะด้าน ไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์

เฉพาะ ในอดีตการเล่นฟุตบอลนิยมเล่นกันกลางแจ้ง อากาศร้อน ฝนตกก็เล่นไม่ได้ ในการเล่นแต่ละครั้งต้องใช้ผู้เล่นจำนวนมาก ที่สำคัญสนามขนาดใหญ่กลางแจ้งนั้นหายาก โดยเฉพาะในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่ เศรษฐกิจและรายได้ของประชากรในจังหวัด มีการเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก มีนโยบายส่งเสริม การลงทุนจากภาครัฐที่ชัดเจน

ในปัจจุบันกระแสของธุรกิจให้บริการทางด้านกีฬาได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่มให้เช่า ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีผู้สนใจเข้า开办กิจการสนามฟุตบอลให้เช่าเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้สนใจฟุตบอล สนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียมจึงถูกสร้างขึ้น ที่มีขนาดสนามมาตรฐาน กว้าง 30-25 เมตร ยาว 25-42 เมตร ซึ่งพอเหมาะสำหรับผู้เล่นจำนวน 5-7 คน และยังมีแสงสว่างภายในสนามโดยใช้ไฟสปอร์ตไลท์ในเวลาากลางคืน เป็นสนามหญ้าเทียมที่เรียบและมีหญ้าสม่ำเสมอ) มีความสะดวกในด้านการมีหลังคากันแดดและกันฝน มีจุดจอดรถเพียงพอ ที่ตั้งของสนามอยู่บนถนนที่การจราจรไม่ติดขัด มีห้องน้ำที่สะอาดและมีห้องอาบน้ำที่เพียงพอ มีร้านบริการเครื่องดื่ม มีสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ดี และมีการปลอดภัยในทรัพย์สินของผู้มาใช้บริการ จึงเป็นแรงสนับสนุนให้คนหันมาออกกำลังกายนี้อีกเพิ่มขึ้น เพราะสามารถเล่นกีฬาได้ทุกช่วงเวลา ในปัจจุบันธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการเจริญเติบโตของธุรกิจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันมีทั้งหมดอยู่ 14 แห่ง ได้แก่ 1.สนามพลอร์ซา 2.สนามรวมใจเชียงใหม่ 3.สนามซีเอ็มไอ ฟุตซอร์ 4.สนามเอ็กซ์ไซท์ ซอคเกอร์ 5.สนามเอเอฟซี 6.สนามบีบี เฟลซ 7.สนามแอร์พอร์ต ฟุตซอร์ 8.สนามเดอะรีแลกซ์ ซอคเกอร์ 9.สนาม รุโรจันท์ 10.สนามเชียงใหม่ ยูไนเต็ต 11.สนามเซเวนคลิก 12.สนามแรงดี 13.สนาม ฟุตซอล เฮเวน 14.สนามช่างเคียน เอฟซี (เชียงใหม่นิวส์, 2559 : <http://www.chiangmaionews.co.th>) ซึ่งแต่ละแห่ง มีความแตกต่างกันในเรื่องของลักษณะทางกายภาพของสนาม การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความน่าเชื่อถือของบริการ ความไว้วางใจและการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อธุรกิจ (ธีรภักดี นวรัตน์ ณ อุดรยา, 2549 : 183) ดังนั้นสิ่งที่ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่ง คือคุณภาพการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด การบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างดีนั้น ถือเป็นหัวใจสำคัญในการ

สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ ก่อให้เกิดกำไรในธุรกิจอย่างยั่งยืน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของคุณภาพการบริการ จึงสนใจศึกษาคุณภาพการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากในปัจจุบัน มีผู้สนใจประกอบธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าเกิดขึ้น จำนวนมาก จึงทำการศึกษาข้อมูลที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีความต้องการจำเป็น นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด โดยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจ สามารถนำแนวทางที่ได้ไปใช้สร้างงานได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการที่คาดหวัง และคุณภาพการบริการตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้มีแนวคิด และทฤษฎีหลัก คือแนวคิดคุณภาพการบริการ ของพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman et al., อ้างใน อีรจิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา 2549 : 183-185) ซึ่งได้สร้างแนวคิดคุณภาพของการบริการที่มีชื่อว่า SERVQUAL (Service Quality) โดยนำเอาปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการทั้ง 10 ประการ จากการวิจัยกลุ่มผู้บริโภคจากบริการประเภทต่างๆ ปี ค.ศ. 1988 มาหลอมรวมกันเหลือเพียง 5 ด้านประกอบ โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ และได้ทดสอบคุณภาพของแบบวัดนี้แล้วพบว่ามีความเชื่อมั่น (Reliability) และความตรง (Validity) มากพอจึงนำมาใช้เพื่อการศึกษาถึงความคาดหวัง และการรับรู้ที่เกิดขึ้นของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการประเภทต่างๆ ได้อยู่ครบประกอบหลัก 5 ประการของคุณภาพการบริการ ซึ่งใช้ในการสร้างแบบวัดคุณภาพ

ของการบริการ SERVQUAL (Service Quality) แนวคิดคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่

1. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) คือ การแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพที่ทำให้ผู้ใช้รับความสะดวก ได้แก่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคคล และวัสดุในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อ ได้แก่ บริเวณที่ให้บริการเข้าใช้สะดวกต่อผู้ใช้ เครื่องมือและอุปกรณ์ มีความทันสมัย วัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน และผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี

2. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) คือ ความปรารถนาในการช่วยเหลือผู้ใช้บริการ และจัดหาบริการมาให้ตามที่ได้ระบุไว้ที่ตกลงไว้ ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อ ได้แก่ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ สามารถให้ความช่วยเหลือผู้ใช้ได้ตรงตาม

3. ที่ต้องการ ให้บริการด้วยขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็ว และมีการแจ้งให้ผู้ใช้ทราบทุกครั้งเกี่ยวกับการให้บริการ

4. ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) คือ ความสามารถกระทำตามสัญญาที่แจ้งไว้ว่าจะให้บริการเกิดขึ้น และสร้างความไว้วางใจ ความถูกต้อง และความสม่ำเสมอ ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้อง 5 ข้อ ได้แก่ เมื่อผู้ใช้มีปัญหา จะสนใจแก้ปัญหาให้อย่างจริงจัง สามารถรับรู้ถึงปัญหาของผู้ใช้ได้อย่างถูกต้อง สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก สามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งไว้ ให้บริการได้ตามระยะเวลาที่ได้มีการแจ้งไว้

5. ความไว้วางใจ (Assurance) คือ การมีความรู้ ความสามารถ และความสุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ และการสร้างให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ ซึ่งประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อ ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ที่จะตอบปัญหาได้ ผู้ให้บริการสามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่างๆ ผู้ให้บริการมีพฤติกรรมที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการบริการ และผู้ให้บริการมีกิริยามารยาทสุภาพและเป็นมิตร

6. การเข้าถึงจิตใจ (Empathy) คือ การให้ความเป็นห่วงและสนใจผู้มารับบริการ แต่ผู้รับบริการ และมีความตั้งใจที่จะจัดหาสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการมาตอบสนองได้ ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้อง 5 ข้อ ได้แก่ ผู้ให้บริการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ ผู้ให้บริการเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการมีการคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ใช้ และผู้ให้บริการเข้าถึงถึงความจำเป็นในการมาขอใช้บริการ

แนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น เป็นการจัดลำดับสำหรับข้อมูลแบบตอบสนองคู่ โดยศุภกาญญ์ แก้วมรกต (2558 : 28 – 29) กล่าวว่ารูปแบบของการให้ตอบข้อมูลแบบตอบ สนองคู่ (Dual-Response Format) มักปรากฏในแบบสอบถามที่มีข้อมูลให้ตอบในรูปแบบการประมาณค่า โดยระบุให้ข้อมูลทั้งสองชุด คือ ระดับของสภาพที่ควรจะเป็น (ความคาดหวัง) และสภาพที่เป็นอยู่จริง (ภาวะรับรู้) รูปแบบนี้สร้างขึ้นโดย มีพื้นฐานแนวคิดของการนิยามความต้องการจำเป็นตามโมเดลความแตกต่าง (Discrepancy Model) วิธีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของผู้ใช้ที่ต้องการจำเป็นสามารถกระทำได้ดังนี้

การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น วิธี Priority Need Index (PNI) แบบปรับปรุง เป็นสูตรที่ปรับปรุงจากสูตร PNI ดั้งเดิม โดยสุวิมล วิภาณี (2550) เป็นวิธีการที่หาค่าผลต่างของ (I – D) แล้วหารด้วยค่าของ D เพื่อควบคุมขนาดของความต้องการจำเป็นให้อยู่ในพิสัยที่ไม่มีช่วงกว้างมากเกินไป และให้ความหมายเชิงเปรียบเทียบ เมื่อใช้ระดับของสภาพที่เป็นอยู่เป็นฐานในการคำนวณค่าอัตรการพัฒนาเข้าสู่สภาพที่คาดหวังของกลุ่ม

$$PNI_{\text{Modified}} = (I - D) / D$$

แทนค่า = ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง
= ค่าเฉลี่ยการรับรู้จริง

สรุปได้ว่าผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธี Priority Need Index (PNI Modified) เพื่อใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการพัฒนาคุณภาพการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และนำผลการจัดลำดับความ ต้องการจำเป็นทั้ง 5 ด้าน ตามแนวคิดของพาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1988) ได้แก่ 1. ด้านลักษณะทางกายภาพ 2. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับ

บริการ 3. ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ 4. ด้านความไว้วางใจ และ 5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ นำมาจัดทำเป็นแนวทางพัฒนา คุณภาพการบริการใน 5 ด้านที่จำเป็น และนำไปทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารงาน สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ราย เพื่อเป็นการรับรองแนวทางพัฒนา คุณภาพการบริการที่จัดทำขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) คือ วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อวัดระดับคุณภาพการบริการที่คาดหวัง ระดับคุณภาพการบริการตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการ และนำค่าเฉลี่ย \bar{X} ของปรกติทั้ง 5 ด้าน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านความไว้วางใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ นำค่าเฉลี่ยที่ได้มาจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น โดยใช้วิธี Priority Needs Index (PNI Modified) และจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำเป็นแนวทางการพัฒนา คุณภาพการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำการรับรองแนวทางโดย สัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารงาน สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ราย ซึ่งเป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 14 สนาม จำนวนรวมทั้งสิ้น 895 คน (สัมภาษณ์โดยพิรุณ ไชยเลิศ, 14 สิงหาคม 2559) จากนั้นนำมากำหนดตัวอย่าง โดยวิธีเปิดตาราง เครซี่ และมอร์แกน (Kruskal and Morgan อ้างถึงใน รุ่งวสันต์ ไกรกลาง และกัมปนาท ถ่ายสูงเนิน, 2555 : 26-27) ได้จำนวนทั้งสิ้น 280 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลสนามละ 20 ตัวอย่างเท่าๆกัน ทั้งหมด 14 สนาม โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และจากจำนวนประชากรผู้เชี่ยวชาญ ด้านการบริหารงาน สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 14 ราย

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพียง 5 ราย

ผลการศึกษา

การวิจัยสรุปผลได้ ดังนี้

1. จากการวิจัยตามแนวคิดคุณภาพการบริการของพาราสุรามาน (Parasuraman et al., 1988) สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

