

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าจังหวัดอ่างทอง

The User's Attitude and Satisfaction towards Rental Football Field in Ang Thong Province

วรพล พาณยง* ชัยธันต์ถกร ภวิศพิริยะกฤติ*

Worapol Panayong* Chaithanaskorn Phawitpiriyakliti*

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ฟุตบอลอาชีพ วิทยาลัยนวัตกรรมการ

และการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*

Master of Business Administration (Professional Football Management)

Student, College of innovation management, Suan Sunandha Rajabhat

University*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณภาพการบริการที่คาดหวังก่อนใช้บริการ และคุณภาพการบริการ ตามความเป็นจริง หลังใช้บริการของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง 2) การจัดเรียงลำดับความสำคัญ ของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง 3) แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานการวิจัย เชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้ที่มาใช้บริการสนามฟุตบอล ให้เช่า จังหวัดอ่างทอง จำนวน 196 คน จำนวน 5 สนาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การเก็บข้อมูล ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารงานสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทองจำนวน 5 ราย คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ค่อยพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพความคาดหวังก่อนใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 สูงกว่าค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพตามความเป็นจริงของคุณภาพการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.06 ในทุกปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจ และด้านความไว้วางใจ 2) การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง พบว่า ความต้องการจำเป็นที่ต้องการปรับปรุงมากที่สุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (PNI = 0.424) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ (PNI = 0.292) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (PNI = 0.226) ด้านการเข้าถึงจิตใจ (PNI = 0.200) และด้านความไว้วางใจ (PNI = 0.199)ตามลำดับ

คำสำคัญ: ทัศนคติและความพึงพอใจ; ผู้ใช้บริการ; ธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า

Abstract

The purpose of this research is to 1) Expect quality of service before and after using the rental football field in Ang Thong Province. 2) Prioritize the needs of users to quality service of the rental football field in Ang Thong Province. 3) Improvement guidelines the service quality of the rental Football Field in Ang Thong Province. This research is a combination of quantitative and qualitative research. The samples consist of 196 users of 5 rental footballfield in Ang Thong Province and analyze with software using the descriptive statistic method containing the frequency, percentage, average, and standard deviation parameters. The qualitative research contains a data collection through in-depth interviews of 5 rental stadium management experts in Ang Thong Province selected by the specific method. The data is analyzed by the content analysis method. The result reveals that 1) the majority of the participants are not satisfied with the service quality of the rental Football Field in Ang Thong Province with an aggregate average score equal to 3.88 of the expectation before using the service, higher than the aggregate average score equal to 3.06 of the actual satisfaction after using the service, in all 5 aspects containing the physical environment, service credibility, meeting the user demands, touching the heart under to the service quality concept and reliability. 2) the priority order of the user demands of the rental Football Field in Ang Thong Province is sorted from the highest to lowest as follows; the physical environment (PNI = 0.424), service credibility (PNI = 0.292), meeting the user demands (PNI = 0.226), touching the heart under to the service quality concept (PNI = 0.200), and reliability (PNI = 0.199) respectively.

Keywords: Attitude and satisfaction; User's; Rental Football Field Business

บทนำ

จากความนิยมฟุตบอลในเมืองไทยเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของไทย ที่แต่ละจังหวัดมีสโมสรฟุตบอลเป็นของตนเอง ทำให้แต่ละจังหวัดมีคนสนใจเล่นกีฬาประเภทนี้กันเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจทำสนามฟุตบอลมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น ซึ่งสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างหลากหลาย เช่น การฝึกซ้อม การแข่งขัน การออกกำลังกาย และกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบริเวณสถานที่ดังกล่าว มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างครบถ้วนให้บริการผู้ใช้บริการ และผู้ชม เช่น ห้องอาบน้ำ ห้องรับรองผู้ติดตาม ร้านอาหาร ร้านเกมส์ สัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น รัฐบาลมีนโยบายสร้างเสริมสุขภาพและสนับสนุนให้ประชาชนสนใจการออกกำลังกาย มากขึ้น การออกกำลังกายจึงได้รับความนิยมจากกลุ่มคนรุ่นใหม่โดยเฉพาะกีฬาฟุตบอล ซึ่งเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยม มากที่สุด กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ซึ่งในเมืองไทยกระแสความนิยมในกีฬาฟุตบอลก็ได้ขยายวงกว้างมากขึ้นเพื่อช่วยเสริมสร้างให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง กีฬาฟุตบอลเป็นที่นิยมทั้งในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยไม่ต้องใช้ทักษะความสามารถเฉพาะด้าน ไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์เฉพาะ ในอดีตการเล่นฟุตบอลนิยมเล่นกันกลางแจ้ง อาภาคร้อนฝนตกก็เล่นไม่ได้

