

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด
บริการของสนามฟุตบอลแรงดี เอพี จังหวัด
เชียงใหม่

ผู้เขียน

นายปิยศักดิ์ เปรมปราโมชย์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.โรจนา ธรรมจินดา

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด
บริการของสนามฟุตบอลแรงดี เอพี จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวม
ข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการของสนามฟุตบอลแรงดี เอพี จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน นำ
ข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และอนุมาน ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ซึ่ง
สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศชาย อายุ 20 – 30 ปี สถานภาพ โสด
การศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
15,001 – 25,000 บาท สนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการ สนามแรงดี เอพี
วันที่ใช้บริการสนามฟุตบอลแรงดี เอพี จังหวัดเชียงใหม่ วันอังคาร เวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ
สนามฟุตบอลแรงดี เอพี จังหวัดเชียงใหม่ 1 – 2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามฟุตบอลแรงดี เอพี
จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด 18.01 – 21.00 น. ความถี่ในการใช้บริการสนามฟุตบอลแรงดี เอพี
จังหวัดเชียงใหม่ 7 – 8 ครั้ง/เดือน ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อครั้งต่อคน (ค่าเช่าสนาม ค่าอาหาร และ
เครื่องดื่ม) ในการใช้บริการสนามฟุตบอลแรงดี เอพี จังหวัดเชียงใหม่ น้อยกว่า 100 บาท จำนวนคน
ที่มาใช้บริการที่ สนามฟุตบอลแรงดี เอพี จังหวัดเชียงใหม่ เป็นประจำ ในแต่ละครั้ง 7 – 12 คน
เหตุผลที่เลือกมาใช้บริการสนามฟุตบอลแรงดี เอพี จังหวัดเชียงใหม่ สามารถใช้เป็นสถานที่ในการ
จัดการแข่งขันฟุตบอลได้ เพื่อน เป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอล

แรงดี เอฟซี จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด และ เป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักสนามฟุตบอลแรงดี เอฟซี จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสนามฟุตบอลแรงดี เอฟซี จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยของความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสนามฟุตบอลแรงดี เอฟซี จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแต่ละด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่ตั้งของสนามฟุตบอลแรงดี เอฟซี จังหวัดเชียงใหม่ สะดวกในการเดินทาง ปัจจัยด้านราคา คือ ความหลากหลายของระดับราคา เช่น ค่าบริการ ในช่วงเวลา ก่อน 18.00 น. ราคา 300 บาท/ชั่วโมง และ ช่วงเวลา หลัง 18.00 น. ราคา 600 บาท/ชั่วโมง เป็นต้น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ รูปแบบของการมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น การกำหนดราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา (เช้า/เย็น) การกำหนดราคาพิเศษในแต่ละเดือน เป็นต้น ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ กระบวนการให้บริการมีความถูกต้อง เช่น การจัดคิวเป็นไปตามลำดับการจอง เป็นต้น ปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานของสนามฟุตบอล ดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ บริการเสริมอื่นๆ เช่น คลับเฮ้าส์ อุปกรณ์กีฬา บริการ Wifi/Internet ฟรี มีเสื้อแบ่งทีม และลูกฟุตบอลบริการฟรี และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ ป้ายชื่อสนามฟุตบอลแรงดี เอฟซี จังหวัดเชียงใหม่ มองเห็นได้ชัดเจน

ปัจจัยย่อยของความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสนามฟุตบอลแรงดี เอฟซี จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดแต่ละด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ ความสว่างของไฟฟ้าบริเวณถนนของสนามฟุตบอลแรงดี เอฟซี จังหวัดเชียงใหม่ สว่างเพียงพอ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สภาพสนามฟุตบอลหญ้าเทียม มีความสมบูรณ์ ไม่มีบริเวณพื้นหญ้าที่ชำรุด หรือ เสียวหาย ปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานของสนามฟุตบอลมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ การแจ้งซ่อมอุปกรณ์ มีความสะดวกและรวดเร็ว ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ป้ายโปสเตอร์โฆษณาสนามฟุตบอลแรงดี เอฟซี จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยด้านราคา คือ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต/เดบิต ได้ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีเว็บไซต์ (Web Site) ในการให้ข้อมูลของสนามฟุตบอลแรงดี เอฟซี จังหวัดเชียงใหม่ เพียงพอต่อการตัดสินใจ

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of RANGDEE FC Football Field, Chiang Mai Province

Author Mr.Piyasak Prempramote

Degree Master of Business Administration

Advisor Lecturer Dr. Rojana Thammajinda

ABSTRACT

This independent study aimed to explore customer satisfaction towards services marketing mix of RANGDEE FC, Chiang Mai province. The data were compiled from 400 questionnaires distributed to customers of RANGDEE FC, Chiang Mai province. The given data were then analyzed by using descriptive statistics consisted of a frequency, a percentage, and a mean. The research results were summarized as follows.

Based upon the findings, it was found that all respondents were single male aging from 20 to 30 years old. Their highest levels of education were Bachelor's Degrees or higher. Most of them were working for private companies. They earned averagely from 15,001 to 25,000 Baht per month. The artificial-grass football field for rent in Chiang Mai province that they usually played at was RANGDEE FC. They usually played at RANGDEE FC, Chiang Mai Province, on Tuesday for averagely 1 to 2 hours, mostly from 6.01pm to 9.00pm, for 7 to 8 times per month. The average spending (rental fee, food and drinks) at RANGDEE FC, Chiang Mai Province, was under 100 Baht per visit per person. The number of people playing at RANGDEE FC, Chiang Mai Province, was 7 to 12 people for each visit. The main reason for selecting RANGDEE FC, Chiang Mai Province, was because it could be set up for arranging a football match. The people with the most influence over the decision to select RANGDEE FC, Chiang Mai Province, were friends. And most respondents knew about RANGDEE FC, Chiang Mai Province, via friends.

From the study of the customer satisfaction towards services marketing mix of RANGDEE FC, Chiang Mai Province, it was found that the services marketing mix factors with the high significant level were Place, Price and Promotion; while the services marketing mix factors with the medium significant level were Process, People, Product and Physical Evidence, respectively.

The sub-factor of the customer satisfaction towards services marketing mix of RANGDEE FC, Chiang Mai Province, with the highest average of each factor was as followed: For Place, the sub-factor with the highest average was that the location of RANGDEE FC, Chiang Mai Province, was convenient for travel. For Price, the sub-factor with the highest average was the variety of the price range. For example, the rental fee for before 6.00 pm was 300 Baht per hour, whereas the rental fee for after 6.00pm was 600 Baht per hour. For Promotion, the sub-factor with the highest average was the pattern for discounts or special promotions such as a special rental fee for a specific time of the day (morning/evening) or a special rental fee for each month. For Process, the sub-factor with the highest average was the accuracy of the service process such as the queuing. For People, the sub-factor with the highest average was the staff of the field was attentive and enthusiastic. For Product, the sub-factor with the highest average were other add-ons such as the club house, sports equipments, free Wifi/Internet, T-shirts for each team, and footballs free of charge. And for Physical Evidence, the sub-factor with the highest average was the signboard of RANGDEE FC, Chiang Mai Province, which was clearly visible.

The sub-factor of the customer satisfaction towards services marketing mix of RANGDEE FC, Chiang Mai Province, with the lowest average of each factor was as followed: For Physical Evidence, the sub-factor with the lowest average was that the road of RANGDEE FC, Chiang Mai Province, was adequately lit. For Product, the sub-factor with the lowest average was that the artificial-grass football field was in excellent condition, with no damaged spots on the field. For People, the sub-factor with the lowest average was that the number of the staff at the field was adequate for the service. For Process, the sub-factor with the lowest average was the swiftness and the convenience of the equipment maintenance process. For Promotion, the sub-factor with the lowest average was the advertising signboard of RANGDEE FC, Chiang Mai Province. For Price, the sub-factor with the lowest average was that the service fee could be paid by credit/debit cards.

And for Place, the sub-factor with the lowest average was the adequacy of the information on the website of RANGDEE FC, Chiang Mai Province.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved