ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560

นายพิชญา ครุฑคำ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย
The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE FACTORS OF SPORT STADIUM FACILITIES AFFECTING ON SPECTATOR SATISFACTION IN THAILAND PREMIER LEAGUE 2017

Mr. Phitchaya Khrutkham

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science
Faculty of Sports Science
Chulalongkorn University
Academic Year 2016

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560
โดย	นายพิชญา ครุฑคำ
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ดร. สาริษฐ์ กุลธวัชวิชัย

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย บุญรอด)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ดร. สาริษฐ์ กุลธวัชวิชัย)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรชัย มะสุนสืบ)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. รัชนี ขวัญบุญจัน)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

พิชญา ครุฑคำ : ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 (THE FACTORS OF SPORT STADIUM FACILITIES AFFECTING ON SPECTATOR SATISFACTION IN THAILAND PREMIER LEAGUE 2017) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ดร. สาริษฐ์ กุลธวัชวิชัย, 62 หน้า.

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 และศึกษาความพึงพอใจสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามทั้งที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้เข้าชมทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 480 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอล และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าสถิติโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขัน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 6 ด้านล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 แต่เมื่อวิเคราะห์สนามที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class พบว่า สนามที่ผ่านมาตรฐาน A-Class มี 3 ปัจจัยที่ส่งผล ได้แก่ ด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง, ด้านการเข้าถึงแผนผัง, ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง ส่วนสนามที่ไม่ผ่าน พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลเพิ่มมาจากสนามที่ผ่านอีก 2 ปัจจัย คือ ด้านความสุนทรียศาสตร์และด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน

สรุปผลการวิจัย ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 6 ด้านล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจ แต่เมื่อแยกระหว่างสนามที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class พบว่ามีความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผล ดังนั้นผู้จัดการหรือผู้ดูแลสนามการแข่งขันจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2559 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

5878316439 : MAJOR SPORTS SCIENCE
KEYWORDS: SATISFACTION, THE FACTORS OF SPORT STADIUM FACILITIES, THAILAND PREMIER LEAGUE 2017 / ความพึงพอใจ, ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก, การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก

PHITCHAYA KHRUTKHAM: THE FACTORS OF SPORT STADIUM FACILITIES AFFECTING ON SPECTATOR SATISFACTION IN THAILAND PREMIER LEAGUE 2017. ADVISOR: SARIST GULTHAWATVICHAI, Ph.D., 62 pp.

The purposes of this research were to study the factors of sport stadium facilities affecting on spectator satisfaction in Thailand Premier League 2017.In particular, the stadiums which are passed and not passed A-Class were focused on this study. The subjects were 480 spectators included male and female. This study used the questionnaire about the factors of football stadium facilities. The collected data was analyzed by using percentages, mean, standard deviation, and multiple regression

We found that there were six factors of sport stadium facilities affecting on spectator's satisfaction in Thailand Premier League 2017. However, after analyzing both of the passing and non-passing A-Class stadium, we found that the passing A-Class stadium had 3 factors affecting on spectator's satisfaction that which are seating comfort, layout accessibility, space allocation and signage while the non-passing stadiums had seating comfort, layout accessibility, facilities aesthetics, scoreboard quality, [W1] space allocation and signage.

To sum up, all of the factors of sport facilities affected on the spectator's satisfaction. However when separating the passing and non-passing stadiums, we found the difference in terms of the factors affecting on the satisfaction. Hence, sports facility managers should focus on the factors affecting on spectator's satisfaction regarding the difference.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Field of Study: Sports Science Student's Signature .....

Academic Year: 2016 Advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่องปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจาก ดร.สาริษฐ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์เทพประสิทธ์ กุลธวัชวิชัย ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย ฉัตรปุณญกุล กรรมการวิทยานิพนธ์ ซึ่งสละเวลาให้ความรู้ คำแนะนำ ความช่วยเหลือ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์ในการศึกษาครั้งนี้ จนกระทั้งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณสโมสรฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ทั้ง 10 สนามที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามงานศึกษาวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณครอบครัวญาติพี่น้องและเพื่อน ที่ช่วยเป็นกำลังใจและคอยเป็นที่ให้คำปรึกษาตลอดการศึกษาครั้งนี้

ท้ายสุดนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่างานศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อวงการฟุตบอลประเทศไทยและผู้ที่สนใจในกีฬาฟุตบอล หากมีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ขอน้อมรับและขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ
สารบัญ ..... ช
สารบัญตาราง ..... ฌ
สารบัญรูปภาพ ..... ฎ
บทที่ 1 บทนำ 1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา 1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย 4
ขอบเขตของการวิจัย 4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5
คำจำกัดความในงานวิจัย 5
สมมุติฐานของการวิจัย 6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7
1. ทฤษฎีการจัดการสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการกีฬา 7
2. การประเมินอิทธิพลของสถานกีฬาที่มีต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมกีฬา 9
3. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) 11
4. ความพึงพอใจของผู้บริโภค 17
5. ประชากรศาสตร์และความพึงพอใจผู้บริโภค 19
6. มาตรฐานสนามการแข่งขันฟุตบอลระดับ A-Class 20
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 22
กรอบแนวคิดในการวิจัย 24

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

หน้า

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย 25
วิธีการดำเนินการวิจัย 25
ประชากร 25
กลุ่มตัวอย่าง 26
ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล 29
การเก็บรวบรวมข้อมูล 29
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 30
การวิเคราะห์ข้อมูล 31
บทที่ 4 ผลการวิจัย 34
บทที่ 5 สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ 44
อภิปรายผล 45
ข้อเสนอแนะ 48
รายการอ้างอิง 50
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ 62

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 แสดงยอดจำนวนผู้เข้าชมและรายได้การจำหน่ายบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555-2558 1

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ 34

ตาราง 3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มอายุ 35

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้เข้าชมไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ทั้ง 6 ด้าน 35

ตารางที่ 5 แสดงความพึงพอใจของสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2560 ระหว่างสนามที่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class และยังไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class 36

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจด้านปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามของผู้เข้าชมการแข่งขันไทยแลนด์พรีเมียร์ ฤดูกาล 2560 โดยจำแนกตามข้อ ... 37

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับ (Adjusted R^2) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างความพึงพอใจด้านต่างๆ โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) 39

ตารางที่ 8 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างความพึงพอใจด้านต่างๆที่มีต่อความพึงพอใจรวม 39

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์ความพึงพอใจของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 40

ตารางที่ 10 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับ (Adjusted R^2) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างความพึงพอใจด้านต่างๆ ของสนามที่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) 41

ตารางที่ 11 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับ (Adjusted R^2) และค่าความคลาดเคลื่อน

มาตรฐานระหว่างความพึงพอใจด้านต่างๆ ของสนามที่ไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) 41

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงถดถอยพหุคูณของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ระหว่างสนามที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class 42

ตารางที่ 13 แสดงข้อเสนอแนะปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก โดยได้จัดกลุ่ม และความหมายใกล้เคียงกัน ดังนี้ 43

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ 1 การแสดงองค์ประกอบของภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape)..... 12

ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย 24

ภาพที่ 3 แสดงการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง..... 27

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 1
บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

นับว่ากระแสความนิยมของสโมสรฟุตบอลไทยนั้นได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภายหลังจากปี พ.ศ.2552 สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asia Football Confederation หรือ AFC) ได้ออกระเบียบบังคับให้ทุกสโมสรจะต้องทำการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เพื่อเป็นการบังคับให้สโมสรต้องมีรูปแบบโครงสร้างการบริหารและจัดการทางธุรกิจที่มีคุณภาพและมาตรฐานมากยิ่งขึ้น (บริษัทไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกจำกัด, 2558) ทำให้ทุกสโมสรต้องสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อดึงดูดผู้เข้าชม ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้วงการฟุตบอลไทยได้รับความนิยมที่เพิ่มมากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน

หลังจากสมาคมฟุตบอลไทยต้องทำการจัดตั้งบริษัทไทยพรีเมียร์ลีกจำกัด ตามข้อบังคับของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (บริษัทไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกจำกัด, 2558) ทำให้รูปแบบการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพภายในประเทศไทยเข้าสู่รูปแบบของธุรกิจอย่างเต็มตัว ผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลกลายมาเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคของธุรกิจสโมสรฟุตบอล เป็นเหตุผลที่ทำให้ทุกสโมสรจำเป็นต้องนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อดึงดูดผู้ชมและสร้างฐานแฟนคลับประจำสโมสร (เบนจามิน ตัน, 2558)

ตารางที่ 1 แสดงยอดจำนวนผู้เข้าชมและรายได้การจำหน่ายบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555-2558

	2555	2556	2557	2558
ผู้ชมรวมทั้งฤดูกาล(คน)	1,475,769	1,657,887	1,911,277	1,940,378
ผู้ชมเฉลี่ยต่อนัด(คน)	4,823	6,095*	5,029*	6,341
รายได้จากค่าบัตรรวมทุกสโมสร(บาท)	119,025,040	-	164,543,209	159,609,594

อ้างอิงจาก : บริษัทไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกจำกัด (2558)

* : ฤดูกาล 2556-57 มีจำนวนทีมเข้าร่วม 20 ทีม

- : ไม่พบข้อมูล

จากตารางที่ 1แสดงให้เห็นจำนวนผู้เข้าชมและรายได้จากการจำหน่ายบัตรเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ในช่วงปี พ.ศ.2555-2558 โดยจำนวนเฉลี่ยผู้เข้าชมต่อนัด ฤดูกาล 2558 ที่ผ่านมา เพิ่มมากขึ้นถึง 26 เปอร์เซ็นต์จากฤดูกาล 2557 รายได้จากการจำหน่ายบัตรเฉลี่ยนัดละ 521,600 บาทเฉลี่ยรายได้ต่อนัดเพิ่มขึ้น 7.7 เปอร์เซ็นต์ และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นในทุกๆปี เพื่อเป็นการดึงดูดแฟนคลับให้เข้ามาชมภายในสนาม สโมสรจะต้องสร้างประสบการณ์ที่ดีระหว่างการรับชมภายในสนามแข่งขัน ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกสโมสรจะต้องเตรียมความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้แก่ผู้เข้าชม เช่น การเข้าถึงสนาม,ความสวยงามของสนาม,คุณภาพของป้ายบอกคะแนน,ความสบายของที่นั่ง,การควบคุมฝูงชน เป็นต้น (Wakefield, Blodgett, & Sloan, 1996) หากเกมการแข่งขันเป็นสินค้าหลักของธุรกิจสโมสรฟุตบอล การได้รับประสบการณ์ที่น่าประทับใจภายในสนามก็นับเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้า (Uhrich & Benkenstein, 2010)

นอกเหนือจากปัจจัยของเกมการแข่งขันที่เป็นสินค้าหลัก ที่แฟนคลับสโมสรยอมซื้อบัตรเข้ามารับชมภายในสนามแข่งขันแล้วนั้น ยังมีส่วนประกอบปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลให้ผู้ชมตัดสินใจเข้ามารับชมเกมการแข่งขันอีกด้วย โดยงานศึกษาของณัฐวุฒิ พลศรี (2556)ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก มี 5 ปัจจัย คือ (1) ปัจจัยแรงดึงดูดของเกมการแข่งขัน หมายถึง แรงกระตุ้นที่ทำให้แฟนคลับเข้ามาชมการแข่งขันคือ การเปลี่ยนแปลงตลอดเกม ลักษณะทีมเยือน ความสามารถนักกีฬา และบรรยากาศของเกม (2) ปัจจัยแรงดึงดูดของแฟนคลับ หมายถึง ความต้องการภายในของแฟนคลับแต่ละบุคคลในการได้รับประสบการณ์หรือเหตุการณ์ใดที่เป็นแรงผลักดันหรือกระตุ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น ความบันเทิง ความภาคภูมิใจ (3) ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสาร การพบปะระหว่างแฟนคลับกับผู้เล่นและพนักงานของสโมสร (4) ปัจจัยกิจกรรมความบันเทิง หมายถึง การจัดงาน หรือกิจกรรมต่างๆภายในและนอกสนามการแข่งขันของสโมสร และ (5) ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สัมผัสได้และควบคุมได้ของสถานที่ที่ใช้ในการจัดการแข่งขันฟุตบอล ผลการศึกษากล่าวว่าปัจจัยทั้ง 5 ล้วนส่งผลต่อความตั้งใจในการเข้าชมการแข่งขัน ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้จะมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม

การให้บริการของสิ่งอำนวยความสะดวกและการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณรอบสนามการแข่งขันฟุตบอล นับเป็นองค์ประกอบที่สโมสรฟุตบอลสามารถควบคุมดูแลในการให้บริการเป็นไปอย่างมีคุณภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ชมได้ แตกต่างจากเกมการแข่งขันที่ไม่สามารถควบคุมคุณภาพและผลการแข่งขันให้เป็นไปตามความพึงพอใจของผู้ชมได้ (ฉัตรชัย มะสุนสืบ, 2553)

เบนจามิน ตัน ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาและการตรวจสอบคลับไลเซนซิ่งและยังเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษาแก่สโมสรในไทยพรีเมียร์ลีกเกี่ยวกับการดำเนินการตรวจสนามเพื่อผ่านมาตรฐานและได้รับรองจากสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asia Football Confederation หรือ AFC) ได้กล่าวถึงความสำคัญของแฟนบอลที่เข้ามาชมภายในสนามว่า

" สำหรับวงการฟุตบอลลีกแล้ว...หากไร้แฟนบอลทุกอย่างก็จบ สโมสรต้องต่อยอดหาทางเพิ่มฐานแฟนบอล เพื่อเสริมสร้างมูลค่า และสร้างความผูกพันกับแฟนบอลอย่างมีประสิทธิภาพให้ได้ เช่น การสร้างประสบการณ์ที่ดีจากการเข้าชมเกมการแข่งขันของเหล่าแฟนบอล "

(เบนจามิน ตัน, 2558)

" สิ่งที่น่ากังวลใจ และอยากให้ปรับปรุงอีกเรื่องคือโครงสร้างพื้นฐานของสโมสร ทั้งสนามแข่งขัน และสนามซ้อม...นักฟุตบอลอาชีพจำเป็นต้องได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีและถูกหลักมากพอ "

(เบนจามิน ตัน, 2558)

" ผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งผู้อุปถัมภ์ (สปอนเซอร์) สื่อมวลชน, และแฟนบอล ต่างก็อยากเข้าไปในสนามที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน สะอาดสะอ้าน สิ่งเหล่านี้มันช่วยเกื้อกูลให้การเข้าสนามแข่งขันในวันนั้นๆ เป็นวันที่น่าจดจำ และแน่นอนว่าพวกเขาก็ย่อมอยากจะกลับไปอีก"

(อาจินต์ ทองอยู่คง, 2559)

จากบทสัมภาษณ์อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลและสภาพแวดล้อมทางกายภาพนับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ โดยถ้าผู้เข้าชมได้รับการอำนวยความสะดวกสิ่งต่างๆที่มีคุณภาพและมาตรฐานจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้แก่แฟนฟุตบอล และยังจะช่วยสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เข้าชมภายในสนามได้อีกด้วย (Bitner, 1992)

โดยในปัจจุบันทางสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asia Football Confederation) ได้ออกระเบียบมาตรฐานของสนามที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอล AFC Champion League ได้นั้นจะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานระดับ A-Class เท่านั้น (สมาพันฟุตบอลแห่งเอเชีย, 2559) ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์แก่ผู้เข้าชมที่จะได้รับการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีมาตรฐานระดับเอเชีย

อย่างไรก็ตามภายหลังการดำเนินงานของบริษัทไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกได้ทำการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานสนามการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลในไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2559 ที่ผ่านมา มีเพียงแค่ 9 สนามเท่านั้นที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับ A-Class ได้แก่ 1.) สนามไอ-โมบาย

