

โครงการจัดตั้งธุรกิจบริการให้เช่าสนามฟุตบอล ฟุตบอลไลฟ์อารีน่า

The Project of Football Life Arena



โครงการจัดตั้งธุรกิจบริการให้เช่าสนามฟุตบอล ฟุตบอลไลฟ์อารีนา

The Project of Football Life Arena



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2558



© 2558

ทศพร ตันพิพัฒน์อารีย์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

เรื่อง โครงการจัดตั้งธุรกิจบริการให้เช่าสนามฟุตบอล Football Life Arena

ผู้วิจัย ทศพร ตันพิพัฒน์อารีย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ณัฐธินิชา ณ นคร)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ปีเตอร์ กัน)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 27 สิงหาคม 2558

ทศพร ตันพิพัฒน์อารีย์. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต, สิงหาคม 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โครงการจัดตั้ง Football Life Arena (121 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. ณัฏฐณิชา ณ นคร

### บทคัดย่อ

การศึกษาอิสระครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena และความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่สนใจในการใช้บริการเช่าสนามฟุตบอล รวมถึงแนวทางการจัดตั้ง Football Life Arena โดยใช้วิธีการสอบถามศึกษาเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และใช้แบบสอบถามกับผู้ที่มาใช้บริการเช่าสนามฟุตบอลจำนวน 420 ชุด พบว่า เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 100% มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 58% ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 91.9% ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 54% มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.4% ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสนามหญ้าเทียม คิดเป็นร้อยละ 100% จำนวนผู้เล่นต่อทีม 6-7 คน คิดเป็นร้อยละ 80.9% ระยะเวลาที่ใช้ในการเล่น 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 96.4% ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นฟุตบอล 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 97.3% ช่วงเวลาที่เล่นฟุตบอล 18.00 น.- 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 34.5% นอกจากกีฬาฟุตบอลเล่นกีฬาแบดมินตัน คิดเป็นร้อยละ 51.6% จ่ายค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลเฉลี่ยต่อครั้ง 100 – 150 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.8% นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ที่ใช้บริการเช่าสนามฟุตบอลต้องการขนาดความกว้างของสนามฟุตบอลที่เหมาะสมกับราคาค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ รวมถึงราคาค่าใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ให้มีความเหมาะสมกับราคา

คำสำคัญ: สนามฟุตบอล, ความพึงพอใจ, ความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ

Tanpipataree, T. M. Com. Arts (Entertainment Management and Production),  
August 2015, Graduate School, Bangkok University.

The Project of Football Life Arena (121 pp.)

Advisor: Nathanicha Na-Nakorn, Ph.D.

## ABSTRACT

This independent study aims at exploring the possibility of starting Football Life Arena Project, customer satisfaction, and how to start Football Life Arena. Data was collected using interviews with business owners and a questionnaire was conducted among 420 customers. The findings reveal that all of respondents (100%) are male, and 58% are at the age between 18-25 years old. In terms of educational levels, 91.9% are at the undergraduate level, and 54% are school or university students. 51.4 % of respondents have an average income of 10,000 baht per month. In terms of customer behaviors, all of them (100%) choose to use the service of artificial football turf, and 80.9% play in a team of 6-7. 96.4% of respondents play football for 1-2 hours, 97.3% play 1-2 times a week, and 34.5% play from 18.00-20.00. 51.6% of respondents also play badminton. 58.8% pay the service fee of 100-150 baht. In addition, customers informed that they want the size of the soccer field that suits with the services fees, as well as reasonable prices of food and beverages.

*Keywords : Soccer Field, Satisfaction, Users' Requirements*

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยสำหรับการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena มีอาจสำเร็จลุล่วงได้ หากปราศจากบิดาและมารดา รวมถึงญาติผู้ใหญ่อีกหลายคน ที่เป็นผู้ที่ให้คำแนะนำ คอยอบรมสั่งสอน ความรัก ความเมตตาและกำลังใจของข้าพเจ้า ขอกราบเท้าขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอบพระคุณท่าน ดร.ณัฐธินิชา ณ นคร และ ดร.ปีเตอร์ กัน ที่กรุณาถ่ายทอดวิชาความรู้ ข้อมูลต่างๆให้ รวมถึงข้อเสนอแนะในการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena พร้อมทั้งระยะเวลาในการพิจารณาตรวจทานความเรียบร้อย และความสมบูรณ์ในเนื้อหาของข้าพเจ้า

ขอบพระคุณผู้ที่ให้ข้อมูลทุกๆท่าน ทั้งผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ให้สัมภาษณ์ ตลอดจนแหล่งข้อมูลทุกๆแหล่งที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยจัดตั้งโครงการ Football Life Arena

ขอบพระคุณพี่ๆ เพื่อนๆ ทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการจัดทำบัญชี รวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์อื่นๆในการจัดทำโครงการ

ขอบคุณเพื่อนๆ MACAEM 6 ทุกคนที่มาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ให้ความรู้ใหม่ๆ ตลอดจนคำแนะนำต่างๆที่เป็นประโยชน์ในจัดทำโครงการ รวมถึงกำลังใจและความช่วยเหลือต่างๆ

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่า โครงการจัดตั้ง Football Life Arena จะเป็นประโยชน์ต่อไปสำหรับผู้ที่จะนำไปเป็นข้อมูลในการจัดตั้งธุรกิจ รวมถึงผู้ที่ต้องการปรับปรุงธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น หรือผู้ที่นำไปใช้ศึกษาในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ทศพร ตันพิพัฒน์อารีย์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
ขอบเขตของงานวิจัย	3
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	4
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P	7
แนวคิดและทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ	9
แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ลูกค้ำ 6W1H	10
แนวคิดและทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬา	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 ระเบียบวิจัย	
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล	26
การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการศึกษา	
การสัมภาษณ์นักวิชาการ	42
บทที่ 5 การกำหนดแผนธุรกิจ	
วิสัยทัศน์	45
พันธกิจ	45
วัตถุประสงค์	45
เป้าหมาย	45
ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ	46
โครงสร้างองค์กร	47
กลยุทธ์ของบริษัท	49
บทที่ 6 งบการเงิน	
วัตถุประสงค์ทางการเงิน	61
การประมาณเงินลงทุน	61
การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุน	63
การประมาณรายได้	65
การประมาณรายจ่าย	71
ประมาณการงบกำไรขาดทุน	76
ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	92
ประมาณการงบกระแสเงินสด	97
ข้อสมมติฐานในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	99
บทที่ 7 บทสรุปการวิจัย	
บทสรุปการวิจัย	106
บทสรุปทางธุรกิจ	107
บรรณานุกรม	109
ภาคผนวก	112
ประวัติผู้เขียน	121
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานค้นคว้าอิสระ	

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 :	แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง 28
ตารางที่ 4.2 :	แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง 28
ตารางที่ 4.3 :	แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง 29
ตารางที่ 4.4 :	แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง 29
ตารางที่ 4.5 :	แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง 30
ตารางที่ 4.6 :	แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามประเภทสนามฟุตบอลที่ชื่นชอบ 30
ตารางที่ 4.7 :	แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนผู้เล่นต่อทีมของกลุ่มตัวอย่าง 31
ตารางที่ 4.8 :	แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นฟุตบอลต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง 31
ตารางที่ 4.9 :	แสดงอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่ใช้ในการเล่นฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่าง 32
ตารางที่ 4.10 :	แสดงอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามช่วงเวลาในการเล่นฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่าง 32
ตารางที่ 4.11 :	แสดงอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามชนิดกีฬาอื่นๆ นอกเหนือจากกีฬาฟุตบอล (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) 33
ตารางที่ 4.12 :	แสดงอัตราส่วนร้อยละ จำแนกค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสำหรับค่าเช่าสนามแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง 33
ตารางที่ 4.13 :	แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้านลักษณะของสนามฟุตบอล 34
ตารางที่ 4.14 :	แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 36
ตารางที่ 4.15 :	แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้านสถานที่ตั้ง 37

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16 : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้าน การส่งเสริมการตลาด	38
ตารางที่ 4.17 : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้าน เจ้าหน้าที่บุคลากรและพนักงานบริการ	39
ตารางที่ 4.18 : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้าน บรรยากาศโดยรอบของสนามฟุตบอล	40
ตารางที่ 5.1 : แสดงอัตราค่าบริการสนามฟุตบอล	46
ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน	48
ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงเป้าหมายระดับองค์กร	49
ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงเป้าหมายระดับธุรกิจ	50
ตารางที่ 5.5 : ตารางแสดงเป้าหมายระดับการตลาด	50
ตารางที่ 6.1 : แสดงสรุปประมาณการเงินลงทุนของโครงการ Football Life Arena	63
ตารางที่ 6.2 : สัดส่วนเงินลงทุนและอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังจากโครงการ Football Life Arena	64
ตารางที่ 6.3 : อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยของโครงการ Football Life Arena	64
ตารางที่ 6.4 : อัตราค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	65
ตารางที่ 6.5 : รายได้ค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกรณีให้บริการเต็มทรัพยากรที่มี	66
ตารางที่ 6.6 : รายได้ค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตามอัตราการใช้บริการ	66
ตารางที่ 6.7 : รายได้ค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแบ่งตามกรณี	67
ตารางที่ 6.8 : อัตราค่าบริการฝึกสอนฟุตบอล	67
ตารางที่ 6.9 : รายได้ค่าบริการฝึกสอนฟุตบอลกรณีให้บริการเต็มทรัพยากรที่มี	68
ตารางที่ 6.10 : รายได้ค่าบริการเช่าลานอเนกประสงค์แบ่งตามกรณี	68
ตารางที่ 6.11 : รายได้ของโครงการ Football Life Arena สำหรับปี 2558 กรณีที่ดีที่สุด กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด และกรณีที่แย่ที่สุด	69
ตารางที่ 6.12 : รายได้ของโครงการ Football Life Arena สำหรับปี 2558 – 2662 กรณี ที่ดีที่สุด	69

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 6.13 : รายได้ของโครงการ Football Life Arena สำหรับปี 2558 – 2662 กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด	70
ตารางที่ 6.14 : รายได้ของโครงการ Football Life Arena สำหรับปี 2558 – 2662 กรณีที่แย่ที่สุด	71
ตารางที่ 6.15 : ค่าเช่าที่ดินและค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์	71
ตารางที่ 6.16 : เงินเดือนพนักงาน	72
ตารางที่ 6.17 : ประมาณการต้นทุนขาย สำหรับปี2558 กรณีที่ดีที่สุด	73
ตารางที่ 6.18 : ประมาณการต้นทุนขาย สำหรับปี2558 กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด	73
ตารางที่ 6.19 : ประมาณการต้นทุนขาย สำหรับปี2558 กรณีที่แย่ที่สุด	73
ตารางที่ 6.20 : ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปี2558 กรณีที่ดีที่สุด	74
ตารางที่ 6.21 : ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปี2558 กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด	75
ตารางที่ 6.22 : ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปี2558 กรณีที่แย่ที่สุด	75
ตารางที่ 6.23 : แสดงประมาณกระแสเงินสดรับสุทธิจากการดำเนินงานในปี 2558 - 2562	99
ตารางที่ 6.24 : แสดงประมาณกำไรสุทธิในปี 2558 - 2562	99
ตารางที่ 6.25 : แสดงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในปี 2558 – 2562	100
ตารางที่ 6.26 : แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่ดีที่สุด	101
ตารางที่ 6.27 : แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	101
ตารางที่ 6.28 : แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่แย่ที่สุด	102
ตารางที่ 6.29 : แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่ดีที่สุด	103
ตารางที่ 6.30 : แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	103
ตารางที่ 6.31 : แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่แย่ที่สุด	104
ตารางที่ 6.32 : แสดงสรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	104

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 5.1 : แสดงสถานที่ตั้งโครงการ Football Life Arena	47
ภาพที่ 5.2 : ภาพแสดงวงจรพันธกิจในการสร้างห่วงโซ่คุณค่า	56
ภาพที่ 5.3 : แสดงกลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างคอมมูนิตี	58
ภาพที่ 6.1 : แผนภาพแสดงพื้นที่ของโครงการ Football Life Arena	62



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การกีฬาแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ฟุตบอล (Football) หรือซอคเกอร์ (Soccer) เป็นกีฬาที่มีผู้สนใจที่จะชมการแข่งขันและเข้าร่วมเล่นมากที่สุดในโลก คนชาติใดเป็นผู้กำเนิดกีฬานี้ก็ยังไม่แน่ชัดนัก แต่ที่จริงนั้นไม่อาจจะยืนยันได้แน่นอน เพราะแต่ละชนชาติต่างยืนยันว่าเกิดจากประเทศของตน แต่ในประเทศฝรั่งเศสและประเทศอิตาลี ได้มีการละเล่นชนิดหนึ่งที่เรียกว่า "ซูลู" (Soule) หรือจีโอโคเดล คาลซิโอ (Gioco Del Calcio) มีลักษณะการเล่นที่คล้ายคลึงกับกีฬาฟุตบอลในปัจจุบัน ทั้งสองประเทศอาจจะเถียงกันว่ากีฬาฟุตบอลถือกำเนิดจากประเทศของตน อันเป็นการหาข้อยุติไม่ได้ เพราะขาดหลักฐานยืนยันอย่างแท้จริง ดังนั้น ประวัติของกีฬาฟุตบอลที่มีหลักฐานที่แท้จริงสามารถจะอ้างอิงได้ เพราะการเล่นที่มีกติกาการแข่งขันที่แน่นอน คือประเทศอังกฤษเพราะประเทศอังกฤษตั้งสมาคมฟุตบอลในปี พ.ศ. 2406 และฟุตบอลอาชีพของอังกฤษเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2431

การกีฬาแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ต่อมากีฬาฟุตบอลในประเทศไทย ได้มีการนำเข้ามาตั้งแต่นั้น สมัย "พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว" รัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เนื่องจากสมัยรัชกาลที่ 5 พระองค์ได้ส่งพระเจ้าลูกยาเธอ พระเจ้าหลานยาเธอ และข้าราชการไปศึกษาวิชาการด้านต่างๆ ที่ประเทศอังกฤษ และผู้ที่นำกีฬาฟุตบอลกลับมายังประเทศไทยเป็นคนแรกคือ "เจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี (ชื่อเต็ม สนั่น เทพหัสดิน ณ อยุธยา)"

ซึ่งกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยก็ได้รับความนิยมต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน พัฒนาไปสู่การเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ และในประเทศไทยก็มีการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพหลักคือ คือ ไทยลีก จัดการโดยสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย โดยในอดีตได้มีการแข่งขันโปรลีกจัดการโดยการกีฬาแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นการแข่งขันของทีมจากหลายภูมิภาคในประเทศไทย สำหรับทีมที่ชนะเลิศในไทยลีกจะมีสิทธิเข้าร่วมการแข่งขัน เอเอฟซีแชมเปียนส์ลีก ที่เป็นการแข่งขันระดับทวีปเอเชีย และทีมที่ชนะเลิศในลีกนี้ก็มีสิทธิเข้าร่วมเล่นใน ฟุตบอลคลับเวิลด์คัพ ซึ่งเป็นการแข่งขันของทีมสโมสรในระดับโลก ในขณะเดียวกันทีมรองชนะเลิศจากไทยลีกจะไปร่วมเล่นใน เอเอฟซีคัพ

นภดล ร่มโพธิ์ (2556) ในปัจจุบันนี้ธุรกิจฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยเริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจะเห็นได้จากการที่มีผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพเพิ่มสูงขึ้นและนับว่าเป็นปรากฏการณ์ที่แทบจะไม่เคยเกิดขึ้นเลยในอดีต ซึ่งบางครั้งจำนวนผู้ชมอาจจะมากกว่าจำนวนผู้ชมด้วยซ้ำไป อันที่จริงแล้วกีฬาฟุตบอลเป็นกีฬายอดนิยมของคนไทยมาช้านานแล้ว เพียงแต่ว่าแฟนบอลไทยส่วนใหญ่ นั้นมักจะไปนิยมชมและเชียร์ฟุตบอลต่างประเทศมากกว่าจะสนใจการแข่งขันในประเทศ ถึงกับมา

คำกล่าวที่ว่าแฟนบอลไทย รู้จักชื่อนักเตะทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด หรือลิเวอร์พูลมากกว่านักเตะทีมชาติไทยด้วยซ้ำ ซึ่งก็ต้องยอมรับว่าคำกล่าวนี้ไม่ได้ห่างไกลจากความเป็นจริงเลย

“แห่ฟุตบอลให้เช้า” (2553) ด้วยความที่กีฬาฟุตบอลได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย ทำให้เกิดธุรกิจประเภทหนึ่งขึ้น คือสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่สร้างขึ้นโดยเอกชนเพื่อเป็นธุรกิจให้เช้า กำลังเป็นที่นิยมมากในจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ แม้ว่าการลงทุนของแต่ละแห่งนั้นจะไม่ได้ต่ำกว่า 5 ล้านบาท จนถึง 10 ล้านบาทก็ตาม ทว่าด้วยกระแสของกีฬาฟุตบอลที่แรงมาอย่างต่อเนื่องนั่นเองทำให้มีนักลงทุนหน้าใหม่สนใจเดินเข้าสู่ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ลงทุนต่ำและคืนทุนเร็ว

ธุรกิจเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่ม ปัจจุบันการแข่งขันค่อนข้างมีคู่แข่งจำนวนมาก การให้บริการจะมีเพียงแค่สนามให้เช่านั้นไม่เพียงพอแล้ว จึงต้องมีบริการให้ครบวงจรมีบริการเสริมอื่นๆสนับสนุนการให้บริการของสนามด้วย เช่น การเรียนการสอนกีฬาฟุตบอล อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ มีไว้รองรับทั้งทางด้านเครื่องดื่มและ WIFI มีร้านขนม ร้านเสื้อผ้า ห้องวีไอพีส่วนตัว ส่วนด้านในสนามจะมีห้องน้ำที่มีอุปกรณ์ต่างๆไว้คอยให้บริการอย่างครบครัน เช่น ห้องซาวน่า ที่เป่าผม แชมพู ครีมนวดน้ำ ในส่วนของอุปกรณ์ต่างๆสำหรับการซ้อม เช่น เส้า กรวย เสื้อกั๊ก และสนามต้องพร้อมรองรับกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับด้านกีฬาทั้งหมด รวมไปถึงการจัดงานอีเวนต์สำคัญๆ ในลักษณะงานจัดแสดง เช่น การเปิดตัวสินค้า กีฬาบริษัท มหกรรมงาน โชว์ กิจกรรมการประกวดต่างๆ

ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นว่าธุรกิจเช่าสนามฟุตบอลในปัจจุบัน เน้นแต่การให้บริการที่ครบวงจรโดยที่ไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานของอุปกรณ์ที่ใช้ และไม่มีการสนับสนุนเยาวชนเพื่อผลักดันให้เกิดเป็นอาชีพอย่างจริงจัง ผู้วิจัยจึงหวังจะพัฒนาธุรกิจเช่าสนามฟุตบอลที่มีบริการอย่างครบวงจรทั้งต่อลูกค้าทางตรงและลูกค้าทางอ้อม พร้อมทั้งอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน เทคโนโลยีต่างๆ ในการให้บริการ และผลักดันเยาวชนให้เกิดการพัฒนาไปสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพอย่างจริงจัง เพื่อทั้งประโยชน์ของตัวเองและพัฒนางานวงการฟุตบอลภายในประเทศ

และเนื่องจากความเจริญเติบโตของสังคมเมือง ที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทำให้การที่จะหาพื้นที่สำหรับจัดตั้งธุรกิจสนามฟุตบอลหาได้ยากขึ้น เนื่องจากธุรกิจเช่าสนามฟุตบอลจำเป็นที่จะต้องใช้น้ำในการจัดตั้งเป็นจำนวนมาก และด้วยค่าเช่าที่ดินที่มีราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ต้นทุนในการจัดตั้งโครงการสูงขึ้นตามราคาเช่าที่ดิน

ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นว่าสถานที่ที่สามารถจัดตั้งธุรกิจเช่าสนามฟุตบอลที่สามารถตั้งอยู่ใจกลางเมืองและมีราคาไม่สูงมากนัก คือบริเวณชั้นดาดฟ้าของห้างสรรพสินค้าต่างๆ เนื่องจากเป็นที่ที่มีขนาดกว้างและไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ ทำให้นอกจากผู้วิจัยจะสามารถหาสถานที่จัดตั้งโครงการกลางที่อยู่ใจกลางเมืองได้แล้ว ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้ายังมีรายได้เพิ่มเติมจากการเช่าสถานที่ และยังสามารถลดความร้อนจากแสงแดดให้กับตัวอาคารทำให้ประหยัดการใช้ไฟฟ้าได้มากขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อเป็นสถานที่สำหรับใช้เล่นกีฬาฟุตบอล
- 1.2.2 เพื่อเป็นสถานที่สำหรับพัฒนาเยาวชนทางด้านกีฬาฟุตบอล
- 1.2.3 เพื่อเป็นสถานที่สำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นการเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ

## 1.3 ขอบเขตของโครงการ

ผู้ใช้บริการเช่าสนามฟุตบอล ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 ไทยลีก เป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ ระดับสูงสุดของประเทศไทย บริหารงานโดย บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด ซึ่งถือหุ้นโดยสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ร่วมกับสโมสรฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันทั้ง 18 ทีม

1.4.2 โปร์ลีก เป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพนำร่องของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ภายใต้การดูแลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1.4.3 เอเอฟซีแชมเปียนส์ลีก เป็นการแข่งขันฟุตบอลของทีมนีสโมสรอาชีพจากประเทศที่เป็นสมาชิกของเอเอฟซี โดยทีมที่เข้าร่วมแข่งขันจะมาจากทีมนีสโมสรที่ชนะเลิศและรองชนะเลิศการแข่งขันจากแต่ละประเทศ โดยในการแข่งขันแชมเปียนส์ลีกนี้จะมี 32 สโมสร จาก 10 ลีกสูงสุดของแต่ละประเทศในทวีปเอเชียเข้าร่วมแข่งขัน

1.4.4 ฟุตบอลคลับเวิลด์คัพ เป็นการแข่งขันฟุตบอลระหว่างทีมนีสโมสรของแต่ละสมาพันธ์ฟุตบอลจาก 6 ทวีปทั่วโลก

1.4.5 เอเอฟซีคัพ เป็นการแข่งขันฟุตบอลของทีมนีสโมสรจากประเทศ ที่เป็นสมาชิกของเอเอฟซี โดยทีมที่เข้าร่วมแข่งขันจะมาจากทีมนีสโมสรที่ชนะเลิศและรองชนะเลิศการแข่งขันจากแต่ละประเทศ โดยในการแข่งขันรายการนี้จะมีทีมจากประเทศที่มีความสามารถฟุตบอลระดับกลางร่วมแข่งขัน

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ศูนย์รวมสำหรับผู้ที่ชื่นชอบในกีฬาฟุตบอล เพื่อใช้ในการออกกำลังกายและจัดกิจกรรมต่างๆ สนามสำหรับเล่นกีฬา



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้จัดได้ศึกษารวบรวมแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการนำเอาองค์ความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้กับโครงการ Football Life Arena ดังรายละเอียดที่จะแสดง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ลูกค้า 6W1H
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬา
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

##### 2.1.1 สิ่งกระตุ้น

Kotler (1997, pp.172-173) สิ่งกระตุ้นเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า อาจเป็นเหตุจูงใจด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

2.1.1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากการจัดส่วนประสมการตลาดโดยนักการตลาด ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น โฆษณาที่เคลื่อนที่มีรูปร่างขนาดเล็ก กำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายเพื่อกระตุ้นให้เกิด ความต้องการซื้อ เป็นต้น

2.1.1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ โดยเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกที่บริษัทควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี กฎหมาย ด้านการเมืองและด้านวัฒนธรรมเช่น ภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตรายได้ของผู้บริโภคที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ

##### 2.1.2 คุณลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics)

คุณลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

2.1.2.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นและเป็นที่ยอมรับจาก คนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของ มนุษย์ในสังคม ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนด

ความแตกต่างของสังคมหนึ่ง จากสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐานของบุคคลในสังคม วัฒนธรรมย่อยบุคคลในแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ในสังคม ขนาดใหญ่ และชั้นของสังคม หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์การตลาดต้องให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรม

2.1.2.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) ปัจจัยทางสังคม ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะจะเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคกลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าใจเกี่ยวข้องกับซึ่งกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อ ทศนคติ ความคิดเป็นและค่านิยมของบุคคล ตัวอย่างกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมสถาบัน ดารา นักแสดง เป็นต้น

ครอบครัวบุคคลในครอบครัวถือว่ามอิทธิพลมากที่สุดต่อทศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคลเพราะสมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงกลุ่มแรกที่มี อิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการซื้อของบุคคล

บทบาท และสถานะบุคคลจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนหลายกลุ่ม ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น เป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ และผู้ใช้

2.1.2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้าน ๆ ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิต อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษารูปแบบการดำรงชีวิตและแนวคิดส่วนบุคคล

อายุและวัฏจักรของชีวิตเนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อหามาบริโภค ขึ้นอยู่กับอายุของผู้บริโภค เช่น ลักษณะเสื้อผ้าที่ใช้แต่งกาย เมื่อเป็นทารกก็ใช้เสื้อผ้าสำหรับเด็กอ่อนเมื่อเจริญเข้าสู่วัยหนุ่มสาวก็ ใช้เสื้อผ้าสำหรับวัยรุ่นซึ่งมีมากแบบและมากชุด เป็นต้น นอกจากอายุแล้ววัฏจักรของชีวิตก็มีอิทธิพลเหนือความต้องการของผู้บริโภคด้วย โดยความต้องการในการผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมซื้อจะแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงของ วัฏจักรชีวิตอาชีพแต่ละอาชีพจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการในผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน

โอกาสทางเศรษฐกิจ โอกาสที่ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ และการออม การเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ความสามารถในการกู้ยืม การให้สินเชื่อและทศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

รูปแบบการดำเนินชีวิตรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

2.1.2.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factor) ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย แรงจูงใจการรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ แรงจูงใจ (Motivation) คือ ผู้บริโภคเกิดความต้องการการที่มากเพียงพอที่กระตุ้นให้บุคคลกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยที่ความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป การรับรู้ (Perception) การรับรู้ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันก็จะทำให้การแปลความหมายของการรับรู้ของแต่ละคนแตกต่างกันไป

การเรียนรู้ (Learning) คือ การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภคตอบสนองหรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากได้ปฏิบัติ ประสบการณ์ หรือเกิดขึ้นของสัญญาณหรือความรู้ที่ได้จากการรับรู้สิ่งที่ไม่ค่อยเกิดขึ้นมาก่อนนั่นเอง ดังนั้น การตลาดจะใช้แนวคิดนี้มาเป็นประโยชน์ด้วยการโฆษณาซ้ำ ๆ เพื่อให้เกิดการจูงใจซื้อ

ความเชื่อและทัศนคติ (Belief and Attitude) ความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวกหรือลบซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ และพฤติกรรมการตัดสินใจของแต่ละบุคคล

### 2.1.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process)

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อเป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูลการประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ผู้บริโภคที่ผ่านขั้นตอนในการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ขั้นตอนเป็นลำดับขั้นแต่ในความเป็นจริงอาจไม่เป็นเช่นนั้นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การซื้อที่มีความสลับซับซ้อนของการตัดสินใจน้อย ผู้บริโภคอาจข้ามขั้นตอนบางขั้นตอนไปภายหลังการซื้อและใช้สินค้าและบริการไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจสินค้าและบริการนั้น ๆ และจะเก็บไว้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อครั้งต่อไป ดังนั้น จึงควรทำความเข้าใจในพฤติกรรมซื้อสินค้าและบริการในแต่ละขั้น เพื่อค้นหาสิ่งที่มีอิทธิพลในแต่ละขั้นเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในทุกระดับของกระบวนการซื้อ

#### 2.1.4 การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decisions)

การตอบสนองของผู้ซื้อเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นและอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว ในการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกช่วงเวลาในการซื้อ และปริมาณสินค้าที่จะซื้อ

สรุป ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ อิทธิพลจากภายนอก เช่น สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ส่งผลต่อคุณลักษณะของผู้ซื้อทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ และตัดสินใจซื้อโดยเลือกผลิตภัณฑ์ เลือกตราสินค้า เวลาในการซื้อและปริมาณในการซื้อ

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (1997, p.92) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) หมายถึง ตัวทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือ หมายถึง “ชุดของตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด ซึ่งบริษัทนำมาผสมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย” แนวความคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญในทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย เราเรียกส่วนผสมทางการตลาดว่า “4P's” ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 กลุ่มนี้จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้รับข่าวสารทั้งหมดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกเหนือไปจากการใช้โฆษณาหรือกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด Kotler (1997) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps ไว้ดังนี้

2.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ซึ่งจะต้องสามารถทำหน้าที่แจ้งให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตราสินค้า รูปแบบและสีสันทันของหีบห่อ ตัวสินค้า ขนาด รูปร่างของสินค้า เครื่องหมายการค้า สิ่งเหล่านี้จะสื่อความหมายและความเข้าใจให้กับผู้รับข่าวสาร โดยผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องเป็นไปตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดี เมื่อใช้แล้วไม่ตรงตามความต้องการ การทุ่มงบประมาณไปเท่าใดก็ไม่สามารถกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคได้

2.2.2 ราคา (Price) หมายถึง เป็นสิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่จะจูงใจให้เกิดการซื้อ บางครั้งการตั้งราคาสูงอาจเป็นเครื่องหมายจูงใจให้ผู้บริโภคบางกลุ่มที่ชอบซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะต้องการได้รับความภูมิใจจากการซื้อหรือการใช้ผลิตภัณฑ์ราคาแพง ๆ แต่บางครั้งมีการโฆษณาคุณสมบัติกันมากจนหาความแตกต่างไม่ค่อยได้ ราคาจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ

2.2.3 การจัดจำหน่าย (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางหลังจากผู้บริโภคทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้วจนเกิดความสนใจและอยากทดลองใช้ แต่ถ้าไม่สามารถจะหาซื้อได้อย่างสะดวกแล้ว ส่วนใหญ่จะล้มเลิกความตั้งใจแล้วเปลี่ยนไปซื้อที่อื่นที่หาได้สะดวกกว่า การจัดจำหน่ายยังแบ่งได้อีก 2 ส่วน ดังนี้

2.2.3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย

จึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจผ่านคนกลางหรือไม่ก็ได้

2.2.3.2 การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าจึงประกอบด้วย

2.2.3.2.1 การขนส่ง (Transportation)

2.2.3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า

2.2.3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

2.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Nonpersonal Selling) ประกอบด้วยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงประกอบด้วย 5 เครื่องมือ ดังนี้

2.2.4.1 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขาย โดยใช้พนักงานขายและการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

2.2.4.1.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งซื้อสินค้าไปเพื่อใช้สอยส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปเพื่อบริโภคชั้นสุดท้ายเรียกว่า สินค้าผู้บริโภค

2.2.4.1.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) เป็นการกระตุ้นความพยายามในการขายของคนกลางเพื่อผลักดันสินค้าไปยังผู้บริโภค และอาจอยู่ในรูปการโฆษณาที่มุ่งสู่คนกลาง ซึ่งเป็นการโฆษณาที่กระตุ้นคนกลาง ได้แก่ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เพื่อจูงใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือขายต่อผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า

2.2.4.1.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Salesforce Promotion) เป็นการกระตุ้นพนักงานขายให้ใช้ความพยายามในการขายมากขึ้น และการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขายจะใช้กลยุทธ์ผลัก (Push Strategy) บุคคลเป้าหมายได้แก่ พนักงานขายของธุรกิจ จุดประสงค์คือ การตอบสนองความสามารถของพนักงาน เป็นการแข่งขันระหว่างพนักงานขายด้วยกันเอง เช่น การแจกโบนัส การแข่งขันการทำยอดขาย

2.2.4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) (2) การจัดการหน่วยงานขาย (Salesforce Management)

2.2.4.3 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งการให้ข่าว เป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

2.2.4.4 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) เป็นติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือ หมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่เน้นการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที เครื่องมือนี้ประกอบด้วย (1) การขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก (4) การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจุดใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คุปองแลกซื้อ