ในการเล่นแต่ละครั้งต้องใช้ผู้เล่นจำนวนมาก ที่สำคัญสนามขนาดใหญ่กลางแจ้งนั้นหายาก โดยเฉพาะในเขตจังหวัดอ่างทอง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีผู้สนใจประกอบกิจการสนามฟุตบอลให้เช่าเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้เล่นฟุตบอล แต่ในปัจจุบันจำนวนของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง ได้ก่อให้เกิดปัญหาการแย่งผู้ใช้บริการระหว่างกันด้วยการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด การจัดโปรโมชั่น และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งต้องมีจุดเด่นเป็นของตนเอง ในปัจจุบันธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าจังหวัดอ่างทอง มีการแข่งขัน เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการเจริญเติบโตของธุรกิจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีสนามฟุตบอลให้เช่าในจังหวัดอ่างทอง ปัจจุบันมีสนามทั้งหมดอยู่ 5 แห่ง ได้แก่ 1. สนามไชโย อารินา 2. สนามอ่างทอง คิกออฟ 3. สนามเคพีเอส ซอคเกอร์ 4. สนามรสศิริ 5. สนามวันชัยฟาร์ม ซึ่งแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันในเรื่องของลักษณะทางกายภาพของสนาม การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความน่าเชื่อถือของบริการ ความไว้วางใจ และการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อธุรกิจ ดังนั้นสิ่งที่ธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าควรให้ความสำคัญอย่างยิ่ง คือ คุณภาพการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด การบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างดีนั้น ถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ ก่อให้เกิดกำไรในธุรกิจอย่างยั่งยืน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จึงสนใจศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง ให้ได้ทราบข้อมูลที่ใช้บริการสนามฟุตบอล ให้เช่ามีความต้องการจำเป็น เพื่อสร้างการปรับปรุงการให้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด โดยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจสามารถนำแนวทางที่ได้ไปใช้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่คาดหวังก่อนใช้บริการ และคุณภาพการบริการตามความเป็นจริงหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง
2. เพื่อศึกษาการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง
3. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เน้นการศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริการของสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง โดยทำการศึกษากลุ่มประชากร คือ ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง มีทั้งหมด 5 แห่ง เพศชายและเพศหญิงจำนวน 196 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability) และจากจำนวนประชากรผู้เกี่ยวข้องด้านการบริหารงานสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง จำนวน 5 ท่าน ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพียง 5 ท่าน ระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2564

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) กล่าวคือ วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อวัดคุณภาพที่คาดหวังก่อนใช้บริการและคุณภาพการบริการตามความเป็นจริงหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช้า จังหวัดอ่างทอง โดยใช้วิธี Priority Needs Index (PNI Modified) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น 5 ลำดับแรก เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการสนามฟุตบอลให้เช้าและทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารงานสนามฟุตบอลให้เช้า จังหวัดอ่างทอง จำนวน 5 ราย ซึ่งเป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยนำเอาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการที่สร้างขึ้นจากการวิจัยเชิงปริมาณมาสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเป็นการรับรองแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการสนามฟุตบอลให้เช้า จังหวัดอ่างทอง