สเตเดี้ยม 2.) สนามเอสซีจี สเตเดี้ยม 3.) สนามลีโอ สเตเดี้ยม 4.) สนามชลบุรี สเตเดี้ยม 5.) สนามกีฬากลางจังหวัดสุพรรณบุรี 6.) สนามมิตรผล สเตเดี้ยม 7.) สนามฟุตบอลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 8.) สนามเขาพลอง สเตเดี้ยม 9.) สนามกีฬากองทัพบก (สยามสปอร์ต, 2558) ซึ่งความสำคัญของการได้รับรองมาตรฐานสนามระดับ A-Class คือ หากสโมสรใดได้สิทธิ์ร่วมแข่งขัน AFC Champion League แต่มาตรฐานของสนามยังไม่ผ่านการรับรองคุณภาพในระดับ A-Class จะถูกตัดสิทธิ์ในการเข้าร่วมแข่งขัน (สมาพันฟุตบอลแห่งเอเชีย, 2559) ซึ่งการได้เข้าร่วมการแข่งขันรายการ AFC Champion League คือ สโมสรจะสร้างมูลค่าทางการตลาดได้อย่าง (สปอร์ตคลาสสิค, 2558) และยังมีเงินรางวัลของทีมที่ชนะเลิศมูลค่าสูงถึง 105 ล้านบาท (สมาพันฟุตบอลแห่งเอเชีย, 2559)

จากความสำคัญของสนามการแข่งขันและปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลที่กล่าวมาข้างต้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาถึงการรับรู้ความพึงพอใจของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลและศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มสนามที่ผ่านและยังไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการจัดการด้านสถานที่การแข่งขันฟุตบอลที่ตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้เข้าชม ที่อาจส่งผลให้ธุรกิจสโมสรฟุตบอลมีฐานคนดูที่เพิ่มมากขึ้น ยอดรายได้จากการขายบัตรเข้าชมที่สูงขึ้น หรือมีพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อสินค้าบริเวณของสนามมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ผ่านมาตรฐานและสนามที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมภายในสนามถึงปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 และศึกษาความพึงพอใจสนามที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class ของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asia Football Confederation)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.) ผู้จัดการสโมสรฟุตบอลสามารถนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

2.) ผู้จัดการสโมสรฟุตบอลสามารถนำผลการศึกษามาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดรายได้จากการจำหน่ายบัตรเข้าชมการแข่งขัน

คำจำกัดความในงานวิจัย

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสนามฟุตบอลที่สามารถรับรู้ได้ผ่านทางการมองเห็นและสัมผัส ซึ่งผู้จัดการแข่งขันสามารถบริหารจัดการได้ เช่น สถานที่จอดรถ ความสวยงามของสนาม ความสะดวกสบายของที่นั่ง ป้ายสัญลักษณ์ภายในสนาม คุณภาพของป้ายบอกคะแนน ห้องน้ำ แผนผังภายในสนาม เป็นต้น (Wakefield et al., 1996)

ความพึงพอใจของผู้ชม หมายถึง การรับรู้ของผู้ชมภายในสนามถึงความรู้สึกยินดีในการบริหารจัดการของสโมสรฟุตบอลทางด้านปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามการแข่งขัน ยกตัวอย่างพฤติกรรมความพึงพอใจ เช่น ความภักดีของลูกค้า (Tornow & Wiley, 1991), ความตั้งใจซื้อ (Anderson, Fornell, & Lehmann, 1994), ความตั้งใจเข้าร่วมซ้ำสอง(Boulding, Kalra, Staelin, & Zeithaml, 1993), และความตั้งใจแนะนำให้ลูกค้ารายอื่น (Rust & Zahorik, 1993)

ไทยพรีเมียร์ลีก หมายถึง การแข่งขันฟุตบอลอาชีพระดับสูงสุดของประเทศไทย ประกอบด้วย 18 สโมสรจากทั่วประเทศ โดยในแต่ละฤดูกาลทีมชนะเลิศและรองชนะเลิศจะได้สิทธิ์ในการเข้าร่วมการแข่งขัน เอเอฟซี แชมเปียนส์ ลีก ในฤดูกาลถัดไปและ 3 อันดับที่มีคะแนนน้อยที่สุดจะต้องลงไปแข่งในรายการไทยลีกดิวิชัน 1 และสำหรับ 3 อันดับที่มีคะแนนมากที่สุดของรายการไทยลีกดิวิชั่น 1 จะได้เลื่อนชั้นขึ้นมาแข่งขันแทน (บริษัทไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกจำกัด, 2558)

ผู้ชม หมายถึง ผู้เข้าชมการแข่งขันภายในสนามฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560

สมมุติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ที่ตั้งและการเข้าสนามมีผลต่อความสามารถในการเข้าถึงสนามจะมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก

สมมติฐานที่ 2 : ความสุนทรียศาสตร์ของสนามมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก

สมมติฐานที่ 3 : คุณภาพของป้ายบอกคะแนนมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก

สมมติฐานที่ 4 : ความสะดวกสบายของที่นั่งมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก

สมมติฐานที่ 5 : ความสามารถในการเข้าถึงแผนผังที่สะดวกของสนามจะมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก

สมมติฐานที่ 6 : การจัดสรรพื้นที่และการแสดงป้ายบอกทางภายในสนามกีฬาจะมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รวบรวมเอกสารค้นคว้า ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ทฤษฎีการจัดการสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการกีฬา

ผู้จัดการสโมสรฟุตบอลจำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านการจัดการสนามกีฬาและอุปกรณ์กีฬา ซึ่งเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งที่สำคัญของการจัดการการกีฬา สิ่งที่ต้องคำนึงในการจัดการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการกีฬา ได้แก่ การออกแบบ การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ การตรวจสอบมาตรฐานสนาม โดยหน่วยงานที่กำกับดูแลมาตรฐาน การจัดการสภาพแวดล้อมภายในสนาม การบำรุงรักษา การใช้สนามเพื่อการแข่งขัน การจัดระบบไฟฟ้าแสงสว่างในสนาม เป็นต้น (Sawyer & Smith, 1999)

เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย (2558) ได้ให้คำจำกัดความของการจัดการสถานกีฬานั้น หมายถึง การดำเนินการของหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสถานกีฬาและการออกกำลังกาย เป็นการจัดการให้บริการ การจัดการสนามกีฬา สถานที่ อุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวกทางการกีฬาและการออกกำลังกาย (Sport Facility) ตลอดจนการให้บริการและจัดการกิจกรรมกีฬาและการออกกำลังกาย โดยองค์กรกีฬาในกลุ่มของศูนย์กีฬา (Sport Center Sport complex) ได้แก่ ศูนย์กีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศูนย์กีฬาธรรมศาสตร์รังสิต รวมถึงสโมสรกีฬาขนาดใหญ่ (Sport Club) ได้แก่ โปโลคลับ ราชกีฬาสถาน และสนามกีฬาที่มีหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนกีฬาโดยตรง เช่น การกีฬาแห่งประเทศไทย สนามกีฬาแห่งชาติ สมาคมกีฬาจังหวัด รวมถึงสโมสรกีฬาชนิดต่างๆ เป็นต้น ในปัจจุบันสนามกีฬากลางเหล่านี้เช่าพื้นที่ให้แก่สโมสรฟุตบอลบางสโมสร เนื่องจากคุณลักษณะและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในสนามได้รับมาตรฐานตามข้อบังคับของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย

โดยการจัดการสนาม สถานที่ อุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวกทางกีฬาและการออกกำลังกาย (Facilities Management in Sport Place) ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ (เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย, 2558)

1.) ขอบเขตการจัดการสถานกีฬา

การจัดการสนามกีฬา สถานที่ อุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวกทางกีฬาจำเป็นต้องกำหนดขอบเขตของการจัดการสถานกีฬานั้นๆ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินการและกำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

1.1) สนามกีฬา แบ่งกลุ่มชนิดและประเภทของสนามกีฬา

1.2) สถานออกกำลังกาย กลางแจ้ง ในร่ม ทางน้ำ

1.3) อุปกรณ์เครื่องอำนวยความสะดวกในสถานกีฬา

1.4) จำนวนผู้ใช้บริการในสถานกีฬา

1.5) นโยบายและระเบียบสถานกีฬา

2) มาตรฐาน

มาตรฐานเป็นข้อกำหนดหรือเกณฑ์เพื่อให้การดำเนินการของสถานกีฬาด้านต่างๆ เป็นไปตามที่ต้องการหรือตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายซึ่งสามารถดำเนินการได้ ดังนี้

2.1) การควบคุมมาตรฐาน

2.2) เกณฑ์และการเปรียบเทียบมาตรฐาน

3.) การจัดการในสถานกีฬา

การจัดการสถานกีฬา หมายถึง กระบวนการที่ต้องมีระบบการจัดการ (Management Process) การจัดการส่วนต่างๆ ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ การจัดการทั่วไป การจัดการบุคคลและการจัดการให้บริการ ประกอบด้วย

3.1) การจัดการสนามกีฬา

3.2) การจัดการบุคคล

3.3) การจัดการกิจกรรมการให้บริการ

- การให้บริการสนาม สถานที่ อุปกรณ์
- การจัดการแข่งขัน
- การฝึกนักกีฬา
- การเรียนการสอน

4.) ระเบียบวิธีการจัดการให้บริการสถานกีฬา

ระเบียบวิธีการจัดการให้บริการสถานกีฬาเป็นขอบเขตที่เป็นแนวในการจัดการด้านการให้บริการ ได้แก่

4.1) กำหนดโปรแกรมให้บริการ

4.2) ดำเนินการและตรวจติดตามการให้บริการ

4.3) การจัดการประเมิน สรุปการปฏิบัติการให้บริการ

5.) การจัดการการเงินและงบประมาณสถานกีฬา

6.) การจัดการเก็บข้อมูลและระบบข้อมูลในสถานกีฬา

เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย (2558) กล่าวถึงการจัดการสถานกีฬานั้นต้องมีหลักในการดำเนินการ,การกำหนดเป้าหมาย,การจัดการสนามกีฬาและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก,การจัดการระบบงาน,การควบคุมติดตาม และกิจกรรมการให้บริการแก่ผู้เข้าใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้การบริการแก่ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจเป็นไปตามหลักการจัดการการกีฬาอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานสากล ดังที่สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชียได้ออกกฎข้อบังคับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของทุกสโมสรให้มีมาตรฐานตามที่กำหนด

2. การประเมินอิทธิพลของสถานกีฬาที่มีต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมกีฬา

กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือ หัวใจสำคัญของแนวคิดและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมการกีฬามีความเติบโต โดยเฉพาะสถานกีฬาและศูนย์กีฬาต่างๆ ดังนั้นผู้ประกอบสถานกีฬาจำเป็นที่จะต้องเข้าใจว่าสถานกีฬานั้นมีอิทธิพลต่อผู้เข้าใช้บริการอย่างไร งานศึกษาของ Greenwell, Fink, and Pastore (2002) ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมภายในสนามฮอกกี้น้ำแข็งจำนวน 218 คน พบว่าอิทธิพลของสถานกีฬาจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมการแข่งขัน ทั้งอิทธิพลของด้านคุณภาพเกมการแข่งขัน และด้านคุณภาพของผู้ให้บริการ

การได้รับความสะดวกสบายจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในสนามเป็นสิ่งที่ผู้เข้าชมคาดหวังที่จะได้รับ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้จัดการสถานกีฬาจำจะต้องสร้างหรือปรับปรุงคุณภาพของสนามให้ดูอยู่เสมอ (King et al., 2000) จากการศึกษาสนามการแข่งขันเบสบอลระดับลีกในสหรัฐอเมริกา ได้มีการสร้างหรือปรับปรุงใหม่เกือบ 100 แห่ง (Siegfried & Zimbalist, 2000) โดยได้มีการออกแบบปรับปรุงและพัฒนาเพื่ออำนวยความสะดวกสบายและสร้างความดึงดูดใจให้แก่ผู้ชมมากยิ่งขึ้น

การเปลี่ยนแปลงของการออกแบบสนามจากสนาม จากสนามที่ใช้ได้อย่างอเนกประสงค์สามารถแข่งขันกีฬาได้หลากหลายชนิด เปลี่ยนมาเป็นสนามกีฬาเฉพาะชนิดเพียงอย่างเดียว และได้สร้างสนามการแข่งขันให้มีความใกล้ชิดผู้เข้าชมมากยิ่งขึ้น (เช่น การไม่มีลู่วิ่งเพื่อให้ที่นั่งติดขอบสนาม) แต่การเปลี่ยนแปลงการออกแบบสนามนี้จะต้องขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างสโมสรกีฬาและผู้สนับสนุนที่จะทำข้อตกลง เพื่อเอื้อประโยชน์ซึ่งกันละกัน โดยจากเปลี่ยนแปลงนี้เป็นเพื่อการเพิ่มยอดจำหน่ายบัตรเข้าชมมากยิ่งขึ้น (Robinson, 1997) ยกตัวอย่าง ทีมเบสบอล San Francisco Giants ที่ได้ย้าย

สนามไปที่แห่งใหม่ในปี ค.ศ. 2000 ทำให้มีผู้เข้าชมเพิ่มมากขึ้นเป็นสองเท่า (Fisher, 2000) ซึ่งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการออกแบบนี้ไม่ได้เฉพาะแค่สนามการแข่งขันเบสบอลเท่านั้น ยังรวมไปถึงสนามการแข่งขันฟุตบอลด้วย เช่น สนาม Paul Brown Stadium ที่มีการออกแบบโดยให้ความสำคัญกับผู้เข้าชม โดยมีการออกแบบให้มีทางเดินเข้าที่กว้างขวางและมีห้องน้ำเพียงพอต่อผู้เข้าชมมากยิ่งขึ้น (Cameron, 2000)

ความแตกต่างของการออกแบบสนามสมัยก่อนและในสมัยปัจจุบัน พบว่า สนามแบบเก่านั้นมักจะมีการออกแบบที่นั่งเป็นแบบม้านั่ง ป้ายบอกคะแนนทำแบบง่ายๆ และสแตนแบบเดี่ยว ในปัจจุบันการออกแบบจึงมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้เข้าชมมากขึ้น ที่นั่งมีเปลี่ยนให้มีที่วางข้อศอก มีเบาะรองและมีที่วางแก้วน้ำเพื่อเพิ่มความสบายระหว่างการรับชม การจัดตั้งร้านจำหน่ายสินค้าและอาหาร การเปลี่ยนป้ายบอกคะแนนเป็นระบบดิจิตอล การออกแบบใหม่เหล่านี้สร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้เข้าชมภายในสนาม (Fink, Trail, & Anderson, 2002)

การออกแบบสนามที่ไม่ดีนั้นจะมีผลกระทบเชิงลบต่อผลกำไรสโมสรกีฬา เนื่องจากอาจขาดรายได้จากการเข้าชม ซึ่งมีผลมาจากบรรยากาศและความน่าสนใจในขณะชมการแข่งขันไม่เป็นที่พึงพอใจ (Cannella, 1999) ยกตัวอย่างทีม Tampa Bay Devil Rays เป็นทีมที่มียอดผู้ชมน้อยที่สุดในลีก อันเป็นผลเนื่องมาจากการออกแบบสนามที่มีลักษณะเหมือนโกดัง (Cannella, 1999)

อิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนามนี้จึงมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมในการรับรู้ถึงการชมเกมการแข่งขัน โดยด้านการทำการตลาดนั้นกล่าวว่า สถานที่จำหน่ายสินค้าหรือสถานที่ให้บริการนั้นจะมีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Kotler, 1973) สภาพแวดล้อมจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการหรือไม่เข้าใช้บริการ และยังมีผลต่อความภักดีของลูกค้า ร่วมทั้งระดับการใช้จ่าย (Bitner, 1992) ยกตัวอย่าง สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น สภาพแวดล้อมบริเวณรอบๆ สภาพการจัดสรรพื้นที่และป้ายต่างๆ องค์ประกอบเหล่านี้จะมีผลต่อความคิดและอารมณ์แก่ลูกค้า (Bitner, 1992; Donovan, Rossiter, Marcoolyn, & Nesdale, 1994; Grossbart, Hampton, Rammohan, & Lapidus, 1990) ซึ่งการจัดการสภาพแวดล้อมต่างๆ เหล่านี้จะเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะเพิ่มความพึงพอใจและดึงดูดความสนใจ จนกลายเป็นการโฆษณาแบบปากต่อปาก ร่วมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์แก่ธุรกิจกับลูกค้าอีกด้วย (Bitner, 1992; Grossbart et al., 1990)