2.2.4.5 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิดที่ต้องการมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative Strategy) (2) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy) ปัจจุบันการโฆษณาพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อตอบสนองการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งอัตราการแข่งขันสูงขึ้นตลอดเวลา การโฆษณาและธุรกิจกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่คู่กันเพราะโฆษณาเป็นหนึ่งในอาวุธสำคัญที่จะใช้ช่วงชิงส่วนครองตลาดที่ดีให้กับสินค้า ขณะเดียวกันการโฆษณาจะคงอยู่ได้ด้วยธุรกิจ (เสรี วงษ์มณฑา, 2535, หน้า 25) และการโฆษณาได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของคนเราในปัจจุบันแทบจะทุกขณะ เนื่องจากการโฆษณามีอยู่ทุกแห่ง (Omni Present) และเป็นสิ่งที่แทรกแซง (Obstruction) ในชีวิตประจำวันเราอยู่เสมอ การโฆษณาก็เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โนมิน่าวจให้กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ

ชัชวาลย์ ทัดศิวัช (2554) ในแง่แนวคิดทางวิชาการ แนวคิดพื้นฐาน (Basic Concept) ในเรื่องคุณภาพการให้บริการประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) และคุณค่าของลูกค้า

(Customer Value) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ เป็นพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาที่บุคคลมีต่อบริการที่ได้รับหรือเกิดขึ้น

ส่วนแนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดยโครนินและเทเลอร์ ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการได้รับบริการ กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มารับบริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ส่วนคุณภาพการให้บริการในมุมมองเชิงการตลาด คอร์ดับเป็ลสกี รัสท์ และชาร์ฮอร์ก ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่งคือบิทเนอร์ ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่า คุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้

โดยประการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ก่อให้เกิดกรอบการพิจารณาตัวแบบการศึกษาคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐาน 3 แนวคิดดังกล่าวได้ในสองนัยยะ กล่าวคือ นัยยะแรก คุณภาพการให้บริการสามารถพิจารณาได้จากทั้งสามองค์ประกอบ หรืออย่างน้อย 2 องค์ประกอบรวมกัน และนัยยะที่สอง คุณภาพการให้บริการ พิจารณาได้จากตัวชี้วัดซึ่งพัฒนาจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเป็นหลัก เช่น แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้เขียน พบว่านักวิจัยส่วนใหญ่มักให้ความสนใจทำการศึกษาค้นคว้าคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐานสองแนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ ส่วนแนวคิดที่สอง วัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ที่เสนอโดยซีแทมล์ พาราชูรามานและคณะ

คำถามที่มักเกิดขึ้นต่อมาก็คือ เราจะใช้การวัดความพึงพอใจของประชาชนหรือผู้รับบริการที่มีต่อการบริการ หรือจะวัดจากคุณภาพการให้บริการ จึงสามารถตอบได้ในเบื้องต้น คำตอบก็คือ เราจะวัดโดยอาศัยแนวคิดพื้นฐานใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่สำคัญคือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการวัด โดยเฉพาะในประเด็นความต้องการนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินไปใช้ประโยชน์นั่นเอง เพียงแต่แนวคิดทฤษฎีและข้อสรุปทั่วไปจากการวิจัยเท่าที่ปรากฏ ดูจะรองรับและยอมรับวิธีการวัดคุณภาพการให้บริการในกรอบการมองเรื่องคุณภาพการให้บริการมากกว่ากรอบการมองด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ลูกค้า 6W1H

ศิริพร วิชญมทิมาชัย (2552, หน้า 5) ทราบกันดีอยู่แล้วว่า การตลาดนั้นมีความสำคัญต่อธุรกิจต่างๆ มากน้อยแค่ไหนเห็นได้จากองค์กรจะอยู่รอดหรือไม่ขึ้นอยู่กับ การเข้าถึงใจลูกค้าของคุณ อย่างไรก็ตามการใช้เทคนิค 7 ประการในการทำความรู้จักลูกค้าให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น เพื่อจะทำให้ธุรกิจไม่พลาดในการขายสินค้าหรือการให้บริการ

Who ? ใครคือลูกค้าของเรา ในการขายสินค้าหรือบริการลูกค้าในแต่ละกลุ่มธุรกิจ จะต้องตอบคำถามให้ได้ว่าลูกค้าของธุรกิจคือใคร เพศหญิง หรือเพศชาย วัยรุ่น เด็ก หรือผู้ใหญ่ หรืออาจจะเป็นคนจนผู้มีรายได้น้อย ซึ่งจะทำให้รูปแบบการผลิตสินค้าแตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้า เช่น ถ้าสินค้าสำหรับเด็ก ตัวหีบห่อหรือแม่แต่รูปแบบของผลิตภัณฑ์อาจจะป็นรูปตัวการ์ตูน แต่ถ้าเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ ตัวสินค้าหรือหีบห่ออาจจะเห็นให้ดูดีมีรูปแบบอย่างเป็นทางการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือ

What ? อะไรที่ลูกค้าของเราต้องการ เช่น เมื่อลูกค้าเข้าไปในร้านกาแฟ ต้องวิเคราะห์ว่าลูกค้าต้องการทานกาแฟหรือต้องการมาพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงใช้เวลาในการนั่งนานๆ ธุรกิจต้องวิเคราะห์ว่ากลุ่มลูกค้าของเราต้องการอะไรกันแน่ เราต้องตอบสนองลูกค้ากลุ่มใด ถ้าวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มลูกค้าของเราเป็นกลุ่มที่ต้องการมาพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ธุรกิจควรจะเน้นการจัดบรรยากาศของร้านให้มีความสุนทรีย์ทางด้านอารมณ์

When ? เมื่อไหร่ที่ลูกค้าซื้อสินค้า อาจจะเป็นต้นเดือน ปลายเดือน หรือศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ช่วงเช้า ช่วงเย็น หรือเทศกาลอะไร เช่น ในช่วงเย็นๆ หรือวันเสาร์ วันอาทิตย์ ร้านกาแฟอาจจะเป็นที่พบปะสังสรรค์สำหรับเพื่อนฝูงเพื่อต้องการบรรยากาศสบายๆไม่เร่งรีบ ดังนั้นธุรกิจต้องเตรียมความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าในด้านการให้บริการ การเตรียมวัตถุดิบในการผลิตหรือด้านผู้ให้บริการเพื่อป้องกันไม่ไห้ลูกค้าของกิจการพบกับความผิดหวัง

Why ? ลูกค้าซื้อสินค้าของเราไปทำอะไร หรือสิ่งใดคือเหตุผลที่สร้างแรงจูงใจให้ลูกค้ามาอุดหนุนสินค้าของเรา เช่น แบรินด์ชูปไก่ มักจะซื้อไปฝากบุคคลที่เคารพรักเสมอๆ เพราะโดยส่วนตัวอาจจะยังไม่ตระหนักดีว่าจะต้องกิน แต่ถ้าซื้อไปเป็นของฝากออกจะดูแล้วมีระดับก็เป็นไปได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่ามีสินค้าบางรายการออกมาโฆษณาว่าสำหรับคนที่คุณรัก

Where ? ลูกค้าของเราชอบเดินเข้าไปซื้อสินค้าในสถานที่แบบใด ซึ่งเราจะได้นำสินค้าของเราไปวางจำหน่าย ได้ถูกที่ จะเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้สินค้าเช่นผักสดนิยมใส่ถุงหรือหีบห่อที่สวยงาม ติดตราหือหรือจะเรียกให้ดูดีหน่อยก็คือติดแบรนด์นั่นเอง ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจมากขึ้น ซึ่งก็จะเหมาะสมสำหรับลูกค้าที่ค่อนข้างมีรายได้ ซึ่งก็คุ้มค่าเพราะรับประกันได้ว่าแพงหน่อยแต่ก็สบายใจกว่ากันเยอะ



Who Participat ? มีใครบ้างที่เกี่ยวข้องในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งของลูกค้า บางครั้งการตัดสินใจซื้อไม่ได้มีแค่ลูกค้าคนเดียว ดังนั้น การมุ่งตอบสนองเฉพาะคนจ่ายเงินอาจจะยังไม่ใช่คำตอบของธุรกิจ ตัวอย่างที่พบเห็นง่ายๆ โดยส่วนใหญ่สินค้าที่มีราคาแพงๆ ภรรยาอาจจะไม่ใช่ผู้ตัดสินใจซื้อ เพราะคนที่คอยจ่ายเงินอาจจะเป็นตัวคุณสามีซะมากกว่า แต่การไปจับจ่ายเลือกอาจจะเป็นคนคุณภรรยา เช่น การเลือกซื้อรถยนต์สักคัน ภรรยาเลือก สามีจ่ายเงิน คนที่ได้ใช้รถ ก็จะเป็นไปได้คือใช้ได้ทั้งครอบครัวดังนั้นกลุ่มธุรกิจก็ควรจะหยิบยกการโฆษณาว่าเป็นรถสำหรับครอบครัว

How ? ลูกค้าของเรามีการตัดสินใจซื้ออย่างไร สินค้าที่ขายกันตามท้องตลาดทำให้ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อต่างกัน เช่น ถ้าสินค้าที่มีราคาสูงหน่อยลูกค้าก็อาจจะถามหาการให้เครดิตของร้านค้า ถ้าขายเป็นเงินสดก็อาจจะปฏิเสธการซื้อก็เป็นไปได้ หรือถ้าลูกค้าที่ค่อนข้างชอบการลดกระหน่ำ ไม่ลดราคาก็ไม่ซื้อ ทางร้านก็จะจัดเทศกาลการลดราคาให้ลูกค้าบ่อยๆ

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬา

วิทยาศาสตร์การกีฬา คือ กระบวนการในการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของนักกีฬา ให้ก้าวไปสู่ความพร้อมและความสมบูรณ์สูงสุด ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจและเทคนิคทักษะกีฬา ในช่วงการแข่งขันตลอดจนพัฒนาไปสู่ความสามารถสูงสุดแต่ละบุคคลอย่างเป็นระบบ ซึ่งประกอบด้วยองค์รวมของศาสตร์สาขาต่างๆ ซึ่งสามารถจำแนกเป็นแต่ละประเภทกีฬา รวมถึงกีฬาฟุตบอลซึ่งสามารถจำแนกได้เป็นทั้งหมด 6 สาขา คือ

### 2.5.1 สรีรวิทยาสำหรับฟุตบอล

กรมพลศึกษา (2554) ร่างกายและการทำงานของร่างกายในการเล่นฟุตบอลให้ประสบความสำเร็จ นักกีฬาต้องมีการเตรียมความพร้อม นักวิชาการอธิบายว่านักฟุตบอลที่ใช้เวลาบนสนามที่ใหญ่ อากาศร้อนและมีการขึ้นลงสนามอย่างรวดเร็วต้องรู้จักลักษณะทางสรีรวิทยาและการเผาผลาญพลังงานของร่างกายอย่างถูกต้อง กระบวนการทางชีววิทยาที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การทำงานและการปรับตัวในการทำงานของกล้ามเนื้อและโครงสร้างร่างกายอื่นๆ เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสารเคมีภายในร่างกายด้วย

การใช้พลังงานในการเล่นแบบรุกและแบบรับมีผลต่อพลังงานที่สะสมมาว่าจะใช้ได้ครบหรือนานพอในการเล่นฟุตบอล นอกจากนี้การใช้ออกซิเจนก็มีการเปลี่ยนแปลงไปตามความหนัก ความเร็วและความนานของการเล่น ถ้าเล่นหรือเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว นักฟุตบอลคงต้องการพลังงานแบบขาดออกซิเจน หรือแอนแอโรบิค แต่เมื่อต้องเล่นนานพลังงานที่ในระดับปานกลางถึงมากที่สุด และผู้เล่นที่เล่นแบบรับใช้พลังงานแบบที่ใช้ออกซิเจน หรือแบบแอโรบิค อย่างไรก็ตามมีการเล่น

ฟุตบอลประกอบก็มีความจำเป็นในการใช้พลังระเบิดในช่วงสั้น ๆ บ้าง เช่น การกระโดดโหม่ง การวิ่งสกัดบอล

ฟุตบอลเป็นกีฬาที่ต้องการการเคลื่อนไหวที่รวดเร็วทั้งการหยุด การกลับตัว การกระโดดและการเคลื่อนที่ นักกีฬาอาจมีความเหนื่อยล้าได้ในหลายๆ โอกาส การเล่นหนักและมีการพักไม่เหมาะสม ก็อาจเป็นผลต่อการสะสมของกรดแล็กติกในกล้ามเนื้อมากขึ้นเพราะปริมาณของออกซิเจนไม่เพียงพอแก่ความต้องการหรือเกิดภาวะเป็นหนี้ออกซิเจน (Oxygen Deficit) การออกกำลังกายเช่นนี้มักดำเนินต่อไปได้ไม่เกิน 2-3 นาที เพราะกล้ามเนื้อไม่สามารถทำหน้าที่ของมันต่อไปได้ส่งผลให้การเคลื่อนไหวของร่างกายมีประสิทธิภาพลดลงซึ่งนักกีฬาที่มีสมรรถนะของร่างกายที่ไม่ดีก็จะทำให้เหนื่อยง่าย ไม่สามารถพักผ่อนได้อย่างรวดเร็วและมีผลต่อความแม่นยำในการรับ ส่งและยิงบอลด้วย

สมรรถภาพที่สำคัญในการเล่นฟุตบอลแยกเป็น 2 ส่วน คือ การฝึกร่างกายขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย การฝึกที่เน้นการใช้พลังงานแบบแอนแอโรบิค ความยืดหยุ่น ความแข็งแรง ความทนทาน ความเร็ว และพลัง ส่วนที่สองเป็นการฝึกร่างกายเฉพาะส่วน เช่น ความเร็วในการก้าวเท้า ความเร็วในการใช้มือ ความสามารถในการสปริงตัว ความคล่องตัวในการหลบหลีก การวิ่งกระโดด และการทรงตัว เป็นต้น ซึ่งองค์ประกอบแต่ละตัวจะมีส่วนช่วยในการพัฒนานักกีฬาให้มีความสามารถทางกายที่ดีขึ้นโดยเฉพาะการเล่นฟุตบอลในปัจจุบันมีความหนักในการเล่นระหว่างเกมที่สูงมาก จึงต้องมีการฝึกที่เน้นพัฒนาการของกล้ามเนื้อ ระบบไหลเวียนโลหิต และความสามารถทางกายดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น อย่างไรก็ตามเพื่อการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายเป็นการปรับสภาวะของทางร่างกายให้อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายมีประสิทธิภาพในการทำหน้าที่สูง และมีการทำงานประสานกันของระบบต่างๆ ของร่างกายได้เป็นอย่างดี มนุษย์ทุกคนย่อมมีความพร้อมของร่างกายในแต่ละด้านต่างกัน ส่วนที่เกี่ยวข้องกับหลักการทางสรีรวิทยาการเล่นฟุตบอลคือการพัฒนาและรักษาระดับสมรรถภาพหัวใจและหลอดเลือด

ดังนั้นในการฝึกนักฟุตบอลให้มีความพร้อมทางสรีรวิทยานั้นต้องคำนึงถึงการเสริมทางด้านนี้ด้วย การฝึกทางสรีรวิทยาที่เหมาะสมถูกต้องตามหลักการจะช่วยให้การสร้างและใช้พลังงานของนักกีฬามีประสิทธิภาพ

## 2.5.2 โภชนศาสตร์สำหรับนักฟุตบอล

กรมพลศึกษา (2554) อาหารกับความพร้อมทางร่างกายนักฟุตบอลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ที่นักกีฬาต้องคำนึงถึงหากต้องการให้ร่างกายทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ เพราะการเป็นนักกีฬาฟุตบอลที่เก่งนั้นต้องทำการฝึกซ้อมอย่างหนักและนานเพียงพอที่จะทำให้เกิดสมรรถภาพที่

สมบูรณ์ มีความแข็งแรงของร่างกายและความชำนาญด้านทักษะเพิ่มขึ้น และการบริโภคอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ และเพียงพอเท่านั้นจึงจะเสริมความสำเร็จนี้ได้

คำว่า “อาหาร” หมายความถึง สิ่งที่รับประทานเข้าไปสามารถทำให้รู้สึกอิ่มซึ่งอาจจะให้ประโยชน์หรือโทษแก่ร่างกายก็ได้ และคำว่า “โภชนาการ” หมายความถึง อาหารที่รับประทานเข้าไปแล้วร่างกายสามารถนำไปเผาผลาญ เพื่อใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างความเจริญเติบโตและซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ ทำให้ร่างกายแข็งแรงและสร้างภูมิคุ้มกันโรคได้ ดังนั้นอาหารและโภชนาการจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่ขาดอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้ การรับประทานอาหารจำเป็นต้องคำนึงถึงคุณประโยชน์ของอาหารที่รับประทานเข้าไปทั้งนี้เพื่อการมีร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ นักฟุตบอลทุกคนจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ว่าอาหารอะไรที่ควรรับประทาน และควรรับประทานอะไรมากน้อยเพียงใดในการเล่นฟุตบอลและการใช้ชีวิตประจำวันของแต่ละคน

โภชนศาสตร์การกีฬา (Sport Nutrition) เป็นการศึกษาเรื่องของอาหาร ที่เกี่ยวข้องกับชีวเคมีและสรีรวิทยาของมนุษย์เพื่อให้เกิดความเข้าใจบทบาทของอาหารที่มีต่อสมรรถภาพร่างกาย และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาขีดความสามารถของนักฟุตบอลให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ในปัจจุบันโภชนาการถือว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น และมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต เพราะร่างกายต้องการสารอาหารนี้ร้อยละ ๖๐-๗๐ ใช้ในการสร้างความเจริญเติบโตให้กับร่างกายและยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยในการพัฒนาการของอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย อาหารจึงเป็นหัวใจหลักของการมีสุขภาพที่ดีของมนุษย์ทุกคน การเลือกรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่และถูกสุขลักษณะตามหลักโภชนาการย่อมเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาสุขภาพและสมรรถภาพของคนทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในนักฟุตบอล ผู้ที่ต้องใช้พลังงาน พลังกำลัง และสมรรถภาพทางกายอย่างหนักทั้งในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกีฬา

นักฟุตบอลที่บริโภคอาหารอย่างเหมาะสมตามหลักโภชนาการจะทำให้มีสภาพร่างกายและพลังงานที่สมบูรณ์เพียงพอสำหรับการฝึกซ้อม และพร้อมสำหรับการแข่งขันกีฬา ดังนั้นนักฟุตบอลจึงควรให้ความสนใจเรื่องอาหารที่เริ่มตั้งแต่การฝึกซ้อม ระหว่างการแข่งขัน และหลังการแข่งขัน

### 2.5.3 ชีวกลศาสตร์การกีฬาสำหรับฟุตบอล

กรมพลศึกษา (2554) กีฬาฟุตบอลเพื่อความเป็นเลิศ ที่ได้รับความสนใจมากที่สุดในโลก และมีชีวกลศาสตร์การกีฬาเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่ง ซึ่งเป็นสาขาย่อยของวิทยาศาสตร์การกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการใช้หลักการในเรื่องของแรง กำลัง มุมและทิศทางของการเล่นฟุตบอลมาใช้ในการสร้างประสิทธิภาพ เป็นหลักการที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการเล่นฟุตบอลที่เป็นรูปธรรมผ่านการ

วิเคราะห์ทางคณิตศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ ที่นักกีฬาควรมีความเข้าใจและนำไปพัฒนาการเล่นของตัวเอง นอกเหนือจากหลักของวิทยาศาสตร์การกีฬาสาขาอื่นๆ

หากนักฟุตบอลเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างความสูงของลูกฟุตบอลที่ลอยในอากาศ ระหว่างการเตะลูก และความเร็วหรือการกระโดดของผู้รักษาประตูของการวิ่งเพื่อป้องกันประตู จะเพิ่มประสิทธิภาพการเล่นดีขึ้น การหมุนของลูกในการเตะลูกฟรีคิก (Free Kick) มุมของลูกฟุตบอลที่เกิดขึ้นตั้งแต่เมื่อนักกีฬาสัมผัสลูกฟุตบอล จะมีผลอย่างไรต่อความเร็ว ทิศทางและการกระดอนของลูกเช่นกัน สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ นักกีฬาเล่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาวมมากขึ้น เป็นเหตุเป็นผลในการเล่นและในขณะเดียวกันก็ช่วยลดความเสี่ยงการบาดเจ็บไปพร้อมกันด้วย

ในการเล่นฟุตบอลเพื่อความเป็นเลิศ นักกีฬาจึงควรบันทึกภาพการเล่นของตนเองไว้เป็นระยะๆ เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์การเล่นของตนเองในแง่ของการเคลื่อนไหว แรง มุมและความเร็วได้เหมาะสม การเปลี่ยนแปลงทักษะบางอย่างในการเล่นฟุตบอล ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การวิเคราะห์ด้วยหลักการทางชีวกลศาสตร์ สามารถช่วยได้ โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านนี้ อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ด้วยหลักการนี้จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ ที่มีประสิทธิภาพและราคาค่อนข้างแพง การนำมาใช้กับการเล่นฟุตบอลจึงอาจจะยังไม่เห็นบ่อนักสำหรับนักฟุตบอลไทย

การนำหลักการทางชีวกลศาสตร์มาใช้ในการพัฒนาความสามารถนักฟุตบอล เกี่ยวข้องกับเรื่องของ มุมของการเตะลูกฟุตบอลในทักษะต่างๆ เช่น การเตะ การส่งและรับลูกจากเพื่อนในทีม ท่าทางการเตะลูกฟุตบอล ในความสูงที่ต่างกัน การเคลื่อนไหวร่างกาย ในส่วนของเท้า การหมุนตัวรายละเอียดของการนำหลักการในเรื่องของมุม แรง ความเร็วมาพัฒนาประสิทธิภาพ ในการเล่นฟุตบอลจะนำมาแสดงให้เห็นทราบเป็นประเด็นๆ ไปอย่างต่อเนื่อง

#### 2.5.4 จิตวิทยาการกีฬาสำหรับฟุตบอล

กรมพลศึกษา (2554) เราคงเข้าใจกันดีแล้วว่าร่างกายและจิตใจเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกจากกันได้ ในการเล่นฟุตบอลก็เช่นกัน เราจึงต้องเข้าใจทั้งสองสิ่ง และในการเล่นฟุตบอลเพื่อฝึกซ้อมและการแข่งขัน การเตรียมความพร้อมทั้ง 2 สิ่งต้องมีควบคู่กันไป นอกจากนี้จิตใจของนักกีฬาที่เกิดจากตัวนักกีฬาฟุตบอลเองแล้ว ยังมีคนที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนต่อการลดหรือเพิ่มศักยภาพด้านจิตใต้นักกีฬาอีกหลายส่วน เช่น ผู้ฝึกสอนฟุตบอล ผู้ปกครอง เพื่อนๆ ผู้ตัดสิน และคนจัดการแข่งขัน เป็นต้น คนเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเล่นในหลายระดับและแนวทาง อย่างไรก็ตามการเล่นฟุตบอลเพื่อความเป็นเลิศนี้ คงไม่สามารถปล่อยให้สิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นรองฝ่ายตรงข้ามได้ การเตรียมความพร้อมและความเข้าใจสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเล่นของนักฟุตบอลจึงควรให้ความเข้าใจ สนใจและหาแนวทางในการเพิ่มเติมศักยภาพดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะไปในประเด็นของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้อง ขอทำความเข้าใจให้ตรงกันก่อนถึงองค์ประกอบทางด้านจิตใจในการเล่นฟุตบอลนั้น มีประเด็นหลักๆ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพนักกีฬา ดังนี้

ทัศนคติเกี่ยวกับการเล่นฟุตบอล

ความมั่นใจในการเล่นฟุตบอล

แรงจูงใจในการเล่นฟุตบอล

สมาธิในการเล่นฟุตบอล

ความมุ่งมั่นในการเล่นฟุตบอล

ความตั้งใจในการเล่นฟุตบอล

ความเครียดและความวิตกกังวลในการเล่นฟุตบอล

ประเด็นเหล่านี้ ส่วนใหญ่มีมากยังมีผลดีต่อการเล่น แต่ในบางประเด็น เช่น ความเครียดและความวิตกกังวล ความกลัวการแข่งขัน เป็นส่วนที่มีน้อยหรือในระดับที่เหมาะสมจะเหมาะสมกว่า เราจึงควรเข้าใจสิ่งเหล่านี้อย่างแท้จริง ซึ่งก็จะแยกเป็นประเด็นให้ทราบ ตามแต่สนใจต่อไป

#### 2.5.5 เวชศาสตร์การกีฬาสำหรับฟุตบอล

กรมพลศึกษา (2554) ในเรื่องของการบาดเจ็บหรือได้รับอันตรายจากการฟุตบอล นับว่ามีโอกาสสูงมาก การปะทะกันอย่างรุนแรงในระหว่างการเล่นฟุตบอลโดยจุดที่มีการบาดเจ็บสูงสุดก็ยังคงเป็นเรื่องของ กล้ามเนื้อขา ตะคริว ข้อเท้าพลิก และการแตก ในบางโอกาส บางคนถึงกับมีการบาดเจ็บบริเวณกล้ามเนื้อหลังหรือกระดูกสันหลัง

การเล่นฟุตบอลอย่างหนัก นาน ไม่เหมาะสม เหล่านี้สามารถป้องกัน และแก้ไขได้ หากเกิดแล้วก็สามารถบำบัดให้กลับมาเล่นใหม่ได้ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นเรื่องของเวชศาสตร์การกีฬา หรือทางการแพทย์ ที่นักกีฬาฟุตบอลและผู้เกี่ยวข้องควรมีความรู้และความเข้าใจเพื่อที่สามารถป้องกันและแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพก่อนเกิดหรือเมื่อเกิดขึ้นแล้ว

การบาดเจ็บและเป็นอันตรายในการเล่นกีฬาฟุตบอลอาจเกิดได้จากอีกหลายๆ สาเหตุ ดังนั้นนักฟุตบอลทุกคนมีโอกาสได้รับบาดเจ็บ นอกจากนี้การเล่นฟุตบอลเป็นเวลานานก็อาจนำไปสู่การบาดเจ็บและการล้าของกล้ามเนื้ออีกทางหนึ่ง การที่ร่างกายต้องทำงานหนักในการฝึกซ้อม และแข่งขันเกินกว่าที่ร่างกายมนุษย์ปกติทำ ดังนั้นเพื่อป้องกันการบาดเจ็บที่เกิดขึ้นกับนักฟุตบอล หลักการป้องกันการบาดเจ็บทางกีฬา จึงควรจะถูกนำมาเผยแพร่ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อการป้องกันการบาดเจ็บและเพื่อให้การแสดงความสามารถของนักฟุตบอลบรรลุเป้าหมายได้อย่างดี

ในหลักการทางวิทยาศาสตร์การกีฬาของการฟุตบอล เวชศาสตร์การกีฬาไม่ใช่แค่เรื่องของการบาดเจ็บ แต่เป็นเรื่องของการนำหลักการทางการแพทย์มาใช้ในการพัฒนาศักยภาพทางการกีฬาด้วย เช่น การป้องกันการบาดเจ็บทางการกีฬา การปฐมพยาบาล การดูแลหลังการบาดเจ็บ การฟื้นฟูสภาพ และการใช้สารกระตุ้นด้วย การกระโดด การเหวี่ยง กระชากและมีความเร็วเข้ามาเกี่ยวข้องตลอดเวลา แม้จะไม่มีประตู่ระหว่างนักกีฬา ฝ่ายตรงข้ามมากนัก ท่านควรรู้ในหลักการเบื้องต้นของสาเหตุการเกิดการบาดเจ็บ ควรรู้เรื่องของการป้องกันที่ทำได้ เช่น การอบอุ่นร่างกายที่เพียงพอและเหมาะสม การยืดเหยียดกล้ามเนื้อที่ถูกต้อง การรู้จักการปฐมพยาบาล ให้กับนักกีฬานับว่าเป็นเรื่องสำคัญ

ประเด็นที่สำคัญที่ควรทราบเกี่ยวกับหลักการทางเวชศาสตร์การกีฬาในเบื้องต้น เช่น การเตรียมความพร้อมของร่างกาย ป้องกันการบาดเจ็บในการเล่นฟุตบอล การปฐมพยาบาลในการเล่นฟุตบอล การฟื้นฟูสภาพจากการเล่นฟุตบอล

ประเด็นดังกล่าวนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งตามหลักการทางเวชศาสตร์การกีฬา ที่ท่านควรทราบและติดตามเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาฟุตบอลให้มากที่สุด ด้วยความปลอดภัย

#### 2.5.6 สมรรถภาพทางกายของนักกีฬาฟุตบอล

กรมพลศึกษา (2554) กีฬาฟุตบอล นักกีฬาเล่นบนสนามที่ใหญ่ ลูกมีน้ำหนักรวมกับการเล่นที่มีการเคลื่อนไหวร่างกาย การขึ้นลงสนามรวดเร็ว นักกีฬาฟุตบอลจึงมีความจำเป็นต้องมีสมรรถภาพทางกายที่แข็งแกร่งไม่แพ้กีฬาชนิดอื่น แนวทางการเล่นที่ต้องมีการเลี้ยงลูก ส่งลูกและการกระโดดขึ้นลงที่ต้องใช้ความแข็งแรง ความอดทนของร่างกาย ความเร็วและพลังของกล้ามเนื้อที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะกล้ามเนื้อขาในบริเวณขา

สมรรถภาพทางกายของนักกีฬาฟุตบอล หมายถึง ความสามารถทางกายในการทำกิจกรรมต่างๆ ขณะเล่นฟุตบอล ที่ประกอบด้วย ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ความอ่อนตัว ความอดทน และความเร็ว ยิ่งมีความพร้อมทางร่างกายมากเท่าไร การเล่นฟุตบอลก็ยิ่งมีประสิทธิภาพที่นำไปสู่ผลการแข่งขันที่ดีเสมอ ซึ่งมีข้อมูลพื้นฐานที่ควรทราบดังนี้

ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ สำหรับกีฬาฟุตบอล เป็นเรื่องของความสามารถของกล้ามเนื้อที่มีต่อสิ่งที่มากระตุ้น ไม่ว่าจะเป็นแรงหรือน้ำหนัก ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อนอกจากจะทำให้ให้นักกีฬาทำทักษะได้ดี และเล่นฟุตบอลอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังช่วยลดหรือป้องกันการบาดเจ็บด้วย

ความอดทน เมื่อร่างกายสามารถทำงานอย่างราบรื่น ด้วยความแข็งแรงแล้ว นักกีฬาที่สามารถใช้กล้ามเนื้อหรือข้อต่ออย่างต่อเนื่อง ย่อมมีโอกาสในการเล่นที่ดีมากกว่าผู้ที่เล่นได้เพียง

ระยะสั้นๆ ความนานในการเล่นกีฬา นี้ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่าความอดทน ส่วนคำหรืออาการตรงข้ามของความอดทน คือ ความเมื่อยล้า ของร่างกาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเล่นกีฬา

ความอ่อนตัวของกล้ามเนื้อนักกีฬาฟุตบอล ก็เป็นส่วนสำคัญ การที่นักกีฬามีความอ่อนตัวในระหว่างการเล่น ช่วยทำให้นักกีฬาสามารถเคลื่อนไหวร่างกายได้อย่างราบรื่น และมีโอกาสของการฝึกขาดของกล้ามเนื้อน้อย ข้อต่อของร่างกายทำงาน เคลื่อนไหวในระยะทางและมุมที่ไกลและกว้าง ความอ่อนตัวนี้ช่วยลดการฝึกขาดของเอ็นและข้อต่อด้วย การเตรียมความพร้อมด้านการยืดหยุ่นนี้สามารถทำได้ด้วยการอบอุ่นร่างกายที่ตามด้วยการยืดเหยียดกล้ามเนื้อก่อนและหลังการเล่นฟุตบอลที่เหมาะสมเพียงพอ

ในการเล่นกีฬาฟุตบอล มีการขึ้นลงสนามอย่างรวดเร็ว นักกีฬาจึงต้องมีความเร็ว ซึ่งเป็นการเคลื่อนไหวจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งในเวลาอันสั้น ส่งผลให้สามารถลูกหรือตั้งรับได้อย่างมีประสิทธิภาพ นักกีฬาฟุตบอลจึงจำเป็นต้องสามารถเคลื่อนที่จากแดนของตนเอง ไปยังแดนตรงข้ามหรือลงจากแดนตรงข้ามมายังแดนของตนเองในเวลาอันสั้น นอกจากความเร็วในการเล่น เคลื่อนไหวแล้ว ความเร็วในการตอบสนองทางด้านจิตใจหรือความรู้สึก ก็เป็นความเร็วที่ส่งผลกระทบต่อการเล่นด้วยอีกทางหนึ่ง ซึ่งรายละเอียดจะมีกล่าวถึงในโอกาสต่อไป