2. ขั้นตอนการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช้า จังหวัดอ่างทอง จำนวนทั้งสิ้น 5 สนาม ระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ – 31 มีนาคม พ.ศ. 2564 ได้แก่ 1. สนามไชโย อารินา 2. สนามอ่างทอง คิกออฟ 3. สนาม เคพีเอส ซอคเกอร์ 4. สนามรสศิริ 5. สนามวันชัยฟาร์ม กลุ่มตัวอย่างได้จากกลุ่มประชากรทั้งสิ้น 400 คนนำมาเทียบตัวอย่างกับตารางของเครจซี่ และมอร์แกน ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 196 ตัวอย่าง และผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability) จากสนามฟุตบอลให้เช้า จังหวัดอ่างทอง จำนวน 5 แห่ง แห่งละ 39 ตัวอย่าง 4 สนาม และ 40 ตัวอย่าง 1 สนาม จำนวนทั้งสิ้น 196 คน และจากจำนวนประชากรผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารงานสนามฟุตบอลให้เช้า จังหวัดอ่างทอง จำนวน 5 ท่าน ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพียง 5 ท่าน การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยจัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการซึ่งแบบสอบถามคุณภาพการบริการความคาดหวังก่อนใช้บริการ และคุณภาพการบริการตามความเป็นจริงหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช้า จังหวัดอ่างทอง โดยศึกษาเอกสารต่าง ๆ หนังสือ บทความ รายงานการวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานรวบรวมแบบสอบถามตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม นำไปวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติสำหรับการใช้ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลจากทางมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ส่งถึงผู้จัดการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง ที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามคุณภาพการบริการความคาดหวังก่อนใช้บริการ และคุณภาพการบริการ ตามความเป็นจริงหลังใช้บริการของสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง ไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ถึง วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2564 จำนวน 196 ชุด พร้อมชี้แจงและรับกลับคืนมาด้วยตนเองและมีความสมบูรณ์ทั้ง 196 ชุด นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจดูความเรียบร้อย

3.3 นำไปวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติสำหรับการใช้ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านคุณภาพที่คาดหวังก่อนใช้บริการและคุณภาพตามความเป็นจริง หลังใช้บริการ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเปรียบเทียบระดับคุณภาพที่คาดหวังก่อนใช้บริการ และคุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง โดยใช้วิธี Priority Needs Index (PNI Modified) เป็นวิธีการหาค่าผลต่างของ (I - D) แล้วหารด้วยค่า D โดยการจัดเรียงลำดับ ความต้องการจำเป็นจากมากไปหาน้อย เพื่อควบคุมขนาดความต้องการจำเป็นให้อยู่ในพิสัยที่ไม่มีช่วงกว้างมากเกินไป และให้ความหมายเชิงเปรียบเทียบเมื่อใช้ระดับคุณภาพตามความเป็นจริงเป็นฐานในการคำนวณอัตราการพัฒนาเข้าสู่คุณภาพที่คาดหวังของกลุ่ม

4.3 ส่วนที่ 3 นำข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นส่วนประกอบในการสร้างแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้กับผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้ มาสร้างเป็นแนวทางปรับปรุงคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการที่จัดทำขึ้น นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยแสดงความคิดเห็นและให้คำแนะนำ ถึงแนวทางที่สร้างขึ้นนั้นว่าเป็นแนวทางที่จะนำไปใช้ได้จริงให้เกิดประโยชน์ได้มากน้อยเพียงใด โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าจังหวัดอ่างทอง สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ด้านคุณภาพบริการที่คาดหวังก่อนใช้บริการคุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง ในภาพรวมพบว่า คุณภาพที่คาดหวังก่อนใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$, S.D. = 0.255) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยที่ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.212) และด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 0.290) และคุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.06$, S.D. = 0.264) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางโดยที่ด้านความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.266) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด ($\bar{x} = 2.83$, S.D. = 0.234)