โดยหากกล่าวถึงงานศึกษาสภาพแวดล้อมของสถานกีฬา (Wakefield et al., 1996)ได้กล่าวว่าสภาพแวดล้อมของสถานกีฬาคือ ภูมิทัศน์กีฬา ที่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้เข้าชมในการตัดสินใจเข้าชมหรือเลี่ยงไม่เข้าชมการแข่งขัน และมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเข้าชมเกมการแข่งขัน

(Tomlinson, Buttle, & Moores, 1995) หรือการเพิ่มความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งกีฬา (Freiling, 1997; Hansen & Gauthier, 1989; Hill & Green, 2000; Tomlinson et al., 1995)

3. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape)

ความเป็นมาทางทฤษฎีและการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) ได้รับอิทธิพลมาจากงานศึกษาเรื่อง Servicescape หรือ การรับรู้ภูมิทัศน์บริการ โดยเน้นที่อิทธิพลสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้า และการตอบสนองทางด้านความคิด อารมณ์และความตั้งใจซื้อ (Bitner, 1992) องค์ประกอบหลักของภูมิทัศน์บริการจะประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ (1) สภาพแวดล้อมของสถานบริการ (2) การจัดสภาพของพื้นที่และการใช้งาน และ (3) ป้าย สัญลักษณ์และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆในพื้นที่บริการ โดยส่วนประกอบที่สองและสามอาจเรียกรวมกันได้ว่าเป็น “ การออกแบบและแผนผังภายใน ” Brauer (1992) ได้ระบุถึงเค้าแผนผังและการออกแบบนั้นจะประกอบไปด้วย 5 ด้านได้แก่

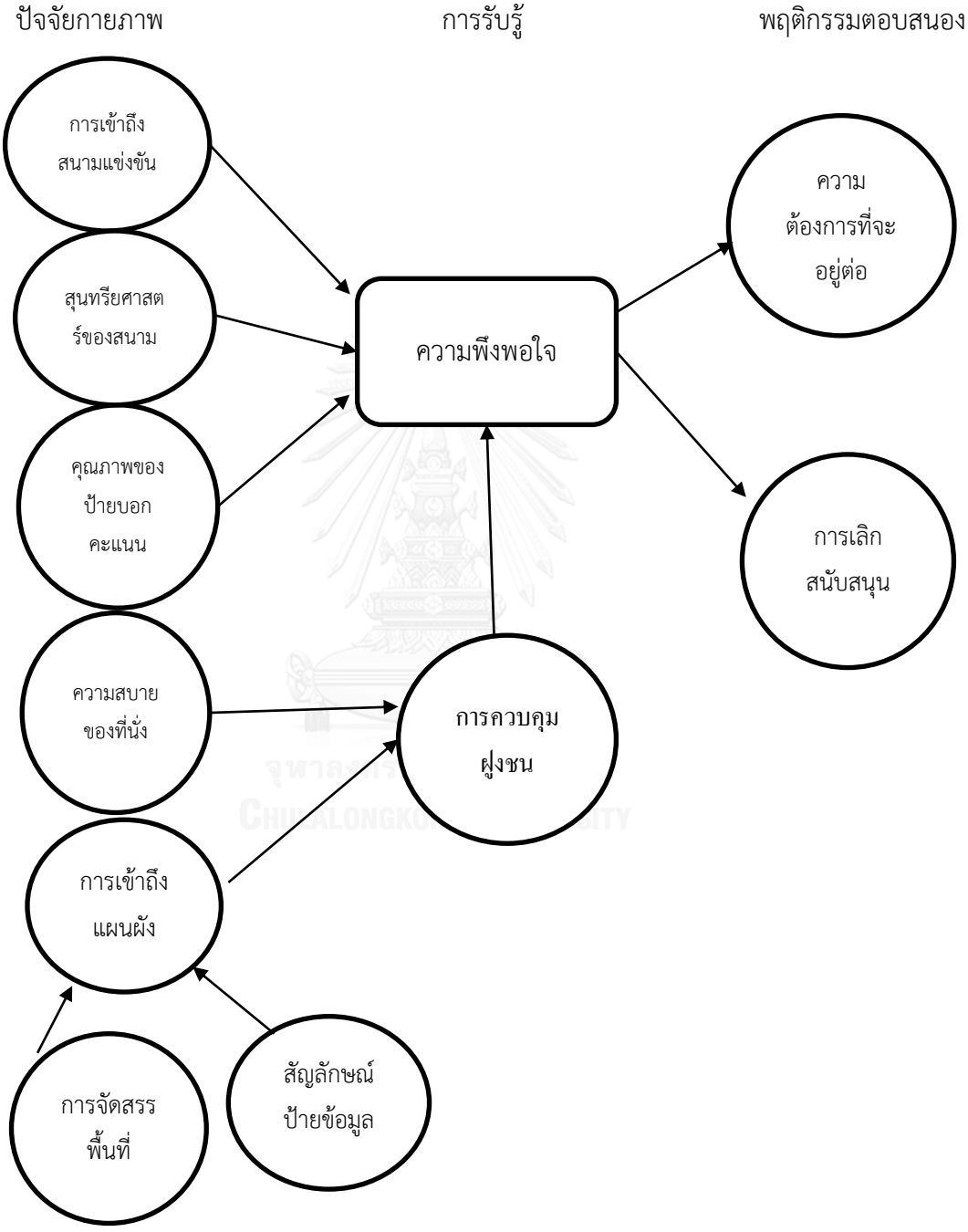
- แผนผัง
- เฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง
- มาตรฐานการตกแต่ง (สี และวัสดุที่ใช้)
- การออกแบบภายใน (สี การตกแต่ง กราฟฟิค ป้าย พื้น การเลือกเฟอร์นิเจอร์)

นอกเหนือจากแผนผังและการออกแบบภายใน การบริหารจัดการสถานที่นั้นยังรวมไปถึงมุมมองของการออกแบบทางสถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์และการออกแบบสถานที่ รวมทั้งสถานที่จอดรถและสุนทรียศาสตร์ของสถาปัตยกรรมตัวอาคาร (Brauer, 1992) ซึ่งองค์ประกอบของภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) อาจพบว่ามีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันเช่นกัน (Wakefield et al., 1996)

Wakefield et al. (1996) เรียกองค์ประกอบเหล่านี้ในสถานกีฬาว่าเป็น “ ภูมิทัศน์กีฬา หรือ Sportscape ” โดยมุ่งที่จะประเมินการรับรู้ของผู้เข้าชมบริเวณพื้นที่โดยบริเวณรอบของสนามแข่งขัน การออกแบบภายในและแผนผัง, การออกแบบภายนอก (เช่น การออกแบบทางสถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์ และการออกแบบสถานที่) ที่อาจส่งผลต่อการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้เข้าชมและมุมมองต่อการเข้าร่วมชมการแข่งขันกีฬา ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ถึงความแออัดหรือความคับแคบในการเข้าถึงพื้นที่ภายในสนามการแข่งขัน ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านของที่นั่ง ระยะห่างที่วางศอก การเข้าถึงแผนผังสถานที่ต่างๆ ภายในสนาม เช่น การเข้าถึงห้องน้ำ ร้านจำหน่ายสินค้าหรือร้านจำหน่ายอาหาร

ปัจจัยเหล่านี้นั้นจะส่งผลต่อทัศนคติผู้ชมในการรับชมเกมจนจบการแข่งขันหรือโอกาสในการกลับเข้ามาชมซ้ำภายในสนาม

ภาพที่ 1 การแสดงองค์ประกอบของภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape)



ภาพที่ 1 การแสดงองค์ประกอบของภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape)

ที่มา: Wakefield et al. (1996)

ภาพที่ 2 เป็นกรอบแนวคิดภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) ของ (Wakefield et al., 1996) โดยมีแนวคิดมาจากภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) (Bitner, 1992) ซึ่งได้กล่าวถึง ปัจจัยกายภาพที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าชม ประกอบไปด้วยสี่ปัจจัย ได้แก่ การเข้าถึงสนามแข่ง, สุนทรียศาสตร์ของสนาม, คุณภาพของป้ายบอกคะแนน และการควบคุมฝูงชนโดยมีปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อม ได้แก่ การจัดสรรพื้นที่และสัญลักษณ์ป้ายข้อมูล ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงการเข้าถึงแผนผังของสนามและมีผลต่อการรับรู้ความแออัดภายในสนาม ซึ่งความพึงพอใจของผู้ชมต่อภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) จะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ชม ทั้งความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่ในสนามจนจบการแข่งขันหรือพฤติกรรมการกลับเข้ามาชมซ้ำอีกครั้ง จากภาพที่ 2. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สรุปได้ดังนี้

1.ความสามารถในการเข้าถึงสนามแข่งขัน (Stadium Access)

ความสามารถในการเข้าถึงสนามกีฬา สถานที่ตั้งของสนาม ระยะทางความใกล้และความสามารถในการเข้าถึงสถานที่จอดรถของสนามกีฬามีจะผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) ผู้เข้าชมโดยส่วนใหญ่นั้นจะไม่อยากใช้เวลามากจนเกินไปในการเดินทางและการหาที่จอดรถหรือการเดินไกลๆจากสถานที่จอดรถเข้าไปยังตัวสนามการแข่งขัน (Wakefield et al., 1996)

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก อิทธิพลปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกล่าวถึง องค์ประกอบด้านที่ตั้งของสนามที่สามารถเดินทางได้อย่างสะดวกจะส่งผลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555 เป็นอย่างมาก (ณัฐวุฒิ พลศรี, 2556)

สำหรับสถานที่จอดรถที่ได้ออกแบบมาเป็นอย่างดีนั้นจะต้องมีทางเข้าออกที่สะดวกสบายในทุกๆเส้นทาง ทั้งทำเลที่ตั้งและการออกแบบที่จอดรถ โดยส่วนมักจะมีทางออกเพียงหนึ่งหรือสองทางเท่านั้น จึงทำให้เกิดการจราจรติดขัดเมื่อเกมการแข่งขันจบลง ตัวอย่างเช่น ผู้ชมในสนามแข่ง Three Rivers Stadium ของ Pittsburgh มีข้อบ่งชี้ว่าอาจมีปัญหาเหล่านี้ ผลลัพธ์ที่ได้คือ ผู้ที่มีความอดทนต่ำหรือติดงานจะเริ่มรู้สึกหงุดหงิดและจะออกจากเกมการแข่งขันก่อน หรืออาจไม่เข้าชมอีกในอนาคต อุบัติเหตุและการทะเลาะโต้แย้งอาจเกิดได้จากการจราจรที่แออัดบริเวณสนาม เพราะผู้ชมอาจละเมิดกฎการจราจรเพื่อไปทางออกก่อน หรือบางคนอาจจอดรถห่างจากสนามแข่งเพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรติดขัด วิธีการนี้อาจช่วยหลีกเลี่ยงปัญหาได้ แต่ก็ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ชมได้ (Wakefield et al., 1996)

ผู้ชมที่ออกจากสนามก่อนจบการแข่งขัน อาจเป็นเพราะเนื่องจากไม่พอใจต่อการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่จอดรถ ซึ่งความไม่พึงพอใจนี้อาจนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สำคัญสองประการดังนี้ คือ ประการที่หนึ่ง ในมุมมองของฝ่ายการบริหารอาจสูญเสียยอดการจำหน่ายบัตรเข้าชมและของที่ระลึก ประการที่สอง ในมุมมองของผู้ชมอาจรู้สึกไม่พอใจจากการที่ต้องออกก่อนเกมจบการแข่งขันเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความแออัดของการจราจรภายในสนาม (Wakefield et al., 1996)

2. ความสุนทรีศาสตร์ของสนาม (Facility Aesthetics)

สุนทรียศาสตร์ของสนาม หมายถึง การออกแบบทางสถาปัตยกรรมและการตกแต่งของภูมิทัศน์กีฬา (Servicescape) จะมีผลต่อความน่าดึงดูดใจของสถานกีฬา ผู้ชมอาจให้ความน่าสนใจในรูปลักษณ์ความสวยงามของสถาปัตยกรรมสนาม และใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจที่จะเดินทางมาสนาม (Kerin, Jain, & Howard, 1992) ตัวอย่างเช่น ผู้ชมเบสบอลใน Cleveland ที่ได้มีการเข้าชมภายสนามแห่งใหม่ Jacobs Field ที่มากยิ่งขึ้น อาจเป็นเพราะเนื่องจากมีทัศนคติเชิงบวกต่อความสวยงามของสนามใหม่ ดังจะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของยอดการจำหน่ายบัตรประจำฤดูกาลและบัตรเข้าชมล่วงหน้า และผู้เข้าชมจะใช้เวลาหลายชั่วโมงไปกับการเดินชมสนามการแข่งขันซึ่งอาจเพิ่มผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบของคุณภาพทางสุนทรียศาสตร์ได้

นอกจากการออกแบบสถาปัตยกรรมของสนามแข่งแล้ว ผู้เข้าชมอาจได้รับอิทธิพลจากการออกแบบสีของตัวสนามและการออกแบบสีของที่นั่ง หากไม่มีการออกแบบสีใดๆ หรือออกแบบสีที่นั่งแบบทึบอาจไม่สร้างความน่าดึงดูดแก่ผู้ชม เมื่อเทียบกับการตกแต่งทาสีด้วยโซนสว่าง (Tom, Barnett, Lew, & Selmants, 1987)

การมีป้ายเครื่องหมาย และแบนเนอร์ประเภทต่างๆ จะเป็นการสีสันและการตกแต่งภายในสนามที่สร้างความสะดุดตาเป็นการช่วยเพิ่มความน่าดึงดูดและความสวยงามให้แก่สนามแข่งขัน โดยผลการศึกษาความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพเรื่องของการออกแบบสีตัวสนามนั้นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน (ณัฐวุฒิ พลศรี, 2556)

3.คุณภาพของป้ายบอกคะแนน (Scoreboard Quality)

ป้ายบอกคะแนน (หรือบางสนามอาจจะแสดงเป็นทีวีมอนิเตอร์แสดงเหตุการณ์ต่างๆของเกมการแข่งขัน) ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งภายในสนามการแข่งขันที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม โดย

สิ่งที่เกิดขึ้นบนป้ายบอกคะแนนเป็นสิ่งสำคัญต่อประสบการณ์ผู้เข้าชมภายในเกมการแข่งขัน เนื่องจากผู้ชมจะต้องสังเกตป้ายบอกคะแนนตลอดการแข่งขัน ผู้ชมภายในสนามอยากที่จะมองเห็นป้ายบอกคะแนนได้อย่างชัดเจน

ในปัจจุบันเทคโนโลยีและการจัดการป้ายบอกคะแนนมีด้วยกันหลากหลายแบบ เช่น ป้ายบอกคะแนนที่ต้องใช้คนเปลี่ยน หรือป้ายบอกคะแนนที่เป็นวีดีโอแบบรุ่นใหม่ (จัดการโดยระบบคอมพิวเตอร์) ซึ่งป้ายบอกคะแนนเหล่านี้อาจจะไม่ได้ถูกใช้เพื่อกระจายข้อมูลเท่านั้น (เช่น บอกคะแนน เวลาและรายชื่อผู้เล่น เป็นต้น) แต่ยังถูกใช้เพื่อความบันเทิง(เช่น การเล่นภาพซ้ำ, ภาพเคลื่อนไหว,การแสดงข่าวกีฬา เป็นต้น) โดยผลการศึกษาของ Wakefield et al. (1996) แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบคุณภาพของป้ายบอกคะแนนที่มีเทคโนโลยีทันสมัยจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมในช่วงระหว่างรอการแข่งขัน ป้ายบอกคะแนนเหล่านี้จะเพิ่มความตื่นเต้นในระหว่างเกมการแข่งขันและยังสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้เข้าชม (Deckard, 1991)

4. ความสะดวกสบายของเก้าอี้นั่ง (Seating Comfort)