การพัฒนาการบริการ	คุณภาพการบริการที่คาดหวัง			คุณภาพการบริการตามความเป็นจริง			PNI	ลำดับ
	X	S.D.	ระดับ	X	S.D.	ระดับ		
1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.73	0.914	มาก	3.55	0.91	มาก	0.041	4
2. ด้านการตอบสนองความรวดเร็ว	3.55	0.962	มาก	3.55	0.93	ปาน	0.022	5
3. ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ	3.81	0.939	มาก	3.57	0.93	มาก	0.067	1
4. ด้านความไว้วางใจ	3.78	0.908	มาก	3.59	0.91	มาก	0.053	2
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ	3.72	0.908	มาก	3.53	0.98	มาก	0.053	2
รวม	3.72	0.932	มาก	3.55	0.93	มาก	0.047	

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการ โดยระดับคุณภาพการบริการจะภาพที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ยรวม (3.72) สูงกว่าคุณภาพตามความเป็นจริง (3.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือความน่าเชื่อถือของบริการ มีค่าความต้องการจำเป็น PNI=0.067 รองลงมาคือด้านความไว้วางใจ และการเข้าถึงจิตใจ PNI=0.053 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ PNI=0.041 และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าความต้องการจำเป็นต่ำสุด PNI=0.022

1. แนวทางการพัฒนาการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

1.1 ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ

ควรมีป้ายแจ้งอัตราค่าบริการของสนามติดไว้อย่างชัดเจน รวมถึงมีการแจ้งข่าวสาร โปรโมชั่นต่าง ๆ ให้เป็นไปตามระยะเวลาที่ถูกต้อง เมื่อมีการจองสนามแล้ว ควรจัดคิวให้เข้ากับผู้ใช้บริการรายอื่น ผู้ให้บริการรับจองสนาม ควรจะเป็นบุคคลที่สุภาพกัน เพื่อป้องกันการจัดคิวที่ผิดพลาด เปิดช่องทางให้ลูกค้าสามารถสื่อสารได้โดยตรง และเมื่อพบปัญหาควรมีการจัดประชุมภายใน เพื่อระดมความคิดเห็นแก้ไข

1.2 ด้านความไว้วางใจ

เมื่อมีการจองคิวแล้วเกิดการจองซ้ำ ทางสนามต้องแจ้งกับเบอร์โทรศัพท์ไว้ เมื่อมีการยกเลิกการจองของรายแรก ทางสนามก็จะติดต่อผู้ใช้บริการท่านที่จองถัดไป ควรพิจารณาและปรับเปลี่ยนขนาดสนามฟุตบอลให้เหมาะสมกับผู้เล่น 7 คน ตามมาตรฐานของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ FIFA (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2548) ติดป้ายข้อห้ามที่ควรปฏิบัติภายในสนามอย่างชัดเจน เช่น ห้ามสูบบุหรี่ เครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ เข้ามาในสนาม เมื่อผู้ใช้บริการทำผิดระเบียบการให้แจ้งเจ้าหน้าที่ควรมีการตักเตือน ห้ามปราม เจ้าหน้าที่ทำการตรวจดูความเรียบร้อยของสนาม อุปกรณ์ เป็นประจำ

1.3 ด้านการเข้าถึงจิตใจ

จัดอบรมพัฒนาบุคลากรที่ให้มีใจรักงานบริการ มีความเข้าใจระบบการบริการ เพื่อดูแลผู้มาใช้บริการให้มีความประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

1.4 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสนาม

ควรมีการตรวจสอบ และบำรุงรักษาคุณภาพของหลอดไฟในบริเวณสนามฟุตบอลอยู่เสมอบริเวณความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการ เนื่องจากส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น และกลางคืนจึงควรใช้วัสดุที่อากาศถ่ายเทได้ เช่น ตาข่ายกรองแสง ปลุกต้นไม้ให้ร่มรื่นสวยงาม และทำเสียงให้โปร่งโล่ง ไม่อึดอัด ควรจัดแบ่งโซนสำหรับเจ้าหน้าที่ให้ชัดเจน