องค์ประกอบของการมีสมรรถภาพทางกายที่กล่าวมา สำหรับนักกีฬาฟุตบอลเกิดจากการเตรียมความพร้อมอย่างเป็นระบบ แนวทางในการเตรียมความพร้อมทางร่างกายของนักกีฬาฟุตบอล หรือการฝึกจะได้กล่าวถึงในรายละเอียดต่อไป

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แหล่ม บุญลุ่ม (2550) การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการในการเล่นกีฬา ของนักศึกษาศาสนาบันราชภัฏ โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 800 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีสุ่มแบบกลุ่ม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างโดยใช้ค่าที ผลการวิจัยพบว่า 1. นักศึกษาส่วนใหญ่จะชอบกีฬาประเภททีมและบุคคลมากที่สุด โดยนักศึกษาชายชอบเล่นกีฬาเป็นประจำ แต่นักศึกษาหญิงจะชอบเล่นกีฬาเป็นบางครั้ง ชนิดกีฬาที่นักศึกษาเล่นได้แก่ ฟุตบอล วอลเลย์บอล บาสเกตบอล และแบดมินตัน เป็นต้น นักศึกษาส่วนใหญ่จะเล่นกีฬาในสถาบัน โดยใช้อุปกรณ์ส่วนตัวหรือยืมจากภาควิชาพลศึกษามากที่สุด นักศึกษาส่วนใหญ่จึงไม่เสียค่าใช้จ่ายอะไรเลย นักศึกษามักจะเล่นกีฬาในช่วงเย็นโดยใช้เวลาเล่นครั้งละ 1 - 2 ชั่วโมง ในการเดินทางจากสถานที่พักมาสถานที่เล่นกีฬา นักศึกษาส่วนใหญ่จะใช้วิธีการเดินมากที่สุด โดยใช้เวลาไม่เกิน 15 นาที นักศึกษาจะได้รับข่าวสารทางด้านกีฬาจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด บุคคลที่มีส่วนผลักดัน หรือสนับสนุนให้

นักศึกษาเล่นกีฬามากที่สุด คือ เพื่อนๆ สำหรับหน่วยงานในสถาบันที่ให้การสนับสนุนกีฬาแก่นักศึกษามากที่สุด คือภาควิชาพลศึกษา 2. สภาพปัญหาในการเล่นกีฬา ด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ของนักศึกษาชายและหญิงอยู่ในระดับน้อย แต่สภาพปัญหาด้านเวลา และกิจกรรมอยู่ในระดับมาก สำหรับสภาพปัญหาด้านอุปกรณ์และสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านวิชาการ จะอยู่ในระดับปานกลาง จากการเปรียบเทียบสภาพปัญหาในการเล่นกีฬาระหว่างนักศึกษาชายกับนักศึกษาหญิง พบว่าสภาพปัญหาในการเล่นกีฬา ด้านบุคลากร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับสภาพปัญหาด้านอื่นไม่พบความแตกต่างกัน 3. ความต้องการในการเล่นกีฬา ด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม, ด้านอุปกรณ์ และสถานที่, ด้านบุคลากร, ด้านกิจกรรม และด้านวิชาการ ของนักศึกษาชายและหญิงอยู่ในระดับมาก และจากการเปรียบเทียบความต้องการในการเล่นกีฬาระหว่างนักศึกษาหญิงและนักศึกษาชาย พบว่าความต้องการในการเล่นกีฬา ด้านกิจกรรม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 สำหรับความต้องการในการเล่นกีฬา ด้านอื่นไม่พบความแตกต่าง

ปีนารา คุณานนท์ (2548) การวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดของการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เคยทำการสำรวจประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400คน เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย แบบสอบถาม 400ชุดการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลใช้การหาค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ และฐานนิยม ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ใช้การหาค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ค่าเฉลี่ย จัดลำดับและ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศชายมีอายุ 20-25 ปี 49.50%เป็นนักเรียน/นักศึกษา 61.30% การศึกษา ระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 5000 บาท 42.00%มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่รู้จักสโมสรฟุตบอลในไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกคือสโมสร BEC เทโรฯ 24.10%รู้จักนัก ฟุตบอลในไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกและนักฟุตบอลทีมชาติในปัจจุบันคือนายดัสกร ทองเหลา มากที่สุด กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบนักฟุตบอลทีมชาติในอดีต คือนายปิยะพงษ์ ผิวอ่อน 30.5% ส่วนใหญ่รู้จักลีกอาชีพของ ประเทศอังกฤษ 31.80% ส่วนใหญ่ชมฟุตบอลเพื่อความสนุกสนาน การรับข่าวสารกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จัก ฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกจากสื่อโทรทัศน์38.40 %และติดตามผลฟุตบอลจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด ความ ต้องการของกลุ่มตัวอย่างอยากให้จัดการแข่งขันในภาคกลาง 36.00 %วันที่ต้องการให้มีการแข่งขันคือวันเสาร์ ในเวลา 19.00น. และต้องการซื้อบัตรในราคาบัตร 50บาท ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก พบว่าค่าเฉลี่ยรวมของด้านเวลา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมของด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมของ ด้านราคาบัตรและการส่งเสริมคด้านการตลาด อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมของด้านกรรมการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมของด้านนักฟุตบอลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมของด้านสโมสร อยู่ในระดับ



มาก ค่าเฉลี่ยรวมของ ด้านข้อมูลทั่วไปอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษา สมมติฐาน อายุที่แตกต่างกันปี ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของการจัดการ แข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกที่ไม่แตกต่างกัน ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ในด้านเวลาเรื่องจัดการแข่งขัน ในเวลาที่มีการจรรยาจรติดขัดทำให้ ผู้ชมเข้าชมการแข่งขันไม่ทัน ในด้านราคาและการส่งเสริมด้านการตลาด เรื่องราคาบัตรแพงเกินไป และมีการประชาสัมพันธ์ที่น้อยเกินไป ในด้านสโมสรเรื่อง สโมสรของเอกชนสนับสนุนที่ ดีกว่าสโมสร ของรัฐบาล ในด้านข้อมูลทั่วไป เรื่องคนไทยนิยมดูฟุตบอลต่างประเทศมากกว่าฟุตบอลไทย อาชีพ ที่แตกต่างกันมีความต้องการให้จัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกในวันที่ไม่แตกต่างกัน ณ ระดับ ความ เชื่อมั่น 0.05 ในด้านเวลาของการจัดการแข่งขัน อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค ของการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกที่ไม่แตกต่างกัน ในด้าน เวลา และด้านราคาและการ ส่งเสริมด้านการตลาด เรื่องการซื้อที่มีการลดราคาโดยการซื้อตั๋วชุด และมีการ ประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป ระดับ การศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค ของการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกที่ไม่แตกต่างกัน ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.05 รายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและ อุปสรรคของการจัดการแข่งขันฟุตบอลเรื่อง ราคาบัตรแพงเกินไป และมีการประชาสัมพันธ์ที่น้อยเกินไป ใน ด้านสโมสร สโมสรของเอกชนมีการ สนับสนุนไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกที่ไม่แตกต่างกัน ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.05

เฉลิมชัย ตรีสวรรณวัฒน์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบระบบสารสนเทศเพื่อพัฒนานัก ฟุตบอลไทยด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ ออกแบบระบบสารสนเทศ ในการนำไปใช้เก็บข้อมูลนักกีฬาฟุตบอล ของสโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโร- ศาสน ซึ่งอยู่ในลีกสูงสุดของประเทศ (ไทย พรีเมียร์ลีก) ในระหว่าง ที่ทำการแข่งขันในสนาม และ ข้อมูลด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักกีฬาฟุตบอล ซึ่งการออกแบบระบบ สารสนเทศนี้ ก็จะใช้ทฤษฎีตาม หลักของการพัฒนาระบบ ที่เรียกว่า System Development Life Cycle (SDLC) อันประกอบไปด้วย โครงสร้างของฐานข้อมูล แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) และแผนภาพ สิ่งแวดล้อม (Context Diagram) นอกเหนือจากนี้แล้ว ยังได้มีการนำอุปกรณ์ทางด้าน โทรคมนาคม (กล้องวิดีโอ) เข้ามารวมกับระบบสารสนเทศ เพื่อให้ระบบดังกล่าวมีความสมบูรณ์ มากยิ่งขึ้น เมื่อ ออกแบบระบบเสร็จสิ้น ก็จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis) เพื่อ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัยครั้งนี้เมื่อผ่านพ้น ขั้นตอนของการวิเคราะห์เนื้อหาแล้ว ก็จะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อนำไป ปรับปรุงระบบ สารสนเทศให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นต่อไป

สมคิด ยอดระบำ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะที่ดีของผู้ฝึกสอนกีฬาฟุตบอล ไทยแลนด์ ยูนิเวอร์ซิตีลีก ตามการรับรู้ของผู้จัดการทีม ผู้ฝึกสอนและนักฟุตบอล จากแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น

264 ฉบับ แบ่งเป็นผู้จัดการทีม 18 ฉบับ ผู้ฝึกสอน 36 ฉบับ และนักกีฬา 210 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 233 ฉบับ แบ่งเป็นผู้จัดการทีม 16 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 88.89 ผู้ฝึกสอน 30 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 83.33 และนักกีฬา 177 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 84.28 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS/PC (Statistical Package For The Social Sciences/Personal Computer Plus) ผลการศึกษาพบว่า 1. ผู้จัดการทีม ผู้ฝึกสอน และนักฟุตบอลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดี ของผู้ฝึกสอนกีฬาฟุตบอลไทยแลนด์ยูนิเวอร์ซิตีดีลีก อยู่ในระดับมาก 2. ผู้จัดการทีม ผู้ฝึกสอนและนักฟุตบอล มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดี ของผู้ฝึกสอนกีฬาฟุตบอลไทยแลนด์ยูนิเวอร์ซิตีดีลีก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05

05

ชาติตะการ สิทธิพันธุ์รักษ์ (2544) ได้ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบผลการฟื้นตัวภายหลังการออกกำลังกาย ระหว่างการนวดกล้ามเนื้อ ร่วมกับการใช้ผ้าเย็น กับ การนวดกล้ามเนื้อ ร่วมกับการใช้ผ้าร้อน กลุ่มตัวอย่าง เป็นนิสิตชาย ชั้นปีที่ 1-4 ที่เป็นนักกีฬาฮอกกี้และฟุตบอลของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 20 คน การทดลองเริ่มต้นด้วยการจับชีพจรขณะพัก วัดความดันโลหิตขณะพัก วัดอุณหภูมิร่างกายขณะพัก แล้วให้ผู้เข้ารับการทดลองเดินหรือวิ่งบนลู่วิ่ง ตามวิธีของบรูซซ์ โดยกำหนดให้ออกกำลังกายไปจนถึงชีพจรเป้าหมายที่ 85% ของอัตราการเต้นของหัวใจสูงสุด ตามสูตรของคาร์โรว์แนน หลังจากนั้นให้หยุดพักเซตตัวให้แห้งที่ม้าน้ำ (ใช้เวลาประมาณ 2 นาที) แล้วทำการทดลองนวดกล้ามเนื้อ ร่วมกับการใช้ผ้าร้อนและผ้าเย็น โดยแต่ละวิธีห่างกัน 1 สัปดาห์ บันทึกอัตราการเต้นของหัวใจทุกนาที เป็นเวลา 15 นาที วัดความดันโลหิตในนาทีที่ 6 และเริ่มวัดอุณหภูมิร่างกายในนาทีที่ 7 สอบถามความรู้สึกสัมผัสของร่างกายตามแบบสอบถามของกาเย่และคณะในนาทีที่ 5, 10 และ 15 แล้วบันทึกผล นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเลขคณิต ระหว่างสภาวะที่ 1 และสภาวะที่ 2 โดยใช้การทดสอบค่า "ที" (t-test) จากการวิจัยพบว่าผลการฟื้นตัวด้วยวิธีการนวดกล้ามเนื้อ ร่วมกับการใช้ผ้าร้อนกับการนวดกล้ามเนื้อ ร่วมกับการใช้ผ้าเย็น มีผลต่ออัตราการเต้นของหัวใจภายหลังการออกกำลังกาย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

พงษ์เอก สุกใส (2548) ได้ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบและพัฒนาโปรแกรมการฝึกสำหรับการปรับปรุงจุดเริ่ม ล้าในนักกีฬาฟุตบอล กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักกีฬาฟุตบอลชายทีมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำการเลือกกลุ่ม ตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักกีฬาฟุตบอลชายทีม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 30 คน มีอายุระหว่าง 18-25 ปี แล้วทำการสุ่มอย่างง่าย (Random Sampling) เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คนแล้วจัดกลุ่มตัวอย่าง เป็น 2 กลุ่มๆ ละ 10 คน เพื่อเลือกแบบฝึก ดังนี้ กลุ่มควบคุมฝึกตามโปรแกรมการฝึก

ของนักกีฬาฟุตบอลทีมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละวันกลุ่ม ทดลองฝึกตามโปรแกรมการฝึกเพื่อปรับปรุงจุดเริ่มล้ำใช้เวลา 2 วัน / สัปดาห์ คือ วันจันทร์ และ วันพฤหัสบดี แล้วฝึกตามแบบการฝึกของนักกีฬาฟุตบอลทีมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ได้รับ การทดสอบจุดเริ่มล้ำ ก่อนการทดลอง ภายหลังจากทดลองสัปดาห์ที่ 4 และสัปดาห์ที่ 8 นำข้อมูลที่ได้มา วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า “ที” (t-test) ระหว่างกลุ่ม ก่อนการทดลอง หลังการทดลองสัปดาห์ที่ 4 และหลังการทดลองสัปดาห์ที่ 8 และวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One Way Analysis of Variance with Repeated Measures) โดยถ้าพบ ความแตกต่างให้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดย วิธีดูกี (เอ) โดยทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยพบว่า 1. หลังการทดลองสัปดาห์ที่ 4 และหลังการทดลองสัปดาห์ที่ 8 กลุ่มที่ใช้โปรแกรม การฝึกเพื่อปรับปรุงจุดเริ่มล้ำและกลุ่มที่ใช้โปรแกรมการฝึกของผู้ฝึกสอน มีค่าเฉลี่ยอัตราการเต้นของหัวใจ ที่จุดเริ่มล้ำ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2. วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว แบบวัดซ้ำระหว่างก่อนการทดลอง หลังการทดลองสัปดาห์ที่ 4 และหลังการทดลองสัปดาห์ที่ 8 ของกลุ่มที่ ใช้โปรแกรมการฝึกเพื่อปรับปรุงจุดเริ่มล้ำ มีค่าเฉลี่ยอัตราการเต้นของหัวใจที่จุดเริ่มล้ำ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3. วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำระหว่างก่อนการทดลอง หลังการทดลองสัปดาห์ที่ 4 และหลังการทดลองสัปดาห์ที่ 8 ของกลุ่มที่ใช้โปรแกรมการฝึกของผู้ฝึกสอน มีค่าเฉลี่ยอัตราการเต้นของหัวใจที่จุดเริ่มล้ำ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เกชา พูลสวัสดิ์ (2548) ได้ศึกษาผลของการฝึกเสริมพลังโอเมตริกที่มีต่อการพัฒนาความคล่องแคล่วว่องไว ของนักกีฬาฟุตบอลอายุระหว่าง 14-16 ปี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักกีฬาฟุตบอลของโรงเรียนอัสสัมชัญพานิชยการ จำนวน 30 คน โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสองกลุ่มๆ ละ 15 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย กลุ่มทดลองฝึกเสริมพลังโอเมตริกและฝึกตามปกติ กลุ่มควบคุมฝึกตามปกติ ใช้เวลาในการฝึก 6 สัปดาห์ โดยทดสอบความคล่องแคล่วว่องไว ความสามารถในการเร่งความเร็ว พลังระเบิดของกล้ามเนื้อขา และความอ่อนตัวแบบเคลื่อนที่ของสะโพก ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง 3 สัปดาห์ และหลังการทดลอง 6 สัปดาห์ นำผลที่ได้มา วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยการหา ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนทางแบบเดียวชนิดวัดซ้ำ ถ้าพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของดูกี เอ (Tukey A) โดยทดสอบความมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 หลังการทดลอง 6 สัปดาห์ พบว่า 1. กลุ่มทดลองที่ฝึกเสริมพลังโอเมตริกและฝึกตามปกติมีความคล่องแคล่วว่องไวมากกว่า กลุ่มควบคุมที่ฝึกตามปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2. กลุ่มทดลองที่ฝึกเสริมพลังโอเมตริกและฝึกตามปกติ มีความสามารถในการเร่งความเร็วและพลังระเบิดของกล้ามเนื้อขา มากกว่ากลุ่ม

ควบคุมที่ฝึกตามปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3. กลุ่มทดลองที่ฝึกเสริมพลัยโอเมตริก และฝึกตรมปกติ มีความคล่องแคล่วว่องไว ความสามารถในการเร่งความเร็ว พลังระเบิดของ กล้ามเนื้อขา และความอ่อนตัวแบบเคลื่อนที่ของสะโพกมากกว่า ก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุขสวัสดิ์ ชนะพาล (2550) ได้ศึกษาผลของการฝึกเสริมด้วยโปรแกรมการฝึกความคล่องแคล่วว่องไวที่มีต่อความสามารถในการเลี้ยงลูกฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอล อายุ 12-14 ปี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักฟุตบอลของโรงเรียนชัยภูมิภักดีชุมพล อายุระหว่าง 12 - 14 ปี จำนวน 30 คน โดยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง แล้วทำการแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 15 คน กำหนดให้กลุ่มทดลองฝึกเสริมด้วยโปรแกรมการฝึกความคล่องแคล่วว่องไว กลุ่มควบคุมฝึกตามปกติ โดยทำการฝึก 8 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน คือ วันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์ มีการทดสอบความสามารถในการเลี้ยงลูกฟุตบอล ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง 4 สัปดาห์ และหลังการทดลอง 8 สัปดาห์ นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า “ที” วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วยการวัดซ้ำ (One-way Analysis of Variance with Repeated Measures) ถ้าพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ แอล เอส ดี (LSD) ทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยพบว่า 1. หลังการทดลอง 4 สัปดาห์ และหลังการทดลอง 8 สัปดาห์ กลุ่มทดลองมีความสามารถในการเลี้ยงลูกฟุตบอลมากกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2. หลังการทดลอง 4 สัปดาห์ และหลังการทดลอง 8 สัปดาห์ กลุ่มทดลองมีความสามารถในการเลี้ยงลูกฟุตบอลมากกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3. หลังการทดลอง 8 สัปดาห์ กลุ่มทดลองมีความสามารถในการเลี้ยงลูกฟุตบอลมากกว่าหลังการทดลอง 4 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชัชวาลย์ ใหม่จันทร์ (2554) การศึกษาครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1.เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ และ 3.เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม เลือกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีของยามาเน่ เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนหลังจากได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสนามแล้วใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากผู้ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 สนาม รวมทั้งสิ้น 258 ราย และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการจัดลำดับความสำคัญโดยอาศัยมาตราวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ผลการศึกษาทั่วไปของ

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 258 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเพื่อออกกำลังกาย โดยมีความถี่มาใช้บริการเดือนละ 1 – 5 ครั้ง และมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกับกลุ่มเพื่อน/กลุ่มคณะ นิยมมาใช้บริการในวันเสาร์ ช่วงเวลาระหว่าง 18.01 – 24.00 น. สำหรับการเดินทางมาใช้บริการสนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียม ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่เกิน 100 บาท มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง และมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง ทั้งนี้ ผู้มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมส่วนใหญ่ รู้จักสนามฟุตบอลหญ้าเทียมจากคำแนะนำของเพื่อนหรือบุคคลอื่นมากที่สุด และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมากที่สุด คือ กลุ่มเพื่อน ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในสามลำดับ ลำดับแรกคือปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับสุดท้าย โดยทั้งสามปัจจัยมีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ผลการศึกษาคความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแต่ละปัจจัยในลำดับหนึ่งดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัวให้บริการ ด้านราคา คือ ราคาค่าใช้จ่ายบริการ สนามมีความเหมาะสมด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและหารถรับจ้างได้ง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การมีส่วนลดราคาพิเศษ ด้านบุคลากร คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพในการให้บริการ

ศุภกิจ กิจจนศิริ (2554) การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องต้นทุนและผลตอบแทนของการทำธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านทุน ผลตอบแทน และระยะเวลาคืนทุนของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในการศึกษาครั้งนี้ ได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการบันทึกข้อมูลทางการเงินของกิจการประกอบการกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้นระหว่างปี พ.ศ.2553 – พ.ศ.2554 ซึ่งในการศึกษาได้ศึกษา 3 สถานประกอบการ โดยใช้ชื่อเป็นสถานประกอบการ 1 - 3 โดยมีการกำหนดอายุโครงการ 5 ปี ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม สถานประกอบการ 1 มีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน 4 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เมื่อสิ้นสุดโครงการมีค่าเท่ากับ 2,221,071.10 บาท คำนวณจากอัตราคิดลดร้อยละ 11.50 ต่อปี

และผลตอบแทนที่แท้จริงมีค่าเท่ากับร้อยละ 34.05 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 11.50 จึงเป็นโครงการที่มีความเหมาะสมต่อการลงทุน ส่วนผลการศึกษารูจิสนามฟุตบอลหญ้าเทียม สถานประกอบการ 2 พบว่ามีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 7 เดือน 6 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เมื่อสิ้นสุดโครงการมีค่าเท่ากับ 1,541,267.03 บาท คำนวณจากอัตราคิดลดร้อยละ 11.50 ต่อปี และผลตอบแทนที่แท้จริงมีค่าเท่ากับร้อยละ 26.96 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 11.50 จึงเป็นโครงการที่มีความเหมาะสมต่อการลงทุน และผลการศึกษารูจิสนามฟุตบอลหญ้าเทียม สถานประกอบการ 3 พบว่ามีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 11 เดือน 23 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เมื่อสิ้นสุดโครงการมีค่าเท่ากับ 874,118.03 บาท คำนวณจากอัตราคิดลดร้อยละ 11.50 ต่อปี และผลตอบแทนที่แท้จริงมีค่าเท่ากับร้อยละ 21.53 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 11.50 จึงเป็นโครงการที่มีความเหมาะสมต่อการลงทุน อย่างไรก็ตาม ในการตัดสินใจลงทุน ควรพิจารณาปัจจัยด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น ประสิทธิภาพของผู้ลงทุน สถานที่ ทำเลที่ตั้ง ช่องทางการจัดจำหน่าย และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากบทที่ 1 และบทที่ 2 มาพิสูจน์ผ่านแบบสอบถามเพื่อยืนยันความถูกต้อง และใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีวิธีการดำเนินงานตามขั้นตอนดังนี้

#### 3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 3.1.1 เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล
- 3.1.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา และแก้ไขคุณภาพในการให้บริการ
- 3.1.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ที่ใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1973) ได้จำนวน 385 คน สํารองการเก็บข้อมูลอีก 10% เท่ากับ 40 คน รวมเป็น 425 คน

#### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

##### 3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ที่ใช้บริการสนามฟุตบอล แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมผู้ที่ใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล

โดยใช้เป็นแบบสอบถามประมาณค่าตามแบบของ Likert Scale โดยแบ่งระดับการวัดความต้องการของนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความต้องการมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความต้องการมาก
- 3 หมายถึง มีความต้องการปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความต้องการน้อย
- 1 หมายถึง มีความต้องการน้อยที่สุด

โดยมีเกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนเพื่อแปลความหมายตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.20 - 5.00 หมายถึง ระดับความต้องการมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.40 - 4.19 หมายถึง ระดับความต้องการมาก

ค่าเฉลี่ย 2.60 - 3.39 หมายถึง ระดับความต้องการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.80 - 2.59 หมายถึง ระดับความต้องการน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.79 หมายถึง ระดับความต้องการน้อยที่สุด

### 3.4 การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่สร้างขึ้นได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับประชากรทั่วไปที่มาใช้บริการเช่าสนามฟุตบอล จำนวน 30 ชุดก่อนเก็บข้อมูลจริง และนำกลับมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำผลของข้อมูลที่ได้เฉพาะที่มีการวัดมาตราส่วนประมาณค่า มาคำนวณหาความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรของ Cornbrash แบบ “สัมประสิทธิ์แอลฟา” ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่มาใช้บริการเช่าสนามฟุตบอล จำนวน 425 ชุด ด้วยตนเอง เมื่อได้แบบสอบถามแล้ว จึงนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลแล้วนำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

### 3.6 การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้สถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

3.4.1 ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการเช่าสนามฟุตบอล

3.4.2 ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง (Sample Mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3

3.4.3 การทดสอบสมมติฐานด้วย t - test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชายที่มีระดับความต้องการต่อการเช่าใช้บริการเช่าสนามฟุตบอล

3.4.4 การทดสอบสมมติฐานด้วย One - way ANOVA : F - test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความต้องการในการใช้บริการสนามฟุตบอล



3.4.5 การทดสอบสมมติฐานด้วย ..... : Test of Independent เพื่อหาความสัมพันธ์ (หรือความแตกต่าง) ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการเช่าสนามฟุตบอล



## บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

### 4.1 ข้อมูลทางการตลาด

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการตลาดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ความเป็นมาและแนวโน้มของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโครงการ เพื่อนำมาใช้ประกอบกับการจัดทำแผนธุรกิจ โครงการ Football Life Arena โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2. ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเข้าสนาม

ส่วนที่ 3. ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

1. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	420	100
หญิง	-	-

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง เป็นเพศชาย 420 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4.2 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

2. อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 18 ปี	-	-
18 - 25 ปี	244	58.09
26 - 30 ปี	156	37.14
31 - 40 ปี	20	4.76
มากกว่า 40 ปี ขึ้นไป	-	-

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง มีอายุในช่วงระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 58.09 รองลงมาคืออายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14 และอันดับสุดท้ายคืออายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76

ตารางที่ 4.3 : แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

3. ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา / ปวช.	-	-
ระดับอนุปริญญา / ปวส.	-	-
ปริญญาตรี	386	91.90
ปริญญาโท	34	8.09
อื่นๆ	-	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 91.90 และลำดับสุดท้ายมีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.09

ตารางที่ 4.4 : แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

4. อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	227	54.04
พนักงานบริษัท	89	21.19
ข้าราชการ	60	14.28
ธุรกิจส่วนตัว	20	4.76
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	5.71

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 54.04 รองลงมา ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 21.19 รองลงมา ประกอบอาชีพข้าราชการ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.28

รองลงมา ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 และลำดับสุดท้าย ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76

ตารางที่ 4.5 : แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

5. รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	216	51.42
10,001 – 20,000 บาท	105	25
20,001 – 30,000 บาท	54	12.85
30,001 – 40,000 บาท	27	6.42
มากกว่า 40,000 บาท	18	4.28

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 51.42 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 12.85 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.42 และลำดับสุดท้ายมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.28

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2** ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเข้าสนาม

ตารางที่ 4.6 : แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามประเภทสนามฟุตบอลที่ชื่นชอบ

ประเภทสนามฟุตบอล	จำนวน	ร้อยละ
สนามฟุตบอลหญ้าจริง	-	-
สนามฟุตบอลหญ้าเทียม	420	100
สนามฟุตซอล (พื้นยางสังเคราะห์)	-	-

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 420 ตัวอย่าง เลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวน 420 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4.7 : แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนผู้เล่นต่อทีมของกลุ่มตัวอย่าง

7. จำนวนผู้เล่นต่อทีม	จำนวน	ร้อยละ
5 คน	-	-
6-7 คน	340	80.95
8-9 คน	80	19.04
11 คน	-	-

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 420 ตัวอย่าง ชอบเล่นฟุตบอลทีมละ 6-7 คน จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 80.95 และลำดับสุดท้าย ชอบเล่นฟุตบอลทีมละ 8-9 คน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.04

ตารางที่ 4.8 : แสดงจำนวนอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นฟุตบอลต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง

8. ระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นฟุตบอล	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	-	-
1-2 ชั่วโมง	405	96.42
มากกว่า 2 ชั่วโมง	15	3.57
อื่นๆ	-	-

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย จำนวน 420 ตัวอย่าง ใช้ระยะเวลาในการเล่นฟุตบอล 1-2 ชั่วโมง จำนวน 405 คน คิดเป็นร้อยละ 96.42 และลำดับสุดท้าย ใช้ระยะเวลาในการเล่นฟุตบอล มากกว่า 2 ชั่วโมง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.57

ตารางที่ 4.9 : แสดงอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่ใช้ในการเล่นฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่าง

9. จำนวนครั้งต่อสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง	409	97.38
3 - 4 ครั้ง	11	2.61
5 - 7 ครั้ง	-	-

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ตัวอย่าง เล่นฟุตบอล 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 409 คน คิดเป็นร้อยละ 97.38 และลำดับสุดท้าย เล่นฟุตบอล 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.61

ตารางที่ 4.10 : แสดงอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามช่วงเวลาในการเล่นฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่าง

10. ช่วงเวลาในการเล่นฟุตบอล	จำนวน	ร้อยละ
ก่อนเวลา 14.00 น.	-	-
14.00 น. - 16.00 น.	-	-
16.00 น. - 18.00 น.	-	-
18.00 น. - 20.00 น.	145	34.52
20.00 น. - 22.00 น.	142	33.80
หลังเวลา 22.00 น.	133	31.66

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ตัวอย่าง เล่นฟุตบอลช่วงเวลา 18.00 น.-20.00 น. มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 34.52 รองลงมา เล่นฟุตบอลช่วงเวลา 20.00 น.-22.00 น. มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 และลำดับสุดท้าย เล่นฟุตบอลช่วงเวลาหลัง 22.00 น. มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 31.66

ตารางที่ 4.11 : แสดงอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามชนิดกีฬาอื่นๆ นอกเหนือจากกีฬาฟุตบอล (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

11. ชนิดกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
บาสเกตบอล	48	11.42
เทนนิส	-	-
แบดมินตัน	217	51.66
กอล์ฟ	12	2.85
สνούกเกอร์	143	34.04
อื่นๆ	-	-

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ตัวอย่าง เล่นกีฬาแบดมินตัน จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 51.66 รองลงมา เล่นกีฬาสνούกเกอร์ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 34.04 รองลงมา เล่นกีฬาบาสเกตบอล จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.42 และลำดับสุดท้าย เล่นกีฬา กอล์ฟ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.85

ตารางที่ 4.12 : แสดงอัตราส่วนร้อยละ จำแนกค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสำหรับค่าเช่าสนามแต่ละครั้งของ กลุ่มตัวอย่าง

12. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	84	20
100 – 150 บาท	247	58.80
150 – 200 บาท	89	21.19
มากกว่า 200 บาท	-	-

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ตัวอย่าง มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 100 – 150 บาท จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 150 – 200 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 21.19 และลำดับสุดท้าย มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง น้อยกว่า 100 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 4.13 : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้านลักษณะ  
ของสนามฟุตบอล

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	— X	แปลผล
ลักษณะของสนามฟุตบอล								
13. ขนาดของสนาม	91	250	64	15	-	420	3.99	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	21.7	59.5	15.2	3.6	-	100		
14. คุณภาพของหญ้าที่ใช้ปูสนาม	15	166	216	23	-	420	3.41	ปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	3.6	39.5	51.4	5.5	-	100		
15. หลังคา กันแดด	75	211	124	10	-	420	3.83	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	17.9	50.2	29.5	2.4	-	100		
16. คุณภาพของอุปกรณ์ที่ใช้ (ลูกฟุตบอล/ถุงมือ/เสื่อ/เก้าอี้)	28	196	173	23	-	420	3.54	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	6.7	46.7	41.1	5.5	-	100		
17. ความสว่างภายในสนามฟุตบอล	20	217	183	-	-	420	3.61	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	4.8	51.7	43.5	-	-	100		
18. จอภาพขนาดใหญ่ที่สามารถรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลได้จากภายในสนาม	-	-	128	259	33	420	2.23	น้อย
จำนวนร้อยละ (%)	-	-	30.5	61.7	7.8	100		

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.13 (ต่อ) : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้าน  
ลักษณะของสนามฟุตบอล

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	— X	แปลผล
ลักษณะของสนามฟุตบอล								
19. สกอร์บอร์ดดิจิทัลเพื่อจับเวลาและนับผลการแข่งขัน	-	-	120	284	16	420	2.24	น้อย
จำนวนร้อยละ (%)	-	-	28.6	67.6	3.8	100		
20. อัฒจันทร์หรือที่นั่งภายในสนาม	4	28	287	97	4	420	2.82	ปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	0.9	6.7	68.4	23.1	0.9	100		