ความสะดวกสบายของที่นั่งนั้นจะมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการจัดสรรพื้นที่ และระยะห่างระหว่างที่นั่ง ความไม่สบายของที่นั่งอาจประกอบด้วยกันอยู่สองประการ คือ ประการแรก ที่นั่งอาจนั่งไม่สบาย เนื่องจากการออกแบบ (ม้านั่งแข็งๆไม่มีพนักพิง) หรือสภาพของที่นั่ง (ที่นั่งชำรุดหรือเปียก) ประการที่สอง ที่นั่งอาจนั่งไม่สบาย เนื่องจากความใกล้ชิดกับที่นั่งของผู้อื่น ผู้ชมอาจรู้สึกอึดอัด ถ้าต้องนั่งใกล้กับผู้ชมคนอื่นมากจนเกินไป และการออกแบบระยะที่วางเข่าและศอกที่ไม่เพียงพออาจทำให้ผู้ชมรู้สึกขยับตัวได้ยากจนทำให้รู้สึกแออัด (Cronin, Brady, & Hult, 2000)

การศึกษาของณัฐวุฒิ พลศรี (2556) และ Wakefield et al. (1996) แสดงผลของความสะดวกสบายของที่นั่งนั้นมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเข้าชมและระดับความพึงพอใจของผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขัน การรับรู้ถึงความแออัดของจำนวนที่นั่งมีผลต่อความสบายใจการรับชมเกมการแข่งขัน ที่นั่งที่สบายจะมีพื้นที่ที่เพียงพอและจะช่วยลดความแออัด

5. ความสามารถในการเข้าถึงแผนผัง (Layout Accessibility)

แผนผัง (Layout) ที่มีประสิทธิภาพจะทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงจุดหมายปลายทางภายในสนามที่ต้องการได้ เช่น ที่นั่ง ห้องน้ำ โดยสามารถเข้าถึงสถานที่สำคัญต่างๆภายในสนามได้อย่างสะดวกและไม่สร้างความสับสนให้แก่ผู้เข้าชม แผนผัง (Layout) ที่ไม่มีประสิทธิภาพจะลักษณะที่ยากต่อการเข้าถึง ซึ่งอาจทำให้ผู้ชมรู้สึกถึงความคับแคบและอึดอัดในการจำกัดพื้นที่

ปัญหาในการเข้าถึงอาจเกิดขึ้นเนื่องจากการออกแบบแผนผังของสนาม จุดหมายปลายทางภายในสนามที่ผู้ชมต้องการเข้าถึงบ่อย ได้แก่ ห้องน้ำและพื้นที่บริการต่างๆ สถานที่สำคัญรองลงมาจะเป็นช่องจำหน่ายบัตรเข้าชม ตำแหน่งที่ตั้งของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและร้านจำหน่ายของที่ระลึก โดยจำนวนของสถานที่ ความใกล้ชิด และขนาดของสถานที่เหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงความสะดวกสบายหรือความสามารถในการเข้าถึงแผนผัง ระยะทางการเดินภายในสนามจากร้านค้าที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และความสะดวกต่อการเข้าถึงพื้นที่บริการ การเดินไปเข้าห้องน้ำที่สะดวกอาจเป็นปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ถึงความพึงพอใจได้ หากผู้ชมรับรู้ว่ามีห้องน้ำจำนวนน้อยไปหรือร้านค้าให้บริการน้อยเกินไป ผู้ชมจะรับรู้ถึงความแออัดที่เกิดขึ้น ดังนั้นแผนผัง (Layout) ของสนามกีฬาที่ดีจะช่วยให้เข้าถึงสถานที่ที่ต้องการเหล่านี้ได้อย่างสะดวก และอาจลดการรับรู้ถึงความแออัดของผู้ชม (Wakefield et al., 1996)

6.การจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง (Space Allocation and Wayfing Signage)

ประสิทธิภาพของการออกแบบแผนผังภายในของสนาม คือ การจัดสรรพื้นที่และการจัดการป้ายบอกทางที่ใช้แนะนำการเดินไปยังสถานที่ต่างๆภายในสนามให้แก่ผู้ชมโดยผ่านป้ายสัญลักษณ์ (Bitner, 1992; Brauer, 1992; Gärling, Böök, & Lindberg, 1986) สนามกีฬาบางแห่งโดยเฉพาะสนามกีฬาเก่าๆ อาจจะไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับกับฝูงชนจำนวนมาก พื้นที่ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการคับแคบ พื้นที่สำหรับต่อแถวในการรับบริการอาจไม่เพียงพอ และอาจทำให้ปิดกั้นเส้นทางการเดินภายในสนาม และอาจเกิดความไม่พอใจเมื่อต้องต่อแถวเข้าห้องน้ำมีขนาดเล็กเกินไปหรือมีน้อยเกินไป สถานการณ์เหล่านี้ทำให้ผู้ชมรับรู้ถึงความไม่สะดวกในการเข้าใช้บริการ

นอกจากนี้ทางเดินที่แคบจะทำให้ผู้ชมต้อง เดินโดยก้าวสั้นๆ และอาจเกิดการดันผู้อื่น สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดการรับรู้เชิงลบต่อแผนผังสนาม ในทางกลับกันหากระยะห่างระหว่างแถวที่กว้างทางเดินและทางผ่านที่มีเนื้อที่มากจะทำให้เกิดความพอใจในการเข้าชม ยกตัวอย่างเช่น สนามกีฬา

เบสบอลแห่งใหม่ที่ Baltimore, Cleveland, Denver และ Texas ได้ถูกออกแบบโดยมีพื้นที่รองรับจำนวนผู้เข้าชมน้อยมากกว่า ซึ่งหลังมีการเปลี่ยนแปลงได้มีการจัดสรรพื้นที่เพื่อให้เกิดความกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และยังให้ความสบายทางด้านของที่นั่งที่ให้มีความใกล้ชิดกับสนามมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างบรรยากาศที่อบอุ่น มีความสะดวกสบายและใกล้ชิดกับเกมการแข่งขันมากขึ้น (McCartney, 1994)

สำหรับความสำคัญของป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ยกตัวอย่าง ร้านจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่และมีพื้นที่กว้างขวาง การจัดทำป้ายบอกทางตำแหน่งของสินค้าจะช่วยให้ลูกค้าทราบถึงจุดที่วางสินค้า ซึ่งจะสะดวกต่อการเดินหาสินค้าภายในมากยิ่งขึ้น ซึ่งการมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางที่ชัดเจนจะช่วยเพิ่มความเข้าใจในการเข้าถึงสถานที่ต่างๆของสนามกีฬา โดยป้ายที่นิยมใช้กันคือ “คุณอยู่ที่นี่” เป็นการบอกตำแหน่งปัจจุบันของผู้เข้าชมเพื่อป้องกันความสับสันในการเดินทางภายในสนามที่มีพื้นที่กว้างขวาง อย่างไรก็ตามสิ่งที่ต้องระวังสำหรับการจัดเรียงป้าย คือ การจัดตำแหน่งป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ จะต้องมีความเหมาะสมและชัดเจน มิเช่นนั้นอาจทำให้ผู้ชมเกิดความสับสนได้ (Levinew, Marchon, & Hanley, 1984)

จำนวนและขนาดของป้าย ก็มีส่วนสำคัญในเรื่องการจัดวางป้าย ป้ายลูกศรที่บอกทิศทางของทางที่จะที่นั่ง ห้องน้ำ พื้นที่บริการหรือทางออกจะเป็นประโยชน์อย่างมาก ที่จะไม่สร้างความสับสน เพราะหากผู้เข้าชมต้องเดินหาป้ายบอกทางหรือจุดหมายปลายทางด้วยตัวเองจะสร้างความไม่พึงพอใจแก่ผู้เข้าชม ดังนั้นอาจคาดได้ว่าป้ายบอกทางจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงแผนผังของผู้ชมเพราะป้ายจะช่วยทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าการเข้าถึงแผนผังของสนามกีฬานั้นสะดวกหรือไม่ (Wakefield et al., 1996)

4. ความพึงพอใจของผู้บริโภค

Kotler (1973) ให้คำนิยาม ความพึงพอใจของลูกค้าคือความรู้สึกพอใจหรือผิด ที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพของสินค้าและความคาดหวัง โดยความพึงพอใจของลูกค้านั้นมักจะนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของสินค้าหรือบริการ (Anderson et al., 1994) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพสินค้าหรือบริการนั้นจะมีความแตกต่างกันไปตามตัวของบุคคลและสถานการณ์ (Oliver, 1993) ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีความเชื่อมโยงระหว่าง

คุณภาพและการประเมินหลังการซื้อสินค้าหรือการรับบริการ (Churchill Jr & Surprenant, 1982; Cronin et al., 2000) โดยสามารถอธิบายได้ว่าความพึงพอใจ (หรือความไม่พึงพอใจ) ของผู้บริโภคนั้นเป็นการประเมินหลังการเลือกใช้สินค้าหรือการรับบริการ โดยความพึงพอใจนี้ยังส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการในอนาคตอีกด้วย (Day, 1984)

เหตุผลสำคัญสองประการที่ธุรกิจนำความพึงพอใจของผู้บริโภคมาใช้ในการประเมินคุณภาพของการบริการ ดังนี้ คือ ประการแรก ความพึงพอใจนั้นเป็นประสบการณ์ของผู้บริโภคที่มีความเฉพาะเจาะจง (Oliver, 1993) ขึ้นอยู่กับการรับรู้ตามความเห็นส่วนบุคคล และจะเป็นการประเมินหลังการรับบริการที่ได้รับสูงกว่ามาตรฐานของคุณภาพสินค้า อาจกล่าวได้ว่าการมุ่งศึกษาถึงความต้องการของตัวผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจนั้นนับเป็นองค์ประกอบสำคัญของแนวทางในการทำการตลาด (Patterson, Johnson, & Spreng, 1996)

ประการที่สอง คือ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของการบริการและความตั้งใจทางพฤติกรรม (Anderson et al., 1994; Brady & Robertson, 2001; Cronin et al., 2000) โดยผู้บริโภคจะประเมินถึงคุณภาพการบริการที่นำไปสู่การประเมินความพึงพอใจทางอารมณ์ และการประเมินความพึงพอใจทางอารมณ์นำไปสู่ความตั้งใจซื้อ (Oliver, 1993)

ในด้านของพฤติกรรมบางอย่างพบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความภักดี (Tornow & Wiley, 1991), ความตั้งใจซื้อ(Anderson et al., 1994), ความตั้งใจเข้าร่วมในธุรกิจซ้ำสอง (Boulding et al., 1993), และความตั้งใจในการแนะนำสินค้าและบริการให้ผู้บริโภครายอื่นๆ (Rust & Zahorik, 1993) ผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจจะมีแนวโน้มที่จะมีความภักดี ในขณะเดียวกันผู้บริโภคที่ไม่พึงพอใจก็มีโอกาสที่จะไม่กลับมาใช้บริการมากกว่าผู้บริโภคที่พึงพอใจ (Fornell, 1992; McDougall & Levesque, 2000)

ผลของพฤติกรรมเหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องกับความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ โดยเป็นความสามารถในการเพิ่มรายได้และลดต้นทุน การคงอยู่ของลูกค้าทำให้เกิดความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับลูกค้า ทำให้เกิดรายได้เหนือกว่าการทำธุรกรรมทั่วไป (Reichheld, 1994) สำหรับด้านธุรกิจกีฬา การคงอยู่ของลูกค้า หมายถึง การที่ผู้ชมซื้อบัตรเข้าชมซ้ำ และรวมถึงการที่ผู้ชมที่ไม่ใช่แฟนกีฬาประจำซื้อบัตรเข้าชมหรือซื้อสินค้าปีต่อปี ความตั้งใจซื้อซ้ำ หมายถึง ระดับการใช้จ่ายในการซื้อ

ตั๋วเข้าชมที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้เพิ่มโอกาสที่ผู้ชมจะซื้อสินค้าและบริการอื่นๆด้วย (Reichheld, 1994) การแนะนำผู้อื่นโดยผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปากทำให้เกิดการโฆษณาแบบไม่ต้องเสียค่าโฆษณา (Heskett & Sasser Jr, 2010) นับเป็นการประหยัดต้นทุนในการโฆษณาสินค้า ความพยายามของการทำการตลาดนั้นจึงมุ่งไปที่การเปลี่ยนลูกค้าที่ไม่พึงพอใจให้กลายเป็นลูกค้าที่พึงพอใจ ซึ่งจะช่วยสร้างความประหยัดให้แก่ธุรกิจ

5. ประชากรศาสตร์และความพึงพอใจผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคได้กล่าวถึงอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ได้แก่ ปัจจัย ดังนี้ คือ (1) ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural factors) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ การรับรู้ ค่านิยม ความพึงพอใจและพฤติกรรมต่างๆผ่านทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป (2) ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) ผู้บริโภคยังได้รับอิทธิพลทางสังคมด้วย เช่น ครอบครัว กลุ่มบุคคลทั้งหมดที่มีผลต่อทัศนคติความคิดและพฤติกรรม เช่น เพื่อนที่โรงเรียน เพื่อนร่วมงาน (3) ปัจจัยบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจและพฤติกรรมจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้วย เช่น ช่วงอายุ อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต (ปรางทิพย์ ยุวานนท์, 2552) ด้วยเหตุนี้การทำการตลาดของธุรกิจจึงต้องแยกกลุ่มตามประชากรศาสตร์จะประกอบไปด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา การระบุลักษณะของประชากรศาสตร์นั้นจะช่วยในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)

สรุปความเชื่อมโยงความพึงพอใจของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้จ่าย หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในสินค้า จะส่งผลที่ดีต่อการทำกำไรและยอดขายในระยะยาว (Bernhardt, Donthu, & Kennett, 2000; Kerin et al., 1992) โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดและความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังนั้น ธุรกิจกีฬาจำเป็นที่จะต้องแบ่งแยกลักษณะหรือคุณสมบัติที่แตกต่างกัน เช่น อายุ เพศ พื้นฐานการศึกษา หากรู้ความต้องการของแต่ละกลุ่มได้มากก็จะสามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจในการเข้าชมภายในสนาม มีแนวโน้มทางพฤติกรรมของผู้เข้าชมที่จะตามมาคือ การกลับเข้ามาชมซ้ำ, พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่มากขึ้น (Reichheld, 1994)

6. มาตรฐานสนามการแข่งขันฟุตบอลระดับ A-Class

สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชียกำหนดข้อมาตรฐานของสนามการแข่งขันฟุตบอลที่เข้าร่วมแข่งขันฟุตบอลสโมสรระดับเอเชียต้องผ่านมาตรฐานระดับ A-Class สโมสรแต่ละทีมต้องผ่านมาตรฐานเกณฑ์ต่างๆที่กำหนด เกณฑ์ด้านกีฬา, เกณฑ์ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล, เกณฑ์ด้านกฎหมาย, เกณฑ์ด้านการเงินการบัญชี และเกณฑ์ด้านโครงสร้างสนาม

สำหรับมาตรฐาน A-Class กำหนดความจุของสนามไม่ต่ำกว่า 5,000 ที่นั่งแสงสว่างที่ใช้ในการแข่งขันต้องไม่ต่ำกว่า 1,200 ลักซ์ ห่างจากสนามบินนานาชาติไม่เกิน 200 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 2.30 ชั่วโมง และมีเกณฑ์ด้านโครงสร้างอื่นๆ ดังนี้ (สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย, 2559)