1.5 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

ควรเลือกทำเลที่ผู้ใช้บริการไปมาสะดวกตั้งแต่เริ่มหาสถานที่ประกอบธุรกิจ ควรมีการจัดทำเว็บเพจ ให้รายละเอียดต่าง ๆ เช่น ที่อยู่ แผนที่ หรือแจ้งโลเคชั่นที่ถูกต้อง และมีเบอร์โทรศัพท์บอกไว้อย่างชัดเจน ควรมีบริการจัดหาคู่แข่ง และบริการบันทึกภาพ

ตามที่ใช้บริการร้องขอ ควรมีการจัดถ่ายทอดฟุตบอลรายการสำคัญ ๆ ควรมีการขยายระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย Wi-Fi ให้ครอบคลุมบริเวณสนามและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลในพื้นที่จอดรถ

สรุปผลอภิปรายของการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ระดับคุณภาพการบริการที่คาดหวังและคุณภาพการบริการตามความเป็นจริง และการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ของผู้ใช้บริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพที่คาดหวังอยู่ในระดับสูง (จึง) คุณภาพตามความเป็นจริงทุกด้าน และจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นได้ ดังนี้ 1. ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ 2. ด้านความไว้วางใจ 3. ด้านการเข้าถึงจิตใจ 4. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ 5. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ตามลำดับ เช่นเดียวกับแนวคิดคุณภาพบริการของพาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1988 อ้างถึงใน อธิรทิต นวรัตน์ ณ อุษรยา, 2549 : 185-185) กล่าวว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ได้รับ เรียกว่า คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality) กับบริการที่รับรู้ (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้รับบริการแล้วนั่นเอง สอดคล้องกับเกณฑ์พิจารณา ระดับความพึงพอใจในการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ตามแนวคิดคุณภาพของการบริการตามแบบ SERVQUAL ของพาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1988 อ้างถึงใน รัฐภรณ์ พลพงษ์ และวินิต ชินสุวรรณ, 2558 : 656) กล่าวว่าโดยภาพรวมผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในคุณภาพงานบริการมากกว่าการรับรู้จากบริการที่ได้รับจริง การรับรู้ของผู้ใช้เชิงรับรู้สึกไม่พอใจ

และจึงวางแผนการพัฒนาการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ควรมีการติดป้ายบอกอัตราค่าบริการที่ชัดเจน รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการ

ขายที่ทันต่อเหตุการณ์ ควรมีการจองสนามแล้ว ไม่ควรจัดคิวให้เข้ากับผู้ใช้บริการรายอื่น ผู้ให้บริการรับจองสนาม ควรเป็นบุคคลคนเดียวกัน ควรเปิดช่องทางให้ลูกค้าสามารถสื่อสารได้กับเจ้าของโดยตรง รวมถึงเมื่อเจ้าของทราบถึงปัญหาหรืออุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในธุรกิจ ควรจัดการประชุมภายในเพื่อหาแนวทางปรับปรุงและแก้ไข เช่นเดียวกับศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558 : 71) ที่ได้กล่าวไว้ว่าให้เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ควรให้มีการประชุมการดำเนินงาน มีการติดตามผลการดำเนินงาน มีการจัดอบรมการพัฒนาบุคลิกภาพ สอดคล้องกับอาทิตยา พาหิรัญ (2554 : 103) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามที่ศูนย์กีฬาเทียมให้เข้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าด้านราคาผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องราคาค่าเช่าสนามควรมีความเหมาะสม ด้านกระบวนการให้ความสำคัญเรื่องรับจองจองต้อง รวดเร็วและยุติธรรม รองลงมาคือมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และดูแลจัดการการใช้บริการของแต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่น