ด้านผลการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการของสนามฟุตบอลให้เข้าจังหวัดอ่างทอง โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน มีค่า PNI modified เฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 0.268 โดยเรียงลำดับรายด้านจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม พบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังก่อนใช้บริการสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการ ตามวิธีการจัดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพและความสว่างของไฟในสนามเพียงพอต่อการแข่งขัน (PNI = 0.816) รองลงมาคือสภาพอุณหภูมิและการถ่ายเทอากาศได้เหมาะสม (PNI = 0.707) ความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนาม (PNI = 0.700) คุณภาพของหญ้าเทียมนุ่มรับแรงกระแทกเท้าได้อย่างปลอดภัย (PNI = 0.676) และมีบอร์ดประกาศประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่จำเป็นต้องรู้และสิ่งที่ควรปฏิบัติทันต่อเหตุการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง (PNI = 0.566) ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือของบริการพบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังก่อนใช้บริการสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการ ตามวิธีการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนวิธีการ ระเบียบต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการได้ถูกต้อง ชัดเจน (PNI = 0.397) รองลงมาคือเมื่อพบปัญหา เจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ (PNI = 0.357) สิทธิ และการจองสนามเป็นไปตามลำดับที่ถูกต้องโปร่งใส (PNI = 0.353) เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ (PNI = 0.349) มีการบริการทุกครั้งคงที่ มีความเสมอต้น เสมอปลาย (PNI = 0.301) ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ พบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังก่อนใช้บริการสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมและแจ้งไว้ อย่างชัดเจน (PNI = 0.389) รองลงมาคือ การจัดถ่ายทอดฟุตบอล รายการสำคัญ ๆ (PNI = 0.368) การเดินทางมายังสนามมีความสะดวก เช่น มีป้ายบอกเส้นทางอย่างชัดเจน (PNI = 0.335) บริการบันทึกภาพบรรยากาศการแข่งขันในรูปแบบ DVD (PNI = 0.334) และการจัดรายการแข่งขันที่เปิดให้สมาชิกได้เข้าร่วม (PNI = 0.263) ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึงจิตใจ พบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังก่อนใช้บริการสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคุ้มค่าของอัตราค่าบริการ กับบริการที่ได้รับจากสนามฟุตบอล (PNI = 0.260) ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ผู้ใช้บริการร้องขอ (PNI = 0.254) เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นตอบสนองการร้องขอความช่วยเหลือจากผู้ใช้บริการโดยไม่ชักช้า (PNI = 0.237) เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี และเหมาะสมทุกครั้งแก่ผู้ใช้บริการ (PNI = 0.212) และเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ และเต็มใจให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการ (PNI = 0.133) ตามลำดับ

ด้านความไว้วางใจ พบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพที่คาดหวังก่อนใช้บริการสูงกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยเมื่อพิจารณา เป็นรายข้อพบว่า การตรวจดูความเรียบร้อยของสนาม อุปกรณ์ ทุกครั้งหลังใช้บริการ (PNI = 0.321) เจ้าหน้าที่ได้ตกแต่งเตือน ห้ามปราม ผู้ใช้บริการที่ทำผิดระเบียบการใช้สนาม (เช่น การใช้รองเท้าผิดประเภท สู้บบุหรี่ในสนาม) (PNI = 0.269) ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถของสนามฟุตบอล (PNI = 0.208) พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่เป็นที่เชื่อมั่น และไว้วางใจจากผู้ใช้บริการ (PNI = 0.192) และมีกฎระเบียบการใช้สนามประกาศไว้อย่างชัดเจน (PNI = 0.177) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

คุณภาพที่คาดหวังก่อนใช้บริการและคุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการ และการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง พบว่า คุณภาพที่คาดหวัง ก่อนใช้บริการอยู่ในระดับสูงกว่าระดับคุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการทุกด้าน และจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นได้ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจ ด้านความไว้วางใจ ตามลำดับ สอดคล้องกับรัฐภรณ์ พงทอง และวินิต ชินสุวรรณ (2558, น. 658) ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแพทย์แผนไทยในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองบัวดีหมี ในภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความคาดหวังมากกว่าการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เช่นเดียวกับแนวคิดคุณภาพบริการของพาราสุรา มาน และคณะ (Parasuraman et al., อ้างถึงใน อธิกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2549, น. 183-185) ได้กล่าวถึง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับ เรียกว่าคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality) กับบริการที่รับรู้ (Perceived Service) ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง

แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทองประกอบด้วย

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม จากผลการวิจัยพบว่า ควรมีการตรวจสอบ และปรับปรุงระบบไฟฟ้าของสนามให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ ควรใช้วัสดุที่อากาศ ถ่ายเทได้ เช่น ตาข่ายกรองแสง และปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นสวยงาม ควรจัดแบ่งโซนสำหรับเจ้าหน้าที่ และจัดเตรียมพื้นที่จอดรถให้เป็นสัดส่วนชัดเจน รวมถึงจัดเตรียมพื้นที่ให้เช่าสำหรับค้าขาย สอดคล้องกับอาทิตย์ พาหิรัญ (2554, น. 104) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องแสงสว่างภายในสนามฟุตบอล บริเวณสนามมีความสะอาด ความสวยงามทั่วไปบริเวณสนามฟุตบอลหญ้าเทียม และมีความปลอดภัย และด้านผลิตภัณฑ์ได้ให้ความสำคัญเรื่องมีร้านอาหารและเครื่องดื่มให้บริการ

ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ จากผลการวิจัยพบว่า แนวทางปรับปรุงการบริการของสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง ด้านความน่าเชื่อถือ ควรมีอัตราค่าบริการ ที่ชัดเจน เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์ ควรมีการจองสนามแล้ว ไม่ควรจัดคิวให้ซ้ำกับผู้ให้บริการรายอื่น ผู้ให้บริการรับจองสนาม ควรเป็นบุคคลคนเดียวกัน ควรเปิดช่องทางให้ลูกค้าสามารถสื่อสารได้กับเจ้าของโดยตรง รวมถึงเมื่อเจ้าของทราบถึงปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในธุรกิจ ควรจัดการประชุมภายในเพื่อหาแนวทางปรับปรุงและแก้ไขเช่นเดียวกับ ศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558, น. 71) ที่ได้กล่าวถึงให้เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริมการขาย ที่ทันต่อเหตุการณ์ ด้านความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ควรให้มีการประชุมการดำเนินงาน มีการติดตามผลการดำเนินงาน การจัดอบรม การพัฒนาบุคลากร

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจาก ผลการวิจัย พบว่า แนวทางปรับปรุงการบริการของ สนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ควรมีการเลือกทำเลที่ไปมาสะดวกตั้งแต่เริ่มหาสถานที่ประกอบธุรกิจควรมี การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ มี

การจัดทำเว็บไซต์เพื่อกระจายข่าวสารและอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ ที่สำคัญของสนาม เช่น ที่อยู่ วิธีการจองสนาม แผนที่เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ให้มีบอกไว้อย่างชัดเจน ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งชั้น และบริการบันทึกภาพตามที่ใช้บริการร้องขอ ควรมีการจัดถ่ายทอดฟุตบอลรายการสำคัญ ๆ รวมถึงควรมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สาย Wi-Fi ให้บริการครอบคลุมทั่วทั้งบริเวณสนาม สอดคล้องกับ ศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558, น. 58-59) ศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี พบว่าด้านบริการอำนวยความสะดวก ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งชั้น รวมถึงกรรมการ และบริการบันทึกภาพตามที่ใช้บริการร้องขอ ด้านราคา การชำระเงิน และส่งเสริมการขาย ควรมีเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทันต่อเหตุการณ์สำคัญในปัจจุบันพร้อมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ โดยผ่าน Social Media ทุกช่องทาง

ด้านการเข้าถึงจิตใจ จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางปรับปรุงการบริการของสนามฟุตบอลให้เข้าจังหวัดอ่างทอง ด้านการเข้าถึงจิตใจ ควรให้ความสำคัญกับการบริการให้เข้าถึงจิตใจผู้ใช้บริการ โดยจัดให้มีการอบรมพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีใจรักงานบริการมีความเข้าใจระบบการบริหาร มีความเป็นมิตร เป็นกันเอง ก็จะเกิดความสนิทสนมกับลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ เมื่อเจ้าหน้าที่มีใจรักงานบริการ เรื่องการบริการอุปกรณ์ต่าง ๆ ก็จะดีตามมาสอดคล้องกับศิวพร ชูศรี และธนภูมิ อติเวทิน (2558, น. 60) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการบริการของธุรกิจที่พักและร้านอาหารย่านถนนข้าวสาร พบว่าสิ่งแรกที่ใช้บริการเกิดความรู้สึกประทับใจคือ เรื่องของบุคคล ดังนั้นการพัฒนาบุคคล หรือพนักงาน ให้มีประสิทธิภาพในการทำงานนั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีการฝึกอบรมให้พนักงานมีใจรักบริการถ้าพนักงานบริการอย่างสุภาพและเป็นมิตร จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ จนอาจทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง

ด้านความไว้วางใจ จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางปรับปรุงการบริการ ของสนามฟุตบอลให้เข้าจังหวัดอ่างทอง ด้านความไว้วางใจ ไม่ควรมีการจ้องจิกซ้ำซ้อน สนามฟุตบอลควรมีขนาดที่เหมาะสมกับผู้เล่น 7 คน ควรมีการเน้นย้ำ และติดป้ายห้ามนำอาหาร เครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ เข้ามาภายในสนาม และเมื่อพบว่าผู้ใช้บริการทำผิดกฎสนามเจ้าหน้าที่สนามทำการตักเตือน ห้ามปราม อย่างถ้อยที่ถ้อยอาศัย ชี้แจงเหตุและผลในการห้ามปราม ตักเตือนอย่างเป็นมิตร ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ควรมีการตรวจดูความเรียบร้อยของสนาม อุปกรณ์ทุกครั้งหลังการใช้งาน และควรมี เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ดูแลและอำนวยความสะดวกในพื้นที่จอดรถ สอดคล้องกับอาทิตยา พาหิรัญ (2554, น. 103-104) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานใน การเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอย่างมากในเรื่องของพื้นที่สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ลักษณะของหญ้าเทียม มาตรฐานของสนามฟุตบอล ขนาด และความจุภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่เหมาะสมกับผู้เล่น 7 คน ด้านบุคลากรบริการผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญเรื่องเจ้าหน้าที่/พนักงาน เอาใจใส่ดูแล ให้บริการและคำแนะนำที่ดี รองลงมาคือการพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี เจ้าหน้าที่/พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคยุติธรรม

ด้านการเข้าถึงจิตใจ จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางปรับปรุงการบริการ ของสนามฟุตบอลให้เข้าจังหวัดอ่างทอง ด้านการเข้าถึงจิตใจ ควรให้ความสำคัญกับการบริการให้เข้าถึงจิตใจ ผู้ใช้บริการ โดยจัดให้มีการอบรมพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีใจรักงานบริการมีความเข้าใจระบบการบริหาร มีความเป็นมิตร เป็นกันเอง ก็จะเกิดความสนิทสนมกับลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ เมื่อเจ้าหน้าที่มีใจรักงานบริการ เรื่องการบริการอุปกรณ์ต่าง ๆ ก็จะดีตามมาสอดคล้องกับ ศิวพร ชูศรี และธนภูมิ อติเวทิน (2558, น. 60) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการบริการของธุรกิจที่พักและร้านอาหารย่านถนนข้าวสาร พบว่าสิ่งแรกที่ใช้บริการเกิดความรู้สึกประทับใจ คือ เรื่องของบุคคล ดังนั้นการพัฒนาบุคคล หรือพนักงาน ให้มีประสิทธิภาพในการทำงานนั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีการฝึกอบรมให้พนักงานมีใจรักบริการ ถ้าพนักงานบริการอย่างสุภาพและเป็นมิตร

จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ จนอาจทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง หรืออาจมีการแนะนำต่อบุคคลอื่น

ข้อเสนอแนะ

จากการค้นคว้าอิสระเรื่อง ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้

จากการศึกษา ผลการวิจัย พบว่าผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทอง โดยส่วนใหญ่ยังไม่มี ความพึงพอใจต่อการให้บริการ และมีคุณภาพความคาดหวังก่อนใช้บริการสูงกว่า คุณภาพตามความเป็นจริงหลังใช้บริการในทั้ง 5 ด้าน ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมีข้อเสนอแนะให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ และผู้บริหารสนามฟุตบอลให้เช่า จังหวัดอ่างทองดังต่อไปนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ควรตรวจสอบและบำรุงรักษาคุณภาพของหลอดไฟให้พร้อมใช้งานเสมอ ควรใช้วัสดุที่อากาศถ่ายเทได้ เช่น ตาข่ายกรองแสง และปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นสวยงาม ทำหลังคาให้สูงโปร่ง ไม่อึดอัด ควรจัดบริเวณสำหรับเจ้าหน้าที่เป็นสัดส่วนรวมถึงจัดเตรียมพื้นที่จอดรถไว้อย่างชัดเจน และเตรียมพื้นที่ให้เช่าสำหรับค้าขาย

2. ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ควรจัดการเรื่องการจองคิวการใช้สนามที่ไม่ซ้ำซ้อน ควรมีป้ายแจ้งอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจนรวมถึงมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่สนามได้ จัดขึ้นที่ทันต่อเหตุการณ์ และเปิดช่องทางให้ลูกค้าสามารถสื่อสารได้กับเจ้าของโดยตรง เนื่องจาก เมื่อพบปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้น จะได้หาแนวทางแก้ไขได้ทันท่วงที

3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ก่อนประกอบธุรกิจควรมีการเลือก ทำเลที่สะดวก ในการเดินทาง ควรจัดทำเว็บเพจและแจ้งรายละเอียดไว้อย่างชัดเจน เช่น ที่อยู่แผนที่ หมายเลขโทรศัพท์ เงื่อนไขการจองสนาม เป็นต้น ควรมีบริการจัดหาคู่แข่งและให้บริการบันทึกภาพตามที่ใช้บริการร้องขอ ควรจัดถ่ายทอดฟุตบอลรายการสำคัญ ๆ และมีเครือข่าย อินเทอร์เน็ตไร้สาย Wi-Fi ให้บริการครอบคลุมบริเวณสนาม

4. ด้านการเข้าถึงจิตใจ ควรมีการอบรมและพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีใจรักงานบริการ บุคลากรมีความเข้าใจระบบการบริหารงาน

5. ด้านความไว้วางใจ ควรมีการติดต่อ เมื่อมีการยกเลิกการจองจากผู้ใช้บริการท่านอื่น ผู้ประกอบการรายใหม่ที่กำลังจะเข้ามาลงทุนธุรกิจนี้ หรือผู้ประกอบการเดิมที่ต้องการปรับปรุงสนาม ควรสร้างขนาดสนามฟุตบอลเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดความยาวสั้นข้างต้องยาวกว่าความยาวสั้นประตู โดยสนามมีความยาวต่ำสุด 25 เมตร สูงสุด 42 เมตร ความกว้างต่ำสุด 15 เมตร สูงสุด 25 เมตร (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2548) พิจารณาและปรับเปลี่ยนขนาดสนามให้เหมาะสมกับผู้เล่นจำนวน 7 คน ผู้ประกอบการสนามควรมีป้ายข้อปฏิบัติการใช้สนามและข้อห้ามติดไว้อย่างชัดเจน และมีการห้ามปรามเมื่อผู้ใช้บริการทำผิดกฎสนาม ควรมีการตรวจดูความเรียบร้อยของสนามทุกครั้งหลังใช้งาน และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลในพื้นที่จอดรถ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าหญาเทียม ในจังหวัดอ่างทอง
2. ควรศึกษาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าหญาเทียม ทั้งในระดับภูมิภาค และระดับประเทศ
3. ควรศึกษาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้าหญาเทียม เพื่อสร้างศักยภาพในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในการให้บริการ ในส่วนของผู้ใช้บริการ

บรรณานุกรม

- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2548). การสำรวจการเข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกาย เล่นกีฬา และการดูกีฬาของประชากรในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: การกีฬาแห่งประเทศไทย.
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2549). การตลาดบริการ:แนวคิดและกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แอคทีฟพริ้นท์.
- รัฐภรณ์ ฟองทอง และวินิต ชินสุวรรณ. (2558). แนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการแพทย์แผนไทยในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองดีหมี จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิวพร ชูสร และธนภูมิ อติเวทิน. (2558). แนวทางการพัฒนาการบริการของธุรกิจที่พักและร้านอาหารย่านถนนข้าวสาร.วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 6(2), 47-46.
- ศุภกาญจน์ แก้วมรกต. (2558). แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี.(วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อาทิตยา พาหิรัญ. (2554). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในจังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). เชียงใหม่:มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiitem scale for measuring consumer perceptions of quality. Journal of Retailing, 12-38.