1.) ต้องมีใบอนุญาตสิ่งปลูกสร้างสนามแข่งขัน

2.) สภาพของพื้นสนามและขนาดตัวสนามต้องได้การรับรองมาตรฐานฟีฟ่า

3.) อัฒจันทร์ที่มีหลังคามากกว่าหนึ่งในสามของจำนวนที่นั่ง

4.) ความปลอดภัยที่สอดคล้องกับกฎหมายต่างประเทศ

5.) ห้องควบคุมภายในสนามแข่งขัน และห้องสื่อมวลชนที่สะดวกต่อการทำงาน

6.) แผนการเคลื่อนย้ายมวลชนฉุกเฉิน

7.) ห้องปฐมพยาบาล

8.) สนามซ้อมต้องใช้ได้ตลอดทั้งปี

9.) จุดเฉพาะสำหรับการถ่ายทอดสด

10.) ที่นั่งสำหรับแขกพิเศษและแยกห้องสังสรรค์

11.) ห้องตรวจสารกระตุ้น

12.) ห้องแต่งตัวนักกีฬาและผู้ตัดสิน

13.) สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการผู้ชม

จะเห็นได้ว่ามาตรฐานของสนามฟุตบอลระดับ A-Class มีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดเรื่องภูมิทัศน์กีฬาของ (Wakefield et al., 1996) โดยความเชื่อมโยงมาตรฐานกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ คือ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1.) ด้านของสถานที่ตั้งและการเข้าถึง ระยะห่างของสถานที่ตั้งของสนามการแข่งขันต้องไม่ห่างจากสนามบินเกิน 200 กิโลเมตรและใช้เวลาไม่เกิน 2.30 ชั่วโมง และเกณฑ์มาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ชม ดังนี้

2.) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่นั่งต้องมีการแบ่งฝั่งผู้เข้าชม โดยที่นั่งต้องมีความแข็งแรง วัสดุที่ใช้ต้องไม่แตกหักและไม่เป็นวัตถุไวไฟ ความสูงของพนักพิงไม่ต่ำกว่า 30 เซนติเมตรเมื่อวัดจากที่นั่ง

3.) การออกแบบประตูทางเข้าหรือทางเข้าแบบแกนหมุนจะต้องระบายฝูงชนได้อย่างราบรื่น และทางเดินเข้าสู่สนามต้องทาสีสว่าง ประตูทางเข้าทุกทางต้องตรงเข้าสู่สนามการแข่งขัน

4.) ต้องบริการห้องน้ำแบบที่นั่งสำหรับผู้ชมทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยอัตราส่วนห้องน้ำแบบที่นั่ง 1 ห้องต่อผู้ชม 200 คน และโถปัสสาวะ 1 ที่ต่อผู้ชม 125 คน

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่ากรอบแนวคิดภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพของสนามการแข่งขันฟุตบอลระดับ A-Class ที่ได้กำหนดเกณฑ์ของสนามที่เข้าร่วมการแข่งขันระดับเอเชียทั้งด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม, ความสะดวกสบายและคุณภาพของที่นั่งและการออกแบบแผนผังในการรองรับจำนวนผู้เข้าชม ดังนั้นสโมสรต้องมีความเตรียมพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามที่ดีและมีมาตรฐานสากล

สนามของสโมสรที่เข้าร่วมการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 มีสนามที่ผ่านประเมินมาตรฐานระดับ A-Class มีด้วยกัน 7 สนาม คือ สนามไอ-โมบาย สเตเดี้ยม, เอสซีจี สเตเดี้ยม, ลีโอ สเตเดี้ยม, ชลบุรี สเตเดี้ยม, สนามกีฬากลางจังหวัดสุพรรณบุรี, สนามมิตรผล สเตเดี้ยม, สนามฟุตบอลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และสนามที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานประกอบด้วยกัน 11 สนาม คือ สนามบุญยะจินดา, ยูไนเต็ด สเตเดี้ยม, สนามกีฬาการท่าเรือแห่งประเทศไทย, เอ็มพาวเวอร์ สเตเดี้ยม , สนามเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา, สนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา, สนามกีฬากลางจังหวัดศรีสะเกษ, สนามกีฬาหนองปรือ, สนามกีฬากองทัพเรือ(สนามกีฬาราชนาวี สัตหีบ), สนามอุบล ยูเอ็มที สเตเดี้ยม, สนามทุ่งทะเลหลวง

เนื่องด้วยความแตกต่างมาตรฐานของสนามฟุตบอลที่ผ่านและไม่ผ่านการรับรองระดับ A-Class งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามทั้งสองกลุ่มที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

การศึกษาวิจัยภายในประเทศที่มุ่งเน้นถึงปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามกีฬานั้นยังไม่ได้รับการศึกษามากนัก โดยการศึกษาที่ผ่านมาจะศึกษาถึงความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของสถานกีฬาทั้ง 7 ด้าน คือ 1. ด้านสินค้า(Product) 2. ด้านราคา(Price) 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 4. ด้านบุคคล(People) 5. ด้านกระบวนการ (Process) 6. ด้านการเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) 7.ด้านสถานที่ (Place) ซึ่งการศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นจะเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่(Place) โดยยังไม่พบงานศึกษาที่มุ่งเฉพาะถึงความพึงพอใจปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของสนามกีฬาที่ให้บริการแก่ผู้เข้าชมการแข่งขัน

ยกตัวอย่างงานศึกษาของสิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ (2550) และปรามศึก หวลประไพ (2558) ได้ศึกษาความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก และเปรียบเทียบความต้องการทางการตลาดของผู้ชมเพศชายและเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ซึ่งผลการศึกษาทั้งสองที่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก แสดงถึงความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่ให้บริการของสโมสรนั้นควรมีสนามประจำของสโมสรที่ได้รับมาตรฐาน และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสนามกีฬานั้นเป็นสิ่งที่ผู้ชมให้ความสำคัญซึ่งจะส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก

นอกจากการศึกษาความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกแล้ว ธนานันท์ วรสาร (2555) ยังได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมและเชียร์การแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่านอกจากปัจจัยของเกมการแข่งขันที่สนุกสนาน เกมการแข่งขันที่มีมาตรฐานและอรรถรสจากการได้เข้าชมบรรยากาศการแข่งขันจริงภายในสนาม ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังสนามก็นับมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยของประชาชนอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย

การศึกษาของธนานันท์ วรสาร (2555) มีผลการศึกษาไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของณัฐวุฒิ พลศรี (2556) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ

ไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555 โดยใช้กลุ่มตัวตัวอย่างจาก 10 สโมสร ซึ่งปัจจัยที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้ คือ ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน ปัจจัยปฏิสัมพันธ์ ปัจจัยกิจกรรมบันเทิง และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกเหล่านี้ สามารถบอกแนวโน้มพฤติกรรมการกลับเข้ามาชมเกมการแข่งขันอีก การแนะนำและบอกต่อ การติดตามข่าวสารทางสโมสร การซื้อสินค้าของที่ระลึก และการเข้าร่วมกิจกรรมกับสโมสรได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

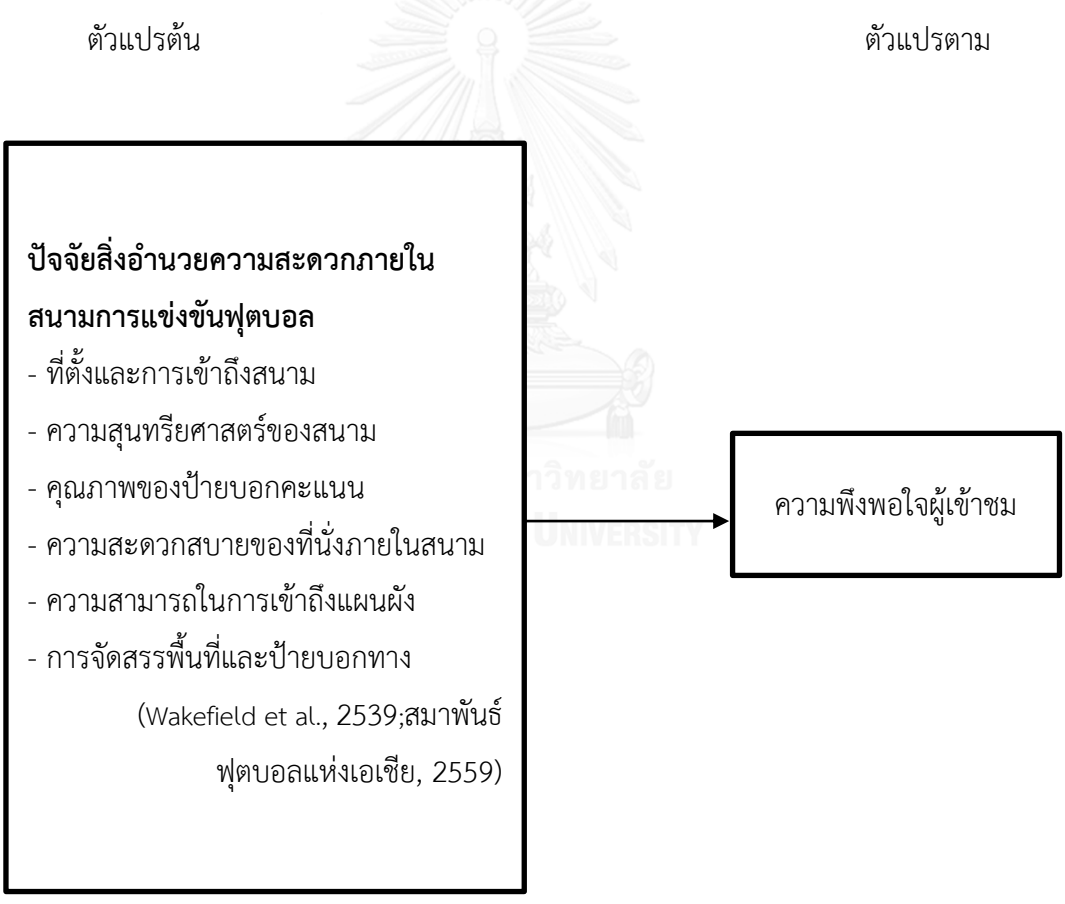
งานศึกษาของ Wakefield et al. (1996) ได้ศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนามการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าชมและการกลับเข้าชมซ้ำ โดยนำเสนอแบบประเมินความพึงพอใจต่อภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันลีกเบสบอลและการแข่งขันอเมริกันฟุตบอลอย่างน้อยสองครั้ง โดยผลสรุปการศึกษาแสดงถึงปัจจัยที่มีผลนัยความสำคัญต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือเรื่องของความแออัดและการเข้าถึงพื้นที่ในตัวสนามแข่งขัน สำหรับปัจจัยด้านความสบายของที่นั่งและการเข้าถึงแผนผังสถานที่สำคัญภายในสนาม เช่น การเดินเข้าห้องน้ำหรือร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม อาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เวลาภายในสนามที่น้อยลงและอาจไม่กลับเข้าชมอีกในอนาคต

การศึกษาของ Wakefield et al. (1996) และ Fernandes and Neves (2014) มีความสอดคล้องถึงการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ภูมิทัศน์ทางกีฬา ที่ได้ศึกษาการจัดการภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) ในการเพิ่มมูลค่าประสบการณ์แก่ลูกค้าที่เข้าใช้บริการ กรณีศึกษา Dragon Football Stadium วัตถุประสงค์งานวิจัยชิ้นนี้เพื่อทำความเข้าใจถึงบทบาทและหน้าที่ของสภาพแวดล้อมในการบริการ โดยมุ่งไปถึงประสบการณ์ของผู้เข้าชมการแข่งขันภายในสนาม Dragon Football Stadium ใช้องค์ประกอบของภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) ในการประเมินถึงอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้เข้าชม ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด 349 ฉบับในช่วงระหว่างการแข่งขันฟุตบอลลีกโปตุเกสที่สนามการแข่งขัน Dragon Football Stadium ผลสรุปการศึกษาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) นั้นมีส่วนในการสร้างมูลค่ากับการรับชมเกมการแข่งขันภายในสนาม ทั้งในด้านการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก และความสะดวก

ในการเข้าถึงแผนผังสนามนับเป็นปัจจัยสำคัญ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านความสะอาด, อุปกรณ์การให้บริการที่ทันสมัย และความสวยงามของสนาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วยแนวคิดความพึงพอใจของผู้ชมกีฬา ทฤษฎีการจัดการสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา การประเมินอิทธิพลของสถานกีฬาที่มีต่อประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการของผู้ชม แนวคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) และเกณฑ์มาตรฐานสนามของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว นำมาสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ดัง



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 กำหนดรายละเอียดและขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แนวทางการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการศึกษา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล ตำราเอกสารทางวิชาการ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทางในการศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าชมเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอล

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกในสนาม ฤดูกาล 2560 ทั้ง 18 สนามการแข่งขันฟุตบอลแต่ไม่สามารถระบุถึงจำนวนประชากรได้

รายชื่อสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ดังนี้

<u>สนามที่ผ่านมาตรฐาน A-Class</u>

1.) สนามไอ-โมบาย สเตเดี้ยม

2.) สนามเอสซีจี สเตเดี้ยม

3.) สนามลีโอ สเตเดี้ยม

4.) สนามชลบุรี สเตเดี้ยม

5.) สนามกีฬากลางจังหวัดสุพรรณบุรี

6.) สนามมิตรผลสเตเดี้ยม

7.) สนามฟุตบอลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

<u>สนามที่ไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class</u>

1.) สนามอุบล ยูเอ็มที สเตเดี้ยม

2.) สนามยูไนเต็ด สเตเดี้ยม

3.) สนามกีฬาการท่าเรือแห่งประเทศไทย

4.) สนามเอ็มพาวเวอร์ สเตเดี้ยม

5.) สนามเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา

6.) สนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

7.) สนามกีฬากลางจังหวัดศรีสะเกษ

8.) สนามกีฬาหนองปรือ

9.) สนามกีฬากองทัพเรือ (สนามกีฬาราชนาวี สัตหีบ)

10.) สนามบุญยะจินดา

11.) สนามทุ่งทะเลหลวง

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่ไม่แน่นอนและกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) สูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

แทนค่า n หมายถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e หมายถึง ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z แทนค่า ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

ถ้าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Z = 1.96

การศึกษากำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5% (0.05) แทนค่าขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

= 384.16 หรือ 385

จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 385 คน ทั้งนี้ได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 480 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้มากยิ่งขึ้น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือผู้เข้าชมภายในสนามแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป โดยทำการเก็บข้อมูลภายในสนามช่วงพักครึ่งของการแข่งขัน

ภาพที่ 3 แสดงการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

รายละเอียดการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 นำรายชื่อสนามฟุตบอลของสโมสรที่เข้าการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 จำนวน 18 สนาม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ สนามที่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class และสนามที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 สนามที่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class ได้แก่ 1.) สนามไอ-โมบาย สเตเดี้ยม 2.) สนามเอสซีจี สเตเดี้ยม 3.) สนามลีโอ สเตเดี้ยม 4.) สนามชลบุรี สเตเดี้ยม 5.) สนามกีฬากลางจังหวัดสุพรรณบุรี 6.) สนามมิตรผล สเตเดี้ยม 7.) สนามฟุตบอลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กลุ่มที่ 2 สนามที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class ได้แก่ 1.) สนามอุบล ยูเอ็มที สเตเดี้ยม 2.) สนามยูไนเต็ด สเตเดี้ยม 3.) สนามกีฬาการท่าเรือแห่งประเทศไทย 4.) สนามเอ็มพาวเวอร์ สเตเดี้ยม 5.) สนามเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 6.) สนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา 7.) สนามกีฬากลางจังหวัดศรีสะเกษ 8.) สนามกีฬาหนองปรือ 9.) สนามกีฬากองทัพเรือ (สนามกีฬาราชนาวีสัตหีบ) 10.) สนามบุญยะจินดา 11.) สนามทุ่งทะเลหลวง

ขั้นที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก กลุ่มละ 5 สนาม เพื่อศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลที่ผ่านและยังไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class โดยมีรายชื่อ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 สนามที่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class จำนวน 5 สนาม ได้แก่ 1.) สนามเอสซีจี สเตเดี้ยม 2.) สนามลีโอ สเตเดี้ยม 3.) สนามกีฬากลางจังหวัดสุพรรณบุรี 4.) สนามฟุตบอลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รังสิต 5.) สนามชลบุรี สเตเดี้ยม

กลุ่มที่ 2 สนามที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class จำนวน 5 สนาม ได้แก่ 1.) สนามกีฬาการท่าเรือแห่งประเทศไทย 2.) สนามเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 3.) สนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา 4.) สนามเอ็มพาวเวอร์ สเตเดี้ยม 5.) สนามบุญยะจินดา

