

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักกีฬาทีมชาติต่อการมาใช้บริการของสนามกีฬาหัวหมาก ในการแข่งขัน

FACTORS AFFECTINGAFF THE DECISION OF THE NATIONAL ATHLETES TO COME USE THE SERICES  
OF HUMARK STADIUM IN THE COMPETITON

ศุภณัฐ สุเหรี้น

โครงการ IT-Smart คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Suppanut Suren

6314193113@rmail.ru.ac.th

M.B.A. for IT-Smart Program, Faculty of Business Adminstration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

## บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักกีฬาทีมชาติต่อการมาใช้บริการของสนามกีฬาหัวหมาก ในการแข่งขัน มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1.) เพื่อทราบปัจจัยการตัดสินใจการใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเพื่อการแข่งขัน ของนักกีฬา
- 2.) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของในการบริการ ของ สนามกีฬาหัวหมาก โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

โดยได้ผลการวิจัยดังนี้ การตัดสินใจในการใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพการให้บริการที่ดีและส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคือ การปรับปรุงสนามกีฬาให้ทันสมัย ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางอยู่แล้ว การโฆษณาเพื่อเพิ่มการรับรู้ ทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการได้ การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการคุณภาพ ความเชื่อถือไว้วางใจของลูกค้าคนเดิม รู้ใจกันและกัน รู้และชำนาญในการจัดการการให้บริการ การตอบสนองต่อลูกค้า เพราะว่ามีอุปกรณ์ที่ครบครัน มีเจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการติดตั้งอุปกรณ์ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าที่มาใช้บริการของการใช้สนามกีฬาหัวหมาก

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, เครื่องมือคุณภาพการให้บริการให้บริการ, ปัจจัยส่วนบุคคล, สนามกีฬาหัวหมาก

## ABSTRACT

The study of factors affecting the decision of the National team athletes to use the services of Huamark Stadium in the competition events aims to

1.) to know the deciding factors of the athletes team in using the Huamark Stadium service for the competition events and

2.) to increase the efficiency of the service of Huamark Stadium

The study was qualitative research, and in-depth interview process.

The results of the research are as follows. The decision to use Huamark Stadium is based on good service quality and marketing mix factor In respect of Physical evidence and Modernization of the stadium, The location is convenient to travel anyway. Advertising to increase brand awareness can help to increase the efficiency of the service of the stadium. In addition , the deciding factors of the athlete team's use of Huamark stadium include improving the stadium's service quality, maintaining customer trust , The staff member paying attention to their customer and their expertise in the service management, as well as fulfilling their customer 's needs, especially plentifully supplying quality sports equipment and offering professional installation of sports equipment, and gaining customer confidence in Huamark stadium's service quality.

Keyword: marketing mix, quality tools for service, individual factor, Huamark Stadium

## บทนำ

เนื่องจากการเปิดให้บริการสนามกีฬาห้วยหมาก ของการกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อรองรับการจัดแข่งขันในระดับเอเซีย หากจะกล่าวถึงสนามกีฬาที่มีชื่อเสียงและประวัติความเป็นมาอันยาวนานของ สนามกีฬาห้วยหมาก สนามที่ได้ชื่อว่า เป็นศูนย์กลางการให้บริการในการจัดแข่งขันกีฬาต่างๆในประเทศ โดย “สนามกีฬาห้วยหมาก” (Hua Mak Sports Complex) ถือเป็นศูนย์กีฬาหลักของการกีฬาแห่งประเทศไทย ภายในประกอบไปด้วย กลุ่มอาคารต่างๆ อาทิ อาคารราชมั่งคลาภิฬาสถาน อาคารอินดอร์สเตเดียมห้วยหมาก ศูนย์ฝึกกีฬาในร่ม ศูนย์ฝึกกีฬาเพื่อการแข่งขัน อาคารเวลโลโดม สนามยิงปืน สระว่ายน้ำ ตลอดจนไปจนถึงอาคารที่ทำการสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่ง “ราชมั่งคลาภิฬาสถาน” (Rajamangala National Stadium) ถือเป็นตัวอาคารในสนามกีฬาห้วยหมากที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยึดักของบุคคลทั่วไปมากที่สุด เนื่องจากราชมั่งคลาภิฬาสถานถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการแข่งขันกีฬาเอเซียเกมส์ครั้งที่ 13 จึงทำให้มีสถานะเป็นสนามกีฬาที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ สามารถรองรับผู้ชมภายในตัวอาคารได้สูงถึง 65,000 คน (แบ่งเป็นที่นั่งจำนวน 49,722 ที่) ปัจจุบันใช้รองรับการแข่งขันฟุตบอลระหว่างประเทศที่สำคัญ รวมไปถึงการแข่งขันฟุตบอลถ้วยพระราชทานและการจัดคอนเสิร์ตของศิลปินชื่อดังระดับประเทศ เรียกได้ว่า “สนามกีฬาห้วยหมาก” เป็นศูนย์กีฬาหลักที่ตอบโจทยผู้คนในชาติได้แทบทุกเพศทุกวัย เพราะไม่ว่าจะเดินทางมาออกกำลังกาย พักผ่อนหย่อนใจ รับชมการแข่งขันกีฬา หรือแม้แต่ดูคอนเสิร์ตก็สามารถทำได้ภายในพื้นที่แห่งนี้ และอีกทั้งยังมีศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อบริการดูแลนักกีฬา ทั้งนี้ในส่วนของการเดินทางก็สามารถทำได้ตั้งแต่รถยนต์ส่วนตัว, รถโดยสารประจำทาง, Airport rail link สถานีรามคำแหงตลอดไปจนถึงรถไฟฟ้าสายสีส้มที่กำลังก่อสร้างแล้วเสร็จซึ่งจะเปิดบริการในเร็วๆนี้