จากตารางระดับความสำคัญด้านลักษณะของสนามพบว่า ขนาดของสนามฟุตบอล มีความสำคัญมากที่สุด 91 มีความสำคัญมาก 250 มีความสำคัญปานกลาง 64 มีความสำคัญน้อย 15 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.99 แปรค่าได้ว่ามาก

คุณภาพของหญ้าที่ใช้ปู มีความสำคัญมากที่สุด 15 มีความสำคัญมาก 166 มีความสำคัญปานกลาง 216 มีความสำคัญน้อย 23 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.41 แปรค่าได้ว่าปานกลาง

หลังคา กันแดด/กันฝน มีความสำคัญมากที่สุด 75 มีความสำคัญมาก 211 มีความสำคัญปานกลาง 124 มีความสำคัญน้อย 10 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.83 แปรค่าได้ว่ามาก

คุณภาพของอุปกรณ์ที่ใช้ (ลูกฟุตบอล/ถุงมือ/เสื้อกั๊ก) มีความสำคัญมากที่สุด 28 มีความสำคัญมาก 196 มีความสำคัญปานกลาง 124 มีความสำคัญน้อย 10 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.54 แปรค่าได้ว่ามาก

ความสว่างภายในสนามฟุตบอล มีความสำคัญมากที่สุด 20 มีความสำคัญมาก 217 มีความสำคัญปานกลาง 183 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.61 แปรค่าได้ว่ามาก

จอภาพขนาดใหญ่ที่สามารถรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลได้จากภายในสนาม มีความสำคัญปานกลาง 128 มีความสำคัญน้อย 259 มีความสำคัญน้อยที่สุด 33 มีระดับค่าเฉลี่ย 2.23 แปรค่าได้ว่าน้อย

สกอร์บอร์ดดิจิทัลเพื่อจับเวลาและนับผลการแข่งขัน มีความสำคัญปานกลาง 120 มีความสำคัญน้อย 284 มีความสำคัญน้อยที่สุด 16 มีระดับค่าเฉลี่ย 2.24 แปรค่าได้ว่าน้อย

อัฒจันทร์หรือที่นั่งภายในสนาม มีความสำคัญมากที่สุด 4 มีความสำคัญมาก 28 มีความสำคัญปานกลาง 287 มีความสำคัญน้อย 97 มีความสำคัญน้อยที่สุด 4 มีระดับค่าเฉลี่ย 2.82 แปรค่าได้ว่าปานกลาง

ตารางที่ 4.14 : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	— X	แปลผล
21. ค่าใช้จ่ายในการเช่าบริการสนามฟุตบอล	136	259	25	-	-	420	4.26	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	32.4	61.7	5.9	-	-	100		
22. ค่าใช้จ่าย อาหาร เครื่องดื่ม อุปกรณ์กีฬาต่างๆ ภายใน	124	271	25	-	-	420	4.23	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	29.5	64.6	5.9	-	-	100		

จากตารางระดับความสำคัญด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ พบว่าค่าใช้จ่ายในการเช่าบริการสนามฟุตบอลมีความสำคัญมากที่สุด 136 มีความสำคัญมาก 254 มีความสำคัญปานกลาง 25 มีระดับค่าเฉลี่ย 4.26 แปรค่าได้ว่ามาก

ค่าใช้จ่ายอาหาร เครื่องดื่ม อุปกรณ์กีฬาต่างๆภายในสนามฟุตบอล มีความสำคัญมากที่สุด 124 มีความสำคัญมาก 266 มีความสำคัญปานกลาง 25 มีระดับค่าเฉลี่ย 4.23 แปรค่าได้ว่ามาก

ตารางที่ 4.15 : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้านสถานที่ตั้ง

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ							— X	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
23. ใกล้กับรถไฟฟ้า/ รถไฟฟ้าใต้ดิน	9	108	303	-	-	420	3.30	ปานกลาง	
จำนวนร้อยละ (%)	2.1	25.7	72.2	-	-	100			
24. มีรถบริการ สาธารณะวิ่งผ่าน	8	186	226	-	-	420	3.48	ปานกลาง	
จำนวนร้อยละ (%)	1.9	44.3	53.8	-	-	100			
25. ตั้งอยู่ในที่ที่ สังเกตง่าย ติดถนน สะดวกต่อการ เดินทางด้วยรถยนต์ ส่วนตัว	32	252	136	-	-	420	3.75	มาก	
จำนวนร้อยละ (%)	7.6	60	32.4	-	-	100			

จากตารางระดับความสำคัญด้านสถานที่ตั้ง พบว่าสถานที่ตั้งใกล้กับรถไฟฟ้า/รถไฟฟ้าใต้ดิน มีความสำคัญมากที่สุด 9 มีความสำคัญมาก 108 มีความสำคัญปานกลาง 303 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.30 แปลค่าได้ว่าปานกลาง

มีรถบริการสาธารณะวิ่งผ่าน มีความสำคัญมากที่สุด 8 มีความสำคัญมาก 186 มีความสำคัญปานกลาง 226 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.48 แปลค่าได้ว่าปานกลาง

ตั้งอยู่ในที่ที่สังเกตง่าย ติดถนน สะดวกต่อการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว มีความสำคัญมากที่สุด 32 มีความสำคัญมาก 242 มีความสำคัญปานกลาง 136 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.75 แปลค่าได้ว่ามาก

ตารางที่ 4.16 : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	— X	แปลผล
26. สิทธิพิเศษสำหรับการเป็นสมาชิก	-	85	321	14	-	420	3.16	ปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	-	20.2	76.4	3.4	-	100		
27. โปรโมชันต่างๆของสนาม	-	104	301	15	-	420	3.21	ปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	-	24.8	71.6	3.6	-	100		
28. การจัดแข่งขันฟุตบอล	-	4	296	120	-	420	2.72	ปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	-	0.9	70.5	28.6	-	100		
29. ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆของสนาม ผ่านสื่อออนไลน์	-	84	304	32	-	420	3.12	ปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	-	20	72.4	7.6	-	100		

จากตารางระดับความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด สิทธิพิเศษสำหรับการเป็นสมาชิก มีความสำคัญมาก 85 มีความสำคัญปานกลาง 321 มีความสำคัญน้อย 14 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.16 แปลค่าได้ปานกลาง

โปรโมชันต่างๆของสนาม มีความสำคัญมาก 104 มีความสำคัญปานกลาง 301 มีความสำคัญน้อย 120 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.21 แปลค่าได้ว่าปานกลาง

การจัดแข่งขันฟุตบอล มีความสำคัญมาก 4 มีความสำคัญปานกลาง 296 มีความสำคัญน้อย 120 มีระดับค่าเฉลี่ย 2.72 แปลค่าได้ปานกลาง

ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆของสนาม มีความสำคัญมาก 84 มีความสำคัญปานกลาง 304 มีความสำคัญน้อย 32 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.12 แปลค่าได้ว่าปานกลาง

ตารางที่ 4.17 : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรและพนักงานบริการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	$\bar{X}$	แปลผล
เจ้าหน้าที่ บุคลากร และพนักงานบริการ								
30. พนักงาน อธิยาศัยดี เต็มใจ ให้บริการ	12	237	171	-	-	420	3.62	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	2.9	56.4	40.7	-	-	100		
31. พนักงานใช้ คำพูดสุภาพ	8	213	199	-	-	420	3.54	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	1.9	50.7	47.4	-	-	100		
32. พนักงานแต่ง กายสุภาพเรียบร้อย	8	53	261	98	-	420	2.93	ปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	1.9	12.6	62.2	23.3	-	100		
33. จองสนามผ่าน ทางเว็บไซต์/ โทรศัพท์	48	317	55	-	-	420	3.98	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	11.4	75.5	13.1	-	-	100		
34. ถามข้อมูลผ่าน ทางเว็บไซต์/ โทรศัพท์	29	206	181	4	-	420	3.62	มาก
จำนวนร้อยละ (%)	6.9	49	43.2	0.9	-	100		

จากตารางระดับความสำคัญด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรและพนักงานบริการ พบว่าพนักงาน  
อัยยาศัยดี เต็มใจให้บริการ มีความสำคัญมากที่สุด 12 มีความสำคัญมาก 237 มีความสำคัญปาน  
กลาง 171 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.62 แปรค่าได้ว่ามาก

พนักงานใช้คำพูดสุภาพ มีความสำคัญมากที่สุด 8 มีความสำคัญมาก 213 มีความสำคัญปาน  
กลาง 199 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.54 แปรค่าได้ว่ามาก

พนักงานแต่งการสุภาพเรียบร้อย มีความสำคัญมากที่สุด 8 มีความสำคัญมาก 53 มี  
ความสำคัญปานกลาง 261 มีความสำคัญน้อย 98 มีระดับค่าเฉลี่ย 2.93 แปรค่าได้ว่าปานกลาง

บริการจองสนามผ่านทางเว็บไซต์/โทรศัพท์ มีความสำคัญมากที่สุด 48 มีความสำคัญมาก  
317 มีความสำคัญปานกลาง 55 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.98 แปรค่าได้ว่ามาก

บริการสอบถามข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์/โทรศัพท์ มีความสำคัญมากที่สุด 29 มีความสำคัญ  
มาก 206 มีความสำคัญปานกลาง 181 มีความสำคัญน้อย 4 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.62 แปรค่าได้ว่ามาก

ตารางที่ 4.18 : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้าน  
บรรยากาศโดยรอบของสนามฟุตบอล

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ							— X	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม			
35. สถานที่จอดรถ	25	179	212	4	-	420	3.53	มาก	
จำนวนร้อยละ(%)	6	42.6	50.5	0.9	-	100			
36. ความปลอดภัย บริเวณภายใน/ ภายนอกสนาม	-	51	352	17	-	420	3.11	ปานกลาง	
จำนวนร้อยละ(%)	-	12.1	83.8	4.1	-	100			
37. ความสะอาด ความเป็นระเบียบ ของสถานที่	-	57	342	21	-	420	3.08	ปานกลาง	
จำนวนร้อยละ(%)	-	13.6	81.4	5	-	100			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ) : แสดงระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ด้าน  
บรรยากาศโดยรอบของสนามฟุตบอล

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ							— X	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
38. มีสถานที่รับรองพักร้อน	-	125	287	8	-	420	3.28	ปานกลาง	
จำนวนร้อยละ(%)	-	29.8	68.3	1.9	-	100			
39. ร้านอาหาร/รับชมถ่ายทอดฟุตบอล	-	16	228	176	-	420	2.62	ปานกลาง	
จำนวนร้อยละ(%)	-	3.8	54.3	41.9	-	100			
40. ร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์กีฬาฟุตบอล	-	-	101	253	66	420	2.08	น้อย	
จำนวนร้อยละ(%)	-	-	24.1	60.2	15.7	100			
41. ห้องน้ำและห้องอาบน้ำ	20	160	227	13	-	420	3.44	ปานกลาง	
จำนวนร้อยละ(%)	4.8	38.1	54	3.1	-	100			

จากตารางระดับความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบของสนามฟุตบอล พบว่าสถานที่จอดรถจำนวนมาก มีความสำคัญมากที่สุด 25 มีความสำคัญมาก 179 มีความสำคัญปานกลาง 212 มีความสำคัญน้อย 4 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.53 แปรค่าได้ว่ามาก

ความปลอดภัยบริเวณภายใน/ภายนอกสนาม มีความสำคัญมาก 51 มีความสำคัญปานกลาง 352 มีความสำคัญน้อย 17 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.11 แปรค่าปานกลาง

ความสะดวก ความเป็นระเบียบของสถานที่ มีความสำคัญมาก 57 มีความสำคัญปานกลาง 342 มีความสำคัญน้อย 8 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.08 แปรค่าได้ปานกลาง

มีสถานที่รับรองพักร้อน มีความสำคัญมาก 125 มีความสำคัญปานกลาง 287 มีความสำคัญน้อย 8 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.28 แปรค่าได้ปานกลาง

ร้านอาหาร/รับชมถ่ายทอดฟุตบอล มีความสำคัญมาก 16 มีความสำคัญปานกลาง 228 มีความสำคัญน้อย 176 มีระดับค่าเฉลี่ย 2.62 แปรค่าได้ปานกลาง

ร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์กีฬาฟุตบอล มีความสำคัญปานกลาง 101 มีความสำคัญน้อย 253 มีความสำคัญน้อยที่สุด 66 มีระดับค่าเฉลี่ย 2.08 แปรค่าได้น้อย

ห้องน้ำและห้องอาบน้ำ มีความสำคัญมากที่สุด 20 มีความสำคัญมาก 160 มีความสำคัญปานกลาง 227 มีความสำคัญน้อย 13 มีระดับค่าเฉลี่ย 3.44 แปรค่าได้ปานกลาง

### สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสนามฟุตบอล

การวิจัยครั้งนี้ผู้จัดทำใช้การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการเช่าสนามฟุตบอลจำนวน 2 สนามคือ

1. สนามฟุตบอล วิชูปา
2. สนามฟุตบอล The Crystal Football Club

### บทสรุปการสัมภาษณ์

สนามฟุตบอล วิชูปา

1. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

เริ่มจากผู้ประกอบการต้องการที่จะเล่นกีฬาฟุตบอล แต่เนื่องจากสมัยนั้นไม่มีสนามที่มีคุณภาพดีพอต่อความต้องการ จึงมีความคิดที่จะสร้างสนามฟุตบอลเป็นของตัวเอง เพื่อที่จะได้มีสนามที่ดีพอตามความต้องการ สำหรับใช้ซ้อมกีฬาฟุตบอลกับกลุ่มเพื่อน

2. กลุ่มลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการเริ่มต้นจากกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการคือ พนักงานของ บริษัท สำนักกฎหมาย ซี.เอ.แอล จำกัด และมีการขยายเพิ่มจำนวนสนาม สำหรับรองรับกลุ่มลูกค้าในทุกๆระดับ เช่น นักเรียน นักศึกษา พนักงานโรงงาน พนักงานบริษัท เป็นต้น และเริ่มมีการขยายไปที่กลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ที่ต้องการใช้สนามในการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น องค์กร หรือบริษัทต่างๆ

3. จุดเด่นหรือข้อแตกต่างจากคู่แข่ง

3.1 หญ้าที่ใช้ในการปูสนามฟุตบอลเป็นหญ้าจริง ซึ่งบริการเช่าสนามฟุตบอลในบริเวณใกล้เคียงส่วนมากใช้เป็นหญ้าเทียม ซึ่งหญ้าจริงจะให้ประสบการณ์ที่เหมือนกับการแข่งขันฟุตบอลที่มากกว่า มีความอ่อนนุ่มของพื้นดินมากกว่าเพื่อความปลอดภัย และลดอาการบาดเจ็บของลูกค้า



3.2 มีสนามให้บริการหลายขนาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยมี สนาม 5 คน 2 สนาม สนาม 7 คน 3 สนาม สนาม 9 คน 1 สนาม 11 คน 1 สนาม รวมทั้งหมด 11 สนาม

3.3 สนามที่ใช้ปูพื้นสนามมีคุณภาพและมาตรฐาน แบบเดียวกับที่สโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยใช้ในการแข่งขัน

3.4 มีสถานที่รองรับการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ให้บริการ รวมถึงสถานที่จอดรถจำนวนมากเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่มาเข้าร่วมกิจกรรม หรือใช้บริการ

#### 4. อุปสรรคที่พบและวิธีการแก้ไข

4.1 สนามหญ้าจริงมีการดูแลรักษาที่ลำบากกว่าสนามหญ้าเทียม ทำให้ค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงสนามหญ้าจริงมีราคาสูงกว่าสนามหญ้าเทียม

4.2 บริเวณภายในและภายนอกสนาม มียูงและแมลงจำนวนมากสร้างความรำคาญแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

4.3 ทำเลที่ตั้ง เนื่องจากสนามตั้งอยู่ในซอยค่อนข้างลึก ซึ่งห่างจากถนนใหญ่ ซึ่งทำให้กลุ่มที่จะมาเป็นลูกค้าใหม่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ว่ามีสนามฟุตบอลอยู่  
วิธีการแก้ไขปัญหา

4.4 ในช่วงที่ฝนตกจะไม่เปิดให้บริการเนื่องจากตอนที่ฝนตกตึกจะนุ่ม การที่มีลูกค้าใช้บริการขณะฝนตกจะทำให้หญ้าที่ปูพื้นสนามหลุด และดินจะเป็นหลุมเป็นบ่อ ยากแก่การดูแลรักษาแล้วปรับปรุง

4.5 ใช้เครื่องดักยุงติดตั้งไว้ในบริเวณรอบๆสนาม รวมถึงทำความสะอาดและกำจัดแหล่งที่มาของยุงและแมลงอยู่เป็นประจำ

4.6 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ รวมถึงสื่อออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ และลงทุนเพิ่มเติมเพื่อสร้างป้ายบอกทางรวมถึงป้ายโฆษณาติดตั้งบริเวณถนนใหญ่

#### 5. มุมมองในอนาคตที่มีต่อธุรกิจ

ผู้ประกอบการมีแนวคิดที่ว่า ธุรกิจเช่าสนามฟุตบอลยังเติบโตได้อีกมาก เพราะประชาชนสนใจกีฬาฟุตบอลมากขึ้น ยิ่งการพัฒนาของฟุตบอลไทยมีมากเท่าไร ธุรกิจเช่าสนามฟุตบอลก็ยิ่งเติบโตขึ้นไปอีก แต่การที่ธุรกิจเติบโตขึ้น ทำให้มีผู้ที่สนใจลงทุนในการเปิดสนามฟุตบอลมากขึ้น การแข่งขันก็จะสูงขึ้นตามไปด้วย ทำให้ต้องคอยปรับปรุงและพัฒนาอยู่เสมอเพื่อให้อยู่รอดในธุรกิจนี้ได้

#### สนามฟุตบอล The Crystal Football Club

##### 1. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

จุดเริ่มต้นของ The Crystal Football Club เกิดขึ้นจากการที่ทุกคนชอบเล่นกีฬาฟุตบอล และอยากมีสนามที่ดีมีมาตรฐาน ซึ่งบางคนที่มาเล่นกีฬาฟุตบอล แม้ว่าจะไม่ใช่ นักกีฬาฟุตบอลอาชีพ แต่ก็อยากจะมีสนามที่ดีมีมาตรฐานเพื่อใช้ในการเล่นกีฬาฟุตบอล เราเลยตั้งใจที่จะสร้างสนามแห่งนี้ขึ้นมาเพื่อให้มีคุณภาพมาตรฐานใกล้เคียงกับสนามของนักกีฬาอาชีพให้มากที่สุด

## 2. กลุ่มลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการของ The Crystal Football Club มีหลากหลายกลุ่ม ตั้งแต่ระดับมหาเศรษฐี นักร้องนักแสดง กลุ่มคนทำงาน ไปจนถึงมอเตอร์ไซค์รับจ้าง ซึ่งต่อไปก็จะเตรียมรองรับสำหรับการจัดกิจกรรมต่างๆ

## 3. จุดเด่นหรือข้อแตกต่างจากคู่แข่ง

3.1 สถานที่ที่ตั้ง ถือเป็นจุดแข็งของสนามแห่งนี้ เนื่องจากบริเวณโดยรอบของสนามมีหมู่บ้าน ศูนย์การค้า และชุมชนอยู่รายรอบ และการเดินทางมาที่สนามไม่ยากลำบากจนเกินไป เนื่องจากเป็นสถานที่ติดถนนใหญ่ และมีผู้คนสัญจรไปมาอยู่ตลอดเวลา

3.2 คุณภาพสนามของ The Crystal Football Club ด้วยสนามหญ้าและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่นกีฬาฟุตบอลต่างๆ ที่พยายามทำให้ใกล้เคียงกับมาตรฐานในการเล่นกีฬาฟุตบอลอาชีพมากที่สุด ซึ่งทำให้ลูกค้าที่อยู่บริเวณอื่นๆ ต้องแวะมาที่สนามแห่งนี้

## 4. อุปสรรคที่พบและวิธีการแก้ไข

4.1 การจราจร ซึ่งในเวลาของลูกค้ามาใช้บริการส่วนมากคือ 17.00-22.00 ซึ่งเป็นเวลาที่มีการจราจรบริเวณหน้าสนามจะติดขัดเป็นอย่างมาก ทำให้ไม่สะดวกต่อการมาใช้บริการ

4.2 ในช่วงเวลากลางวันลูกค้าที่มาใช้บริการจะมีจำนวนน้อยกว่าในช่วงเย็น  
วิธีการแก้ไขปัญหา

4.3 พยายามสร้างคุณภาพและมาตรฐานของสนามและบริการให้ดีที่สุด เพื่อที่ลูกค้าจะยอมเสียเวลารอคอยเพื่อมาใช้บริการ

4.4 ในช่วงกลางวันกลุ่มลูกค้าน้อย ทางสนามก็ได้มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ เพื่อดึงดูดให้กลุ่มลูกค้าสนใจที่จะใช้บริการในช่วงเวลากลางวัน

## 5. มุมมองในอนาคตที่มีต่อธุรกิจ

ผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าถึงบริการให้เช่าสนามฟุตบอลจะมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก แต่ถ้าคนไทยยังให้ความสนใจกีฬาฟุตบอลเป็นอันดับหนึ่งแบบนี้ต่อไป ธุรกิจก็เจริญเติบโตไปได้เรื่อยๆ ยิ่งปัจจุบันนี้ฟุตบอลในประเทศกำลังได้รับการสนใจเป็นอย่างมาก ทั้งระดับสโมสร และระดับทีมชาติ ธุรกิจก็ยังได้รับความสนใจมากขึ้น ทำให้สามารถที่จะขยายตัวในธุรกิจประเภทนี้ออกไปได้มากขึ้น

## บทที่ 5

### การกำหนดแผนธุรกิจ

โครงการ Football Life Arena คือแผนธุรกิจสำหรับจัดตั้งบริการเช่าสนามฟุตบอล และการเรียนการสอนให้กับเยาวชนและเพิ่มทักษะทางด้านกีฬาฟุตบอลให้กับผู้ที่ต้องการฝึกฝน เพื่อต้องการพัฒนาตัวเองไปสู่การเป็นนักกีฬาฟุตบอลมืออาชีพ ภายใต้แนวคิดที่ต้องการให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์จากสนามและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานระดับสากล พร้อมด้วยบริการต่างๆ อย่างครบครัน โดยโครงการจะจัดตั้งอยู่บนคาบดฟ้าของห้างสรรพสินค้า ซึ่งนอกจากคุณภาพของสนามและอุปกรณ์แล้ว สิ่งที่ได้เพิ่มเติมคือทัศนียภาพบนคาบดฟ้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบครันที่มีให้บริการภายในห้างสรรพสินค้า และยังสร้างรายได้ให้กับห้างสรรพสินค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม

#### 5.1 วิสัยทัศน์

บริการเช่าสนามฟุตบอลและศูนย์พัฒนาเยาวชนทางด้านกีฬาฟุตบอลที่มีมาตรฐานอันดับหนึ่งของประเทศไทย ที่จัดตั้งอยู่บนคาบดฟ้าของห้างสรรพสินค้าที่สะดวก และอยู่ใจกลางชุมชน

#### 5.2 พันธกิจ

- 5.2.1 ผลักดันเยาวชนเข้าสู่วงการฟุตบอลอาชีพและฟุตบอลทีมชาติไทย
- 5.2.2 ขยายสาขาให้ครอบคลุมคาบดฟ้าห้างสรรพสินค้าทั่วทั้งประเทศไทย
- 5.2.3 ใช้อุปกรณ์ที่มีมาตรฐานสูงและเทคโนโลยีมาบริการให้กับลูกค้า

#### 5.3 วัตถุประสงค์

- 5.3.1 เพื่อเป็นสถานที่สำหรับใช้เล่นกีฬาฟุตบอล
- 5.3.2 เพื่อเป็นสถานที่สำหรับพัฒนาเยาวชนทางด้านกีฬาฟุตบอล
- 5.3.3 เพื่อเป็นสถานที่สำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นการเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ

#### 5.4 เป้าหมาย

บริการเช่าสนามฟุตบอลและศูนย์พัฒนาเยาวชนอยู่บนห้างสรรพสินค้าที่สะดวกและตั้งอยู่ใจกลางชุมชน พัฒนาเยาวชนเพื่อเข้าสู่การเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ และได้รับการยอมรับจากผู้ใช้บริการว่าเป็นบริการเช่าสนามฟุตบอลที่มีมาตรฐาน สะดวกต่อการเดินทางเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ

## 5.5 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

โครงการ Football Life Arena เป็นบริการเช่าสนามฟุตบอลที่มีการให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่มีมาตรฐานระดับสากล และเป็นศูนย์พัฒนาเยาวชนเบื้องต้นสำหรับผู้ที่ต้องการพัฒนาตัวเองไปสู่การเป็นนักกีฬาฟุตบอลมืออาชีพ พร้อมทั้งมีการผลักดันด้วยวิธีต่างๆ เข้าสู่ทีมสโมสรฟุตบอลอาชีพ สามารถเดินทางได้สะดวก ตั้งอยู่บนห้างสรรพสินค้าที่มีบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยรูปแบบการให้บริการมีดังต่อไปนี้

บริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

บริการเช่าสถานที่เพื่อจัดกิจกรรมต่างๆ

บริการสอนและฝึกซ้อมทักษะทางด้านกีฬาฟุตบอล

### บริการเช่าสนามฟุตบอล

สนามฟุตบอลขนาด 25\*42 เมตร จำนวน 3 สนาม แต่ละสนามปูด้วยหญ้าเทียมที่ได้รับการรองรับมาตรฐานระดับสากล พร้อมอุปกรณ์ในสนามที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล และมีที่สำหรับนั่งพักผ่อนพร้อมทั้งพัดลมคอยให้บริการความเย็น เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 10.00 น. ถึง 0.00 น. อัตราค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 : แสดงอัตราค่าบริการสนามฟุตบอล

วัน	เวลา	ราคา/ชั่วโมง
จันทร์ – ศุกร์	10.00 – 18.00	1,000
จันทร์ – ศุกร์	18.00 – 0.00	1,200
เสาร์ – อาทิตย์	10.00 – 0.00	1,200

### บริการเช่าสถานที่เพื่อจัดกิจกรรม

ลานอเนกประสงค์พร้อมทั้งสนามฟุตบอล สามารถจัดกิจกรรมต่างๆ ได้ตามความเหมาะสม เช่น งานกีฬาบริษัท กิจกรรมสัมมนาการต่างๆ กิจกรรม Event เปิดตัวสินค้าต่างๆ

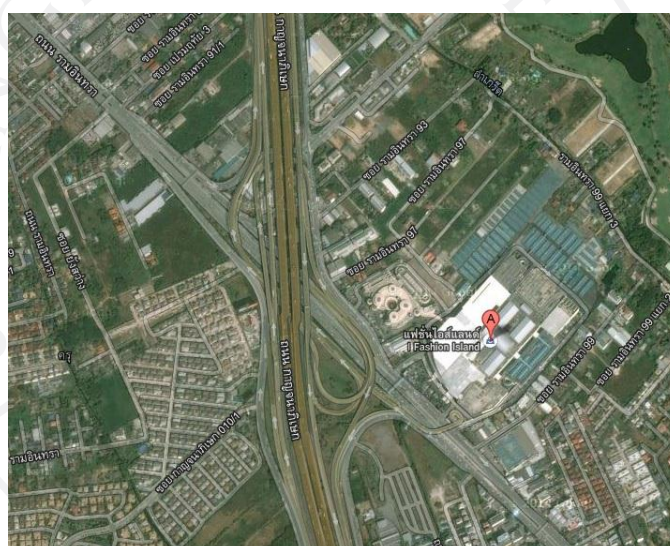
### บริการสอนและฝึกซ้อมทักษะทางด้านกีฬาฟุตบอล

บริการฝึกสอนทักษะพื้นฐานเบื้องต้นให้แก่เยาวชน พร้อมทั้งฝึกฝนทักษะในระดับที่สูงขึ้นให้แก่เยาวชนหรือผู้ที่ต้องการพัฒนาทักษะทางด้านกีฬาฟุตบอลเพื่อไปเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ

### สถานที่ตั้งโครงการ

โครงการ Football Life Arena ผู้วิจัยได้ทำการเลือกที่จัดตั้งอยู่บนคาบฟ้าของห้างสรรพสินค้า Fashion Island เนื่องจากคาบฟ้าของห้างสรรพสินค้าเป็นสถานที่ที่มีความกว้าง และทางห้างสรรพสินค้าไม่ได้ใช้ประโยชน์ทำให้ค่าเช่ามีราคาถูก ช่วยทำให้ตัวเจ้าของห้างสรรพสินค้ามีรายได้เพิ่มขึ้น และยังช่วยลดความร้อนจากคาบฟ้าลงทำให้ประหยัดค่าไฟ และยังมีบริการต่างๆเพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆจากทางตัวห้างสรรพสินค้า ทำให้ประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายในเรื่องของบริการต่างๆ มีความปลอดภัยสูง การเดินทางสะดวกสิ่งเกตุ่ง่าย มีรถโดยสารประจำทางวิ่งผ่าน และมีบริการที่จอดรถรองรับเป็นจำนวนมาก

ภาพที่ 5.1 : แสดงสถานที่ตั้งโครงการ Football Life Arena



ที่มา : Google Map. (2014). Retrieved from <https://maps.google.com/maps?>.