โดยทำการเก็บข้อมูลภายในสนามการแข่งขันฟุตบอล ในช่วงระหว่างพักครึ่งของการแข่งขัน ทำการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ

ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการวิจัย

1.) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอล

2.) สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลโดยประกอบด้วยกัน 6 ด้าน ดังนี้ คือ ได้แก่ ด้านความสามารถในการเข้าถึงสนาม ด้านความสุนทรียศาสตร์ คุณภาพของป้ายบอกคะแนน ด้านความสะดวกสบายของเก้าอี้ที่นั่ง ด้านความสามารถในการเข้าถึงแผนผัง และด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง

3.) นำแบบสอบถามไปตรวจสอบหาความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยได้ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา IOC=0.99 และนำมาปรับปรุงให้ถูกต้องและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น และหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลภายในสนามแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตร Alpha Coefficient ของ Cronbach มีค่าความเชื่อมั่น r=0.97

4.) นำโครงร่างวิทยานิพนธ์และแบบสอบถามเข้าสู่กระบวนการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

5.) ดำเนินการเก็บข้อมูล

6.) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าสถิติและรายงานผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.) ติดต่อขอหนังสือแนะนำตัวเพื่อขอความร่วมมือในการทำวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถึงสโมสรฟุตบอลที่ทำการศึกษาเพื่อที่จะเข้าทำการเก็บข้อมูล

2.) จัดเตรียมแบบสอบถามให้พร้อมเพื่อทำการเก็บข้อมูล และมีเลขกำกับสนามฟุตบอลที่ทำการเก็บข้อมูลงานศึกษาวิจัย

3.) นำเครื่องมือหรือแบบสอบถาม ชี้แจ้งวัตถุประสงค์งานศึกษาวิจัย โดยมีผู้วิจัยและผู้ช่วย จำนวน 1 คน ที่ได้ผ่านการอบรมให้มีความเข้าใจและมีมาตรฐานเดียวกันก่อนทำหน้าที่ ทำการเก็บข้อมูล โดยทำการเก็บข้อมูลภายในสนามระหว่างพักครึ่งของการแข่งขัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้เครื่องมือแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง โดยใช้มาตรวัดความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณสนามกีฬาของ Wakefield et al. (1996) และทบทวนเกณฑ์มาตรฐานสนามการแข่งขันของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย เพื่อนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อสร้างแบบสอบถามที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ชม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจเชิงรายการ (Check List) ประกอบด้วยเพศและอายุ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้ชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอล เป็นการให้คะแนนแบบ Likert Scale เป็นการประเมินระดับการรับรู้ความพึงพอใจได้อย่างชัดเจนโดยให้คะแนนเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอล โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน โดยแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ความพึงพอใจมากที่สุด ความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจน้อย และความพึงพอใจน้อยที่สุด ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ความพึงพอใจมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ความพึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ย เพื่อใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแต่ละระดับความพึงพอใจ จัดช่วงดังนี้

$$\text{การจัดช่วง (Interval)} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

4.12 – 5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	ความพึงพอใจมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ความพึงพอใจปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจโดยรวมของสนามการแข่งขันฟุตบอล เป็นการให้คะแนนแบบ Likert Scale ประเมินระดับความพึงพอใจโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ความพึงพอใจมากที่สุด ความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจน้อย และความพึงพอใจน้อยที่สุด ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ย เพื่อใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแต่ละระดับความพึงพอใจ จัดช่วงดังนี้

$$\text{การจัดช่วง (Interval)} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

4.12 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับจากการเก็บรวบรวมข้อมูล นำแบบสอบถามมาให้คะแนนลงรหัส จากนั้นไปวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผล โดยสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและอายุ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์โดยการแจกแจงเป็นความถี่ ค่าร้อยละ และการทดสอบความพึงพอใจระหว่างเพศชายและเพศหญิง มีสูตรดังนี้

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{f(100)}{n}$$

เมื่อ P แทน ร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์

f แทน ความถี่หรือจำนวนที่ต้องการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

1.2 การค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 สถิติที่นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

2.1 สถิติทดสอบความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

เป็นการศึกษาหาความสัมพันธ์ของตัวแปรตาม (Y) และตัวแปรอิสระ (X) ที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจะต้องหาค่าสัมประสิทธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficient) เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ

เงื่อนไขในการวิเคราะห์ความถดถอยพหุ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

1. ความคาดเคลื่อน(e) ต้องเป็นตัวแปรสุ่มและมีการแจกแจงแบบปกติ
2. ค่าเฉลี่ยของความคาดเคลื่อนเป็นศูนย์ คือ E(e) = 0
3. ค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ที่ไม่ทราบค่า Var (e) =
4. ค่าความคลาดเคลื่อน i$(e)_i$ และค่าความคลาดเคลื่อน $j(e_j)$ เป็นอิสระต่อกัน ; i ≠ j
5. ตัวแปรอิสระ $(X_i$ และ $X_j)$ จะต้องเป็นอิสระต่อกัน

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของประชากร

Y = $a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \ldots + \beta_k X_k + e_i$

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของกลุ่มตัวอย่าง

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \ldots + \beta_kX_k$$

เมื่อ Y แทน ความพึงพอใจของผู้เข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก

$b_1, b_2, \ldots, b_k$ แทน ค่าน้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์ถดถอยของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก

X_1 แทน ความพึงพอใจด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม

X_2 แทน ความพึงพอใจด้านความสุนทรียศาสตร์ของสนาม

X_3 แทน ความพึงพอใจด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน

X_4 แทน ความพึงพอใจด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง

X_5 แทน ความพึงพอใจด้านความสามารถในการเข้าถึงแผนผัง

X_6 แทน ความพึงพอใจด้านการจัดสรรพื้นที่และการแสดงป้ายบอกทาง

เมื่อ α และ a เป็นจุดตัดแกน Y ของสมการ หรือค่าของ Y เมื่อตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าเท่ากับศูนย์และเมื่อ β และ b เป็นสัมประสิทธิ์ถดถอย (Partial regression coefficient) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว การเปลี่ยนแปลงค่าตามตัวแปรตาม (Y) เมื่อตัวแปรอิสระเปลี่ยนไป 1 หน่วย ตัวแปรอิสระอื่นมีค่าคงที่

ค่าสัมประสิทธิ์ a และ b มีสูตรดังนี้

$$Y = Y - b_1X_1 + b_2X_2 + \ldots + b_kX_k$$

โดยในการทดสอบสมมติฐานปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลทำโดยการดูค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significant Level) ที่กำหนดไว้ระดับ .05 หากพบว่าค่าความน่าจะเป็น (ค่า p) ของปัจจัยนั้นต่ำกว่าที่กำหนดไว้(.05)แสดงว่าปัจจัยนั้นมีผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม และหากค่า β มีผลเป็นบวกแสดงถึงความมีนัยสำคัญ เป็นการสนับสนุนสมมติฐานปัจจัยนั้นจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชม

3. การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และสรุปเป็นค่าความถี่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ได้ดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าชมภายในสนาม จำนวน 480 คน และนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล โดยผลการวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ชม จำแนกตามเพศและอายุ โดยใช้การแจกแจงเป็นความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2560 ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถในการเข้าถึงสนาม ด้านความสุนทรียศาสตร์ของสนาม ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน ด้านความสะดวกสบายของที่นั่งภายในสนาม ด้านการเข้าถึงแผนผังของสนาม ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้เข้าชมการแข่งขันไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ (n=480)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าชม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	303	63.1
หญิง	177	36.9
รวม	480	100

จากตารางที่ 2 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมด 480 คน โดยประกอบไปด้วยเพศชายจำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 63.1 และเพศหญิงจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9

ตาราง 3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มอายุ (n=480)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าชม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
20 – 30 ปี	176	36.7
31 – 40 ปี	162	33.8
41 – 50 ปี	106	22.1
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	36	7.5
รวม	480	100

จากตารางที่ 3 แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 480 คน แบ่งเป็นช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และช่วงอายุที่มากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2560

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้เข้าชมไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2560 ทั้ง 6 ด้าน (n=480)

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม	3.58	0.63	มาก
ด้านความสุนทรียศาสตร์ของสนาม	3.55	0.69	มาก
ด้านคุณภาพป้ายบอกคะแนน	3.58	0.69	มาก
ด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง	3.72	0.64	มาก
ด้านการเข้าถึงแผนผังสนาม	3.48	0.65	มาก
ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง	3.52	0.72	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.72	0.74	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้เข้าชมไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2560 พบว่า ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการ

แข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกทั้ง 6 ด้าน ของผู้เข้าชมภายในสนามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 5 แสดงความพึงพอใจของสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2560 ระหว่างสนามที่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class และยังไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class (n=480)

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนาม	สนามที่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class			สนามที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม	3.75	0.62	มาก	3.40	0.59	ปานกลาง
ด้านความสุนทรียศาสตร์ของสนามฟุตบอล	3.76	0.63	มาก	3.47	0.74	มาก
ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน	3.69	0.66	มาก	3.46	0.70	มาก
ด้านความสะดวกสบายของที่นั่งภายในสนาม	3.80	0.66	มาก	3.65	0.61	มาก
ด้านการเข้าถึงแผนผังของสนาม	3.58	0.64	มาก	3.38	0.65	ปานกลาง
ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง	3.68	0.68	มาก	3.36	0.73	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยภาพรวม	3.87	0.71	มาก	3.57	0.74	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงความพึงพอใจของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกของสนามที่ผ่านมาตรฐาน A-Class มีระดับความพึงพอใจทุกด้านที่อยู่ในระดับมาก ส่วนสนามที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class มีระดับความพึงพอใจ ดังนี้ ระดับมาก ได้แก่ ด้านความสุนทรียศาสตร์ ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน ด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง และระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านที่ตั้งและการเข้าถึง ด้านการเข้าถึงแผนผัง ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจด้านปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามของผู้เข้าชมการแข่งขันไทยแลนด์พรีเมียร์ ฤดูกาล 2560 โดยจำแนกตามข้อ

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนาม	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม					
- สถานที่ตั้งของสนามฟุตบอลสะดวกต่อการเดินทาง	1	5	3.83	0.759	มาก
- สถานที่จอดรถเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าชม	1	5	3.50	0.879	มาก
- ความสะดวกของสถานที่จอดรถภายในสนาม	1	5	3.45	0.836	มาก
- การเดินทางออกจากสนามสามารถทำได้อย่างสะดวก	1	5	3.55	0.776	มาก
ด้านความสุนทรียศาสตร์ของสนามฟุตบอล					
- การออกแบบสีของสนามฟุตบอลดึงดูดท่านในการเข้าชมการแข่งขัน	1	5	3.62	0.789	มาก
- การออกแบบรูปทรงภายนอกของสนามดึงดูดท่านในการเข้าชมการแข่งขัน เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยมของตัวสนาม	1	5	3.61	0.803	มาก
- การตกแต่งภายในสนามดึงดูดท่านในการเข้าชม เช่น วัสดุตกแต่งภายในสนาม	1	5	3.51	0.820	มาก
- การตกแต่งบริเวณรอบนอกของสนามดึงดูดท่านในการเข้าชม เช่น การตกแต่งสัญลักษณ์สโมสรบริเวณหน้าทางเข้าสนาม	1	5	3.49	0.840	มาก
ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน					
- ป้ายบอกคะแนนแสดงผลได้อย่างชัดเจน	1	5	3.83	0.889	มาก
- ป้ายบอกคะแนนแสดงสถิติที่น่าสนใจ	1	5	3.45	0.877	มาก
- ป้ายบอกคะแนนฉายสิ่งบันเทิง	1	5	3.42	0.839	มาก
- คุณภาพของป้ายบอกคะแนนโดยภาพรวม	1	5	3.62	0.796	มาก
ด้านความสะดวกสบายของที่นั่งภายในสนาม					
- ระยะช่องว่างระหว่างที่นั่งด้านหน้าและด้านหลัง	1	5	3.68	0.763	มาก
- ระยะช่องว่างระหว่างที่นั่งติดกัน	1	5	3.68	0.776	มาก
- ที่นั่งมีขนาดเหมาะสม	1	5	3.78	0.790	มาก
- ความสบายของที่นั่ง	1	5	3.69	0.783	มาก
- การจัดพื้นที่บริเวณพื้นที่นั่ง	1	5	3.72	0.763	มาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

- การถ่ายเทอากาศของบริเวณที่นั่ง	1	5	3.81	0.790	มาก
ด้านการเข้าถึงแผนผังของสนาม					
- การออกแบบแผนผังสนามมีความสะดวกในการเข้าถึงที่นั่งผู้ชม	1	5	3.64	0.773	มาก
- การออกแบบแผนผังของสนามมีความสะดวกในการเดินไปห้องน้ำ	1	5	3.49	0.786	มาก
- การออกแบบแผนผังสนามมีความสะดวกต่อการเดินไปร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	1	5	3.43	0.824	มาก
- การออกแบบทางออกฉุกเฉิน	1	5	3.37	0.857	ปานกลาง
ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง					
- การจัดสรรพื้นที่ภายในสนามมีความกว้างขวางเพียงพอต่อการรองรับผู้เข้าชม	1	5	3.64	0.832	มาก
- ความกว้างของทางเดินภายในสนาม	1	5	3.60	0.854	มาก
- ป้ายสัญลักษณ์แสดงการเดินไปสถานที่ต่างๆ ภายในสนามแข่งขัน เช่น ห้องน้ำ ร้านค้า ได้อย่างถูกต้อง	1	5	3.40	0.893	ปานกลาง
- ป้ายสัญลักษณ์แสดงเห็นได้อย่างชัดเจน	1	5	3.44	0.865	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงค่าความพึงพอใจของผู้เข้าชมภายในสนามเมื่อแจกแจงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแยกเป็นรายข้อคำถามจะพบว่าความพึงพอใจจะอยู่ระดับมาก ยกเว้นข้อคำถาม การออกแบบทางฉุกเฉิน และป้ายสัญลักษณ์แสดงการเดินไปสถานที่ต่างๆภายในสนาม ที่อยู่ในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2560 ทั้ง 6 ด้านมีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมภายในสนาม ได้ทำการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์เชิงถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สรุปตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับ (Adjusted R^2) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างความพึงพอใจด้านต่างๆ โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

Model	R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate
Enter	.805	.648	.644	.442

Predictors: (Constant), X_5, X_1, X_2, X_4, X_3, X_6

จากตารางที่ 7 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.805 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) มีค่า 0.648 แสดงว่าตัวแปรปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม (X_1) ด้านความสุนทรียศาสตร์ (X_2) ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน (X_3) ด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง (X_4) ด้านความสามารถในการเข้าถึงแผนผัง (X_5) ด้านการจัดสรรพื้นที่และการแสดงป้ายบอกทาง (X_6) สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้เข้าชมได้ร้อยละ 64.80 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์มีค่าเท่ากับ 0.442

ตารางที่ 8 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างความพึงพอใจด้านต่างๆที่มีต่อความพึงพอใจรวม

Source of variation	SS	df	MS	F	p
Regression	170.975	6	28.496	145.443	.000
Residual	92.673	473	.196		
Total	263.648	479			

* ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (*p < .05)

จากตารางที่ 8 พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (ค่า p) น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม (X_1) ด้านความสุนทรียศาสตร์ (X_2) ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน(X_3) ด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง

(X_4) ด้านความสามารถในการเข้าถึงแผนผัง (X_5) ด้านการจัดสรรพื้นที่และการแสดงป้ายบอกทาง (X_6) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขัน

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์ความพึงพอใจของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนาม	β	Std. Error	p
ด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม (X_1)	0.084	0.040	0.016*
ด้านความสุนทรียศาสตร์ของสนามฟุตบอล (X_2)	0.090	0.040	0.016*
ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน (X_3)	0.100	0.041	0.009*
ด้านความสะดวกสบายของที่นั่งภายในสนาม (X_4)	0.229	0.044	0.000*
ด้านการเข้าถึงแผนผังของสนาม (X_5)	0.186	0.052	0.000*
ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง (X_6)	0.291	0.047	0.000*

* ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (*p < .05)