จากสถานการณ์โลกในปัจจุบันด้วยระบบการเมืองการปกครอง ภาวะสังคม สภาพเศรษฐกิจ และรวมถึงสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลที่เจอ ทำให้เกิดความแตกต่างในการตัดสินใจการใช้บริการเพราะในปัจจุบันมีการแข่งขันในธุรกิจนี้กันมากขึ้น การให้บริการสนามกีฬาไม่ได้มีแค่ภาครัฐเท่านั้น ยังมีไปทั้งทั้งภาคเอกชนอีกด้วยที่มีพื้นที่ที่กว้างขวาง และ สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดแข่งขันที่ดีกว่าเราทำให้นักกีฬามีตัวเลือกในการตัดสินใจใช้บริการ

โดยปัจจุบันได้เข้าสู่สภาวะการแข่งขัน ( Competitiveness ) ทำให้องค์กรต่าง ๆ ต้องพึ่งพาอุตสาหกรรม การกีฬา สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศอย่างมหาศาล เพราะมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับต้น ๆ ของโลกและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เศรษฐกิจของประเทศสามารถพัฒนาได้จากอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา กล่าวได้ว่า การกีฬาสร้างเศรษฐกิจของชาติ อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ จากการกีฬาและนันทนาการมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีเสถียรภาพ มีแนวโน้ม

ว่าจะสามารถ เพิ่มระดับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต ตัวอย่างเช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมการกีฬาที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย ได้มีการ ประกาศนโยบายใหม่ในแผนพัฒนาการกีฬาด้วยการกระตุ้นเศรษฐกิจและพัฒนาสังคมไปพร้อมกัน สาธารณรัฐเกาหลี เป็นอีกประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้การกีฬาผลักดันอัตราเจริญเติบโต

ปัจจุบันการตัดสินใจที่ดี คือการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดที่สุดจากทางเลือกหลายๆทางเลือก เพื่อให้องค์กรได้ประโยชน์สูงสุด และไม่มีความเสี่ยงผิดพลาดหรือมีน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ธุรกิจการให้เข้าสนามกีฬาเพื่อจัดการแข่งขันขั้นนั้นกำลังเติบโต ส่งผลให้ทุกวันนี้มีสนามที่พร้อมให้บริการและให้เข้าเพิ่มขึ้นมาเป็นจำนวนมาก กระจุกกระจายไปทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑล จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นในปัจจุบันพบว่าสถานการณ์ของธุรกิจการให้ใช้บริการสนามหรือเข้าในการจัดแข่งขัน อยู่ในช่วงช่วงอึมครึมเพราะในการที่จะปรับปรุงในแต่ละครั้งต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก บางสนามต้องปิดกิจการเนื่องจากการแข่งขันที่สูงมากในปัจจุบันโดยเฉพาะ การแข่งขันด้านราคา ซึ่งนับได้ว่าเป็นปัญหาในการดำเนินการของผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก

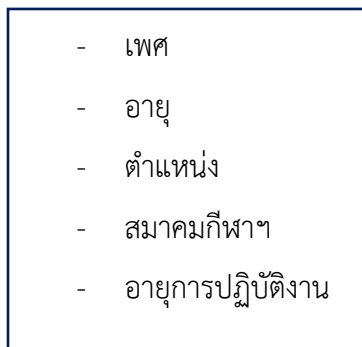
จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจ สืบค้นข้อมูล ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักกีฬาที่มชาติต่อการมาใช้บริการของสนามกีฬาทั้งหมด ในการแข่งขัน นี้

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

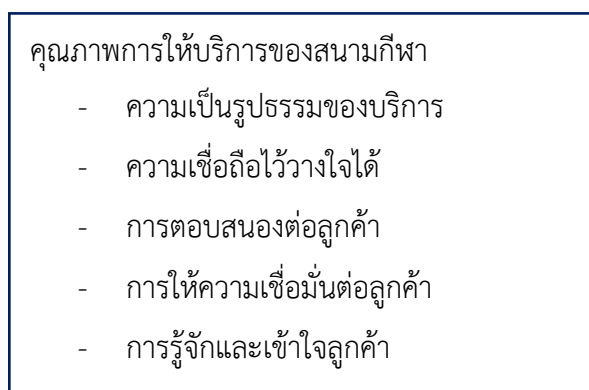
- 1.) เพื่อทราบปัจจัยการตัดสินใจการใช้บริการสนามกีฬาทั้งหมดเพื่อการแข่งขัน ของนักกีฬา
- 2.) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของในการบริการ ของ สนามกีฬาทั้งหมด

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

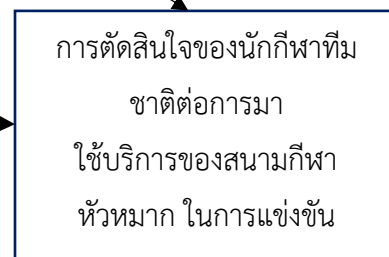
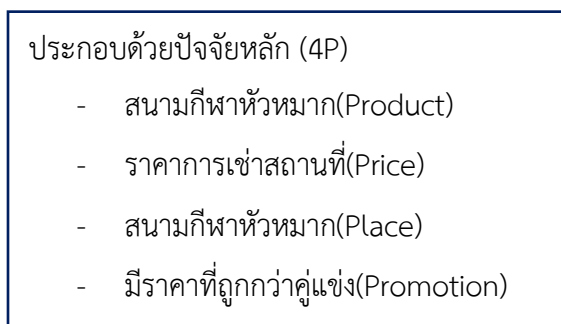
### 1.) ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล



### 2.) ปัจจัยการได้รับบริการ



### 2.) ปัจจัยส่วนผสมของการตลาด



## วิธีดำเนินการวิจัย

### แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ โดยกำหนดกลุ่มประชากร ที่มีส่วนเกี่ยวข้องข้องในการตัดสินใจการเข้าสนามกีฬาเพื่อจัดการแข่งขันให้กับทางสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย

3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Method) เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาจึงใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant ) โดยกำหนดผู้ตอบแบบเป็นการเฉพาะ ด้วยผู้ตอบเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับประเด็นที่ต้องการศึกษา จำนวน 10 คน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ผู้วิจัยใช้ในงานนี้ มาจากการรวบรวมเพื่อทำการศึกษาในงานวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 10 คน โดยเป็นการเก็บข้อมูลผ่านโปรแกรมเครื่องบันทึกเสียง การจดบันทึก เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีคุณภาพมากที่สุดจากกลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลอื่น เช่น เอกสารวิชาการ งานศึกษาค้นคว้า และเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการศึกษาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีคุณภาพและมีเนื้อหาสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) โดยแบบคำถามสำหรับสัมภาษณ์มีลักษณะประกอบด้วย คำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามกีฬาทั้งหมด โดยลำดับขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1. กำหนดประเด็นหลักตามกรอบแนวคิดการวิจัย ระบุรายการข้อมูลที่ต้องการในแต่ละประเด็น
2. จัดทำร่างแบบสัมภาษณ์และคำถามแต่ละประเด็น
3. ตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญว่าข้อมูลถูกต้องครบถ้วน และตรงตามเนื้อหา และปรับแก้ไขตามคำแนะนำเสนอแนะและปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา

4. นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ทดลองสัมภาษณ์จริง และปรับแก้ไขเพื่อความครบถ้วนของเนื้อหาและข้อมูล นำแบบสัมภาษณ์รับข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเป็นแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล

### 3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อให้เกิดผลการวิจัยเกิดความถูกต้อง(Accuracy) และมีความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยจะสรุปผลการวิจัยโดยวิธีการพรรณนาเนื้อหา(Content analysis)

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล

ผู้วิจัยออกแบบการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Analysis Qualitative data) ในการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยอาศัยเครื่องมือจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการอภิปรายกลุ่มในระหว่างดำเนินการวิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกัน เพื่อปรับปรุงวิธีการในการเก็บข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ โดยนำ

ข้อมูลที่ได้มาจำแนกเรียบเรียงให้เป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์และสร้างข้อสรุปจากชุดข้อมูลที่ได้ เพื่อศึกษาประเด็นต่าง ๆ ให้ลึกซึ้งครอบคลุม หากมีประเด็นใดไม่ชัดเจนจะมีการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์กรอบแนวคิดงานวิจัย

การตรวจสอบความถูกต้องและวิเคราะห์ข้อมูล เบื้องต้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบว่าข้อมูลเพียงพอหรือไม่ ข้อมูลที่ได้สามารถตอบคำถามตามกรอบแนวคิดการวิจัยหรือไม่ และข้อมูลที่แท้จริงเป็นอย่างไร โดยผู้วิจัยได้เลือกวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการแบ่งข้อมูลเป็น สามประเภท คือ

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือการพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล ด้านเวลา หากเวลาต่างกันข้อมูลที่ได้รับจะเหมือนกันหรือไม่ ด้านสถานที่ หากสถานที่ต่างกันข้อมูลที่ได้รับจะเหมือนกันหรือไม่ ด้านบุคคล หากบุคคลต่างกันข้อมูลที่ได้รับจะเหมือนกันหรือไม่

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือการพิสูจน์ตรวจสอบว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยลงเก็บแต่ละครั้งแตกต่างกันอย่างไร

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือการตรวจสอบว่าถ้าใช้แนวคิดทฤษฎีที่แตกต่างกันไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

จากการเก็บข้อมูลที่มีลักษณะเป็นการบรรยาย (Descriptive) ซึ่งผู้วิจัยจะได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การอภิปรายกลุ่ม และการจัดบันทึกการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือ Reflexivity คือ การถามย้อนผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล ว่าผู้วิจัยได้เข้าใจข้อมูลที่ได้รับอย่างถูกต้อง และ



เพื่อให้งานวิจัยเกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึง เลือกใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีการ รวบรวมข้อมูล(Methodological Triangulation) คือการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เพื่อให้ได้ข้อมูลในเรื่องเดียวกัน จาก 3 วิธี เช่น การศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และ การอภิปรายกลุ่ม เพื่อให้ ผลการวิจัยเกิดความถูกต้อง (Accuracy) และมีความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยจะ สรุปและวิเคราะห์ผลการวิจัยโดยวิธีการพรรณานี้

### 3.6 ผลการเก็บข้อมูล

จากผลการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพในหัวข้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ของสนามกีฬาหัวหมาก ในการแข่งขัน จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีข้อคำถาม ทั้งหมด 12 ข้อ สามารถเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล(Key informant) ทั้งหมด 10 คน

### ผลการวิจัย

#### 1.) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจที่มาใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสนามกีฬา หัวหมาก คือ มีสถานที่กว้างขวาง อุปกรณ์ครบครัน มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ในเฉพาะทางเป็นจำนวนมาก เป็นที่ รู้จักในกลุ่มคนเป็นจำนวนมาก เดินทางสะดวกสบายในการมาเยือนสนามกีฬา แต่ยังมีปัญหาเรื่องอุปกรณ์ ที่ยังเก่า สวมที่ชำรุด บางสนามยังไม่ได้มาตรฐานในการใช้บริการ

#### 2.) ผลวิจัยด้านปัจจัยส่วนผสมของการตลาด

ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการนั้นมี 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการและปัจจัยในด้านการส่งเสริมทางการตลาด