### 5.6 โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากโครงการ Football Life Arena มีสินค้าและบริการไม่มากเนื่องจากใช้ความสะดวกจากการที่ตั้งอยู่บนห้างสรรพสินค้า ทำให้มีสินค้าและบริการต่างๆที่ผู้มาใช้บริการต้องการจากทางห้างสรรพสินค้าคอยรองรับอยู่แล้ว จึงแบ่งโครงสร้างองค์กรออกเป็นแค่ 2 สายงาน คือ สายบริหารงาน และสายปฏิบัติการ ซึ่งมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

สายบริหารงาน ทำหน้าที่วางแผนดำเนินงาน และควบคุมการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุดตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้

สายปฏิบัติงาน ทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย คอยให้บริการลูกค้า ดูแลทำความสะอาด สถานที่ ควบคุมการฝึกสอน

ซึ่งการประสานงานภายในองค์กรจะสร้างความเป็นกันเองแบบพี่น้อง ระหว่างสายบริหารงาน และสายปฏิบัติการ เพราะจะทำให้การติดต่อสื่อสารสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลการทำงานได้อย่างถูกต้องตามที่ต้องการ

ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน

ตำแหน่ง	จำนวน	อัตราเงินเดือน (บาท)
ผู้จัดการ	1	20,000
พนักงานบัญชี	1	20,000
พนักงานดูแลเว็บไซต์	1	15,000
พนักงานบริการลูกค้า	3	15,000
พนักงานทำความสะอาด	3	12,000
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3	12,000
ทีมงานผู้ฝึกสอน	2	10,000

#### ตำแหน่งและลักษณะงานภายในองค์กร

1. ผู้จัดการ มีหน้าที่คอยควบคุมดูแลภาพโดยรวมของโครงการ ดูแลบุคลากรภายในโครงการให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คิดแผนการตลาดต่างๆและการพัฒนาให้โครงการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น
2. พนักงานบัญชี มีหน้าที่ควบคุมการทำบัญชี ตรวจสอบรายรับและรายจ่ายของโครงการ
3. พนักงานดูแลเว็บไซต์ มีหน้าที่ปรับปรุงดูแลเว็บไซต์ต่างๆของโครงการ การให้ข่าวสารต่างๆ โปรโมชันต่างๆ กิจกรรมต่างๆ รวมถึงการตอบคำถามต่างๆจากลูกค้า
4. พนักงานบริการลูกค้า มีหน้าที่ให้บริการความสะดวกต่างๆแก่ผู้ที่มาใช้บริการ ให้ข้อมูลข่าวสาร ให้บริการรับจองสนาม และประจำอยู่ที่เคาเตอร์ของโครงการ
5. พนักงานทำความสะอาด มีหน้าที่ดูแลความสะอาดโดยรวมของโครงการ เช่น ห้องรับรอง สนาม ห้องน้ำ เป็นต้น และเป็นผู้ช่วยให้กับพนักงานบริการลูกค้าในเรื่องต่างๆ
6. พนักงานรักษาความปลอดภัย มีหน้าที่ควบคุมดูแลความเรียบร้อย ความปลอดภัยต่างๆในโครงการ

### 5.7 กลยุทธ์ของบริษัท

1. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจและคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น
2. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับสินค้าและบริการของธุรกิจให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
3. ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการว่ามีความต้องการอย่างไร เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

### เป้าหมายระดับองค์กร

ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงเป้าหมายระดับองค์กร

ระยะเวลา	เป้าหมายระดับการตลาด
ระยะเริ่มต้น (ปีที่ 0 – ปีที่ 2)	สร้างฐานลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ และเป็นสถานที่ ที่ลูกค้ารายใหม่ต้องการมาใช้บริการ
ระยะสั้น (ปีที่ 2 – ปีที่ 5)	สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ และสโมสรฟุตบอลอาชีพที่ต้องการหานักกีฬาเพื่อเข้าสู่ทีม
ระยะยาว (ปีที่ 6 – ปีที่ 10)	เป็นสถานที่ให้บริการเช่าสนามฟุตบอลและพัฒนาเยาวชนที่ได้รับกายอมรับ และมีชื่อเสียงของประเทศไทย

## เป้าหมายระดับธุรกิจ

ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงเป้าหมายระดับธุรกิจ

ระยะเวลา	เป้าหมายระดับการตลาด
ระยะเริ่มต้น (ปีที่ 0 – ปีที่ 2)	มีกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายเข้ามาใช้บริการ และนำไปแนะนำต่อให้คนรู้จัก จนทำให้มีผู้บริการรายอื่นๆเข้ามาใช้บริการมากขึ้น
ระยะสั้น (ปีที่ 2 – ปีที่ 5)	มีกลุ่มลูกค้ารายใหม่เข้ามาใช้บริการมากขึ้น ผลักดันเยาวชนเข้าสู่การเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ และพัฒนามาตรฐานของสินค้าและบริการให้ดีขึ้น
ระยะยาว (ปีที่ 6 – ปีที่ 10)	เป็นฐานพัฒนาเยาวชนเบื้องต้นสำหรับสโมสรฟุตบอลอาชีพที่ต้องการมองหาเยาวชนเข้าสู่ทีม และเป็นบริการเช่าสนามฟุตบอลที่มีมาตรฐานได้รับการยอมรับระดับประเทศ

## เป้าหมายทางการตลาด

ตารางที่ 5.5 : ตารางแสดงเป้าหมายระดับการตลาด

ระยะเวลา	เป้าหมายระดับการตลาด
ระยะเริ่มต้น (ปีที่ 0 – ปีที่ 2)	โฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆเพื่อสร้างการรับรู้ และให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการมาใช้บริการ
ระยะสั้น (ปีที่ 2 – ปีที่ 5)	จัดกิจกรรมต่างๆทางด้านกีฬาฟุตบอล เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างโครงการกับกลุ่มลูกค้า และให้เช่าสถานที่เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น
ระยะยาว (ปีที่ 6 – ปีที่ 10)	เข้าไปมีส่วนร่วมกับสโมสรฟุตบอลอาชีพ เพื่อช่วยกันร่วมพัฒนาเยาวชนให้มีความสามารถตามมาตรฐานของนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ



## การวิเคราะห์สถานการณ์ 5C's

การวิเคราะห์สถานการณ์ 5C's ที่ผลต่อการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena มีปัจจัย ดังนี้

### 1. สภาพแวดล้อม (Context)

#### 1.1 การเมือง (Political)

การเมืองในปัจจุบันมีทิศทางไปในทางที่ดีขึ้น สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทยมีหลายโครงการที่สนับสนุนให้ประชาชนหันมาออกกำลังกาย โดยเฉพาะกีฬาฟุตบอลที่ในปัจจุบันได้รับการพัฒนาและการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รายได้ของนักกีฬาฟุตบอลก็สูงขึ้น ทำให้คนที่สนใจในกีฬาฟุตบอลเริ่มที่จะหาสถานที่เพื่อใช้ในการออกกำลังกายเล่นกีฬา หรือใช้ในการฝึกฝนทักษะเพิ่มมากขึ้น และยังเป็นสถานที่สำหรับร่วมกันทำกิจกรรมต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม การสร้างศูนย์รวมของคนรักกีฬาฟุตบอลให้เกิดเป็นสังคม ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจ

#### 1.2 เศรษฐกิจ (Economic)

เศรษฐกิจในปัจจุบันการเช่าที่ดินที่อยู่ใจกลางเมืองสะดวกต่อการเดินทาง ถือว่ามีราคาเช่าที่สูงมาก เนื่องจากการเจริญเติบโตของธุรกิจต่างๆที่มีการแข่งขันกันสูง และด้วยความหนาแน่นของพื้นที่ส่งผลให้การหาเช่าที่ดินสำหรับทำธุรกิจเป็นไปได้ยากยิ่งขึ้น ทำให้ส่งผลต่อการจัดตั้งโครงการในเรื่องของงบประมาณในการลงทุน แต่ไม่มีผลกระทบต่อโครงการ Football Life Arena เนื่องจากการจัดตั้งโครงการตั้งอยู่บนชั้นลาดฟ้าของห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นพื้นที่ว่างเปล่าไม่ได้ถูกใช้งานทำให้ราคาเช่าไม่สูงมาก และยังสร้างประโยชน์กับเจ้าของธุรกิจห้างสรรพสินค้าด้วยการเพิ่มรายได้ค่าเช่าให้กับห้างสรรพสินค้า ช่วยลดความร้อนจากหลังคามีผลทำให้ตัวอาคารเย็นลงและประหยัดค่าไฟมากยิ่งขึ้น

#### 1.3 สังคม (Social)

สภาพสังคมในปัจจุบันประชาชนส่วนมากเริ่มหันมาใส่ใจในการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้นทั้งในเรื่องของการบริโภคและการออกกำลังกาย ซึ่งกีฬาฟุตบอลถือว่าเป็นกีฬาที่ตอบโจทย์เทรนด์รักสุขภาพได้เป็นอย่างดี เนื่องจากกีฬาฟุตบอลได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย ทำให้ประชาชนต้องการหาสถานที่เพื่อใช้ในการออกกำลังกายด้วยกีฬาฟุตบอลเพิ่มมากขึ้น นอกจากจะตอบโจทย์เทรนด์รักสุขภาพแล้ว ยังช่วยสร้างความสามัคคีให้กับคนสังคมเนื่องจากกีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ต้องการคนจำนวนมากในการเล่น ต้องการความสามัคคีภายในทีม

#### 1.4 เทคโนโลยี (Technology)

เทคโนโลยีในปัจจุบันถือว่ามีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเทคโนโลยีต่างๆสามารถนำมาใช้งานเพื่อลดต้นทุนในการก่อสร้าง หรือเพิ่มความสามารถในการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับไฟฟ้าที่ทำให้ได้กำลังไฟที่สว่างมากขึ้นในราคาค่าไฟฟ้าที่ถูกลง

เทคโนโลยีการระบายความร้อนที่ช่วยระบายความร้อนให้กับโครงการและยังส่งผลถึงการระบายความร้อนให้กับตัวห้างสรรพสินค้าทำให้ค่าไฟลดลง เทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตหญ้าเทียมที่ลดการขาดเจ็บให้กับนักกีฬาหรือผู้เล่นที่มาใช้บริการ

## 2. ผู้บริโภค (Consumer)

กลุ่มลูกค้าของโครงการ Football Life Arena คือ กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบในกีฬาฟุตบอลและต้องการหาสถานที่เพื่อใช้ในการเล่นกีฬาฟุตบอล หรือเรียนรู้ฝึกฝนเพื่อเพิ่มทักษะความสามารถด้วยอุปกรณ์ที่มีมาตรฐานระดับสากล และเทคโนโลยีใหม่ที่ใช้ในกีฬาฟุตบอล พร้อมทั้งความสะดวกสบายในการเดินทางและบริการเสริมต่างๆ รวมถึงบริษัทหรือองค์กรที่ต้องการหาสถานที่เพื่อใช้ในการจัดการแข่งกีฬา หรือกิจกรรมต่างๆ

## 3. บริษัท (Company)

โครงการ Football Life Arena จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคด้วยอุปกรณ์ระดับสากล และปัจจัยต่างๆตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลที่ได้มาจากการทำวิจัย และการบริการที่เป็นกันเองเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างสูงสุด

## 4. พันธมิตร (Collaborator)

พันธมิตรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการจัดตั้งโครงการ เนื่องจากจะเข้ามาสนับสนุนและช่วยลดต้นทุนในการบริการได้ ซึ่งบริษัทที่เป็นพันธมิตรกับการจัดตั้งโครงการ Football Life Arena มีดังนี้

### 4.1 บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

เป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม โดยจะเข้ามาสนับสนุนเครื่องดื่มทั้งหมดภายในโครงการ เช่น น้ำดื่ม เกลือแร่ เป็นต้น รวมถึงการเป็นพันธมิตรหลักในการจัดกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบริษัทมีการสนับสนุนกิจกรรมทางด้านกีฬาต่างๆ รวมถึงกีฬาฟุตบอลเป็นประจำอยู่แล้ว

### 4.2 บริษัท อาติตาส (ประเทศไทย) จำกัด

เป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาที่มีมาตรฐานได้รับการยอมรับในระดับสากล และยังเป็นผู้สนับสนุนอุปกรณ์ต่างๆในการแข่งขันกีฬาฟุตบอลในระดับนานาชาติ โดยจะเข้ามาสนับสนุนในเรื่องของ อุปกรณ์ต่างๆภายในโครงการ เช่น ลูกฟุตบอล ถุงมือผู้รักษาประตู เสื้อผ้า เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้ใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล

## 5. คู่แข่ง (Competitor)

### 5.1 Rose Bowl

บริการเช่าสนามฟุตบอลที่มีบริการสนามฟุตบอลขนาด 5-6 คน จำนวน 3 สนาม พร้อมด้วยบริการห้องรับรอง สถานที่ตั้งอยู่ที่ 63/1 ซอย รามอินทรา 109 พระยาสุเรนทร์ แขวง บางชัน เขต คลองสามวา กรุงเทพมหานคร

### 5.2 Panya Soccer Park Futsal

บริการเช่าสนามฟุตบอลที่มีบริการสนามฟุตบอลขนาด 7-9 คน จำนวน 1 สนาม และ ขนาด 5-6 คน จำนวน 2 สนาม พร้อมด้วยสถานที่รับรอง และมีบริการร้านอาหารอยู่บริเวณโดยรอบของโครงการ สถานที่ตั้งอยู่ที่ ถนนปัญญาอินทรา แขวงคันทนายาว เขตคันทนายาว กรุงเทพมหานคร

### 5.3 สนามฟุตบอลวิซุปา

บริการเช่าสนามฟุตบอลขนาดใหญ่ที่มีบริการสนามฟุตบอลขนาด 11 คน จำนวน 2 สนาม ขนาด 7-9 คน จำนวน 1 สนาม และขนาด 5-6 คน จำนวน 2 สนาม สถานที่ตั้งอยู่ที่ รามอินทรา กม.8 รามอินทรา ซอย 46 หรือ 46/1

## การวิเคราะห์ SWOT

### จุดแข็ง (Strengths)

1. คุณภาพของสนามและอุปกรณ์ต่างที่ใช้ในสนาม เป็นอุปกรณ์ที่ได้รับการยอมรับและมีมาตรฐานระดับสากลเหมือนอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ
2. มีสินค้าและบริการเสริมต่างๆตอบสนองทุกความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการเนื่องจากสนามตั้งอยู่บริเวณห้างสรรพสินค้าและอยู่ใจกลางชุมชน
3. มีทัศนียภาพที่แปลกใหม่ เนื่องจากโครงการตั้งอยู่บนชั้นดาดฟ้าของห้างสรรพสินค้า
4. มีการนำเทคโนโลยีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลมาให้บริการ เช่น เทคโนโลยี Micoach เป็นต้น
5. มีการผลักดันและสนับสนุนผู้ที่ต้องการเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ

### จุดอ่อน (Weaknesses)

1. เป็นโครงการที่เพิ่งเปิดใหม่ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จัก

### โอกาส (Opportunities)

1. สังคมในปัจจุบันมีความสนใจที่จะออกกำลังกายมากขึ้น
2. กีฬาฟุตบอลกลับได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งฟุตบอลในประเทศและต่างประเทศ

3. ผู้ที่ต้องการสัมผัสถึงสนามและอุปกรณ์ที่มีมาตรฐานเทียบเท่ากับระดับมืออาชีพรวมถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆของกีฬาฟุตบอล

### ภัยคุกคาม (Threats)

1. มีคู่แข่งจำนวนมากในธุรกิจให้บริการเช่าสนามฟุตบอล
2. สัญญาเช่าสถานที่กับทางห้างสรรพสินค้า

### กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

โครงการ Football Life Arena เป็นบริการให้เช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสำหรับใช้ในการออกกำลังกายด้วยกีฬาฟุตบอล หรือเช่าสำหรับจัดกิจกรรมต่างๆตามความเหมาะสม โดยจุดเด่นของบริการอยู่ที่สนามที่ปูด้วยหญ้าเทียมที่มีมาตรฐานได้รับการยอมรับในระดับสากล และอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ภายในโครงการเป็นอุปกรณ์ที่มีมาตรฐานระดับสากล เพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการได้มีประสบการณ์ในการสัมผัสสนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันฟุตบอลมืออาชีพระดับสากล พร้อมทั้งมีการเรียนการสอนที่มุ่งผลักดันให้เกิดเป็นอาชีพ และนำอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีต่างๆเข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ที่มาใช้บริการ รวมถึงบริการต่างๆที่มีพร้อมให้บริการอย่างครบครันโดยรอบบริเวณสนาม

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ค่าใช้จ่ายสำหรับลูกค้าที่ต้องการมาใช้บริการของโครงการ Football Life Arena เช่น ค่าเช่าสนามฟุตบอล หรือค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นราคาที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับคุณภาพของสิ่งที่ได้รับ เป็นราคาที่ผู้บริโภคทุกระดับสามารถเข้ามาใช้บริการได้

3. กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place)

การจัดตั้งโครงการ Football Life Arena คำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้ที่มาใช้บริการเป็นอันดับแรก โดยสถานที่ตั้งติดถนนใหญ่เดินทางได้สะดวกทั้งรถยนต์ส่วนตัวและรถสาธารณะ และมีบริการต่างๆคอยรองรับอย่างครบครันตามความต้องการของลูกค้า โดยการตั้งอยู่บนชั้นดาดฟ้าของห้างสรรพสินค้า และทางห้างสรรพสินค้าเองก็ยังได้ค่าเช่าสถานที่จากพื้นที่ว่างเปล่าที่ไม่ได้ถูกนำมาใช้งาน ได้ประโยชน์จากการลดความร้อนบนชั้นดาดฟ้าส่งผลให้ตัวอาคารเย็นลงและประหยัดค่าไฟได้มากยิ่งขึ้น

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

4.1 ด้านของผู้ที่มาใช้บริการเช่าสนามฟุตบอลถ้าสมัครเป็นสมาชิกจะได้รับสิทธิพิเศษ โดยเมื่อใช้บริการสนามครบ 10 ชั่วโมง จะได้รับชั่วโมงฟรี 1 ชั่วโมง สำหรับการให้บริการสนามในครั้งต่อไป

4.2 ด้านของผู้ที่มาเรียนพื้นฐานฟุตบอลเบื้องต้นหรือเรียนเพื่อเพิ่มทักษะทางด้านกีฬาฟุตบอล ทางโครงการจะมีการจัดตั้งทีมขึ้นเพื่อนำไปแข่งขันตามรายการต่างๆที่เปิดรับสมัคร เพื่อให้ผู้ที่มาเรียนรู้ได้มีประสบการณ์การแข่งขัน และเมื่อถึงเวลาที่ทีมสโมสรฟุตบอลในประเทศไทยมีการเปิดเพื่อคัดเลือกผู้เล่นเข้าสู่ทีม ทางโครงการก็จะผลักดันผู้ที่สนใจในการเป็นนักกีฬาอาชีพให้ได้ร่วมคัดตัวผู้เล่นกับทางสโมสรนั้นๆ

#### 5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

โครงการ Football Life Arena จะคัดเลือกบุคลากรที่จะมาปฏิบัติงาน โดยจะคัดเลือกจาก ผู้ที่มีใจรักงานบริการ (Service Mind) มีทัศนคติที่ดี ไร่เร่งแจ่มใส มีความรับผิดชอบ สามารถดูแลภาพรวมโดยรอบของโครงการได้ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ สามารถให้คำแนะนำและข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์หรือตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความประทับใจและความสะดวกสบายสูงสุดตลอดระยะเวลาที่มาใช้บริการ

#### 6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการดำเนินการ (Process)

โครงการ Football Life Arena จะมีเว็บไซต์คอยให้บริการกับลูกค้าเพื่อหาข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการ สามารถตรวจสอบโปรโมชั่นต่างๆ รวมถึงการติดต่อสอบถามข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ การสนทนาระหว่างผู้ใช้บริการด้วยกันผ่านทางเว็บไซต์เพื่อสร้างเป็นสังคมของคนรักกีฬาฟุตบอล ตรวจสอบประวัติการใช้บริการ ยอดคะแนนสะสมต่างๆ และบริการจองสนามหรือติดต่อเช่าสถานที่เพื่อจัดกิจกรรมผ่านทางโทรศัพท์

#### 7. กลยุทธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence)

บรรยากาศโดยรวมของโครงการ Football Life Arena ถือเป็นบรรยากาศที่แปลกตาสำหรับผู้ที่ใช้บริการเช่าสนามฟุตบอลเป็นประจำ เนื่องจากโครงการจัดตั้งอยู่บนดาดฟ้าของห้างสรรพสินค้าทำให้ทัศนียภาพต่างๆจะแปลกตาออกไป เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ พร้อมทั้งการตกแต่งส่วนต่างๆของโครงการให้กลุ่มลูกค้ารู้สึกถึงบรรยากาศของฟุตบอลอย่างแท้จริง

### กลยุทธ์การสร้างฐานลูกค้า

การสร้างฐานลูกค้าของโครงการ Football Life Arena จะใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้างมีการติดต่อกันระหว่างกลุ่มลูกค้าเพื่อให้เกิดเป็นสังคมของคนรักกีฬาฟุตบอล และจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาต่างๆเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มลูกค้าได้มาทดลองใช้บริการสนามฟุตบอลและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพระดับสากลเทียบเท่าระดับมืออาชีพรวมถึงการผลักดันผู้ที่สนใจในการเป็นนักกีฬาอาชีพเข้าสู่สโมสรฟุตบอลต่างๆ เพื่อสร้างชื่อเสียงและการยอมรับให้กับโครงการ

ภาพที่ 5.2 : ภาพแสดงวงจรพันธกิจในการสร้างห่วงโซ่คุณค่า



### Launch

จัดงานกิจกรรมเปิดตัว Football Life Arena พร้อมวิดีโอฟรีเซนต์ภายในโครงการบรรยากาศต่างๆโดยรอบและเชิญดารานักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆภายในงาน Phase 1-2

จัดการแข่งขันฟุตบอล โดยเป็นการแข่งขันฟุตบอลประเภท Knock Out ทีมไหนชนะได้ผ่านเข้ารอบ ทีมที่แพ้ตกรอบทันที โดยทีมที่จะร่วมการแข่งขันจะเป็นทีมของศิลปินดาราร หรือ ดิจิทัลทู ที่มีชื่อเสียงต่างๆ และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook Website ต่างๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เกิดความสนใจมาใช้บริการสนามมากขึ้น

### Main Phase

จัดการแข่งขันฟุตบอลภายในสนามสำหรับบุคคลทั่วไป โดยเป็นการแข่งขันฟุตบอลประเภทลีกเก็บคะแนน เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจมาใช้บริการสนามในระยะยาว และยังเป็นการแข่งขันเพื่อคัดเลือกผู้เล่นที่มีความสามารถ เพื่อเชิญเข้าร่วมทีมของโครงการ Football Life Arena

### Expanded Phase

จัดตั้งทีม Football Life Arena ซึ่งเป็นทีมฟุตบอลของโครงการ และนำไปแข่งขันกีฬาฟุตบอลตามรายการต่างๆที่มีการแข่งขันกีฬาฟุตบอล เพื่อเข้าชิงรางวัลและสร้างชื่อเสียงให้กับ

โครงการ จนเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น เพื่อกระตุ้นและดึงดูดลูกค้ารายใหม่ๆ ให้สนใจมาใช้บริการมากขึ้น

### Infected Phase

สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิก จะได้รับส่วนลดและสิทธิพิเศษ ที่จะสามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ทางโครงการได้จัดขึ้น

### แผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ

1. Super Star Cup เป็นการจัดการแข่งขันฟุตบอลรูปแบบ Knock Out ทีมไหนที่ชนะจะได้ผ่านเข้ารอบ ส่วนทีมที่แพ้จะต้องตกรอบทันที โดยเป็นการแข่งขันกันของทีมที่เป็นทีมของศิลปินดาราละและ เหล่าดีเจ ที่มีชื่อเสียง โดยทีมที่ชนะจะได้รับรางวัลจากทางโครงการ Football Life Arena

2. Football Life Arena League เป็นการแข่งขันที่จะจัดเป็นประจำทุกปีสำหรับบุคคลทั่วไป ซึ่งการแข่งขันจะเป็นการแข่งขันระบบลีก ทุกทีมที่ร่วมแข่งขันจะต้องแข่งเจอกันหมด แข่งขันแบบสะสมคะแนน ทีมที่มีคะแนนสะสมมากที่สุดเมื่อการแข่งขันจบลง จะได้รับรางวัลจากทางโครงการ Football Life Arena และรางวัลพิเศษสำหรับผู้เล่นรายบุคคล เช่น ผู้ที่ทำประตูได้สูงที่สุดประจำการแข่งขัน เป็นต้น

3. Football Life Arena Road Tours เป็นกิจกรรมที่ทางโครงการจะรับสมัครนักกีฬาฟุตบอลที่สนใจ หรือคัดเลือกมาจากกิจกรรม Football Life Arena League เพื่อจัดตั้งเป็นทีมฟุตบอลของโครงการ และพาไปแข่งขันกีฬาฟุตบอลตามรายการต่างๆ ที่มีการจัดแข่งขันขึ้น เพื่อสร้างชื่อเสียงและการรับรู้ให้กับโครงการ

4. Road To Professional เป็นกิจกรรมที่จะนำผู้ที่อยู่ใน Academy ของโครงการและมีคุณสมบัติ ไปเข้าร่วมคัดตัวเพื่อเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพกับทางสโมสรต่างๆ ภายในประเทศ เพื่อช่วยผลักดันผู้ที่ต้องการเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ และเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือวงการฟุตบอลภายในประเทศ

5. Dream Camp เป็นกิจกรรมที่จะเชิญนักกีฬาฟุตบอลภายในประเทศที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน มาแบ่งปันประสบการณ์และทักษะต่างๆ ให้กับผู้ที่อยู่ใน Academy ของโครงการ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ที่ต้องการเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ

ภาพที่ 5.3 : แสดงกลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างคอมมูนิตี



### Launch

เปิดตัวโครงการ Football Life Arena โดยการทำวิดีโอฟรีเซ็นภาพลักษณ์ บรรยากาศของโครงการลงบนสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook YouTube Instagram รวมถึงภาพบรรยากาศโดยรอบโครงการ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้า

### Phase 1-2

เชิญพันธมิตรของโครงการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่างๆในโครงการ Football Life Arena เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

### Main Phase

จัดการแข่งขันฟุตบอลระหว่างพันธมิตรของโครงการ โดยทีมที่จะร่วมการแข่งขันมาจากทีมของบริษัทที่เป็นพันธมิตรของโครงการ โดยส่งมาบริษัทละ 1 ทีม เพื่อเป็นการกระชับความสัมพันธ์ของบริษัทต่างๆ

### Expanded Phase

ร่วมกับบริษัทพันธมิตรจัดกิจกรรมต่างๆภายในโครงการ เช่น การจัดอบรมพิเศษสำหรับเยาวชน โดยมีผู้อบรมมาจากทีมงานต่างประเทศหรืออดีตนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ เพื่อ



มาสอนความรู้และเทคนิคต่างๆรวมถึงการใช้ชีวิตในการเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ ให้เกิดเป็นแรงบันดาลใจแก่เยาวชนที่สนใจในกีฬาฟุตบอล

### **Infected Phase**

ร่วมทำกิจกรรมต่างๆกับบริษัทเอกชนหรือองค์กรต่างๆที่ยังไม่ได้เป็นพันธมิตรกับโครงการ ในการจัดการต่างๆของบริษัทหรือองค์กร เช่น การจัดแข่งกีฬา กีฬาสนับสนุนการให้กับพนักงานขององค์กร เพื่อเป็นการขยายกลุ่มลูกค้าและสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้า ในระยะยาว



## บทที่ 6 งบการเงิน

สำหรับบทที่ 6 งบการเงินของการศึกษาโครงการ Football Life Arena มีวัตถุประสงค์เพื่อ การวางแผนทางการเงินของโครงการ โดยต้องมีการกำหนดเป้าหมายทางการเงินของโครงการ ประเมินเงินลงทุนเบื้องต้นเพื่อใช้ในการดำเนินโครงการได้ จากนั้นจึงวางแผนแหล่งที่มาของเงินลงทุน ว่าใช้สินทรัพย์ที่มาจากการลงทุนของเจ้าของหรือใช้การกู้ยืมเงินจากธนาคาร เมื่อได้โครงสร้างเงิน ลงทุนพื้นฐานของโครงการแล้วต่อไปจะเป็นการประเมินรายได้ซึ่งเกิดจากกิจกรรมการดำเนินงาน ต่างๆของโครงการ Football Life Arena ตามที่ได้วางแผนกลยุทธ์ ประกอบไปด้วย รายได้ค่าบริการ ให้เช่าสนามฟุตบอล และรายได้จากการขายสินค้าภายในโครงการ การประเมินต้นทุนและค่าใช้จ่าย ของโครงการอันเนื่องมาจากกิจกรรมต่างๆ เพื่อจัดทำงบการเงินต่อไปซึ่งสำหรับการศึกษาคั้งนี้จัดทำ งบกำไรขาดทุน งบแสดงฐานะทางการเงิน และงบกระแสเงินสด จากนั้นจึงใช้งบการเงินเพื่อช่วย ประเมินและในการตัดสินใจโครงการไม่ว่าจะเป็นสภาพคล่องของโครงการ ความสามารถในการชำระ หนี้สิน ความสามารถในการทำกำไร เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังจัดทำประเมินโครงการเพื่อการ ตัดสินใจลงทุนผ่านเครื่องมือทางการเงินซึ่งประกอบไปด้วย ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period) อัตราส่วนทางการเงินด้านผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment Ratio) มูลค่า ปัจจุบันของเงินลงทุนสุทธิ (Net Present Value) และอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return)

สำหรับรายละเอียดของบทที่ 6 งบการเงินมีหัวข้อดังต่อไปนี้

- 6.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน
- 6.2 การประมาณเงินลงทุน
- 6.3 การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุน
- 6.4 การประมาณรายได้
- 6.5 การประมาณรายจ่าย
- 6.6 ประมาณการงบกำไรขาดทุน
- 6.7 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน
- 6.8 ประมาณการงบกระแสเงินสด
- 6.9 ข้อสมมติฐานในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

## 6.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน

โครงการ Football Life Arena นำเสนอการบริการทางด้านกีฬาฟุตบอล ในเรื่องของการบริการเช่าสนามฟุตบอล และการเรียนการสอนกีฬาฟุตบอล สำหรับการวิเคราะห์แผนการเงินของโครงการ Football Life Arena มีสมมติฐานทางการเงิน ดังนี้

โครงการจะสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง (Going Concern) และไม่ประสบปัญหาขาดสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน

โครงการมีความสามารถในการทำกำไร และสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โครงการสามารถสร้างผลกำไรได้เพียงพอต่อการชำระคืนการกู้ยืมเงินจากธนาคาร และมีอัตราผลตอบแทนสำหรับเจ้าของได้มากกว่า 30% ซึ่งผู้ถือหุ้นจะได้รับเงินปันผลทุกสิ้นปีอย่างต่อเนื่อง โครงการมีผลกำไรสะสมเพียงพอต่อการลงทุนเพิ่มเติมในแผนการระยะยาวต่อไป

## 6.2 การประมาณเงินลงทุน

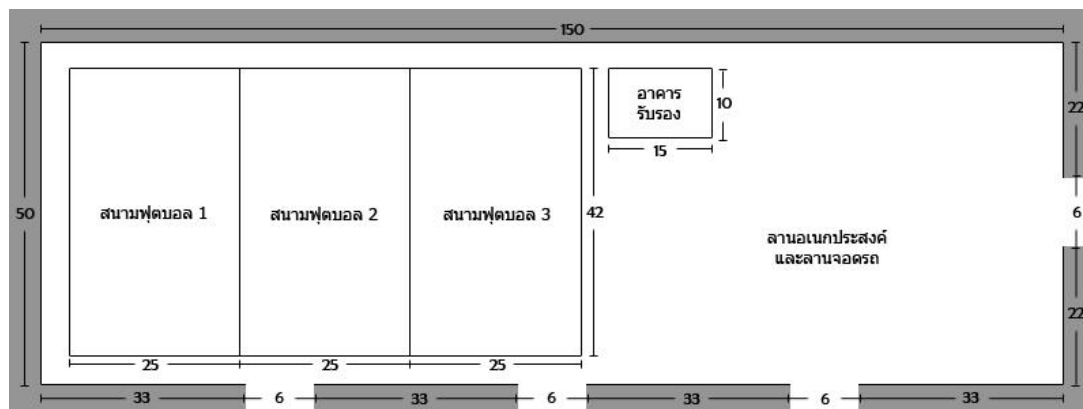
### 6.2.1 สถานที่ตั้งโครงการ

โครงการ Football Life Arena ผู้วิจัยได้ทำการเลือกที่ตั้งอยู่บริเวณชั้นดาดฟ้าของห้างสรรพสินค้าแฟชั่นไอส์แลนด์ ถนนรามอินทรา เนื่องจากชั้นดาดฟ้าของห้างสรรพสินค้าเป็นที่ที่มีราคาเช่าถูกและยังมีที่จอดรถเพียงพอต่อการมาใช้บริการของกลุ่มลูกค้า รวมถึงในตัวห้างสรรพสินค้ายังมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างครบครัน การเดินทางสามารถเดินทางได้สะดวกทั้งรถสาธารณะและรถยนต์ส่วนตัว

ที่ดินบริเวณนี้ทางโครงการจะทำสัญญาเช่าดำเนินงานโดยมีอัตราค่าเช่า 100,000 บาทต่อเดือน หรือ 1,200,000 บาทต่อปี อ้างอิงจากการสอบถามเจ้าของสถานที่

นอกจากนี้แล้วบริเวณดาดฟ้านี้เป็นดาดฟ้าเปล่า โครงการจึงต้องลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้โดยปกติ ประกอบด้วยสนามฟุตบอล 3 สนาม ห้องรับรองสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการรวมถึงห้องน้ำและห้องอาบน้ำ นอกจากนี้ยังมีส่วนของค่าออกแบบตกแต่งสถานที่เพื่อให้รูปแบบของโครงการสอดคล้องและเป็นไปตามที่ได้วางแผนกลยุทธ์ไว้

ภาพที่ 6.1 แผนภาพแสดงพื้นที่ของโครงการ Football Life Arena



### 6.2.2 สนามฟุตบอล

สนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีหลังคาขนาด 42\*25 เมตร จำนวน 3 สนาม แต่ละสนามปูพื้นด้วยหญ้าที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล บริเวณโดยรอบมีอัฒจันทร์ไว้รับรองสำหรับผู้ที่นั่งรอ จากภาพที่ 6.1 แผนภาพแสดงพื้นที่ของโครงการ Football Life Arena สนามฟุตบอลของโครงการฯ มีขนาดเท่ากับ 1,050 ตารางเมตร จำนวนทั้งหมด 3 สนาม ประเมินมูลค่าเท่ากับ 3,500,000 บาทต่อสนาม รวมมูลค่าเท่ากับ 10,500,000 บาท

### 6.2.3 อาคาร ค่าตกแต่ง

ที่ดินเปล่านี้นางโครงการต้องพัฒนาโดยสร้างอาคารชั้นเดียวขึ้นเพื่อดำเนินงานกิจการร้านขายสินค้าต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น รวมถึงสถานที่รับรองสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการของสนาม และห้องอาบน้ำห้องแต่งตัว

โดยอัตราก่อสร้างประเมินมูลค่าไว้ที่ 7,000 บาทต่อตารางเมตร บริเวณอาคารรวม 150 ตารางเมตร ดังนั้นแล้วมูลค่าอาคารและค่าตกแต่งเท่ากับ 1,050,000 บาท และค่าออกแบบตกแต่งภายในคิดเป็น 7% ของค่าก่อสร้างทั้งหมด ซึ่งเท่ากับ 73,500 บาท ดังนั้นแล้วมูลค่าอาคารและค่าออกแบบตกแต่งเท่ากับ 1,123,500 บาท