จากตารางที่ 9 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในรูปของคะแนนมาตรฐาน (β) และคะแนนดิบ (b) มีค่าเป็นบวก ตั้งแต่ 0.090 ถึง 0.291 และ 0.096 ถึง 0.297 ตามลำดับ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามที่มีค่าทางบวกสูงสุด ได้แก่ ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง (X_6) และมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่เหลือเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความสะดวกสบายของที่นั่งภายในสนาม (X_4) ด้านการเข้าถึงแผนผังของสนาม (X_5) ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน (X_3) ด้านความสุนทรีนยศาสตร์ของสนามฟุตบอล (X_2) ด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม (X_1)

สรุปผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระหรือปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 6 ตัว ร่วมกันอธิบายความแปรผันของความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกได้ร้อยละ 64.80 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คือ ปัจจัยด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม ปัจจัยด้านความสุนทรียศาสตร์, ปัจจัยด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน, ปัจจัยด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง, ปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึงแผนผัง, ปัจจัยด้านการจัดสรรพื้นที่และการแสดงป้ายบอกทาง มีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่าระดับ .05 โดยสามารถเรียงระดับปัจจัยด้านที่ส่งผลตามลำดับได้ ดังนี้ ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง มากที่สุด รองลงมาตามลำดับ คือ ด้านความสะดวกสบายของที่นั่งภายในสนาม (X_4) ด้านการเข้าถึงแผนผังของสนาม ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน ด้านความสุนทรียศาสตร์ของสนามฟุตบอล และด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม

ตารางที่ 10 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับ (Adjusted R^2) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างความพึงพอใจด้านต่างๆ ของสนามที่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

Model	R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate
Enter	.794	.631	.622	.437

จากตารางที่ 10 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.794 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) มีค่า 0.631 แสดงว่าตัวแปรปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 6 ด้าน ของสนามที่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้เข้าชมได้ร้อยละ 63.10 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์มีค่าเท่ากับ 0.437

ตารางที่ 11 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับ (Adjusted R^2) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างความพึงพอใจด้านต่างๆ ของสนามที่ไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Model	R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate
Enter	.807	.651	.642	.444

จากตารางที่ 11 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.807 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) มีค่า 0.651 แสดงว่าตัวแปรปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 6 ด้าน ของสนามที่ไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้เข้าชมได้ร้อยละ 65.10 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์มีค่าเท่ากับ 0.444

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงถดถอยพหุคูณของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ระหว่างสนามที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอล	สนามที่ผ่านมาตรฐาน A-Class			สนามที่ไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class		
	β	S.D.	p	β	S.D.	p
ด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม	.089	.056	.071	.056	.062	.260
ด้านความสุนทรียศาสตร์ของสนาม	.051	.061	.344	.122	.054	.024*
ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน	.086	.059	.116	.127	.059	.024*
ด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง	.341	.065	.000*	.157	.063	.003*
ด้านการเข้าถึงแผนผังสนาม	.207	.078	.004*	.172	.071	.000*
ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง	.180	.070	.008*	.353	.065	.006*

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

* ที่มีระดับนัยสำคัญที่ .05 (*p < .05)

จากตารางที่ 12 พบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสนามที่ผ่านมาตรฐานมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวก, ด้านการเข้าถึงแผนผัง และด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง แต่สนามที่ไม่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class พบว่ามี 5 ปัจจัยที่ส่งผลคือ ด้านความสุนทรียศาสตร์, ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน, ด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง, ด้านการเข้าถึงแผนผังและด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิด (Open-End) ทำการวิเคราะห์โดยจับประเด็นที่คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำมากำหนดค่าความถี่

ตารางที่ 13 แสดงข้อเสนอแนะปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก โดยได้จัดกลุ่ม และความหมายใกล้เคียงกัน ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผู้ชม	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำ	5	13.5
จำนวนห้องน้ำไม่เพียงพอ	2	5.4
ควรมีห้องน้ำแบบถาวร	1	2.7
การบริหารจราจรภายในสนามควรเร็วกว่านี้	1	2.7
สนามแข่งขันอยู่ใกล้ชุมชนเกินไป	2	5.4
ความชันของทางเดินขึ้นสนามชันมากเกินไป	1	2.7
ความรวดเร็วในการตรวจค้น	1	2.7
จำนวนที่จอดรถน้อยเกินไป	3	8.1
ควรทำความสะอาดที่นั่ง	2	5.4
จำนวนทางเข้าออกน้อยเกินไป	2	5.4
ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	2	5.4
ควรปรับระดับแสงของสกอร์บอร์ด	1	2.7
สนามเก่า แค่ปรับปรุงพอใช้แข่งขัน	1	2.7
การประชาสัมพันธ์ของสนามไม่ทั่วถึง	3	8.1
ควรมีการถ่ายทอดทางสกอร์บอร์ด	1	2.7
ควรอนุญาตนำเครื่องดื่มเข้าสนามได้	6	16.2
ควรมีร้านค้าบริการอาหารทุกฝั่งของสนาม	2	5.4
ควรพัฒนาสภาพแวดล้อมบริเวณรอบสนาม	1	2.7
รวม	37	100

จากตารางที่ 13 แสดงข้อเสนอแนะจากผู้เข้าชมที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 480 คน มีผู้ชมให้ข้อเสนอแนะจำนวน 37 คน โดยข้อเสนอแนะที่มากที่สุดได้แก่ ควรอนุญาตนำเครื่องดื่มเข้าสนามได้ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 อันดับสอง คือ ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 อันดับสาม คือ จำนวนที่จอดรถน้อยเกินไป, การประชาสัมพันธ์ของสนามไม่ทั่วถึง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 อันดับที่ 4 ได้แก่ จำนวนห้องน้ำไม่เพียงพอ, สนามอยู่ใกล้แหล่งชุมชนเกินไป, ควรทำความสะอาดที่นั่ง, จำนวนทางเข้าออกสนามน้อยเกินไป, ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ควรมีร้านค้าบริการอาหารทุกฝั่งของสนาม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 และอับดับสุดท้าย คือ ควรมีห้องน้ำถาวร, การบริหารจราจรภายในสนามควรรวดเร็ว, ความชันของทางเดินขึ้นสนามชันมากเกินไป, ความรวดเร็วในการตรวจค้น, ควรปรับระดับแสงของสกอร์บอร์ด, นำสนามเก่ามาปรับปรุงแค่พอใช้แข่งขัน, ควรมีการถ่ายทอดทางสกอร์บอร์ด, ควรพัฒนาสภาพแวดล้อมบริเวณรอบสนาม จำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 5
สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 480 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และกลุ่มช่วงอายุที่เข้ามามากที่สุดคือช่วงระหว่าง 20-30 ปี ผลการศึกษาพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามฟุตบอลส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชมการแข่งขัน

โดยปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 6 ด้านล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 โดยเรียงปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง, ปัจจัยด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง, ปัจจัยด้านการเข้าถึงแผนผังของสนาม, ปัจจัยด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน, ปัจจัยด้านความสุนทรียศาสตร์ของสนาม และปัจจัยด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนามการแข่งขัน

จากความสำคัญของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนาม ผู้จัดการหรือผู้ดูแลสนามการแข่งขันควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกโดยเรียงลำดับความสำคัญดังที่กล่าว เพื่อเป็นการให้บริการแก่ผู้เข้าชมเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการเข้ามารับชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอล

นอกจากนี้ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class นั้นมีจำนวนปัจจัยด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของจำนวนปัจจัยที่ส่งผลเป็นเพราะเกณฑ์มาตรฐานของสนามการแข่งขันที่ผ่าน A-Class จะได้รับการรับรองจากสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asia Football Confederation) ที่มีข้อกำหนดต่างๆ ของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างของจำนวนปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้ชมภายในสนามการแข่งขัน สนามที่ยังไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class คุณภาพของแต่ละสนามมีความแตกต่างกันทำให้เกิดปัจจัยที่ส่งผลมีมากกว่าสนามที่ผ่านมาตรฐาน

ดังนั้นจากการศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ทางสโมสรหรือผู้ดูแลการจัดการสนามการแข่งขันจึงควรคำนึงถึงความสำคัญของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้เข้าชม ซึ่งปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าชมและการกลับเข้ามาชมการแข่งขันซ้ำอีกในอนาคต

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2560 แบ่งการอภิปรายออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560

2. ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ระหว่างสนามที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class

1. <u>ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560</u>

สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการนั้นจะมีผลต่อการรับรู้แก่ผู้ที่เข้าใช้บริการ ซึ่งจะมีผลต่อความรู้สึกและทัศนคติต่อผู้เข้ามาใช้บริการภายในสถานที่นั้นๆ ซึ่งจะหมายถึง สภาพแวดล้อม, การจัดสรรพื้นที่ภายใน, สัญลักษณ์และสิ่งของตกแต่งต่างๆภายใน ทั้งหมดนี้ล้วนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อและการตัดสินใจเข้าใช้บริการ (Bitner, 1992) เช่นเดียวกับสถานที่การจัดการแข่งขันกีฬา ที่มีผู้ชมเข้ามารับชมภายในสนามการแข่งขัน โดยสภาพแวดล้อมของสถานกีฬานี้ Wakefield et al. (1996) กล่าวว่าเป็น “ภูมิทัศน์กีฬา” หรือ Sportscape ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับเข้ามาชมซ้ำของผู้ ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามซึ่งนับเป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์กีฬา มีผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 โดยจำแนกแต่ละด้าน ดังนี้

ปัจจัยด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม

ผลการศึกษาปัจจัยสถานที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม พบว่า ผู้เข้าชมมีความพึงพอใจในการเข้าถึงสนามที่มีความสะดวกสบาย สอดคล้องกับงานศึกษาของณัฐวุฒิ พลศรี (2556) ที่กล่าวถึงปัจจัยด้านที่ตั้งของสนามที่มีความสะดวกสบายในการเดินทางจะส่งผลต่อความตั้งใจเข้าชม นอกจากสถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมและสะดวกสบาย ผลการศึกษายังพบว่า จำนวนของสถานที่จอดรถยังส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม โดยจำนวนของสถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อการรองรับผู้เข้าชมและการเดินทางออกจากสนามหลังจบการแข่งขันที่ทำได้อย่างสะดวกไม่มีปัญหาการจราจรในการระบายออกจากสนาม ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Wakefield et al. (1996) ที่พบว่าหากการเข้าถึงของสถานที่จอดรถมีความยากลำบากและสถานที่จอดรถมีเพียงพอ จะทำให้เกิดปัญหาการจราจรภายในสนามซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม

ปัจจัยความสุนทรียศาสตร์ของสนาม

ผลการศึกษา พบว่า ความสุนทรียศาสตร์หรือความสวยงาม การออกแบบสี, รูปทรงภายนอก และการตกแต่งบริเวณรอบของสนามมีผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีก โดยมีความสอดคล้องกับงานศึกษาของธนานันท์ วรสาร (2555) ที่กล่าวถึงความสวยงามของสนามจะมีผลต่อการเข้าชมและเชียร์การแข่งขันฟุตบอลอาชีพ ซึ่งยังมีความสอดคล้องกับงานศึกษาของ Wakefield et al. (1996) กล่าวว่าความสุนทรียศาสตร์หรือความสวยงามของสนามเป็นปัจจัยที่ผู้ชมสามารถรับรู้ได้โดยตรง ผู้ชมอาจจะรู้สึกประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่พบเห็น การออกแบบของสนาม นับมีผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม

ปัจจัยด้านปัจจัยคุณภาพของป้ายบอกคะแนน

ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพของป้ายบอกคะแนน พบว่า ป้ายบอกคะแนนที่มีคุณภาพ แสดงผลได้อย่างชัดเจนมีผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก มีความสอดคล้องงานศึกษาของณัฐวุฒิ พลศรี (2556) ที่พบว่าป้ายบอกคะแนนที่มีคุณภาพสูงที่สร้างความบันเทิงจะเป็นส่วนหนึ่งปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ซึ่งสิ่งสำคัญอีกหนึ่งประการของคุณภาพป้ายบอกคะแนนที่จะแสดงผลการแข่งขัน ผลการศึกษายังพบว่า ป้ายบอกคะแนนที่ฉายสิ่งบันเทิงยังส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก สอดคล้องกับงานศึกษา Wakefield et al. (1996) ที่พบว่า การจัดการป้ายบอกคะแนนที่ดี จะช่วยลดความน่าเบื่อระหว่างช่วงพักของการแข่งขันได้ ซึ่งจะเพิ่มความพึงพอใจแก่ผู้เข้าชมภายในสนามแข่งขัน

ด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกสบายของที่นั่งมีผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ผู้ชมมีความพึงพอใจระยะช่องห่างระหว่างด้านหน้าและหลังที่ไม่แคบเกินไป ขนาดของที่นั่งมีความเหมาะสม ที่นั่งมีความสบายมีอากาศถ่ายเทบริเวณที่นั่ง ไม่รู้สึกคับแคบเกินไป มีความสอดคล้องกับงานศึกษาของ Wakefield et al. (1996) ที่นั่งที่มีความสะดวกสบายไม่ทำให้ผู้ชมรู้สึกคับแคบคือระยะช่องห่างระหว่างข้อศอกที่ไม่ชนกับที่นั่งด้านข้าง มีความสะดวกในการลุกเดินเข้าออกจากที่นั่งมีความสำคัญต่อการรับรู้ถึงความแออัดของบริเวณที่นั่งภายในสนาม ผู้ชมจะมีความพึงพอใจต่อการออกแบบที่นั่งที่มีความสะดวกสบาย เนื่องจากเป็นที่ที่ต้องอยู่รับชมตลอดจนจบการแข่งขัน

ปัจจัยด้านการเข้าถึงแผนผังของสนาม

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึงแผนผังของสนามมีผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม การออกแบบแผนผังที่มีความสะดวกในการเข้าถึงที่นั่ง และการเดินจากที่นั่งไปห้องน้ำหรือร้านจำหน่ายสินค้า ผู้ชมจะมีความพึงพอใจในการออกแบบแผนผังสนามที่สามารถเดินเข้าถึงง่ายและไม่รู้สึกคับแคบ มีการออกแบบทางฉุกเฉินในการอพยพผู้ชม มีผลต่อความพึงพอใจผู้ชม ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานศึกษาของ Wakefield et al. (1996) กล่าวว่าการเข้าถึงแผนผังมีผลต่อการรับรู้ความหนาแน่นของจำนวนผู้เข้าชม ผู้ชมจะรู้สึกอึดอัดถึงความสะดวกในการไปเข้าห้องน้ำ หรือรู้สึกอึดอัดในการเดินเข้าออกประตูของสนาม การออกแบบแผนผังจึงมีผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนาม

ปัจจัยการจัดสรรพื้นที่และการแสดงป้ายบอกทาง

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการจัดสรรพื้นที่และการแสดงป้ายบอกทางมีผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกมากที่สุดในทุกปัจจัย โดยผู้เข้าชมรู้สึกพึงพอใจกับการจัดสรรพื้นที่ภายในสนามที่มีลักษณะกว้างขวางเพียงพอต่อการรองรับผู้ชม มีป้ายสัญลักษณ์แสดงการเดินไปสถานที่ห้องน้ำ หรือโซนที่นั่งได้อย่างชัดเจน มีความสอดคล้องกับงานศึกษาของ ณัฐวุฒิ พลศรี (2556) ได้ให้การจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทางเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยแผนผังที่เข้าใจง่ายและการแสดงป้ายบอกสถานที่ต่างๆ จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกความพึงพอใจปัจจัยด้านการสอดคล้องกับงานศึกษาของ Wakefield et al. (1996) การจัดการฝูงชนที่ไม่ทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกถึงความแออัดหรือความคับแคบของสถานที่ การจัดการพื้นที่บริเวณในสนามก่อนหรือหลังจบการแข่งขัน ในขณะที่ผู้เข้าชมเดินทางออกจะผลต่อการรับรู้ความพึงพอใจ การจัดสรรพื้นที่ที่ไม่มีประสิทธิภาพจะทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกถึงความอึดอัดและอาจสร้างความไม่พอใจในการเข้ามารับชมภายในสนาม นอกจากนี้องค์ประกอบของป้ายแสดงสัญลักษณ์ต่างๆเช่น โซนฝั่งที่นั่งของกองเชียร์ ป้ายแสดงทางเดินไปห้องน้ำหรือร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ชมเข้าใจพื้นที่ต่างๆภายในสนามให้มีความเข้าใจซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้ด้วยเช่นกัน