2.1 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการให้บริการ ผู้ให้บริการควรให้ ความสำคัญต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ การส่งเสริมการบริการด้วยวาจาที่สุภาพ สำนวความพึงพอใจในการให้บริการ ของลูกค้าเป็นต้น

2.2 ปัจจัยในด้านการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจในการใช้บริการเป็น อย่างมาก ของเราราคาถูกมากจริงไม่มีการส่งเสริมทางการตลาดที่กระตุ้นยอดการใช้บริการ แต่กลับเป็นการให้ เครดิตสำหรับลูกค้ารายเก่าๆที่มาใช้บริการ สำนวความพึงพอใจในการให้บริการของลูกค้าเป็นต้น

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักกีฬาทีมชาติต่อการมาใช้บริการของสนามกีฬาหัวหมาก ในการแข่งขัน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญและไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการให้บริการสนามกีฬา เนื่องจากผู้บริโภคมองว่าผลิตภัณฑ์ของสนามต้องมีคุณภาพที่ดี ไม่มีความแตกต่างกับคู่แข่ง

ด้านราคา พบว่า ราคาของของเรานั้นมีราคาต่ำและถูกมากจึงทำให้ตัดสินใจการใช้บริการของผู้บริโภค

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย พบว่า ช่องทางของเรานั้นสะดวกสบายในการใช้บริการเป็นอย่างมาก ส่งผลต่อการตัดสินใจบริการนิยมใช้ผู้บริการรายเดิม เนื่องจาก มีคุณภาพการให้บริการที่ดีตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ให้บริการไม่ได้มีการทำโปรแกรมส่งเสริมการขายใดๆเนื่องจากรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดการใช้ การลดราคาให้บริการ มาส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานและผู้บริโภคกลับมองว่าการลดราคาให้บริการ เป็นผู้ให้บริการรายใหม่ที่ยังไม่มีลูกค้าและไม่มีมาตรฐานการให้บริการ

ผลจากการศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนั้นมี 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการและปัจจัยในด้านการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ นิลพัท คุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.692) รองลงมาคือคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.689) ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการมากที่สุด(ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.682) รองลงมาคือความพึงพอใจด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.676) ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าความพึงพอใจทุกด้านมีระดับความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำอยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของ เอกรินทร์ กิตติเลิศภักดีกุล ผู้ใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ รวมถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาของรัฐ ในเขตอำเภอ เมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผลจากการศึกษาพฤติกรรมออกกำลังกายของบุคคลที่เลือกใช้บริการสนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปีและสนามกีฬาเทศบาลนครเชียงใหม่เหมือนกันทั้งในเรื่องของเวลาที่ในการออกกำลังกาย 3-5 วัน/สัปดาห์ และส่วนมากจะออกกำลังกายในช่วงเวลา 17.00 -19.00 น. ใช้เวลาในการออกกำลังมากกว่า 60 นาที นครเชียงใหม่ ส่วนผลการศึกษาผู้ออกกำลังกายมีความพึงพอใจเลือกใช้สนามกีฬา สมโภชเชียงใหม่ 700 ปี

## ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักกีฬาทีมชาติต่อการมาใช้บริการของสนามกีฬาหัวหมากในการแข่งขัน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

### 5.4.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.) สำหรับผู้ใช้สนามกีฬาหัวหมาก สามารถนำผลวิจัยที่ได้ในครั้งเพื่อปรับปรุงกระบวนการให้บริการเพื่อตรงต่อความต้องการและมีคุณภาพต่อไป รวมทั้งการอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการต่อไปในอนาคต

### 5.4.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.) สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เป็นศึกษากลุ่มตัวอย่างในสนามกีฬาหัวหมากเท่านั้น ดังนั้นหากในอนาคตมี ผู้ที่สนใจศึกษาในประเด็นดังกล่าว อาจขยายการศึกษาเพิ่มเติมนอกเหนือจากสนามกีฬาหัวหมาก หรือหากมีความสนใจการศึกษา ปัจจัยด้านอื่น เช่น พฤติกรรม ของผู้บริโภค คุณภาพการให้บริการ เพื่อเป็นประโยชน์แก่องค์กรการให้สามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มเติมได้ในอนาคต

2.) เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ และผลการศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้ จะพบส่วนผสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริการ แต่ไม่สามารถสรุปได้ว่าแต่ละปัจจัยมีความสำคัญต่อ กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสถานที่ มากน้อยต่างกันเพียงใด