ด้านความไว้วางใจ

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านความไว้วางใจ ไม่ควรมีการจองคิวซ้ำซ้อน สนามฟุตบอลควรมีขนาดที่เหมาะสมกับผู้เล่นจำนวน 7 คน ควรมีติดป้ายข้อห้ามบริเวณสนาม และเมื่อพบว่าผู้ใช้บริการทำผิด ผู้เล่นเจ้าหน้าที่สนามทำการตักเตือน ห้ามปราม ทั้งนี้เจ้าหน้าที่ควรมีการตรวจความเรียบร้อยของสนาม อุปกรณ์ ทุกครั้งหลังการใช้งาน และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในสถานที่จอดรถ สอดคล้องกับอาทิตยา พาหิรัญ (2554 : 103-104) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอย่างแรงในเรื่องของพื้นที่สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ลักษณะของหญ้าเทียมมาตรฐานของสนามฟุตบอล ขนาดและความจุภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่เหมาะสมกับผู้เล่น 7 คน ด้านบุคลากรบริการผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญเรื่องเจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจใส่ดูแลให้บริการและคำแนะนำที่ดี รองลงมาคือการพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี เจ้าหน้าที่/พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคยุติธรรม และยังสอดคล้องกับเดียวกับศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558 : 65) ที่กล่าวว่าด้านความสะดวกในการเข้าถึง ควรมีเจ้าหน้าที่

รักษาความปลอดภัย ดูแลและอำนวยความสะดวกในพื้นที่จอดรถ สร้างความปลอดภัยให้กับผู้มาใช้บริการ

ด้านการเข้าถึงจิตใจ

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการเข้าถึงจิตใจ ควรให้ความสำคัญกับการบริการที่เข้าถึงจิตใจผู้ใช้บริการ โดยจัดให้มีการอบรมพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีใจรักงานบริการ มีความเข้าใจระบบการบริการ เมื่อเจ้าหน้าที่มีใจรักงานบริการ เรื่องการบริการอุปถัมภ์ ก็จะติดตามมา สอดคล้องกับศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558 : 71) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดเชียงใหม่ว่าควรมีการจัดอบรมในเรื่องต่างๆ การพัฒนาบุคลิกภาพ การมีชุดทำงาน และบริการทำงานได้ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ ซึ่งเป็นบทบาทสำคัญในการปฏิบัติงานบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของผู้ใช้บริการเป็นหลัก การควบคุมบุคลากร ควรมีการติดธงผลการดำเนินการเป็นระยะตามกำหนด การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับงาน ทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ คนเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพที่ผู้ให้บริการมอบคุณภาพก็ได้ เช่นเดียวกับแนวคิดคุณภาพบริการของพาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1988 อ้างถึงใน อธิร กิตติ นวรัตน์ ณ อรุณยา 2549 : 185) กล่าวถึงด้านการเข้าถึงจิตใจ คือการให้ความเป็นห่วง และสนใจผู้มารับบริการแต่ละคน และมีความตั้งใจที่จะจัดหาสิ่งที่คุณใช้ต้องการมาตอบสนองได้ อันได้แก่ ผู้ให้บริการเอาใจใส่ในการให้บริการ ผู้ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ ผู้ให้บริการเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการมีการคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ใช้ และผู้ให้บริการเข้าใจถึงความจำเป็นในการใช้บริการ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาการบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ควรมีการตรวจสอบ และบำรุงรักษาของสนามให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ ควรใช้วัสดุที่ง่ายต่อการทำความสะอาด เช่น ตาข่ายกรองแสง และปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นสวยงาม ควรจัดแบ่งส่วนสำหรับเจ้าหน้าที่ และจัดเตรียมพื้นที่จอดรถให้เป็นสัดส่วน รวมถึงจัดเตรียมพื้นที่ให้เช่าสำหรับค้าขาย สอดคล้องกับอาทิตย์ พาหิรัญ (2554 : 104) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า

ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องแสงสว่างภายในสนามฟุตบอล บริเวณสนามมีความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนามฟุตบอลหญ้าเทียม และมีความปลอดภัย และด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเรื่องมีร้านอาหาร/เครื่องดื่มให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558 : 57) ซึ่งได้ทำการศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี พบว่าด้านลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพควรมีการตรวจเช็ค และบำรุงรักษาคุณภาพของหลอดไฟ หรือใช้เทคโนโลยีประหยัดไฟ เช่น หลอด LED ควรใช้วัสดุที่อากาศสามารถถ่ายเทได้ เช่น ตาข่ายกรองแสง และปลูกต้นไม้ตกแต่งสนามให้ดูร่มรื่น และมีความสวยงาม เช่นเดียวกับแนวคิดของพาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1988 อ้างถึงใน ธีรจิตติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา 2549 : 185) กล่าวถึงลักษณะทางกายภาพคือการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพที่ทำให้ผู้ใช้รับความสะดวก ได้แก่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคคล และ วัสดุในการติดต่อสื่อสาร

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาบริการ ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ควรมีการเลือกทำเลที่ไปมาสะดวกตั้งแต่เริ่มหาสถานที่ประกอบธุรกิจ ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ มีการจัดทำใบแจ้งเพื่อกระจายข่าวสารและอธิบายรายละเอียดต่างๆ ที่สำคัญของสนาม เช่น ที่จอดรถของสนาม แผนที่ เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ ให้มีบอกไว้อย่างชัดเจน ควรมีบริการจัดหาคู่แข่ง และบริการบันทึกภาพตามที่ผู้ใช้บริการร้องขอ ควรมีการจัดถ่ายเทภาพและรายการสำคัญๆ รวมถึงควรมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สาย Wi-Fi ให้บริการครอบคลุมทั่วทั้งบริเวณสนาม ได้สอดคล้องกับศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558 : 58-59) ซึ่งได้ศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี พบว่าด้านบริการอำนวยความสะดวก ควรมีบริการจัดหาคู่แข่ง รวมถึงกรรมการ และบริการบันทึกภาพตามที่ผู้ใช้บริการร้องขอ ด้านราคา การชำระเงินและส่งเสริมการขาย ควรมีช่องทางประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์สำคัญในปัจจุบัน พร้อมทั้งรายละเอียดต่างๆ โดยผ่าน Social Media ทุกช่องทาง และยังคงสอดคล้องกับอาทิตยา พาหิรัญ (2554 : 103-104) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

ด้านการจัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญเรื่องทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก อยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ใกล้ที่ทำงาน อยู่ใกล้ที่พัก มีลานจอดรถที่กว้างขวางและด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญเรื่องมีบริการ Wi-Fi/Internet/จอLCD และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่นเดียวกับ แนวคิดของพาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1988 อ้างถึงใน ธีรภักดี นวรัตน์ ณ อยุธยา 2549 : 126) ได้กล่าวว่าการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ คือความปรารถนาในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ และจัดหาบริการมาให้ตามที่ได้สัญญาไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่ยังไม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ และมีคุณภาพความคาดหวัง สูงกว่าคุณภาพตามความเป็นจริงในท้องถิ่น ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงมีข้อเสนอแนะให้กับผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการรายใหม่ของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ควรจัดการเรื่องการจองคิวการใช้สนามที่ไม่ซ้ำซ้อน ควรมีป้ายแจ้งอัตราค่าเช่าสนามให้ได้อย่างชัดเจน รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ที่สนามได้จัดขึ้นที่ทางเว็บไซต์ และการเปิดช่องทางให้ลูกค้าสามารถสื่อสารได้กับเจ้าของโดยตรง เนื่องจากเมื่อพบเจอปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้น จะได้หาแนวทางแก้ไขได้ทันท่วงที

2. ด้านความไว้วางใจ ควรมีการติดต่อ เมื่อมีการยกเลิกการจองจากผู้ใช้บริการท่านอื่น ผู้ประกอบการรายใหม่ที่กำลังจะเข้ามาลงทุนธุรกิจนี้ หรือผู้ประกอบการเดิมที่ต้องการปรับปรุงสนาม ควรสร้างขนาดสนามฟุตบอลเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดความยาวเส้นข้างน้อยกว่าความยาวเส้นประตู โดยสนามมีความยาวต่ำสุด 25 เมตร สูงสุด 42 เมตร ความกว้างต่ำสุด 15 เมตร สูงสุด 25 เมตร (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2548) และพิจารณาปรับเปลี่ยนขนาดสนามให้เหมาะสมกับผู้เล่นจำนวน 7 คน ผู้ประกอบการของสนาม ควรมีป้ายข้อปฏิบัติการใช้สนาม และข้อห้ามติดไว้อย่างชัดเจน และมีการห้ามปราม

เมื่อผู้ใช้บริการทำผิดกฎสนาม ควรมีการตรวจดูความเรียบร้อยของสนามเป็นประจำ และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลในพื้นที่จอดรถด้านการเข้าถึงจิตใจ ควรมีการอบรมและพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีใจรักงานบริการ ให้บุคลากรเข้าใจถึงระบบการบริหารงาน

3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ควรตรวจเช็ค และบำรุงรักษาคุณภาพของหลอดไฟให้พร้อมใช้งานเสมอ ควรใช้วัสดุที่อากาศถ่ายเทได้ เช่น ตาข่ายของแสง และปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นสวยงาม ทำหลังคาให้สูงโปร่ง ไม่อึดอัด ควรจัดโซฟาสำหรับเจ้าหน้าที่เป็นสัดส่วน รวมถึงจัดเตรียมพื้นที่จอดรถไว้อย่างชัดเจน และบริเวณที่นั่งให้เขาสำหรับค้าขาย

4. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ก่อนที่จะใช้บริการควรมีการเลือกทำเลที่สะดวกให้การเดินทาง ควรจัดทำเว็บเพจและแจ้งรายละเอียดไว้อย่างชัดเจน เช่น ที่อยู่ แผนที่ เบอร์โทรศัพท์ เงื่อนไขการจองสนาม เป็นต้น ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งชั้นและบริการบันทึกภาพตามที่คุณใช้บริการร้องขอ ควรจัดถ้วยทอดฟุตบอลรายการสำคัญๆ และมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สาย Wi-Fi ให้บริการรอบคลุมบริเวณสนาม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ทั้งในระดับภูมิภาค และระดับประเทศ
3. ควรมีการศึกษาประสิทธิภาพการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เพื่อสร้างขวัญกำลังใจในการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ ในการให้บริการ ในส่วนของผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2548). **การสำรวจการเข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกาย เล่นกีฬาและการดูกีฬาของประชากรในประเทศไทย พ.ศ. 2548.**
กรุงเทพมหานคร : การกีฬาแห่งประเทศไทย.
- เชียงใหม่นิวส์. (20 กรกฎาคม 2559). **เตรียมจัดหลัก. แหล่งที่มา :** <http://www.chiangmainews.co.th/>
- ธีรภักดี นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2549). **การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์.**
กรุงเทพมหานคร : แอคทีฟ พรินท์.
- รัฐภรณ์ พองทอง และวินิต ชินสุวรรณ. (2558). **แนวทางพัฒนารูปแบบการให้บริการ แพทย์แผนไทยในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) อำเภอหนองหอย จังหวัดขอนแก่น, วารสารประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการ ระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2558 มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 655-661.**
- รุ่งवंสน์ ไกรกลาง และกัมปนาท ถ่ายสูงเนิน. (2555). **ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อ การใช้ห้องปฏิบัติการเครื่องจักรกลพื้นฐาน ของสาขาวิชาวิศวกรรม อุตสาหการ, งบประมาณรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 คณะ วิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลอีสาน.**
- ศุภกาญจน์ แก้วมรกต. (2555). **แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.**
- สุวิมล ว่องวานิช. (2553). **การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น. กรุงเทพฯ :** จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาทิตยา พาเจริญ. (2554). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงาน ในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าฉบับอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L. (1988). **SERVQUAL: A multiitem scale for measuring consumer perceptions of quality. Journal of Retailing.**