2. <u>ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ระหว่างสนามที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class</u>

ผลการศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนาม พบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 6 ด้านนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม แต่เมื่อแยกกลุ่มประเภทของสนามที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class มีปัจจัยและจำนวนปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อผู้ชมต่างกัน เนื่องจากสนามที่ผ่านมาตรฐานจะมีเกณฑ์มาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงกัน

โดยสนามที่ผ่านมาตรฐาน A-Class พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลตามลำดับ ดังนี้คือ ปัจจัยด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง, ปัจจัยด้านการเข้าถึงแผนผังของสนาม, ปัจจัยด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง ผู้จัดการหรือผู้ดูแลสนามที่ผ่านมาตรฐานระดับ A-Class จึงควรให้ความสำคัญตามลำดับที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมภายในสนาม

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสนามที่ไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class ที่เพิ่มเติมจากสนามที่ผ่าน A-Class คือ ปัจจัยด้านความสุนทรียศาสตร์และด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน ดังนั้นผู้จัดการสนามที่ยังไม่ผ่านมาตรฐานจึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้งสองด้วย เนื่องจากจะส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม ความแตกต่างของจำนวนปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ เนื่องจากมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางสมาพันฟุตบอลแห่งเอเชีย (2559) มีเกณฑ์กำหนดข้อระเบียบต่างๆ

การบริหารจัดการปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามด้านต่างๆ นอกจากเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เข้ามารับชมภายในสนาม ยังเป็นการสร้างลักษณ์ที่ดีให้แก่สโมสร ซึ่งนอกจากแฟนประจำสโมสรอยากกลับเข้ามาชมซ้ำแล้ว ยังเป็นการดึงดูดให้ผู้ที่เป็นแฟนฟุตบอลอยากเข้ามารับชมภายในสนามแทนการรับชมผ่านทางโทรทัศน์ นับเป็นการเพิ่มยอดจำนวนผู้เข้าชมภายในสนามอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งนี้

1. จากผลการศึกษาถึงแม้ว่าปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอล ผู้เข้าชมมีความพึงพอใจอยู่ระดับดี แต่ควรมีการปรับปรุงมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้นอีก ในเรื่องของป้ายสัญลักษณ์แสดงการเดินไปสถานที่ต่างๆภายในสนาม เช่น ห้องน้ำ ร้านค้า และการปรับปรุงเรื่องของการออกแบบทางฉุกเฉิน

2. จากผลการศึกษาทำให้ทราบถึงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม ผู้จัดการหรือผู้ดูแลสนามการแข่งขันฟุตบอลควรให้ความสำคัญกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าว

3. สนามที่ผ่านและไม่ผ่านมาตรฐาน A-Class ควรเน้นให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลความพึงพอใจผู้เข้าชมตามลำดับที่ส่งผล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้เข้ามารับชมภายในสนามและสร้างแนวโน้มในการกลับเข้ามารับชมอีกครั้งของผู้ชม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

นอกเหนือจากการศึกษาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชม งานวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาถึงพฤติกรรมการเข้าชมซ้ำของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายการอ้างอิง

Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *The Journal of Marketing*, 53-66.

Bernhardt, K. L., Donthu, N., & Kennett, P. A. (2000). A longitudinal analysis of satisfaction and profitability. *Journal of Business Research, 47*(2), 161-171.

Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *The Journal of Marketing*, 57-71.

Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. *Journal of marketing research, 30*(1), 7.

Brady, M. K., & Robertson, C. J. (2001). Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: an exploratory cross-national study. *Journal of Business Research, 51*(1), 53-60.

Brauer, R. L. (1992). *Facilities planning: The user requirements method*: American Management Association.

Cameron, S. (2000). The future is now for Cincinnati's space-age stadium. *Street & Smith's Sports Business Journal*, 36.

Cannella, S. (1999). Bedeviled in Tampa Bay. *Sports Illustrated, 90*, 78.

Churchill Jr, G. A., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of marketing research*, 491-504.

Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of retailing, 76*(2), 193-218.

Day, R. L. (1984). Modeling choices among alternative responses to dissatisfaction. *ACR North American Advances*.

Deckard, L. (1991). Dodger Stadium's $15 mil revamp biggest in facility's history. *Amusement Business, 16*, 35-37.

Donovan, R. J., Rossiter, J. R., Marcoolyn, G., & Nesdale, A. (1994). Store atmosphere and purchasing behavior. *Journal of retailing, 70*(3), 283-294.

Fernandes, T., & Neves, S. (2014). The role of servicescape as a driver of customer value in experience-centric service organizations: the Dragon Football Stadium case. *Journal of Strategic Marketing, 22*(6), 548-560.

Fink, J. S., Trail, G. T., & Anderson, D. F. (2002). Environmental factors associated with spectator attendance and sport consumption behavior: Gender and team differences. *Sport Marketing Quarterly, 11*(1).

Fisher, E. (2000). New ballparks help boost MLB attendance. *Insight, 16*, 28.

Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *The Journal of Marketing*, 6-21.

Freiling, H. P. (1997). *An analysis of the factors that influence fan attendance at minor league baseball games.* University of North Carolina at Chapel Hill.

Gärling, T., Böök, A., & Lindberg, E. (1986). Spatial orientation and wayfinding in the designed environment: A conceptual analysis and some suggestions for postoccupancy evaluation. *Journal of Architectural and Planning Research*, 55-64.

Greenwell, T. C., Fink, J. S., & Pastore, D. L. (2002). Assessing the influence of the physical sports facility on customer satisfaction within the context of the service experience. *Sport Management Review, 5*(2), 129-148.

Grossbart, S., Hampton, R., Rammohan, B., & Lapidus, R. S. (1990). Environmental dispositions and customer response to store atmospherics. *Journal of Business Research, 21*(3), 225-241.

Hansen, H., & Gauthier, R. (1989). Factors affecting attendance at professional sport events. *Journal of sport management, 3*(1), 15-32.

Heskett, J. L., & Sasser Jr, W. E. (2010). The service profit chain *Handbook of service science* (pp. 19-29): Springer.

Hill, B., & Green, B. C. (2000). Repeat attendance as a function of involvement, loyalty, and the sportscape across three football contexts. *Sport Management Review, 3*(2), 145-162.

Kerin, R. A., Jain, A., & Howard, D. J. (1992). Store shopping experience and consumer price-quality-value perceptions. *Journal of retailing, 68*(4), 376.

King, A. C., Castro, C., Wilcox, S., Eyler, A. A., Sallis, J. F., & Brownson, R. C. (2000). Personal and environmental factors associated with physical inactivity among different racial–ethnic groups of US middle-aged and older-aged women. *Health psychology, 19*(4), 354.

Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of retailing, 49*(4), 48-64.

Levinew, M., Marchon, I., & Hanley, G. (1984). The placement and misplacement of you-are-here maps. *Environment and Behavior, 16*(2), 139-157.

McCartney, S. (1994). New ballparks give fans an old-time feeling. *Wall Street Journal, April, 4*.

McDougall, G. H., & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. *Journal of services marketing, 14*(5), 392-410.

Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of consumer research, 20*(3), 418-430.

Patterson, P. G., Johnson, L. W., & Spreng, R. A. (1996). Modeling the determinants of customer satisfaction for business-to-business professional services. *Journal of the academy of marketing science, 25*(1), 4-17.

Reichheld, F. F. (1994). Loyalty and the renaissance of marketing. *Marketing Management, 2*(4), 10.

Robinson, E. (1997). It's where you play that counts. *Fortune, 136*(2), 54-57.

Rust, R. T., & Zahorik, A. J. (1993). Customer satisfaction, customer retention, and market share. *Journal of retailing, 69*(2), 193-215.

Sawyer, T., & Smith, O. (1999). *The management of clubs, recreation, and sport: concepts and applications*: Sagamore Publishing.

Siegfried, J., & Zimbalist, A. (2000). The economics of sports facilities and their communities. *The Journal of Economic Perspectives, 14*(3), 95-114.

Tom, G., Barnett, T., Lew, W., & Selmants, J. (1987). Cueing the consumer: The role of salient cues in consumer perception. *Journal of Consumer Marketing, 4*(2), 23-27.

Tomlinson, M., Buttle, F., & Moores, B. (1995). The fan as customer: Customer service in sports marketing. *Journal of hospitality & leisure marketing, 3*(1), 19-36.

Tornow, W. W., & Wiley, J. W. (1991). Service quality and management practices: A look at employee attitudes, customer satisfaction, and bottom-line consequences. *People and Strategy, 14*(2), 105.

Uhrich, S., & Benkenstein, M. (2010). Sport stadium atmosphere: formative and reflective indicators for operationalizing the construct. *Journal of sport management, 24*(2), 211-237.

Wakefield, K. L., Blodgett, J. G., & Sloan, H. J. (1996). Measurement and management of the sportscape. *Journal of sport management, 10*(1), 15-31.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉัตรชัย มะสุนสืบ. (2553). เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการด้านการเงิน การบัญชีและงบประมาณทางการกีฬา.

ณัฐวุฒิ พลศรี. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย. (2558). เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการสถานกีฬา. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนานันท์ วรสาร. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมและเชียร์การแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.

บริษัทไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกจำกัด. (2558). ฐานข้อมูลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก. from https://www.tpldb.com

เบนจามิน ตัน. (2558). หนุ่มแว่นตี๋ ตัวเล็กๆ เหมือนเกมเมอร์ หน้าเปื้อนยิ้มตลอดเวลา ก้าวเข้ามารับงานที่ยิ่งใหญ่ ในฐานะรองประธานบริษัทพรีเมียร์ลีกออฟไทยแลนด์ (Premier League of Thailand) และดูแลด้าน “คลับไลเซนซิง”. https://www.fourfourtwo.com.

ปรามศึก หวลประไพ. (2558). ส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีต่อสโมสรฟุตบอลในไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก. วรสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา *1*.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

สปอร์ตคลาสสิค. (2558). เพิ่มเงินรางวัลเอเอฟซี แชมป์เปี้ยนลีก. from http://www.sportclassic.in.th/ข่าวประจำวัน/เพิ่มเงินเอเอฟซี

สมาพันฟุตบอลแห่งเอเชีย. (2559). Miscellaneous Regulations. from http://www.the-afc.com/downloads

สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ. (2550). ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก. สาขาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาจินต์ ทองอยู่คง. (2559). มาตรการ ป้องกัน ความ รุนแรง อย่าง ไม่ เป็น ทางการ: การ มี ส่วน ร่วม ใน การ ป้องกัน ความ รุนแรง ของ แฟน บอล ไทย/Measure of Informal Violence Prevention: Fan Participation in the Prevention of Violence in Thai Football. วารสาร มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ปริทัศน์, *2*(1).

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พราม อินพรม	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการการกีฬา/อาจารย์คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์แขนงการจัดการการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรรณชลี โนริยา	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการการกีฬา/อาจารย์คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์แขนงการจัดการการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล
อาจารย์ ดร.สมทบ ฐิตะฐาน	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการการกีฬา/อาจารย์คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์แขนงการจัดการการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล
อาจารย์ ดร.จุฑา ติงศภัทิย์	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการการกีฬา/ภายนอกมหาวิทยาลัย
นางอารีย์ โพธิ์ขวัญ	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศูนย์การออกกำลังกาย/ผู้จัดการแผนกสมาชิกสัมพันธ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอล

2. แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) แบบสอบถามความพึงพอใจปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอล

3) แบบสอบถามความพึงพอใจโดยรวมของสนามการแข่งขันฟุตบอล

3. แบบสอบถามฉบับนี้ใช้สำหรับการศึกษาวิจัยเท่านั้นการตอบแบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด

.....

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง( )ที่ตรงกับสภาพเป็นจริงของท่าน

1. เพศ ( ) หญิง ( ) ชาย

2. อายุ ( ) 20 - 30 ปี ( ) 31 – 40 ปี ( ) 41 – 50 ปี ( ) มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามการแข่งขันฟุตบอล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องที่ตรงกับตามความรู้สึก/ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอล	**ระดับความพึงพอใจ**				
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**
<u>ด้านที่ตั้งและการเข้าถึงสนาม</u> 1. สถานที่ตั้งของสนามฟุตบอลสะดวกต่อการเดินทาง					
2. สถานที่จอดรถเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าชม					
3. ความสะดวกของสถานที่จอดรถภายในสนาม					
4. การเดินทางออกจากสนามสามารถทำได้อย่างสะดวก					

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอล	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านความสุนทรียศาสตร์ของสนามฟุตบอล</u> 5. การออกแบบสีของสนามฟุตบอลดึงดูดท่านในการแข่งขัน					
6. การออกแบบรูปทรงภายนอกของสนามฟุตบอลดึงดูดท่านในเข้าชมการแข่งขัน เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยมสนามฟุตบอล					
7. การตกแต่งภายในสนามดึงดูดท่านในการเข้าชม เช่น วัสดุตกแต่งภายในสนาม					
8. การตกแต่งบริเวณรอบนอกของสนามดึงดูดท่านในการเข้าชม เช่น การตกแต่งสัญลักษณ์สโมสร บริเวณหน้าทางเข้าสนาม					
<u>ด้านคุณภาพของป้ายบอกคะแนน</u> 9. ป้ายบอกคะแนนแสดงผลได้อย่างชัดเจน					
10. ป้ายบอกคะแนนแสดงสถิติที่น่าสนใจ					
11. ป้ายบอกคะแนนฉายสิ่งบันเทิง					
12. คุณภาพของป้ายบอกคะแนนโดยภาพรวม					
<u>ด้านความสะดวกสบายของที่นั่งภายในสนาม</u> 13. ระยะช่องว่างระหว่างที่นั่งด้านหน้าและด้านหลัง					
14. ระยะช่องว่างระหว่างที่นั่งติดกัน					
15. ที่นั่งมีขนาดเหมาะสม					
16. ความสบายของที่นั่ง					
17. การจัดพื้นที่บริเวณพื้นที่นั่ง					
18. การถ่ายเทอากาศของบริเวณที่นั่ง					
<u>ด้านการเข้าถึงแผนผังของสนาม</u> 19. การออกแบบแผนผังสนามมีความสะดวกในการเข้าถึงที่นั่งผู้ชม					

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามฟุตบอล	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
20. การออกแบบแผนผังสนามมีความสะดวกในการเดินไปห้องน้ำ					
21. การออกแบบแผนผังสนามมีความสะดวกต่อการเดินไปร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก					
22. การออกแบบทางออกฉุกเฉิน					
ด้านการจัดสรรพื้นที่และป้ายบอกทาง 23. การจัดสรรพื้นที่ภายในสนามมีความกว้างขวางเพียงพอต่อการรองรับผู้เข้าชมการแข่งขัน					
24. ความกว้างของทางเดินภายในสนาม					
25. ป้ายสัญลักษณ์แสดงการเดินไปสถานที่ต่างๆ ภายในสนามแข่งขัน เช่น ห้องน้ำ ร้านค้า ได้อย่างถูกต้อง					
26. ป้ายสัญลักษณ์แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจโดยรวมของสนามการแข่งขันฟุตบอล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องที่ตรงกับตามความรู้สึก/ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจโดยรวมของสนามการแข่งขันฟุตบอล	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
27. สิ่งอำนวยความสะดวกของสนามเป็นไปตามที่ท่านคาดหวัง					
28. ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อภาพรวมของสนามการแข่งขัน					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ นายพิชญา ครุฑคำ เกิดวันที่ 6 ธันวาคม 2533 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 72/218 หมู่บ้านสวนธนฯ ถ.รัตนาธิเบศร์ ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000 สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนสามเสนวิทยาลัย สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตร์บัณฑิตคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา สาขาการออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล สำเร็จการศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2559

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University