### 6.2.4 อุปกรณ์กีฬาที่มีไว้ใช้ในการดำเนินงาน

โครงการ Football Life Arena เป็นผู้บริการให้เช่าสนามฟุตบอล ดังนั้นแล้วจึงจำเป็นต้องมีอุปกรณ์กีฬาฟุตบอล เช่น ลูกฟุตบอล ถุงมือผู้รักษาประตู เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า โดยประมาณการค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เท่ากับ 200,000 บาท โดยมีอายุการให้ประโยชน์ประมาณ 5 ปี

### 6.2.5 อุปกรณ์สำนักงาน

อุปกรณ์สำนักงานที่ทางโครงการ Football Life Arena จำเป็นต้องใช้เพื่อการขายและบริหาร เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ ซอร์ฟแวร์ระบบบริหารจัดการร้านค้า โต๊ะเก้าอี้สำหรับพักผ่อน สุขภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น โดยประมาณการค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เท่ากับ 500,000 บาท โดยมีอายุการให้ประโยชน์ประมาณ 5 ปี

### 6.2.6 อุปกรณ์อื่นๆ

อุปกรณ์อื่นๆ ในที่นี้หมายถึงรวมถึงอุปกรณ์ทุกอย่างที่ไม่ได้เข้าข่ายอุปกรณ์กีฬาที่มีไว้ใช้ในการดำเนินงาน และอุปกรณ์สำนักงาน ยกตัวอย่างเช่น อุปกรณ์ทำความสะอาด เป็นต้น โดยประมาณการค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เท่ากับ 200,000 บาท

จากการประเมินมูลค่าเงินลงทุนข้างต้นมีมูลค่ารวมทั้งสิ้นเท่ากับ 13,723,500 บาท และทางโครงการจำเป็นต้องกันบางส่วนเพื่อใช้ในการดำเนินงานและเงินทุนหมุนเวียนเท่ากับ 6,276,500 บาท ดังนั้นแล้วเงินลงทุนทั้งหมดที่ต้องการจึงเท่ากับ 20,000,000 บาท

ตารางที่ 6.1 : แสดงสรุปประมาณการเงินลงทุนของโครงการ Football Life Arena

ประมาณการเงินลงทุน	มูลค่า (บาท)	หมายเหตุ
ที่ดินเช่าดำเนินงาน	1,200,000	ค่าเช่าถือเป็นค่าใช้จ่ายของโครงการฯ
สนามฟุตบอล	10,500,000	ประมาณอายุการให้ประโยชน์ 10 ปี
อาคาร ค่าออกแบบตกแต่ง	1,123,500	ประมาณอายุการให้ประโยชน์ 10 ปี
อุปกรณ์กีฬาที่มีไว้ใช้ในการดำเนินงาน	200,000	ประมาณอายุการให้ประโยชน์ 5 ปี
อุปกรณ์สำนักงาน	500,000	ประมาณอายุการให้ประโยชน์ 5 ปี
อุปกรณ์อื่นๆ	200,000	ประมาณอายุการให้ประโยชน์ 5 ปี
เงินทุนสำรองเพื่อใช้ในการดำเนินงาน	6,276,500	
<b>รวม</b>	<b>20,000,000</b>	

### 6.3 การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุน

จากการประมาณการลงทุนในหัวข้อที่ผ่านมา โครงการมีมูลค่าเงินลงทุนทั้งหมดเป็นจำนวนเงินเท่ากับ 20,000,000 บาท โดยมีแหล่งที่มาของเงินลงทุนจาก 2 ส่วนคือ การกู้ยืมธนาคาร 8 ล้านบาท และการลงทุนด้วยเงินทุนของกลุ่มเจ้าของ 12 ล้านบาท ซึ่งสัดส่วนการลงทุนเท่ากับ 40% และ 60% ตามลำดับ ทั้งนี้แหล่งที่มาของเงินทุนก็ต้องมีความคาดหวังผลตอบแทนจากการลงทุนสำหรับเงินกู้ยืม

ระยะยาวจากธนาคารมูลค่า 8 ล้านบาทมีอัตราดอกเบี้ย 8% ซึ่งอ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ประเทศไทย ประเภทของอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมคือเงินกู้ยืมสำหรับลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate; MRR) และสำหรับเงินทุนของเจ้าของต้องการผลตอบแทนเฉลี่ยปีละ 30% ดังจะเห็นได้จากตาราง 6.2 สัดส่วนเงินลงทุน และอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังจากโครงการ Football Life Arena

ตารางที่ 6.2 : สัดส่วนเงินลงทุนและอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังจากโครงการ Football Life Arena

ประเภทการลงทุน	% สัดส่วนการลงทุน	สัดส่วนการลงทุน	อัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง
เงินกู้ยืมระยะยาว	40%	8,000,000	8.00%
ส่วนของเจ้าของ	60%	12,000,000	30.00%
<b>รวม</b>	<b>100%</b>	<b>20,000,000</b>	

จากที่ได้ทราบแล้วว่าโครงการ Football Life Arena มีที่มาของเงินลงทุนจาก 2 แหล่งคือเงินกู้ยืมระยะยาว และส่วนของเจ้าของ แหล่งที่มาของเงินลงทุนล้วนต้องการดอกเบี้ยไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม กรณีของเงินกู้ยืมระยะยาวดอกเบี้ยจากการลงทุนคือดอกเบี้ยจ่าย และกรณีของเจ้าของจะได้รับดอกเบี้ยในรูปแบบเงินปันผลซึ่งทางโครงการฯ ต้องมอบให้ทั้งสองฝ่าย เมื่อเป็นเช่นนั้นแล้วการคำนวณอัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนจึงต้องทำถัวเฉลี่ยกันระหว่างแหล่งที่มาของเงินลงทุน เพื่อให้ทราบอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยของเงินลงทุน

ตารางที่ 6.3 : อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยของโครงการ Football Life Arena

ประเภทของเงินลงทุน	จำนวนเงินลงทุน	อัตราผลตอบแทนต่อปี	ผลตอบแทน	อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ย
เงินกู้ยืมระยะยาว	8,000,000	8.00%	640,000	21.20%
ส่วนของเจ้าของ	12,000,000	30.00%	3,600,000	
<b>รวม</b>	<b>20,000,000</b>		<b>4,240,000</b>	

จากตารางที่ 6.3 อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยของโครงการ Football Life Arena อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยเท่ากับ 21.10% และถูกใช้ทำประโยชน์เพื่อใช้ในการประเมินการลงทุนของโครงการซึ่งจะได้กล่าวถึงต่อไป

#### 6.4 การประมาณรายได้

การประเมินรายได้ซึ่งเกิดจากกิจกรรมการดำเนินงานต่างๆของโครงการ Football Life Arena ตามที่ได้วางแผนกลยุทธ์ สำหรับแหล่งรายได้ของโครงการมาจาก 3 กลุ่มกิจกรรม ดังต่อไปนี้

6.4.1 รายได้ค่าบริการให้เช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

6.4.2 รายได้ค่าบริการการเรียนการสอนทักษะฟุตบอล

6.4.3 รายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่ม

6.4.1 รายได้ค่าบริการให้เช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

สนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีหลังคาขนาด 25\*42 เมตร จำนวน 3 สนาม แต่ละสนามปูพื้นด้วยหญ้าที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล บริเวณโดยรอบมีอัฒจันทร์ไว้รับรองสำหรับผู้ที่มาชม เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 10.00 น. ถึง 0.00 น. อัตราค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.4 : อัตราค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

วัน	เวลา	ราคา/ชั่วโมง (บาท)
จันทร์ – ศุกร์	10.00 – 17.00	1,000
จันทร์ – ศุกร์	17.00 – 0.00	1,200
เสาร์ – อาทิตย์	10.00 – 0.00	1,200

จากอัตราค่าบริการตามตารางที่ 6.4 แล้วหากโครงการสามารถให้บริการได้เต็มทรัพยากรที่สามารถให้บริการจะสามารถทำรายได้เท่ากับ 1,327,200 ต่อเดือน และ 15,926,400 บาทต่อปี

ตารางที่ 6.5 : รายได้ค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกรณีให้บริการเต็มทรัพยากรที่มี

วัน	เวลา	จำนวน ชั่วโมง	ราคา (บาท) / ชั่วโมง	จำนวน สนาม	รายได้ ต่อวัน	รายได้ ต่อ สัปดาห์	รายได้ต่อ เดือน	รายได้ต่อปี
จันทร์ ถึง ศุกร์	10.00 ถึง 17.00	7	1,000	3	21,000	105,000	420,000	5,040,000
	17.00 ถึง 0.00	7	1,200	3	25,200	126,000	504,000	6,048,000
เสาร์ ถึง อาทิตย์	10.00 ถึง 02.00	14	1,200	3	50,400	100,800	403,200	4,838,400
รวม						331,800	1,327,200	15,926,400

ตารางที่ 6.6 : รายได้ค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตามอัตราการใช้บริการ

อัตราการใช้บริการ	รายได้ต่อปี (บาท)
100% (เต็ม)	15,926,400
90%	14,333,760
80%	12,741,120
70%	11,148,480
60%	9,555,840
50%	7,963,200

ทางโครงการประมาณการรายได้ค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมโดยอ้างอิงข้อมูลจาก ตารางที่ 6.6 กล่าวคือเมื่อลูกค้ามาใช้บริการสนามฟุตบอลเต็มทุกสนามตลอดเวลาการให้บริการจะทำ



ให้โครงการฯมีรายได้เท่ากับ 15,926,400 บาท ทั้งนี้ในการประเมินโอกาสสร้างรายได้ของโครงการฯ ได้แบ่งไว้เป็นสามกรณีคือ กรณีที่ดีที่สุด (Best case) กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most likely case) และกรณีที่แย่ที่สุด (Worst case) โดยกำหนดให้มีอัตราการให้บริการเท่ากับ 90% 80% และ 70% ตามลำดับ กล่าวคือทางโครงการฯสามารถสร้างรายได้จากการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เท่ากับ 14,333,760 บาท 12,741,120 บาท และ 11,148,480 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 6.7 : รายได้ค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแบ่งตามกรณี

รายได้การให้บริการสนามฟุตบอลฯ	รายได้ต่อปี (บาท)
กรณีที่ดีที่สุด	14,333,760
กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด	12,741,120
กรณีที่แย่ที่สุด	11,148,480

#### 6.4.2 รายได้ค่าบริการฝึกสอนทักษะฟุตบอล

รายได้กลุ่มต่อมาคือรายได้ค่าบริการฝึกสอนทักษะฟุตบอล ซึ่งจะให้บริการการเรียนการสอนในวันเสาร์และวันอาทิตย์ วันละ 2 ชั่วโมงต่อช่วงอายุ ซึ่งจะแบ่งเป็น 2 ช่วงอายุที่เปิดสอน ได้แก่ รุ่นเยาวชน 7-14 ปี และรุ่นทั่วไป 15 ปีขึ้นไป โดยมีอัตราค่าบริการให้เช่าตามตารางที่ 6.8 อัตราค่าบริการฝึกสอนฟุตบอล

ตารางที่ 6.8 : อัตราค่าบริการฝึกสอนฟุตบอล

อายุ	วันที่เรียน	ราคา/เดือน (บาท)
7-14	เสาร์ – อาทิตย์	1,200
15 ปีขึ้นไป	เสาร์ - อาทิตย์	1,500

ตารางที่ 6.9 : รายได้ค่าบริการฝึกสอนฟุตบอลกรณีให้บริการเต็มทรัพยากรที่มี

วัน	อายุ	จำนวนผู้เรียน	ราคา/เดือน (บาท)	รายได้ต่อเดือน	รายได้ต่อปี
เสาร์ ถึง อาทิตย์	7-14 ปี	40	1,200	48,000	576,000
	15 ปีขึ้นไป	40	1,500	60,000	720,000
รวม				108,000	1,296,000

ตารางที่ 6.10 : รายได้ค่าบริการเช่าลานอเนกประสงค์แบ่งตามกรณี

รายได้การให้บริการฝึกสอนฟุตบอล	รายได้ต่อปี (บาท)
กรณีที่ดีที่สุด	1,166,400
กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด	1,036,800
กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด	907,200

เช่นเดียวกับรายได้ค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมทางโครงการประมาณการรายได้ค่าบริการการเรียนการสอนทักษะฟุตบอลโดยอ้างอิงข้อมูลจากกรณีที่ลูกค้ามาใช้บริการฯ เต็มตลอดเวลาการให้บริการจะทำให้โครงการฯมีรายได้เท่ากับ 1,296,000 บาท ทั้งนี้ในการประเมินโอกาสสร้างรายได้ของโครงการฯได้แบ่งไว้เป็นสามกรณีคือ กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และกรณีที่ย่ำแย่ที่สุด (Worst Case) โดยกำหนดให้มีอัตราการให้บริการเท่ากับ 90% 80% และ 70% ตามลำดับ

#### 6.4.3 รายได้จากร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม

ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ขนมคบเคี้ยว น้ำดื่ม เกลือแร่ เครื่องดื่มชูกำลัง เป็นต้น รายได้ส่วนนี้เป็นกิจกรรมแบบซื้อมาขายไป โดยวัตถุประสงค์ของการทำร้านขายอาหารและเครื่องดื่มก็เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ในกรณีที่ต้องการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองท้องหรือดับกระหายจากการเล่นกีฬาฟุตบอล

ตารางที่ 6.11 : รายได้ของโครงการ Football Life Arena สำหรับปี 2558 กรณีที่ดีที่สุด กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด และกรณีที่แย่ที่สุด

ประเภทของรายได้ (หน่วย: บาท)	กรณีที่ดีที่สุด	กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด	กรณีที่แย่ที่สุด
รายได้บริการสนามฟุตบอล	14,333,760	12,741,120	11,148,480
รายได้บริการการเรียนการสอน	1,166,400	1,036,800	907,200
รายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3,100,032	2,755,584	2,411,136
รวมรายได้ทั้งหมด	18,600,192	16,533,504	14,466,816

เนื่องจากการขายอาหารและเครื่องดื่มนี้ทำเพื่อสนับสนุนกิจกรรมหลักของโครงการฯ นั่นคือการให้เช่าสนามฟุตบอลฯ และการให้บริการการเรียนการสอน รายได้ในส่วนนี้จึงผันแปรตามรายได้ของกลุ่มรายได้ที่ 1 และ 2 ซึ่งคาดการณ์ไว้ว่ารายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่มจะเท่ากับ 20%

ประมาณการรายได้สำหรับปี 2558 จะถูกนำไปคาดการณ์ถึงรายได้สำหรับ ปี 2559 ถึงปี 2562 โดยประเมินจากอัตราการเติบโตของกลุ่มธุรกิจลักษณะศูนย์ออกกำลังกาย หรือ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ซึ่งถูกประเมินว่าจะเติบโตได้ปีละไม่ต่ำกว่า 10% - 20% (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, มิถุนายน 2557) จากการอ้างอิงข้อมูลดังกล่าวจึงคาดหวังอัตราการเติบโตในกรณีที่ดีที่สุด กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด และกรณีที่แย่ที่สุด เท่ากับ 30% 20% และ 15% ตามลำดับ

ตารางที่ 6.12 : รายได้ของโครงการ Football Life Arena สำหรับปี 2558 – 2662 กรณีที่ดีที่สุด

ประเภทของรายได้ (หน่วย: บาท)	กรณีที่ดีที่สุด				
	ปี2558	ปี2559	ปี2560	ปี2561	ปี2562
รายได้บริการสนามฟุตบอล	14,333,760	18,633,888	24,224,054	31,491,270	40,938,651
รายได้บริการการเรียนการสอน	1,166,400	1,516,320	1,971,216	2,562,580	3,331,354

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.12 (ต่อ) : รายได้ของโครงการ Football Life Arena สำหรับปี 2558 – 2662 กรณีที่ดีที่สุด

ประเภทของรายได้ (หน่วย: บาท)	กรณีที่ดีที่สุด				
	ปี2558	ปี2559	ปี2560	ปี2561	ปี2562
รายได้บริการสนามฟุตบอล	14,333,760	18,633,888	24,224,054	31,491,270	40,938,651
รายได้บริการการเรียนการสอน	1,166,400	1,516,320	1,971,216	2,562,580	3,331,354
รายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3,100,032	4,030,041	5,239,053	6,810,768	8,853,998
<b>รวมรายได้ทั้งหมด</b>	<b>18,600,192</b>	<b>24,180,249</b>	<b>31,434,323</b>	<b>40,864,618</b>	<b>53,124,003</b>

ตารางที่ 6.13 : รายได้ของโครงการ Football Life Arena สำหรับปี 2558 – 2662 กรณีที่เป็นไปได้

ประเภทของรายได้ (หน่วย: บาท)	กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด				
	ปี2558	ปี2559	ปี2560	ปี2561	ปี2562
รายได้บริการสนามฟุตบอล	12,741,120	15,289,344	18,347,212	22,016,654	26,419,984
รายได้บริการการเรียนการสอน	1,036,800	1,244,160	1,492,992	1,791,590	2,149,908
รายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่ม	2,755,584	3,306,700	3,968,040	4,761,648	5,713,977
<b>รวมรายได้ทั้งหมด</b>	<b>16,533,504</b>	<b>19,840,204</b>	<b>23,808,244</b>	<b>28,569,892</b>	<b>34,283,869</b>

ตารางที่ 6.14 : รายได้ของโครงการ Football Life Arena สำหรับปี 2558 – 2662 กรณีที่แย่ที่สุด

ประเภทของรายได้ (หน่วย: บาท)	กรณีที่แย่ที่สุด				
	ปี2558	ปี2559	ปี2560	ปี2561	ปี2562
รายได้บริการสนาม ฟุตบอล	11,148,480	12,820,752	14,743,864	16,955,443	19,498,759
รายได้บริการการ เรียนการสอน	907,200	1,043,280	1,199,772	1,379,737	1,586,697
รายได้จาก ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	2,411,136	2,772,806	3,188,726	3,667,034	4,217,089
<b>รวมรายได้ทั้งหมด</b>	<b>14,466,816</b>	<b>16,636,838</b>	<b>19,132,362</b>	<b>22,002,214</b>	<b>25,302,545</b>

## 6.5 การประมาณรายจ่าย

ตารางที่ 6.15 : ค่าเช่าที่ดินและค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์

ค่าเช่าที่ดินและค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์	มูลค่า (บาท)
ค่าเช่าที่ดิน	1,200,000
ค่าเสื่อมราคา-สนามฯ (10,500,000/10ปี)	1,050,000
ค่าเสื่อมราคา-อาคาร/ตกแต่ง (1,123,500/10ปี)	112,350
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์กีฬาฯ (200,000/5ปี)	40,000
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน (500,000/5ปี)	100,000
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์อื่นๆ (500,000/5ปี)	100,000

โครงการ Football Life Arena มีโครงสร้างต้นทุนและค่าใช้จ่าย ประกอบไปด้วย ค่าเช่าที่ดิน ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ เงินเดือนพนักงาน ค่าดูแลรักษาสนาม ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด ค่าสาธารณูปโภค ต้นทุนสินค้าเป็นต้น ซึ่งสามารถกำหนดรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.16 : เงินเดือนพนักงาน

ตำแหน่ง	จำนวน	อัตรา เงินเดือน (บาท)	รวมสำหรับเดือน (บาท)	รวมสำหรับปี (บาท)
ผู้จัดการ	1	20000	20,000	240,000
พนักงานบัญชี	1	20,000	20,000	240,000
พนักงานดูแลเว็บไซต์	1	15,000	15,000	180,000
พนักงานบริการลูกค้า	3	15,000	45,000	540,000
พนักงานทำความสะอาด	3	12,000	36,000	432,000
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3	12,000	36,000	432,000
ทีมงานผู้ฝึกสอน	2	10,000	20,000	240,000
<b>รวม</b>	<b>14</b>		<b>192,000</b>	<b>2,304,000</b>

รายจ่ายที่นอกเหนือจากตาราง 6.15 ค่าเช่าที่ดินและค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ และตารางที่ 6.16 เงินเดือนพนักงาน ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าดูแลรักษาสนาม ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด ค่าสาธารณูปโภค ต้นทุนสินค้า จะผันแปรตามรายได้ส่วนต่างๆซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้  
 ค่าดูแลรักษาสนาม คิดเป็น 5% ของรายได้กลุ่มที่ 1 และ 2

ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด คิดเป็น 50% ของรายได้ทั้งหมดในปีแรกเพื่อส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ธุรกิจ 10% ของรายได้ทั้งหมดในปีที่ 2 และ 5% ของรายได้ทั้งหมดในปีถัดไป แต่อย่างไรก็ตามในกรณีที่แย่มากที่สุดทางโครงการจำกัดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด คิดเป็น 40% ของรายได้ทั้งหมดในปีแรกเพื่อส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และ 4% ของรายได้ทั้งหมดในปีถัดไป

ค่าสาธารณูปโภคคิดเป็น 3% ของรายได้ทั้งหมด

ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็น 70% ของรายได้ร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ดอกเบี้ยจ่ายสำหรับเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคาร 8,000,000 บาท ด้วยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ 8% ดังนั้นดอกเบี้ยจ่ายเท่ากับ 640,000 บาท

ตารางที่ 6.17 : ประมาณการต้นทุนขาย สำหรับปี2558 กรณีที่ดีที่สุด

ต้นทุนขาย:	หน่วย: บาท
ค่าเสื่อมราคา-สนามฯ	(1,050,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์กีฬา	(40,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์อื่นๆ	(100,000)
ค่าดูแลรักษาสนามฯ	(775,008)
ค่าสาธารณูปโภค	(558,005)
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	(2,170,022)
รวมต้นทุนขาย	(4,693,035)

ตารางที่ 6.18 : ประมาณการต้นทุนขาย สำหรับปี2558 กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด

ต้นทุนขาย:	หน่วย: บาท
ค่าเสื่อมราคา-สนามฯ	(1,050,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์กีฬา	(40,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์อื่นๆ	(100,000)
ค่าดูแลรักษาสนามฯ	(688,958)
ค่าสาธารณูปโภค	(496,005)
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	(1,928,908)
รวมต้นทุนขาย	(4,303,871)

ตารางที่ 6.19 : ประมาณการต้นทุนขาย สำหรับปี2558 กรณีที่แย่ที่สุด

ต้นทุนขาย:	หน่วย: บาท
ค่าเสื่อมราคา-สนามฯ	(1,050,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์กีฬา	(40,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์อื่นๆ	(100,000)
ค่าดูแลรักษาสนามฯ	(602,784)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.19 (ต่อ) : ประมาณการต้นทุนขาย สำหรับปี2558 กรณีที่แย่งที่สุด

ต้นทุนขาย:	หน่วย: บาท
ค่าสาธารณูปโภค	(434,004)
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	(1,687,795)
รวมต้นทุนขาย	(3,914,583)

ตารางที่ 6.20 : ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปี2558 กรณีที่ดีที่สุด

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร:	หน่วย: บาท
ค่าเช่าที่ดิน	(1,200,000)
ค่าเสื่อมราคา-อาคาร/ตกแต่ง	(112,350)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน	(100,000)
<b>เงินเดือนพนักงาน:</b>	
ผู้จัดการ	(240,000)
พนักงานบัญชี	(240,000)
พนักงานดูแลเว็บไซต์	(180,000)
พนักงานบริการลูกค้า	(540,000)
พนักงานทำความสะอาด	(432,000)
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	(432,000)
ทีมงานผู้ฝึกสอน	(240,000)
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด	(9,300,096)
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(13,016,446)



ตารางที่ 6.21 : ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปี2558 กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร:	หน่วย: บาท
ค่าเช่าที่ดิน	(1,800,000)
ค่าเสื่อมราคา-อาคาร/ตึกแต่ง	(112,350)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน	(100,000)
<b>เงินเดือนพนักงาน:</b>	
ผู้จัดการ	(240,000)
พนักงานบัญชี	(240,000)
พนักงานดูแลเว็บไซต์	(180,000)
พนักงานบริการลูกค้า	(540,000)
พนักงานทำความสะอาด	(432,000)
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	(432,000)
ทีมงานผู้ฝึกสอน	(240,000)
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด	(8,266,752)
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>(11,983,102)</b>

ตารางที่ 6.22 : ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปี2558 กรณีที่แย่ที่สุด

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร:	หน่วย: บาท
ค่าเช่าที่ดิน	(1,800,000)
ค่าเสื่อมราคา-อาคาร/ตึกแต่ง	(112,350)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน	(100,000)
<b>เงินเดือนพนักงาน:</b>	
ผู้จัดการ	(240,000)
พนักงานบัญชี	(240,000)
พนักงานดูแลเว็บไซต์	(180,000)
พนักงานบริการลูกค้า	(540,000)
พนักงานทำความสะอาด	(432,000)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.22 (ต่อ) : ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปี2558 กรณีที่แย่มากที่สุด

เงินเดือนพนักงาน:	หน่วย: บาท
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	(432,000)
ทีมงานผู้ฝึกสอน	(240,000)
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด	(7,233,408)
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(10,949,758)

#### 6.6 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

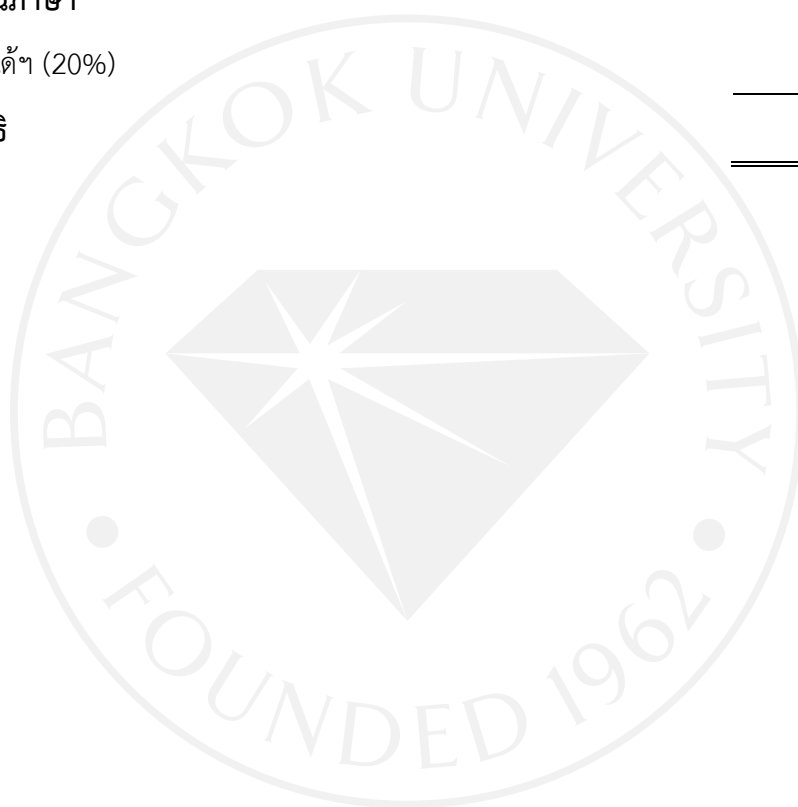
การประมาณการงบการเงินจะเริ่มต้นจากการจัดทำกำไรขาดทุนของโครงการก่อน เพื่อที่จะคาดการณ์ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทเป็นระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า โดยมี 3 แนวทางคือ กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และกรณีที่แย่มากที่สุด (Worst Case)

โครงการ Football Life Arena  
งบกำไรขาดทุน – กรณีที่ดีที่สุด  
สำหรับปี 2558

หน่วย: บาท

รายได้บริการสนามฟุตบอล	14,333,760
รายได้บริการการเรียนการสอน	1,166,400
รายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3,100,032
<b>รวมรายได้ทั้งหมด</b>	<b>18,600,192</b>
<b>ต้นทุนขาย:</b>	
ค่าเสื่อมราคา-สนามฯ	(1,050,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์กีฬาฯ	(40,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์อื่นๆ	(100,000)
ค่าดูแลรักษาสนามฯ	(775,008)
ค่าสาธารณูปโภค	(558,005)
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	(2,170,022)
<b>รวมต้นทุนขาย</b>	<b>(4,693,035)</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร:</b>	
ค่าเช่าที่ดิน	(1,200,000)
ค่าเสื่อมราคา-อาคาร/ตกแต่ง	(112,350)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน	(100,000)
<b>เงินเดือนพนักงาน:</b>	
ผู้จัดการ	(240,000)
พนักงานบัญชี	(240,000)
พนักงานดูแลเว็บไซต์	(180,000)
พนักงานบริการลูกค้า	(540,000)
พนักงานทำความสะอาด	(432,000)

เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	(432,000)
ทีมงานผู้ฝึกสอน	(240,000)
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด	(9,300,096)
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>(13,016,446)</b>
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>890,710</b>
ดอกเบี้ยจ่าย	(640,000)
<b>กำไรก่อนภาษี</b>	<b>250,710</b>
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	(50,142)
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>200,568</b>

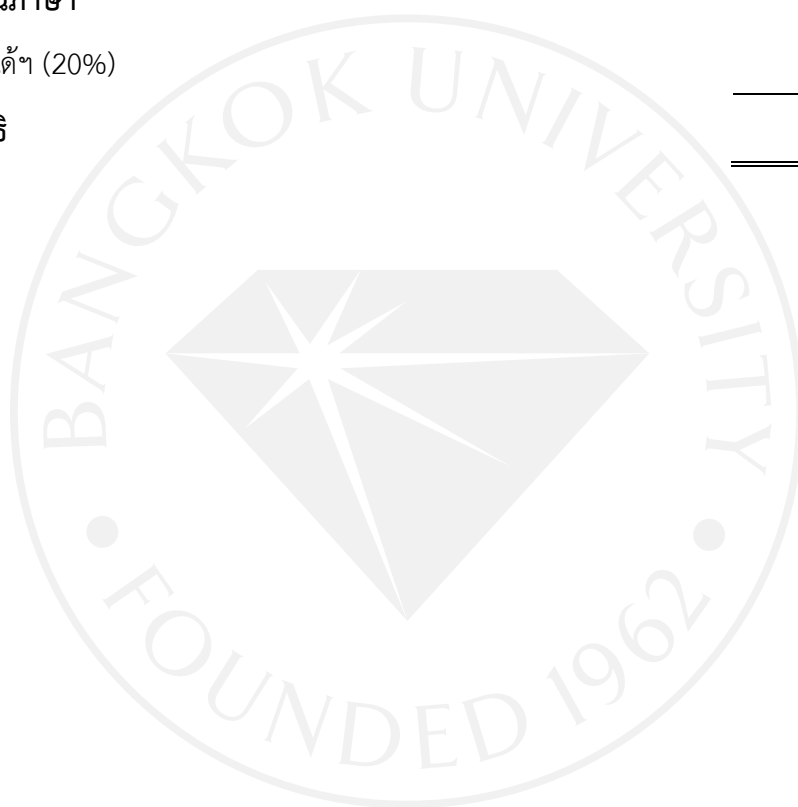


โครงการ Football Life Arena  
งบกำไรขาดทุน – กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด  
สำหรับปี 2558

หน่วย: บาท

รายได้บริการสนามฟุตบอล	12,741,120
รายได้บริการการเรียนการสอน	1,036,800
รายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่ม	2,755,584
<b>รวมรายได้ทั้งหมด</b>	<b>16,533,504</b>
<b>ต้นทุนขาย:</b>	
ค่าเสื่อมราคา-สนามฯ	(1,050,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์กีฬาฯ	(40,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์อื่นๆ	(100,000)
ค่าดูแลรักษาสนามฯ	(688,958)
ค่าสาธารณูปโภค	(496,005)
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	(1,928,908)
<b>รวมต้นทุนขาย</b>	<b>(4,303,871)</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร:</b>	
ค่าเช่าที่ดิน	(1,200,000)
ค่าเสื่อมราคา-อาคาร/ตกแต่ง	(112,350)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน	(100,000)
<b>เงินเดือนพนักงาน:</b>	
ผู้จัดการ	(240,000)
พนักงานบัญชี	(240,000)
พนักงานดูแลเว็บไซต์	(180,000)
พนักงานบริการลูกค้า	(540,000)
พนักงานทำความสะอาด	(432,000)

เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	(432,000)
ทีมงานผู้ฝึกสอน	(240,000)
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด	(8,266,752)
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>(11,983,102)</b>
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>246,592</b>
ดอกเบี้ยจ่าย	(640,000)
<b>กำไรก่อนภาษี</b>	<b>(393,408)</b>
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	-
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>(393,408)</b>

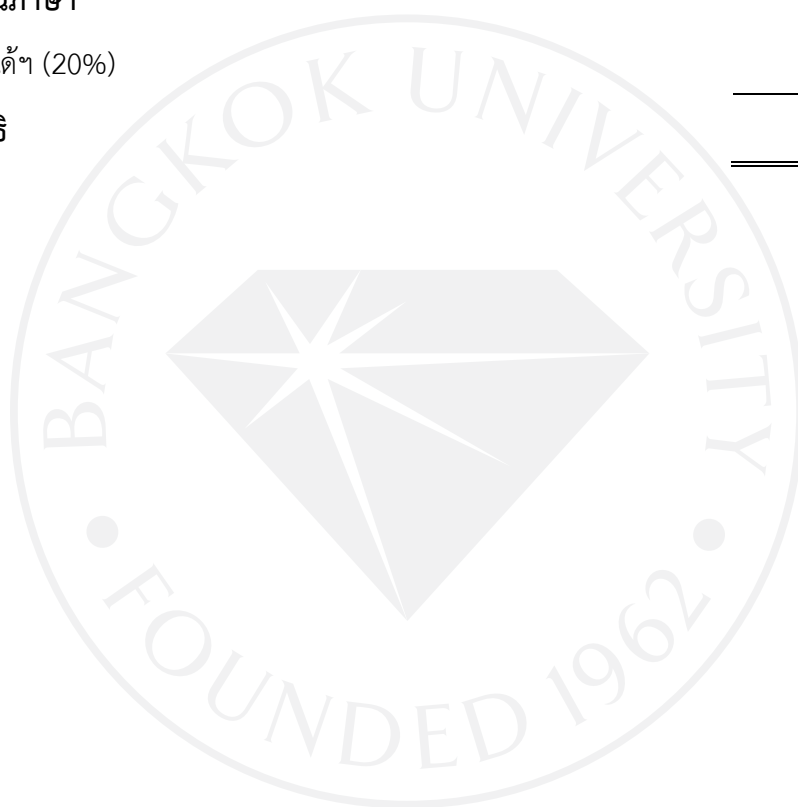


โครงการ Football Life Arena  
งบกำไรขาดทุน – กรณีที่แย่มากที่สุด  
สำหรับปี 2558

หน่วย: บาท

รายได้บริการสนามฟุตบอล	11,148,480
รายได้บริการการเรียนการสอน	907,200
รายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่ม	2,411,136
<b>รวมรายได้ทั้งหมด</b>	<b>14,466,816</b>
<b>ต้นทุนขาย:</b>	
ค่าเสื่อมราคา-สนามฯ	(1,050,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์กีฬาฯ	(40,000)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์อื่นๆ	(100,000)
ค่าดูแลรักษาสนามฯ	(602,784)
ค่าสาธารณูปโภค	(434,004)
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	(1,687,795)
<b>รวมต้นทุนขาย</b>	<b>(3,914,583)</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร:</b>	
ค่าเช่าที่ดิน	(1,200,000)
ค่าเสื่อมราคา-อาคาร/ตกแต่ง	(112,350)
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน	(100,000)
<b>เงินเดือนพนักงาน:</b>	
ผู้จัดการ	(240,000)
พนักงานบัญชี	(240,000)
พนักงานดูแลเว็บไซต์	(180,000)
พนักงานบริการลูกค้า	(540,000)
พนักงานทำความสะอาด	(432,000)

เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	(432,000)
ทีมงานผู้ฝึกสอน	(240,000)
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด	(7,233,408)
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>(10,949,758)</b>
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>246,592</b>
ดอกเบี้ยจ่าย	(640,000)
<b>กำไรก่อนภาษี</b>	<b>(393,408)</b>
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	-
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>(393,408)</b>









ดอกเบี้ยยรับ

ดอกเบี้ยยจ่าย	(640,000)	3.4%	(640,000)	2.6%	(640,000)	2.0%	(640,000)	1.6%	(640,000)	1.2%
กำไรก่อนภาษีฯ	250,710	1.3%	11,661,929	48.2%	18,396,126	58.5%	25,578,870	62.6%	34,916,437	65.7%
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	(50,142)	0.3%	(2,332,386)	9.6%	(3,679,225)	11.7%	(5,115,774)	12.5%	(6,983,287)	13.1%
กำไรสุทธิ	200,568	1.1%	9,329,543	38.6%	14,716,901	46.8%	20,463,096	50.1%	27,933,150	52.6%



โครงการ Football Life Arena  
งบกำไรขาดทุน - กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด

หน่วยบาท

	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
รายได้บริการสนามฟุตบอล	12,741,120	77.1%	15,289,344	77.1%	18,347,213	77.1%	22,016,655	77.1%	26,419,986	77.1%
รายได้บริการการเรียนการสอน	1,036,800	6.3%	1,244,160	6.3%	1,492,992	6.3%	1,791,590	6.3%	2,149,908	6.3%
รายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่ม	2,755,584	16.7%	3,306,701	16.7%	3,968,041	16.7%	4,761,649	16.7%	5,713,979	16.7%
รวมรายได้ทั้งหมด	16,533,504	100.0%	19,840,205	100.0%	23,808,246	100.0%	28,569,895	100.0%	34,283,874	100%
ต้นทุนขาย										
ค่าเสื่อมราคา-สนามฯ	(1,050,000)	6.4%	(1,050,000)	5.3%	(1,050,000)	4.4%	(1,050,000)	3.7%	(1,050,000)	3.1%
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์กีฬาฯ	(40,000)	0.2%	(40,000)	0.2%	(40,000)	0.2%	(40,000)	0.1%	(40,000)	0.1%
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์อื่นๆ	(100,000)	0.6%	(100,000)	0.5%	(100,000)	0.4%	(100,000)	0.4%	(100,000)	0.3%
ค่าดูแลรักษาสนามฯ	(688,896)	4.2%	(826,675)	4.2%	(992,010)	4.2%	(1,190,412)	4.2%	(1,428,495)	4.2%
ค่าสาธารณูปโภค	(496,005)	3.0%	(595,206)	3.0%	(714,247)	3.0%	(857,097)	3.0%	(1,028,516)	3.0%
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	(1,928,909)	11.7%	(2,314,691)	11.7%	(2,777,629)	11.7%	(3,333,154)	11.7%	(3,999,785)	11.7%
รวมต้นทุนขาย	(4,303,810)	26.0%	(4,926,572)	24.8%	(5,673,886)	23.8%	(6,570,663)	23.0%	(7,646,796)	22.3%

## ค่าใช้จ่ายในการขายและ

## บริหาร :

ค่าเช่าที่ดิน	(1,200,000)	7.3%	(1,200,000)	6.0%	(1,200,000)	5.0%	(1,200,000)	4.2%	(1,200,000)	3.5%
ค่าเสื่อมราคา-อาคาร/ตึกแต่ง	(112,350)	0.7%	(112,350)	0.6%	(112,350)	0.5%	(112,350)	0.4%	(112,350)	0.3%
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์	(100,000)	0.6%	(100,000)	0.5%	(100,000)	0.4%	(100,000)	0.4%	(100,000)	0.3%
สำนักงาน										
เงินเดือนพนักงาน :										
ผู้จัดการ	(240,000)	1.5%	(240,000)	1.2%	(240,000)	1.0%	(240,000)	0.8%	(240,000)	0.7%
พนักงานบัญชี	(240,000)	1.5%	(240,000)	1.2%	(240,000)	1.0%	(240,000)	0.8%	(240,000)	0.7%
พนักงานดูแลเว็บไซต์	(180,000)	1.1%	(180,000)	0.9%	(180,000)	0.8%	(180,000)	0.6%	(180,000)	0.5%
พนักงานบริการลูกค้า	(540,000)	3.3%	(540,000)	2.7%	(540,000)	2.3%	(540,000)	1.9%	(540,000)	1.6%
พนักงานทำความสะอาด	(432,000)	2.6%	(432,000)	2.2%	(432,000)	1.8%	(432,000)	1.5%	(432,000)	1.3%
เจ้าหน้าที่รักษาความ	(432,000)	2.6%	(432,000)	2.2%	(432,000)	1.8%	(432,000)	1.5%	(432,000)	1.3%
ปลอดภัย										
ทีมงานผู้ฝึกสอน	(240,000)	1.5%	(240,000)	1.2%	(240,000)	1.0%	(240,000)	0.8%	(240,000)	0.7%
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริม	(8,266,752)	50.0%	(1,984,020)	10.0%	(1,190,412)	5.0%	(1,428,495)	5.0%	(1,714,194)	5.0%
การตลาด										
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	(11,983,102)	72.5%	(5,700,370)	28.7%	(4,906,762)	20.6%	(5,144,845)	18.0%	(5,430,544)	15.8%

กำไรขั้นต้น	246,592	1.5%	9,213,262	46.4%	13,227,597	55.6%	16,854,387	59.0%	21,206,534	61.9%
เงินปันผลรับ										
ดอกเบี้ยรับ										
ดอกเบี้ยจ่าย	(640,000)	3.9%	(640,000)	3.2%	(640,000)	2.7%	(640,000)	2.2%	(640,000)	1.9%
กำไรก่อนภาษี	(393,408)	-2.4%	8,573,262	43.2%	12,587,597	52.9%	16,214,387	56.8%	20,566,534	60%
ภาษีเงินได้ฯ (20%)	-	0.0%	(1,714,652)	8.6%	(2,517,519)	10.6%	(3,242,877)	11.4%	(4,113,307)	12%
กำไรสุทธิ	(393,408)	-2.4%	6,858,610	34.6%	10,070,078	42.3%	12,971,510	45.4%	16,453,227	48%

โครงการ Football Life Arena  
งบกำไรขาดทุน - กรณีที่แย่มากที่สุด

หน่วยบาท

	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
รายได้บริการสนามฟุตบอล	11,148,480	77.1%	12,820,752	77.1%	14,743,865	77.1%	16,955,445	77.1%	19,498,761	77.1%
รายได้บริการการเรียนการสอน	907,200	6.3%	1,043,280	6.3%	1,199,772	6.3%	1,379,738	6.3%	1,586,698	6.3%
รายได้จากร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	2,411,136	16.7%	2,772,806.40	16.7%	3,188,727.36	16.7%	3,667,036.46	16.7%	4,217,091.93	16.7%
รวมรายได้ทั้งหมด	14,466,816	100%	16,636,838	100%	19,132,364	100%	22,002,219	100%	25,302,552	100%
<b>ต้นทุนขาย</b>										
ค่าเสื่อมราคา-สนามฯ	(1,050,000)	7.3%	(1,050,000)	6.3%	(1,050,000)	5.5%	(1,050,000)	4.8%	(1,050,000)	4.1%
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์กีฬาฯ	(40,000)	0.3%	(40,000)	0.2%	(40,000)	0.2%	(40,000)	0.2%	(40,000)	0.2%
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์อื่นๆ	(100,000)	0.7%	(100,000)	0.6%	(100,000)	0.5%	(100,000)	0.5%	(100,000)	0.4%
ค่าดูแลรักษาสนามฯ	(602,784)	4.2%	(693,202)	4.2%	(797,182)	4.2%	(916,759)	4.2%	(1,054,273)	4.2%
ค่าสาธารณูปโภค	(434,004)	3.0%	(499,105)	3.0%	(573,971)	3.0%	(660,067)	3.0%	(759,077)	3.0%
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	(1,687,795)	11.7%	(1,940,964)	11.7%	(2,232,109)	11.7%	(2,566,926)	11.7%	(2,951,964)	11.7%
รวมต้นทุนขาย	(3,914,583)	27.1%	(4,323,271)	26.0%	(4,793,262)	25.1%	(5,333,752)	24.2%	(5,955,314)	23.5%

## ค่าใช้จ่ายในการขายและ

## บริหาร :

ค่าเช่าที่ดิน	(1,200,000)	8.3%	(1,200,000)	7.2%	(1,200,000)	6.3%	(1,200,000)	5.5%	(1,200,000)	4.7%
ค่าเสื่อมราคา-อาคาร/ตึกแต่ง	(112,350)	0.8%	(112,350)	0.7%	(112,350)	0.6%	(112,350)	0.5%	(112,350)	0.4%
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์	(100,000)	0.7%	(100,000)	0.6%	(100,000)	0.5%	(100,000)	0.5%	(100,000)	0.4%
สำนักงาน										
เงินเดือนพนักงาน :										
ผู้จัดการ	(240,000)	1.7%	(240,000)	1.4%	(240,000)	1.3%	(240,000)	1.1%	(240,000)	0.9%
พนักงานบัญชี	(240,000)	1.7%	(240,000)	1.4%	(240,000)	1.3%	(240,000)	1.1%	(240,000)	0.9%
พนักงานดูแลเว็บไซต์	(180,000)	1.2%	(180,000)	1.1%	(180,000)	0.9%	(180,000)	0.8%	(180,000)	0.7%
พนักงานบริการลูกค้า	(540,000)	3.7%	(540,000)	3.2%	(540,000)	2.8%	(540,000)	2.5%	(540,000)	2.1%
พนักงานทำความสะอาด	(432,000)	3.0%	(432,000)	2.6%	(432,000)	2.3%	(432,000)	2.0%	(432,000)	1.7%
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	(432,000)	3.0%	(432,000)	2.6%	(432,000)	2.3%	(432,000)	2.0%	(432,000)	1.7%
ทีมงานผู้ฝึกสอน	(240,000)	1.7%	(240,000)	1.4%	(240,000)	1.3%	(240,000)	1.1%	(240,000)	0.9%
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริม	(7,233,408)	50.0%	(1,663,684)	10.0%	(956,618)	5.0%	(1,100,111)	5.0%	(1,265,128)	5.0%
การตลาด										
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ	(10,949,758)	75.7%	(5,380,034)	32.3%	(4,672,968)	24.4%	(4,816,461)	21.9%	(4,981,478)	19.7%
บริหาร										
กำไรขั้นต้น	(397,525)	-2.7%	6,933,534	41.7%	9,666,134	50.5%	11,852,006	53.9%	14,365,760	56.8%



เงินปันผลรับ

ดอกเบี้ยรับ

ดอกเบี้ยจ่าย

กำไรก่อนภาษี

ภาษีเงินได้ฯ (20%)

กำไรสุทธิ

(640,000)	4.4%	(640,000)	3.8%	(640,000)	3.3%	(640,000)	2.9%	(640,000)	2.5%
(1,037,525)	-7.2%	6,293,534	37.8%	9,026,134	47.2%	11,212,006	51.0%	13,725,760	54.2%
-	0.0%	(1,258,707)	7.6%	(1,805,227)	9.4%	(2,242,401)	10.2%	(2,745,152)	10.8%
(1,037,525)	-7.2%	5,034,827	30.3%	7,220,907	37.7%	8,969,605	40.8%	10,980,608	43.4%

## 6.7 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

หลังจากการประมาณงบกำไรขาดทุนแล้วจะเห็นว่าบริษัทมีผลกำไรจากการดำเนินงานซึ่งทางผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในส่วนต่อไป สำหรับงบแสดงฐานะทางการเงินของบริษัทซึ่งจะเป็นงบที่บ่งบอกความมั่งคั่ง

งบแสดงฐานะทางการเงินของโครงการแบบประมาณการนี้ถูกจัดทำขึ้นภายใต้สมมติฐานดังต่อไปนี้

โครงการจะดำรงเงินสดในมือ 5,000,000 บาท สำหรับเงินส่วนที่เหลือโครงการจะนำไปลงทุนระยะสั้นไว้ในตราสารทุนและตราสารหนี้ที่มีความเสี่ยงต่ำ

สินค้าคงเหลือสำหรับร้านค้าอุปกรณ์กีฬาและร้านอาหารให้ดำรงไว้ที่ 25% ของรายได้ฯในปีถัดไป

กรณีที่มีกำไรจากการดำเนินงาน โครงการมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลปีละ 3,600,000 บาท อันเนื่องมาจากการคำนวณอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดหวัง ( $30\% \times 12,000,000$ )

สำหรับการประมาณงบแสดงฐานะทางการเงินโดยมีแนวทางในการจัดทำภายใต้สมมติฐานกรณีที่เป็นไปได้ที่สุดเพียงเท่านั้น โดยจะทำต่อจากงบกำไรขาดทุนแบบกรณีที่เป็นไปได้ที่สุด

โครงการ Football Life Arena  
งบแสดงฐานะทางการเงิน – กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด  
สำหรับปี 2558

หน่วย: บาท

**สินทรัพย์****สินทรัพย์หมุนเวียน**

เงินสด	5,000,000
เงินลงทุนระยะสั้น	1,608,767
สินค้าคงเหลือ	826,675

**สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน**

สนามฟุตบอล	10,500,000
อาคาร ค่าตกแต่ง และที่จอดรถ	1,123,500
อุปกรณ์กีฬาที่มีไว้ใช้ในการดำเนินงาน	200,000
อุปกรณ์สำนักงาน	500,000
อุปกรณ์อื่นๆ	200,000
ค่าเสื่อม	(352,350)

**รวมสินทรัพย์**


---



---

 19,606,592
**หนี้สิน****หนี้สินหมุนเวียน**

ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	0
หนี้สินไม่หมุนเวียน	
เงินกู้ยืมระยะยาว	8,000,000

**รวมหนี้สิน**


---



---

 8,000,000
**ส่วนของผู้ถือหุ้น**

ทุนสามัญ	12,000,000
กำไรสะสม	0

กำไรประจำงวด	(393,408)
เงินปันผลจ่าย	-
<b>รวมส่วนของเจ้าของ</b>	<b>11,606,592</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ</b>	<b>19,606,592</b>



โครงการ Football Life Arena  
งบแสดงฐานะทางการเงินแบบเปรียบเทียบ 5 ปี – กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด  
สำหรับปี 2558 – 2562  
หน่วยบาท

	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
<b>สินทรัพย์</b>										
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>										
เงินสด	5,000,000	25.5%	5,000,000	20.3%	5,000,000	14.1%	5,000,000	10.2%	5,000,000	7.5%
เงินลงทุนระยะสั้น	1,608,767	8.2%	6,769,044	27.5%	17,795,938	50.2%	31,607,073	64.3%	48,997,381	73.7%
สินค้าคงเหลือ	826,675	4.2%	992,010	4.0%	1,190,412	3.4%	1,428,495	2.9%	1,714,194	2.6%
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>										
สนามฟุตบอล	10,500,000	53.6%	10,500,000	42.7%	10,500,000	29.6%	10,500,000	21.4%	10,500,000	15.8%
อาคาร ค่าตกแต่ง และที่จอดรถ	1,123,500	5.7%	1,123,500	4.6%	1,123,500	3.2%	1,123,500	2.3%	1,123,500	1.7%
รถ										
อุปกรณ์กีฬาที่มีไว้ใช้ในการ	200,000	1.0%	200,000	0.8%	200,000	0.6%	200,000	0.4%	200,000	0.3%
ดำเนินงาน										
อุปกรณ์สำนักงาน	500,000	2.6%	500,000	2.0%	500,000	1.4%	500,000	1.0%	500,000	0.8%
อุปกรณ์อื่นๆ	200,000	1.0%	200,000	0.8%	200,000	0.6%	200,000	0.4%	200,000	0.3%

หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	(352,350)	-1.8%	(704,700)	-2.9%	(1,057,050)	-3.0%	(1,409,400)	-2.9%	(1,761,750)	-2.7%
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>19,606,592</b>	<b>100.0%</b>	<b>24,579,854</b>	<b>100.0%</b>	<b>35,452,800</b>	<b>100.0%</b>	<b>49,149,668</b>	<b>100.0%</b>	<b>66,473,325</b>	<b>100%</b>
<b>หนี้สิน</b>										
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>										
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	0.0%	1,714,652	7.0%	2,517,519	7.1%	3,242,877	6.6%	4,113,307	6.2%
<b>หนี้สินไม่หมุนเวียน</b>										
เงินกู้ยืมระยะยาว	8,000,000	40.8%	8,000,000	32.5%	8,000,000	22.6%	8,000,000	16.3%	8,000,000	12.0%
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>8,000,000</b>	<b>40.8%</b>	<b>9,714,652</b>	<b>39.5%</b>	<b>10,517,519</b>	<b>29.7%</b>	<b>11,242,877</b>	<b>22.9%</b>	<b>12,113,307</b>	<b>18.2%</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>										
ทุนสามัญ	12,000,000	61.2%	12,000,000	48.8%	12,000,000	33.8%	12,000,000	24.4%	12,000,000	18.1%
กำไรสะสม	-	0.0%	(393,408)	-1.6%	6,465,202	18.2%	16,535,281	33.6%	29,506,791	44.4%
กำไรประจำงวด	(393,408)	-2.0%	6,858,610	27.9%	10,070,078	28.4%	12,971,510	26.4%	16,453,227	24.8%
เงินปันผลจ่าย	-	0.0%	(3,600,000)	-14.6%	(3,600,000)	-10.2%	(3,600,000)	-7.3%	(3,600,000)	-5.4%
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>11,606,592</b>	<b>59.2%</b>	<b>14,865,202</b>	<b>60.5%</b>	<b>24,935,281</b>	<b>70.3%</b>	<b>37,906,791</b>	<b>77.1%</b>	<b>54,360,018</b>	<b>81.8%</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>19,606,592</b>	<b>100.0%</b>	<b>24,579,854</b>	<b>100.0%</b>	<b>35,452,800</b>	<b>100.0%</b>	<b>49,149,668</b>	<b>100.0%</b>	<b>66,473,325</b>	<b>100%</b>

## 6.8 ประมาณการงบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด คือรายการบัญชีประเภทหนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงสถานะของเงินสดในโครงการเป็นสำคัญซึ่งสามารถช่วยให้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนหรือตรวจสอบสภาพคล่องทางการเงินของโครงการ สำหรับในแผนการเงินนี้จะจัดทำเพียงกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CFO หรือ Cash Flow from Operating Activities) เนื่องจากสะท้อนความสามารถวางแผนงานของโครงการ Football Life Arena ตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้

### โครงการ Football Life Arena

#### งบกระแสเงินสด – กรณีที่ดีที่สุด

หน่วยบาท

	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
กำไรสุทธิ	200,568	9,329,543	14,716,901	20,463,096	27,933,150
บวก ค่าเสื่อมราคา	1,402,350	1,402,350	1,402,350	1,402,350	1,402,350
บวก เปลี่ยนแปลงในภาษี ฯค้างจ่าย	50,142	2,282,244	1,346,840	1,436,549	1,867,513
ลบ เปลี่ยนแปลงสินค้า คงเหลือ	(1,007,510)	(302,253)	(392,929)	(510,808)	(664,050)
กระแสเงินสดรับจากการ ดำเนินงาน	645,550	12,711,884	17,073,161	22,791,187	30,538,963

**โครงการ Football Life Arena**  
**งบกระแสเงินสด - กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด**

	หน่วยบาท				
	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
กำไรสุทธิ	(393,408)	6,858,610	10,070,078	12,971,510	16,453,227
บวก ค่าเสื่อมราคา	1,402,350	1,402,350	1,402,350	1,402,350	1,402,350
บวก เปลี่ยนแปลงในภาษี	-	1,714,652	802,867	725,358	870,430
ฯค้างจ่าย					
ลบ เปลี่ยนแปลงสินค้า	(826,675)	(165,335)	(198,402)	(238,082)	(285,699)
คงเหลือ					
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน	182,267	9,810,277	12,076,893	14,861,136	18,440,308

**โครงการ Football Life Arena**  
**งบกระแสเงินสด - กรณีที่แย่ที่สุด**

	หน่วยบาท				
	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
กำไรสุทธิ	(1,037,525)	5,034,827	7,220,907	8,969,605	10,980,608
บวก ค่าเสื่อมราคา	1,402,350	1,402,350	1,402,350	1,402,350	1,402,350
บวก เปลี่ยนแปลงในภาษี	-	1,258,707	546,520	437,174	502,751
ฯค้างจ่าย					
ลบ เปลี่ยนแปลงสินค้า	(693,202)	(103,980)	(119,577)	(137,514)	(158,141)
คงเหลือ					
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน	(328,377)	7,591,903	9,050,200	10,671,615	12,727,568



## 6.9 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการใช้เครื่องมือในการประเมิน 4 วิธีคือ

- 6.9.1 ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)
- 6.9.2 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Assets; ROI)
- 6.9.3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV)
- 6.9.4 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return; IRR)

โครงการ Football Life Arena มีสมมติฐานทางการเงินคือลงทุนครั้งแรกเพียงครั้งเดียวเท่ากับ 20 ล้านบาท สำหรับ 5 ปีที่ได้วางแผนทางการเงิน จากส่วนก่อนหน้าทำให้ได้ทราบถึงกำไรจากการดำเนินงานดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.23 : แสดงประมาณกระแสเงินสดรับสุทธิจากการดำเนินงานในปี 2558 – 2562

กระแสเงินสดรับสุทธิจากการดำเนินงาน (บาท)					
	2558	2559	2560	2561	2562
กรณีที่ดีที่สุด	645,549	12,711,883	17,073,161	22,791,186	30,538,962
กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	182,266	9,810,277	12,076,893	14,861,135	18,440,308
กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด	(328,376)	7,591,903	9,050,199	10,671,615	12,727,567

ตารางที่ 6.24 : แสดงประมาณกำไรสุทธิในปี 2558 – 2562

กำไรสุทธิ (บาท)					
	2558	2559	2560	2561	2562
กรณีที่ดีที่สุด	200,568	9,329,542	14,716,901	20,463,095	27,933,149
กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	(393,408)	6,858,610	10,070,078	12,971,510	16,453,227
กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด	(1,037,525)	5,034,826	7,220,907	8,969,604	10,980,608

### 6.9.1 ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)

การวิเคราะห์ผลการตอบแทนทางการเงินของโครงการ Football Life Arena โดยใช้วิธีระยะเวลาคืนทุนจะคำนวณกำไรสุทธิเปรียบเทียบกับเงินลงทุน 20,000,000 บาทว่าต้องใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคืนทุน โดยอยู่ภายใต้สมมติฐานที่ว่าไม่มีการนำเงินได้ไปลงทุนต่อหรือได้ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น

กรณีที่ดีที่สุดใช้ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2.71 ปี หรือ 2 ปี 9 เดือน

กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุดใช้ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 3.27 ปี หรือ 3 ปี 4 เดือน

กรณีที่ย่ำแย่ที่สุดใช้ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 3.98 ปี หรือ 4 ปี 0 เดือน

### 6.9.2 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Assets; ROI)

เงินลงทุนที่โครงการ Football Life Arena ลงทุนไปเท่ากับ 20,000,000 บาท เมื่อพิจารณาถึงประโยชน์และความคุ้มค่าจากการลงทุนในสินทรัพย์จึงต้องเปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่ได้รับเพื่อพิจารณาว่าผลตอบแทนกลับคืนมาจากการลงทุนเท่าใดโดยการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน เท่ากับกำไรสุทธิหารจำนวนเงินลงทุน หากมีค่าสูงก็แสดงถึงประสิทธิภาพในการหากำไรสูงด้วย พบว่าทางโครงการได้สร้างความพึงพอใจให้แก่การลงทุนเป็นอย่างมาก ซึ่งเห็นได้จาก ROI มีค่าสูงดังได้เห็นจากตารางด้านล่าง

ตารางที่ 6.25 : แสดงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในปี 2558 - 2562

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน					
	2558	2559	2560	2561	2562
กรณีที่ดีที่สุด	1.00%	46.65%	73.58%	102.32%	139.67%
กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	-1.97%	34.29%	50.35%	64.85%	82.27%
กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด	-5.19%	25.17%	36.10%	44.85%	57.90%

### 6.9.3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV)

สูตร  $NPV = PV - I$

$NPV =$  มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

$PV =$  มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดตลอดอายุโครงการลงทุน

I = เงินลงทุนเริ่มแรก

กฎการตัดสินใจ ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก กิจการก็ควรที่จะยอมรับการลงทุนในโครงการ แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธินั้นมีค่าติดลบกิจการก็ควรปฏิเสธการลงทุน

สำหรับอัตราคิดลด (Discount Rate) ใช้ตามต้นทุนเงินลงทุนถั่วเฉลี่ยซึ่งเท่ากับ 21.20% ตารางที่ 6.3 อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนถั่วเฉลี่ยของโครงการ Football Life Arena และเงินลงทุนของบริษัทเท่ากับ 20,000,000 บาท

เนื่องจากสมมติฐานการดำเนินงานของบริษัทคือสามารถทำรายได้ได้อย่างต่อเนื่อง จึงกำหนด NPV สำหรับ 5 ปีข้างหน้าเพื่อการพิจารณา

ตารางที่ 6.26 : แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่ดีที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน	PV สำหรับปี	PV สะสม	เงินลงทุน	NPV
ปีที่ 2558	645,550	532,632	532,632	(20,000,000)	(19,467,368)
ปีที่ 2559	12,711,884	8,653,756	9,186,388	(20,000,000)	(10,813,612)
ปีที่ 2560	17,073,161	9,589,724	18,776,112	(20,000,000)	(1,223,888)
ปีที่ 2561	22,791,187	10,562,250	29,338,362	(20,000,000)	9,338,362
ปีที่ 2562	30,538,963	11,677,266	41,015,628	(20,000,000)	21,015,628

ตารางที่ 6.27 : แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน	PV สำหรับปี	PV สะสม	เงินลงทุน	NPV
ปีที่ 2558	182,266	150,385	150,385	(20,000,000)	(19,849,615)
ปีที่ 2559	9,810,277	6,678,456	6,828,841	(20,000,000)	(13,171,159)
ปีที่ 2560	12,076,893	6,783,399	13,612,240	(20,000,000)	(6,387,760)
ปีที่ 2561	14,861,135	6,887,181	20,499,421	(20,000,000)	499,421
ปีที่ 2562	18,440,308	7,051,071	27,550,492	(20,000,000)	7,550,492

ตารางที่ 6.28 : แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีที่ดีที่สุด

	กำไรจากการ ดำเนินงาน	PV สำหรับปี	PV สะสม	เงินลงทุน	NPV
ปีที่ 2558	(328,376)	(270,938)	(270,938)	(20,000,000)	(20,270,938)
ปีที่ 2559	7,591,903	5,168,273	4,897,335	(20,000,000)	(15,102,665)
ปีที่ 2560	9,050,199	5,038,354	9,980,689	(20,000,000)	(10,019,311)
ปีที่ 2561	10,671,615	4,945,608	14,926,296	(20,000,000)	(5,073,704)
ปีที่ 2562	12,671,615	4,945,608	14,926,296	(20,000,000)	(207,029)

จากตารางด้านบนพบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิในกรณีที่ดีที่สุดและกรณีที่เป็นไปได้มากที่สุดมีค่าเป็นบวกในปีที่ 5 และปีที่ 6 ของการดำเนินงานตามลำดับ อย่างไรก็ตามแม้กรณีที่ดีที่สุดทางโครงการสามารถได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกในปีที่ 6 และจะเห็นว่าในปีที่ 6 กรณีที่ดีที่สุดทางโครงการกำหนดกำไรจากการดำเนินงานไว้เท่ากับปีที่ 5 เนื่องจากการทำงานการเงินข้างต้นจัดทำไว้สำหรับ 5 ปี แต่อย่างไรก็ตามสมมติฐานการลงทุนอีกอย่างคือบริษัทจะสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น มูลค่าปัจจุบันสุทธิในปีต่อไปก็จะเป็นบวกตามอย่างต่อเนื่อง สรุปว่าภายใต้วิธีการคำนวณแบบมูลค่าปัจจุบันสุทธินักลงทุนควรตัดสินใจลงทุนกับโครงการ

#### 6.9.4 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return; IRR)

อัตราผลตอบแทนของโครงการ Football Life Arena ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบัน (Present Value; PV) ของกระแสเงินสดรับสุทธิมีค่าเท่ากับเงินลงทุน 20,000,000 บาท หรืออีกนัยก็คือ NPV มีค่าเท่ากับ 0 กฎการตัดสินใจ คือควรยอมรับลงทุนโครงการ ถ้า IRR มีค่าเกินกว่าต้นทุนของเงินทุน (Cost of Capital) ซึ่งเกินจากอัตราดอกเบี้ยสำหรับเงินกู้ระยะยาวจากธนาคาร และอัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ ตามต้นทุนเงินลงทุนถั่วเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 21.20% ตามที่ได้คำนวณไว้ในตารางที่ 6.3 อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนถั่วเฉลี่ยของโครงการ Football Life Arena

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนเท่ากับ 21.20% ซึ่งต่อไปจะคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ถ้า IRR ที่ได้มากกว่า 21.20% จึงพิจารณาลงทุน เนื่องจากสมมติฐานการดำเนินงานของโครงการคือสามารถทำรายได้ได้อย่างต่อเนื่อง จึงกำหนด IRR สำหรับ 5 ปีข้างหน้าเพื่อการพิจารณา เหตุผลที่กำหนด 5 ปีก็เพียงพอแล้ว เนื่องจากสมมติฐานการลงทุนอีกอย่างคือบริษัทจะสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น IRR ในปีถัดไปก็จะเป็นเพิ่มขึ้นตามอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6.29 : แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่ดีที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน	IRR
ปีที่ 2557	(20,000,000)	
ปีที่ 2558	645,549	-96.77%
ปีที่ 2559	12,711,883	-18.65%
ปีที่ 2560	17,073,161	18.16%
ปีที่ 2561	22,791,186	37.82%
ปีที่ 2562	30,538,962	49.23%

ตารางที่ 6.30 : แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่ขึ้นไปได้มากที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน	IRR
ปีที่ 2557	(20,000,000)	
ปีที่ 2558	182,266	-99.09%
ปีที่ 2559	9,810,277	-29.51%
ปีที่ 2560	12,076,893	3.96%
ปีที่ 2561	14,861,135	22.20%
ปีที่ 2562	18,440,380	32.99%

ตารางที่ 6.31 : แสดงอัตราผลตอบแทนภายในกรณีที่เหมาะสมที่สุด

	กำไรจากการดำเนินงาน	IRR
ปีที่ 2557	(20,000,000)	
ปีที่ 2558	(328,376)	
ปีที่ 2559	7,591,903	-39.20%
ปีที่ 2560	9,050,199	-7.58%
ปีที่ 2561	10,671,615	10.11%
ปีที่ 2562	12,727,561	20.84%

เกณฑ์ในการพิจารณาคือ ถ้า IRR ที่ได้มากกว่า 21.55% จึงพิจารณาลงทุนในโครงการและจากตารางพบว่าผลตอบแทนของโครงการในกรณีที่ดียที่สุดสามารถทำผลตอบแทนได้มากกว่าที่คาดหวังไว้ได้ในปีที่ 5 เนื่องจากมี IRR ที่ 22.20% ซึ่งมากกว่า 21.20% แล้ว และสำหรับกรณีที่เกินไปได้มากที่สุดสามารถทำผลตอบแทนได้มากกว่าที่คาดหวังไว้ตั้งแต่ปีที่ 6 เช่นกันโดยมี IRR เท่ากับ 22.20% แม้สำหรับในกรณีที่แย่ที่สุดแล้วก็สามารถทำผลตอบแทนได้มากกว่าที่คาดหวังไว้ได้ในปีที่ 6 ที่ 32.99% สรุปว่าภายใต้วิธีการคำนวณแบบอัตราผลตอบแทนภายในแล้วนักลงทุนควรตัดสินใจลงทุนกับโครงการ

ตารางที่ 6.32 : แสดงสรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

	กรณีที่ดียที่สุด	กรณีที่เกินไปได้มากที่สุด	กรณีที่แย่ที่สุด
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 9 เดือน	3 ปี 4 เดือน	4 ปี 0 เดือน
อัตราผลตอบแทนในเงินลงทุน (ปี2562)	139.67%	82.27%	57.90%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (ปี2562)	21,015,628	7,550,492	(207,029)
อัตราผลตอบแทนภายใน (ปี2562)	49.23%	32.99%	20.84%

## บทที่ 7

### สรุปประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ

เนื่องจากสังคมไทยยังคงต้องการสถานที่สำหรับออกกำลังกายหรือทำกิจกรรมต่างๆเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนมาก เพื่อช่วยลดปัญหาการมีผู้สูบบุหรี่ เช่น ยาเสพติด มิจฉาชีพ เป็นต้น แต่เนื่องจากความเจริญเติบโตทางธุรกิจ ทำให้การที่จะหาสถานที่สำหรับการสร้างศูนย์ออกกำลังกายหรือทำกิจกรรมต่างๆเป็นไปได้ยาก เพราะค่าเช่าที่ดินในใจกลางชุมชนนั้นมีราคาสูง และต้นทุนการผลิตต่างๆก็มีราคาสูงขึ้น ผู้ประกอบการหลายรายจึงคิดว่าการลงทุนทำสถานที่ออกกำลังกายไม่สามารถสร้างผลกำไรให้กับตนเองได้ แต่ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าตลาดฟ้าของห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นที่ว่างเปล่าไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์เท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงจัดตั้งโครงการ Football Life Arena ให้อยู่บนชั้นตลาดฟ้าของห้างสรรพสินค้า นอกจากผู้ประกอบการจะได้สถานที่ใจกลางชุมชน ชั้นตลาดฟ้าของห้างยังมีราคาเช่าที่ถูกกว่าสถานที่อื่นๆ และตัวผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้าก็ยังได้ประโยชน์จากโครงการในหลายๆด้าน เช่น ค่าเช่าสถานที่ การลดความร้อนจากหลังคาเพื่อที่จะทำให้ประหยัดพลังงานมากยิ่งขึ้น การเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้กับห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และสำหรับผู้ที่มาใช้บริการก็ได้รับประโยชน์จากการที่โครงการตั้งอยู่บนชั้นตลาดฟ้าของห้างสรรพสินค้า เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอย่างครบครัน ความปลอดภัย การเดินทางที่สะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ เป็นต้น

#### 7.1 บทสรุปการวิจัย

##### 7.1.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 420 ตัวอย่าง พบว่าผู้ใช้บริการเช่าสนามฟุตบอลเป็นเพศชาย 420 คน มีอายุ 18 – 25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียนและนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม จำนวนผู้เล่นที่ใช้ในการเล่นต่อทีมครั้งละ 6 – 7 คน ใช้ระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นกีฬาฟุตบอลต่อครั้ง 1 – 2 ชั่วโมง จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ 1 – 2 ครั้ง ช่วงเวลาที่กลุ่มลูกค้าเลือกใช้บริการเช่าสนามฟุตบอล 18.00 – 20.00 นอกจากนี้กีฬาฟุตบอลกลุ่มลูกค้ายังเล่นกีฬาแบดมินตัน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่กลุ่มลูกค้าจ่ายสำหรับค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลต่อคนครั้งละ 100 – 150 บาท ระดับความสำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ ด้านลักษณะของสนามฟุตบอลพบว่าขนาดของสนามฟุตบอลมีความสำคัญมากที่สุด ด้านค่าใช้จ่ายพบว่าค่าใช้จ่ายในการเช่าบริการสนามฟุตบอล มีความสำคัญมากที่สุด ด้านสถานที่พบว่าสถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่สังเกตง่าย ติดถนนสะดวกต่อการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว มีความสำคัญมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่าโปรโมชั่นต่างๆของสนาม มีความสำคัญมากที่สุด ด้านบุคลากรและพนักงานบริการพบว่าพนักงาน

อัยยาศัยดี เต็มใจให้บริการ มีความสำคัญมากที่สุด ด้านการจัดการกระบวนการพบว่าบริการจองสนามผ่านทางเว็บไซต์และโทรศัพท์ มีความสำคัญมากที่สุด ด้านบรรยากาศโดยรอบของสนามพบว่าสถานที่ไว้บริการจอดรถ มีความสำคัญมากที่สุด

ผลจากการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ธุรกิจบริการให้เช่าสนามฟุตบอลในปัจจุบันมีอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ในปัจจุบันการแข่งขันในตลาดธุรกิจค่อนข้างสูง ซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องสร้างความแตกต่างทั้งทางตัวสินค้าและบริการ เพื่อที่จะสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้แก่กลุ่มลูกค้า และมีแนวโน้มว่าธุรกิจบริการให้เช่าสนามฟุตบอลมีโอกาสเติบโตสูงขึ้นในอนาคต เนื่องจากปัจจุบันวงการกีฬาฟุตบอลภายในประเทศกำลังได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มูลค่าทางการตลาดของกีฬาฟุตบอลมีค่าสูงขึ้นเรื่อยๆ และนวัตกรรมในการก่อสร้าง วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์กีฬาต่างๆ ยังถูกพัฒนาให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการทั้งรายใหม่และรายเก่าต้องคอยปรับปรุงและพัฒนาบริการให้ทันคู่แข่งกัน รวมถึงตอบสนองตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าอยู่เสมอ

#### 7.1.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลพบว่ากลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญทางด้านราคาเป็นอันดับแรกทั้งราคาของการเช่าบริการสนามฟุตบอล รวมถึงราคาของค่าใช้จ่ายของอาหารและเครื่องดื่มต่างๆภายในโครงการ อันดับต่อมาที่กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญคือ ขนาดของสนามฟุตบอลซึ่งสอดคล้องกับราคาในการใช้บริการราคา ยิ่งได้สนามที่มีขนาดใหญ่มากเท่าไรและราคาเหมาะสมไม่สูงจนเกินไป จะมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของกลุ่มลูกค้ามากขึ้น อันดับต่อมาที่กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญคือสถานที่ตั้งที่สังเกตเห็นเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก และถึงแม้คุณภาพของอุปกรณ์ที่ให้บริการในสนามรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในสนามจะไม่ได้เป็นปัจจัยอันดับต้นๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มลูกค้า แต่กลุ่มลูกค้าก็ยังให้ความสำคัญทำให้เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มลูกค้าในทางอ้อม

#### 7.1.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง ควรเก็บจำนวนตัวอย่างในปริมาณที่มากขึ้น รวมถึงเพิ่มเวลาในการเก็บข้อมูลให้มากขึ้น และเพิ่มคำถามที่เจาะจงความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการให้มากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีค่าความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น

2) การเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ ควรเพิ่มจำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์ให้มากขึ้น รวมถึงการเพิ่มคำถามในการสัมภาษณ์ ควรเจาะเรื่องของการลงทุน การบริการหรือวิธีการต่างๆ ที่จะทำให้กลุ่มลูกค้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ และมุมมองการเกี่ยวกับธุรกิจบริการให้เช่าสนามฟุตบอลในอนาคตทั้งทางบวกและทางลบ



- 3) ศึกษาเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอและนำมาปรับใช้กับโครงการเพื่อให้เข้าใจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนไป ทำให้กำหนดกลุ่มลูกค้าได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
- 4) ศึกษาตลาดธุรกิจบริการเช่าสนามฟุตบอลให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงธุรกิจของคู่แข่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์แผนธุรกิจ
- 5) ศึกษาสภาพแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา ทั้ง การเมือง สังคม เศรษฐกิจ และ วัฒนธรรม เพื่อที่จะเตรียมพร้อมสำหรับผลกระทบต่างๆทั้งทางบวกและทางลบ

## 7.2 บทสรุปทางธุรกิจ

### 7.2.1 สรุปประเด็นปัญหา

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่ากลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญกับขนาดความกว้างของสนามฟุตบอลรวมถึงราคาที่เหมาะสม และในด้านสถานที่ตั้งโครงการ กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งที่สังเกตง่าย ติดถนน เดินทางสะดวกด้วยรถยนต์ส่วนตัว มากกว่าการตั้งอยู่ใกล้กับรถไฟฟ้าหรือรถไฟฟ้าใต้ดิน ดังนั้นกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เดินทางมายังโครงการโดยรถยนต์ส่วนตัว และการสร้างความแตกต่างรวมถึงคุณภาพในด้านการบริการเนื่องจากในตลาดธุรกิจมีผู้ประกอบการรายเก่าและผู้ประกอบการใหม่อยู่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้กลุ่มลูกค้ามีตัวเลือกในการเลือกใช้บริการ

### 7.2.2 การแก้ไขปัญห

การแก้ไขปัญหาด้านราคา คือ การใส่ใจในคุณภาพของอุปกรณ์ที่คอยให้บริการให้เป็นของที่ดีมีคุณภาพและการบริการเพื่อให้เหมาะสมกับราคาที่ลูกค้าต้องชำระ การแก้ไขปัญหาด้านสถานที่ตั้งโครงการ คือ การจัดทำป้ายขนาดใหญ่บริเวณทางเข้าสนามให้เห็นเด่นชัด และติดตั้งไฟให้สว่างเพื่อให้กลุ่มลูกค้ามองเห็นได้สะดวกเมื่อมาใช้บริการในช่วงเวลากลางคืน รวมถึงการทำประชาสัมพันธ์ที่ตั้งโครงการผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ การสร้างความแตกต่างในด้านการบริการ ผู้ประกอบการต้องคอยศึกษา วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งและตลาดอยู่ตลอดเวลาว่ามีการบริการอะไร ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการอย่างไรบ้าง เพื่อนำมาปรับปรุงใช้เข้ากับโครงการ รวมถึงการศึกษาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ตอบโจทย์ได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า

### 7.2.3 ข้อเสนอแนะ

- 1) การศึกษาความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เพื่อที่จะทำให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- 2) การคัดเลือกบุคลากรที่มีใจรักการบริการและความรอบรู้ในธุรกิจเข้าทำงาน จะทำให้การบริการภายในโครงการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3) การศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆ เช่น ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และปัจจัยต่างๆในการดำเนินแผนธุรกิจ เป็นสิ่งที่ควรทำอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีผลกระทบต่อ การดำเนินโครงการซึ่งสามารถนำมาปรับปรุงใช้กับโครงการการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

4) การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ทำให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มอื่นๆได้ รวมถึงการเติบโตทางด้านธุรกิจของโครงการ



### บรรณานุกรม

- กรมพลศึกษา. (2554ก). *ชีวกลศาสตร์การกีฬาสำหรับฟุตบอล*. สืบค้นจาก  
<http://sports-science.dpe.go.th/web/main/sportdata.jsp?sport=1&knowledge=4&id=85>.
- กรมพลศึกษา. (2554ข). *จิตวิทยาการกีฬาสำหรับฟุตบอล*. สืบค้นจาก  
<http://sports-science.dpe.go.th/web/main/sportdata.jsp?sport=1&knowledge=3&id=24>.
- กรมพลศึกษา. (2554ค). *สมรรถภาพทางกายของนักกีฬาฟุตบอล*. สืบค้นจาก  
<http://sports-science.dpe.go.th/web/main/sportdata.jsp?sport=1&knowledge=6&id=63>.
- กรมพลศึกษา. (2554ง). *สรีรวิทยาสำหรับฟุตบอล*. สืบค้นจาก <http://sports-science.dpe.go.th/web/main/sportdata.jsp?sport=1&knowledge=1&id=75>.
- กรมพลศึกษา. (2554จ). *เวชศาสตร์การกีฬาสำหรับฟุตบอล*. สืบค้นจาก  
<http://sports-science.dpe.go.th/web/main/sportdata.jsp?sport=1&knowledge=5&id=79>.
- กรมพลศึกษา. (2554ฉ). *โภชนศาสตร์สำหรับนักฟุตบอล*. สืบค้นจาก  
<http://sports-science.dpe.go.th/web/main/sportdata.jsp?sport=1&knowledge=2&id=33>.
- เกชา พูลสวัสดิ์. (2548). *ผลของการฝึกเสริมพลังไอเมตริกที่มีต่อการพัฒนาความคล่องแคล่วว่องไวของนักกีฬาฟุตบอลอายุระหว่าง 14-16 ปี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *ประวัติฟุตบอล ความเป็นมาของฟุตบอล*. สืบค้นจาก  
<http://ps.sat.or.th/Default.aspx?subid=9>.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *ประวัติฟุตบอลในประเทศไทย*. สืบค้นจาก  
<http://ps.sat.or.th/Default.aspx?subid=9>.
- เฉลิมชัย ตรีสุวรรณวัฒน์. (2553). *การออกแบบระบบสารสนเทศเพื่อพัฒนานักฟุตบอลไทยด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

- ชัชวาลย์ ทัดศิริช. (2554). *ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ*. สืบค้นจาก [http://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?pageid=4&bookID=1285&read=true&count=true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4&bookID=1285&read=true&count=true).
- ชัชวาลย์ ใหม่จันทร์. (2554). *การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชาติตะการ สิทธิพันธุ์รักษ์. (2544). *การเปรียบเทียบผลการฟื้นตัวภายหลังการออกกำลังกายระหว่างการนวดกล้ามเนื้อร่วมกับการใช้ผ้าเย็น กับการนวดกล้ามเนื้อร่วมกับการใช้ผ้าร้อน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แหล่ม บุญลุ่ม. (2550). *สภาพปัญหาและความต้องการในการเล่นกีฬาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- นภดล รัมโพธิ์. (2556). *ประเด็นด้านการบริหารการปฏิบัติการกับฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย*. สืบค้นจาก [www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba139/Column/JBA139No%20padolC.pdf](http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba139/Column/JBA139No%20padolC.pdf).
- ปิ่นนารา คุณานนท์. (2548). *ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดของการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- พงษ์เอก สุขใส. (2548). *การพัฒนาโปรแกรมการฝึกเพื่อปรับปรุงจุดเริ่มลำในนักกีฬาฟุตบอล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร วิษณุหิมาชัย. (2552). *6 W และ 1H เทคนิค 7 ประการสำหรับการวิเคราะห์ลูกค้ำ [จุลสาร]*. เชียงใหม่: เชียงใหม่นิวส์.
- ศุภกิจ กิจจันศิริ. (2554). *ต้นทุนและผลตอบแทนของการทำธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมคิด ยอดระบำ. (2554). *คุณลักษณะที่ดีของผู้ฝึกสอนกีฬาฟุตบอล ไทยแลนด์ ยูนิเวอร์ซิตีลีก ตามการรับรู้ของผู้จัดการทีม ผู้ฝึกสอนและนักฟุตบอล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุขสวัสดิ์ ชนะพาล. (2550). *ผลของการฝึกเสริมด้วยโปรแกรมการฝึกความคล่องแคล่วว่องไวที่มีต่อความสามารถในการเล่นลูกฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอล อายุ 12-14 ปี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แห่ฟุตบอลให้เช่า เกาะกระแสนาบอลฝืนเป็นฮีโร่. (2553). *ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์*.  
สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID=9530000173327>.

*Google Map*. (2014). Retrieved from <https://maps.google.com/maps?>.

Kotler, P. (1997). *Marketing management analysis, planning, implementation and control*. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice-Hall.





### บทสรุปผู้บริหาร

โครงการจัดตั้ง Football Life Arena เป็นธุรกิจบริการด้านกีฬาฟุตบอล ลานอเนกประสงค์ และสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมต่างๆ ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า ผู้วิจัยศึกษาเก็บข้อมูลและวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานจัดตั้งโครงการ Football Life Arena เป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากปี 2558 โดยใช้เงินลงทุนเป็นจำนวน 20,000,000 บาท เป็นเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของเป็นจำนวน 12,000,000 บาท และเป็นส่วนของเงินที่กู้ยืมเป็นจำนวน 8,000,000 บาท

ผู้วิจัยได้ศึกษาจัดทำสมมติฐานทางการเงินไว้เป็น 3 กรณี ดังนี้

กรณียอดเยี่ยม (Best Case) คือ กรณีที่ได้รับผลกำไรมากที่สุด  
 กรณีปกติ (Most Likely Case) คือ กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด  
 กรณีปกติ (Worst Case) คือ กรณีที่ได้รับผลกำไรน้อยที่สุด

	กรณีที่ดีที่สุด	กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด	กรณีที่แย่ที่สุด
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 9 เดือน	3 ปี 4 เดือน	4 ปี 0 เดือน
อัตราผลตอบแทนในเงินลงทุน (ปี2562)	139.67%	82.27%	57.90%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (ปี2562)	21,015,628	7,550,492	(207,029)
อัตราผลตอบแทนภายใน (ปี2562)	49.23%	32.99%	20.84%

ผลจากการศึกษาแผนธุรกิจขอโครงการพบว่า ธุรกิจให้บริการเช่าสนามฟุตบอล เป็นธุรกิจที่มีการใช้เงินลงทุนสูง ผลตอบแทนสูงตามเงินที่ใช้ในการลงทุน รวมถึงการแข่งขันในตลาดธุรกิจสูง โครงการจึงสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งโดยการจัดตั้งโครงการอยู่ในทำเลที่ดี ทัศนียภาพที่แปลกใหม่ ใจกลางแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง รวมถึงคุณภาพของสนาม และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

## แบบสอบถาม

## โครงการ Football life Arena ศูนย์บริการด้านกีฬาฟุตบอลครบวงจร

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทัศนคติ ความคิดเห็น และโอกาสความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจโครงการ Football Life Arena ศูนย์บริการด้านกีฬาฟุตบอลครบวงจร ของนักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์สาขาธุรกิจบันเทิงและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งข้อมูลข้อเสนอแนะของท่านจะใช้เป็นส่วนหนึ่งในโครงการดังกล่าว โดยมีเนื้อหาของแบบสอบถามจำนวน 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่างที่ท่านต้องการตอบ หรือเขียนคำตอบลงในช่องว่าง

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

## 1. เพศ

[ ] ชาย

[ ] หญิง

## 2. อายุ

[ ] น้อยกว่า 18 ปี

[ ] 18 – 25 ปี

[ ] 26 - 30 ปี

[ ] 31 - 40 ปี

[ ] มากกว่า 40 ปี ขึ้นไป

## 3. ระดับการศึกษา

[ ] ระดับมัธยมศึกษา / ปวช.

[ ] ระดับอนุปริญญา / ปวส.

[ ] ระดับปริญญาตรี

[ ] ระดับปริญญาโท

[ ] อื่นๆ โปรดระบุ .....

## 4. อาชีพ

[ ] นักเรียน/นักศึกษา

[ ] พนักงานบริษัท

[ ] ข้าราชการ

[ ] ธุรกิจส่วนตัว

[ ] พนักงานรัฐวิสาหกิจ

[ ] อื่นๆ โปรดระบุ.....



## 5. รายได้ต่อเดือน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 - 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 - 40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 40,000 บาท  |  |

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการเข้าสนามฟุตบอล

## 6. ประเภทของบริการเข้าสนามฟุตบอลที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุด

- สนามฟุตบอลหญ้าจริง  
 สนามฟุตบอลหญ้าเทียม  
 สนามฟุตซอล (พื้นยางสังเคราะห์)

## 7. จำนวนผู้เล่นต่อทีมที่ท่านเล่นฟุตบอลเป็นประจำ

- |                                   |                                   |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 5 คน     | <input type="checkbox"/> 6 - 7 คน |
| <input type="checkbox"/> 8 - 9 คน | <input type="checkbox"/> 11 คน    |

## 8. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการเล่นฟุตบอลต่อครั้ง

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 1 - 2 ชั่วโมง        |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 2 ชั่วโมง  | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ ..... |

## 9. จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่ท่านใช้ในการเล่นฟุตบอล

- |                                      |                                      |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 - 2 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 3 - 4 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 5 - 7 ครั้ง |                                      |

## 10. ช่วงเวลาที่ท่านเริ่มเล่นฟุตบอลเป็นประจำ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ก่อนเวลา 14.00 น.   | <input type="checkbox"/> 14.00 น. - 16.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 16.00 น. - 18.00 น. | <input type="checkbox"/> 18.00 น. - 20.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 20.00 น. - 22.00 น. | <input type="checkbox"/> หลังเวลา 22.00 น.   |

## 11. ท่านเล่นกีฬาชนิดใดบ้าง นอกจากการเล่นกีฬาฟุตบอล

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> บาสเกตบอล | <input type="checkbox"/> เทนนิส               |
| <input type="checkbox"/> แบดมินตัน | <input type="checkbox"/> กอล์ฟ                |
| <input type="checkbox"/> สนุกเกอร์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ ..... |

12. ท่านจ่ายเงินโดยเฉลี่ยสำหรับค่าเช่าสนามครั้งละเท่าไร

[ ] น้อยกว่า 100 บาท

[ ] 100 – 150 บาท

[ ] 150 – 200 บาท

[ ] มากกว่า 200 บาท

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าสนามฟุตบอล

มีความสำคัญมากที่สุด	ให้คะแนน	5 คะแนน
มีความสำคัญมาก	ให้คะแนน	4 คะแนน
มีความสำคัญปานกลาง	ให้คะแนน	3 คะแนน
มีความสำคัญเห็นน้อย	ให้คะแนน	2 คะแนน
มีความสำคัญน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1 คะแนน

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ลักษณะของสนามฟุตบอล</b>					
13. ขนาดของสนามฟุตบอล					
14. คุณภาพของหญ้าที่ใช้ปูสนาม					
15. หลังคากันแดด/กันฝน					
16. คุณภาพของอุปกรณ์ที่ใช้ (ลูกฟุตบอล/ ถุงมือ/เสื้อกั๊ก)					
17. ความสว่างภายในสนามฟุตบอล					
18. จอภาพขนาดใหญ่ที่สามารถรับชมการ ถ่ายทอดสดฟุตบอลได้จากภายในสนาม					
19. สกอร์บอร์ดดิจิทัลเพื่อจับเวลาและ นับผลการแข่งขัน					
20. อัจฉริยะหรือที่นั่งภายในสนาม					
<b>ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ</b>					
21. ค่าใช้จ่ายในการเช่าบริการสนาม ฟุตบอล					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ</b>					
22. ค่าใช้จ่าย อาหาร เครื่องดื่ม อุปกรณ์กีฬาต่างๆ ภายในสนามฟุตบอล					
<b>สถานที่ตั้ง</b>					
23. ใกล้กับสถานีรถไฟ/รถไฟฟ้าใต้ดิน					
24. มีรถบริการสาธารณะวิ่งผ่าน					
25. ตั้งอยู่ในที่ที่สังเกตเห็น สะดวกต่อการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว					
<b>การส่งเสริมการตลาด</b>					
27. สิทธิพิเศษต่างๆ สำหรับการเป็นสมาชิก					
28. โปรโมชั่นต่างๆ ของสนาม					
29. การจัดแข่งขันฟุตบอล					
30. ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ของสนามผ่านสื่อออนไลน์					
<b>เจ้าหน้าที่ บุคลากรและพนักงานและบริการ</b>					
31. พนักงานอัยาศัยดี เต็มใจให้บริการ					
32. พนักงานใช้คำพูดสุภาพ					
33. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย					
34. บริการจองสนามผ่านทางเว็บไซต์/โทรศัพท์					
35. บริการสอบถามข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์/โทรศัพท์					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบของสนามฟุตบอล					
36. สถานที่จอดรถจำนวนมาก					
37. ความปลอดภัยบริเวณภายใน/ภายนอกสนาม					
38. ความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่					
39. มีสถานที่รับรองพักผ่อน					
40. ร้านอาหาร/รับชมถ่ายทอดฟุตบอล					
41. ร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์กีฬาฟุตบอล					
42. ห้องน้ำและห้องอาบน้ำ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

## บทสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

### สนามฟุตบอล วิชูปา

#### 1. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

สนามฟุตบอลวิชูปาเกิดขึ้นเพราะพวกเราต้องการเล่นฟุตบอล แต่เนื่องด้วยสมัยก่อนการจะหาสนามสำหรับซ้อมฟุตบอลนั้นค่อนข้างที่จะหายาก จึงมีความคิดที่จะสร้างสนามฟุตบอลเป็นของตัวเอง

#### 2. กลุ่มลูกค้าและเป้าหมายของธุรกิจ

เริ่มแรกกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการคือ พนักงานของ บริษัท สำนักกฎหมาย ซี.เอ.แอล จำกัด แต่ต่อมาก็ได้มีการพัฒนาปรับปรุงขึ้นเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าในทุกระดับ บุคคลทั่วไป องค์กร และบริษัทต่างๆ เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมต่างๆ การแข่งขันต่างๆ หรือการฝึกซ้อมฟุตบอล

#### 3. จุดเด่น และข้อได้เปรียบของธุรกิจ

เป็นสนามฟุตบอลหญ้าจริง โดยใช้หญ้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งทำให้ได้เปรียบสนามอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง เพราะสนามฟุตบอลให้เช่าทั่วไปส่วนมากจะใช้หญ้าเทียมในการปูพื้นสนาม ทำให้สนาม วิชูปา เป็นตัวเลือกเพียงไม่กี่แห่งที่เป็นสนามหญ้าจริง

#### 4. อุปสรรคที่พบและวิธีการแก้ปัญหา

ด้วยความที่เป็นสนามหญ้าจริงทำให้การดูแลรักษามีค่าใช้จ่ายมากกว่าสนามหญ้าเทียม สนามไม่มีหลังคาทำให้ในช่วงฤดูฝนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมีน้อย และด้วยทำเลที่ค่อนข้างอยู่ห่างจากถนนใหญ่เข้ามาในซอยลึก จึงทำให้ลูกค้าไม่รู้จัก ส่วนมากลูกค้าที่มาใช้บริการจะเป็นลูกค้าประจำและการบอกต่อ วิธีแก้ไขก็คือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ และทำป้ายบอกทางตั้งแต่ถนนใหญ่

#### 5. มุมมองในอนาคตที่มีต่อธุรกิจ

ธุรกิจเช่าสนามฟุตบอลยังเติบโตได้อีกมาก เพราะประชาชนสนใจกีฬาฟุตบอลมากขึ้น ยิ่งการพัฒนาของฟุตบอลไทยมีมากเท่าไร ธุรกิจเช่าสนามฟุตบอลก็ยิ่งเติบโตขึ้นไปอีก แต่การแข่งขันก็จะสูงขึ้นตามไปด้วย

### สนามฟุตบอล The Crystal Football Club

#### 1. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

จุดเริ่มต้นของ คริสตัล ฟุตบอล คลับ เกิดขึ้นจากทุกคนชอบเตะฟุตบอล และอยากมีสนามดีๆ ให้คนเล่น บางคนที่มาเตะ เขาไม่ใช่รักฟุตบอลอาชีพ เขาก็อยากเตะในสนามดีๆ เราเลยตั้งใจทำสนามแห่งนี้ขึ้นมาให้มีคุณภาพใกล้เคียงกับสนามกีฬาอาชีพ

## 2. กลุ่มลูกค้าและเป้าหมายของธุรกิจ

สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการของ คริสตัล ฟุตบอล คลับ มีหลากหลายกลุ่ม ตั้งแต่ระดับมหาเศรษฐี นักร้องนักแสดง กลุ่มคนทำงาน ไปจนถึงมอเตอร์ไซค์รับจ้าง ซึ่งต่อไปก็จะเตรียมรองรับสำหรับการจัดกิจกรรมต่างๆ

## 3. จุดเด่น และข้อได้เปรียบของธุรกิจ

ทำเลที่ตั้ง ที่ถือเป็นจุดแข็งของสนามแห่งนี้ เนื่องจากย่านนี้มีหมู่บ้าน ศูนย์การค้า และชุมชนอยู่รายรอบ การเดินทางมาที่สนามไม่ยากลำบากจนเกินไป เนื่องจากเป็นทำเลที่ติดถนนใหญ่ และมีผู้คนสัญจรไปมาอยู่ตลอดเวลา ที่สำคัญด้วยคุณภาพของสนามที่เป็นจุดขายของ คริสตัล ฟุตบอล คลับ ทำให้แม้แต่ลูกค้าที่อยู่ย่านอื่นยังต้องแวะมาที่สนามแห่งนี้

## 4. อุปสรรคที่พบและวิธีการแก้ปัญหา

การจราจรถือเป็นอุปสรรค เนื่องจากสนามตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นทางสัญจรหลัก ทำให้ในช่วงเวลาเลิกงาน การจราจรจะติดขัดมาก ซึ่งเวลาดังกล่าวคือเวลาที่กลุ่มลูกค้าจะเริ่มมาใช้บริการ ซึ่งคงไม่สามารถแก้ไขอะไรได้ จึงต้องพัฒนาดูแลสนามและบริการให้ดี เพื่อที่ลูกค้าจะยอมเสียเวลารถติดเพื่อมาใช้บริการ

## 5. มุมมองในอนาคตที่มีต่อธุรกิจ

ถ้าคนไทยยังให้ความสนใจกีฬาฟุตบอลเป็นอันดับหนึ่งแบบนี้ต่อไป ธุรกิจก็เจริญเติบโตไปได้เรื่อยๆ ยิ่งปัจจุบันนี้ฟุตบอลในประเทศไทยกำลังได้รับการสนใจเป็นอย่างมาก ธุรกิจก็ยิ่งได้รับความสนใจมากขึ้น

### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล นายทศพร ตันพิพัฒน์อารีย์  
อีเมล m\_manchester\_united@hotmail.com  
ประวัติการศึกษา โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) ๒  
นิเทศศาสตรโษชณา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 10 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ทศพร ชันฉิมพองไธสง อยู่บ้านเลขที่ 145 / 133

ซอย ดับคอน 21 ถนน ราชสีนทรา ตำบล/แขวง กำแพง

อำเภอ/เขต บางเขน จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10220

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 1550300513

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

คณะ นิเทศศาสตร์ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

โครงการจัดตั้งสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนามุ่งอนาคต มุ่งอนาคตเพื่อสร้าง

..... ซึ่งถือ

เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้จะเรียกว่า "วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เขาต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น



สัญญาที่สร้างขึ้นสองฉบับ มีข้อความอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลิมลาวัลย์)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
(ดร.ปีเตอร์ กัน)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร