

โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium

The Spiderball Stadium



โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium

The Spiderball Stadium



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2560



© 2560

จักรกฤษณ์ มาตวง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

เรื่อง โครงการจัดตั้งสนามฟุตบอล Spiderball Stadium

ผู้วิจัย จักรกฤษณ์ มาดวง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์สรศักดิ์ เตียวประเสริฐกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ดร. ปีเตอร์ กัน)

(ดร. ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 24 ตุลาคม 2560



จักรกฤษณ์ มาดวง. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต, ตุลาคม 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium (92 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์สรศักดิ์ เตียวประเสริฐกุล

## บทคัดย่อ

การศึกษาอิสระในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่สนใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าและความสนใจในการแข่งขันฟุตบอลของกลุ่มลูกค้า โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 อายุอยู่ในช่วง 25-31 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.75 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20001-25000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.25 คิดเป็นร้อยละ 78.5 นิยมใช้บริการสนามฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 67.52 ผู้ใช้บริการนิยมเล่นฟุตบอลแบบ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 67.44 นิยมมาเล่นสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.67 มีคนมาเล่นทีมละ 11-13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.41 ใช้เวลาในการเล่นครั้งละ 61-120 นาที คิดเป็นร้อยละ 67.44 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลครั้งละ 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.78 ช่วงเวลาที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าเป็นประจำคือ 19.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 46.90 เรื่องของทัศนคติเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล มีกลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 64.97 สนใจจะแข่งขันแบบฟุตบอล 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70.70 อยากให้จัดการแข่งขันในระบบพบกันหมดคิดเป็นร้อยละ 73.89 มีค่าสมัครในการแข่งขันทีมละ 1501-2000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.17

คำสำคัญ: สนามฟุตบอล, การแข่งขันฟุตบอล, ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอล

Maduang, C. M. Com. Arts (Entertainment Management and Production), October 2017, Graduate School, Bangkok University.

The Spiderball Stadium (92 pp.)

Advisor: Sanchai Thiewprasertkul

## ABSTRACT

This independent study aims at exploring the possibility of starting Spiderball Stadium, customer satisfaction, and interest in football competitions. Data was collected using interviews with business owners and a questionnaire was conducted among 400 customers. The findings reveal that all respondents 100% are male, and 42.25% are at the age between 25-31 years old. In terms of educational levels, 59.75% are at the undergraduate level, and 32.25% are employees. 35.25% of respondents have an average income of 20,001-25,000 bath per month. 78.5% of customers use the service of artificial football turf, and 67.44% play 7 football. 66.67% play 1-2 times a week, 43.31% play in a team of 11-13, 67.44% play football for 61-120 minutes, 31.78% pay the service fee of 151-200 bath, 46.90% play from 19.01-21.00. About Football competition attitude, 64.97% of customers interest to join the football competition, 70.70% interest to join the 7 football competition, 73.89% want league ruled for the competition and 39.17% think the subscription fee for competition are 1,501-2,000 bath per team.

*Keywords: Football Fields, Football Competitions, Client on Football Field*

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยสำหรับการจัดตั้งโครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium จะไม่สามารถสำเร็จได้เลย หากปราศจากบิดาและมารดาและครอบครัวมาดวง ที่คอยเป็นกำลังใจ ให้ความรักความเมตตาแก่ข้าพเจ้า ขอกราบขอบพระคุณทั้งสองท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณอาจารย์สรศักดิ์ เตียวประเสริฐกุล และ ดร. ปีเตอร์ กัน ที่กรุณาถ่ายทอดความรู้ และให้ข้อมูลต่างๆ ข้อเสนอแนะ รวมถึงการพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ในการทำวิจัยของข้าพเจ้า

ขอขอบคุณผู้ที่ให้ข้อมูลทุกท่าน ทั้งผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ให้สัมภาษณ์ รวมถึงนักกีฬาฟุตบอลและแหล่งข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยของข้าพเจ้า

ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ ทุกคนที่คอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงข้อมูลอื่นๆที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยของข้าพเจ้า

ขอขอบคุณพี่ๆน้องๆ ทีมฟุตบอล Spiderball สำหรับแรงบันดาลใจในการทำวิจัยครั้งนี้ รวมถึงการให้ใช้ชื่อทีมมาจัดตั้งโครงการวิจัย

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าหวังว่า โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจในธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าและธุรกิจการจัดแข่งขันฟุตบอล

จักรกฤษณ์ มาดวง

## สารบัญ

|                                                    | หน้า |
|----------------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย                                    | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                                 | จ    |
| กิตติกรรมประกาศ                                    | ฉ    |
| สารบัญตาราง                                        | ณ    |
| สารบัญภาพ                                          | ญ    |
| บทที่ 1 บทนำ                                       |      |
| 1.1 ความเป็นมาของโครงการ                           | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ                         | 2    |
| 1.3 ขอบเขตของโครงการ                               | 2    |
| 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ                                | 2    |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                      | 2    |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวข้อง         |      |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกีฬาและฟุตบอล                   | 3    |
| 2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสนามฟุตบอลหญ้าเทียม      | 5    |
| 2.3 ทฤษฎีความต้องการ                               | 5    |
| 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ                    | 6    |
| 2.5 แนวคิดการสร้างแบรนด์                           | 8    |
| 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                          | 10   |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย                           |      |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง                        | 12   |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย                     | 13   |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล                            | 14   |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล                             | 14   |
| บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล                         |      |
| 4.1 ข้อมูลทางการตลาด                               | 15   |
| 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นฟุตบอลในสนามฟุตบอลให้เช่า | 35   |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                                    | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------|------|
| บทที่ 5 การจัดตั้งองค์กร                                           |      |
| 5.1 ชื่อบริษัท                                                     | 38   |
| 5.2 วิสัยทัศน์                                                     | 38   |
| 5.3 พันธกิจ                                                        | 38   |
| 5.4 เป้าหมาย                                                       | 38   |
| 5.5 โครงสร้างองค์กร                                                | 39   |
| 5.6 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ                                          | 40   |
| 5.7 กลยุทธ์ของบริษัท                                               | 42   |
| 5.8 การวิเคราะห์สถานการณ์ 5C' s                                    | 44   |
| 5.9 การวิเคราะห์ SWOT                                              | 47   |
| บทที่ 6 งบการเงิน                                                  |      |
| 6.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน                                         | 52   |
| 6.2 การประมาณเงินลงทุน                                             | 53   |
| 6.3 การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุน                               | 55   |
| 6.4 การประมาณรายได้                                                | 56   |
| 6.5 การประมาณรายจ่าย                                               | 62   |
| 6.6 ประมาณการงบกำไรขาดทุน                                          | 66   |
| 6.7 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ                       | 75   |
| บทที่ 7 สรุปประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ                              |      |
| 7.1 บทสรุปการวิจัย                                                 | 78   |
| 7.2 บทสรุปทางธุรกิจ                                                | 79   |
| บรรณานุกรม                                                         | 81   |
| ภาคผนวก                                                            | 83   |
| ภาคผนวก ก บทสรุปผู้บริหาร                                          | 84   |
| ภาคผนวก ข แบบสอบถาม                                                | 85   |
| ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโครงการ           | 90   |
| ประวัติผู้เขียน                                                    | 92   |
| เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ |      |

## สารบัญตาราง

|                                                                                                                     | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง                                              | 14   |
| ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง                                     | 16   |
| ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง                                             | 16   |
| ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง                                    | 17   |
| ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตาม การเคยมาใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง                                | 18   |
| ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามประเภทของสนามฟุตบอลที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ                      | 18   |
| ตารางที่ 4.7: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง                          | 19   |
| ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนผู้เล่นที่มาเล่นเป็นประจำของทีมฟุตบอล                        | 19   |
| ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเล่นฟุตบอลต่อครั้ง             | 20   |
| ตารางที่ 4.10: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าต่อครั้ง              | 20   |
| ตารางที่ 4.11: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามช่วงเวลาของกลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าเป็นประจำ    | 21   |
| ตารางที่ 4.12: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามประเภทของฟุตบอลที่กลุ่มตัวอย่างเล่นเป็นประจำ                     | 21   |
| ตารางที่ 4.13: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าต่อสัปดาห์ | 22   |
| ตารางที่ 4.14: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนผู้เล่นที่มาเล่นประจำของทีมฟุตบอล                           | 22   |
| ตารางที่ 4.15: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเล่นฟุตบอลต่อครั้ง               | 23   |

## สารบัญตาราง(ต่อ)

|                                                                                                                                           | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 4.16: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการ<br>สนามฟุตบอลให้เข้าต่อครั้ง                                | 23   |
| ตารางที่ 4.17: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามช่วงเวลาของกลุ่มตัวอย่างมา<br>ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าเป็นประจำ                      | 24   |
| ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อ<br>การตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า             | 25   |
| ตารางที่ 4.19: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติในการส่งทีมเข้าร่วม<br>แข่งขันฟุตซอล                                            | 32   |
| ตารางที่ 4.20: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติในระบบแข่งขัน<br>ฟุตซอล                                                         | 32   |
| ตารางที่ 4.21: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติต่อราคาสโมสรใน<br>การแข่งขันฟุตซอล                                              | 33   |
| ตารางที่ 4.22: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติต่อความสนใจที่จะ<br>ส่งทีมเข้าร่วมแข่งขันฟุตบอล                                 | 33   |
| ตารางที่ 4.23: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติหากทางสนามมี<br>การจัดการแข่งขันฟุตบอล ท่านจะเข้าร่วมการแข่งขันในฟุตบอลประเภทใด | 34   |
| ตารางที่ 4.24: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติในระบบแข่งขัน<br>ฟุตบอล                                                         | 34   |
| ตารางที่ 4.25: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติต่อราคาสโมสรใน<br>การแข่งขันฟุตบอล                                              | 35   |
| ตารางที่ 5.1: ตารางแสดงตำแหน่งและอัตราเงินเดือน                                                                                           | 39   |
| ตารางที่ 5.2: แสดงอัตราค่าบริการเข้าสนามฟุตบอล                                                                                            | 41   |
| ตารางที่ 5.3: ตารางแสดงเป้าหมายระดับองค์กร                                                                                                | 43   |
| ตารางที่ 5.4: ตารางแสดงเป้าหมายระดับธุรกิจ                                                                                                | 43   |
| ตารางที่ 5.5: ตารางแสดงเป้าหมายระดับสากล                                                                                                  | 44   |
| ตารางที่ 6.1: แสดงสรุปประมาณการเงินลงทุนของโครงการ Spiderball Stadium                                                                     | 55   |
| ตารางที่ 6.2: สัดส่วนเงินลงทุนและอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังจากโครงการ Spiderball<br>Stadium                                                  | 55   |

## สารบัญตาราง(ต่อ)

|                                                                                                                                | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 6.3: อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยของโครงการ Spiderball Stadium                                                  | 56   |
| ตารางที่ 6.4: อัตราค่าบริการเข้าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม                                                                            | 57   |
| ตารางที่ 6.5: รายได้ค่าบริการเข้าสนามหญ้าเทียมกรณีให้บริการเต็มเวลา                                                            | 57   |
| ตารางที่ 6.6: รายได้ค่าบริการเข้าสนามหญ้าเทียมตามอัตราการใช้บริการ                                                             | 58   |
| ตารางที่ 6.7: รายได้จากค่าบริการเข้าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแบ่งตามกรณี                                                             | 59   |
| ตารางที่ 6.8: รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอลแบ่งตามกรณี                                                                       | 59   |
| ตารางที่ 6.9: อัตราค่าบริการการฝึกสอนฟุตบอล                                                                                    | 60   |
| ตารางที่ 6.10: รายได้ค่าบริการการฝึกสอนฟุตบอลกรณีให้บริการเต็มทรัพยากรที่มี                                                    | 60   |
| ตารางที่ 6.11: รายได้ค่าบริการการฝึกสอนฟุตบอลแบ่งตามกรณี                                                                       | 60   |
| ตารางที่ 6.12: รายได้ของโครงการ Spiderball Stadium สำหรับปี 2559 กรณีที่ดีที่สุด<br>กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด และกรณีที่แย่ที่สุด | 61   |
| ตารางที่ 6.13: ค่าเช่าที่ดินและค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์                                                                          | 62   |
| ตารางที่ 6.14: เงินเดือนพนักงาน                                                                                                | 62   |
| ตารางที่ 6.15: ประมาณการต้นทุนการขายสำหรับปี 2559 ในกรณีที่ดีที่สุด                                                            | 64   |
| ตารางที่ 6.16: ประมาณการต้นทุนการขายสำหรับปี 2559 ในกรณีเป็นไปได้มากที่สุด                                                     | 64   |
| ตารางที่ 6.17: ประมาณการต้นทุนการขายสำหรับปี 2559 ในกรณีที่แย่ที่สุด                                                           | 65   |
| ตารางที่ 6.18: ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารสำหรับปี 2559 ใน<br>กรณีที่ดียิ่งที่สุด                                  | 65   |
| ตารางที่ 6.19: ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารสำหรับปี 2559 ในกรณีที่<br>เป็นไปได้ที่สุด                               | 65   |
| ตารางที่ 6.20: ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารสำหรับปี 2559 ในกรณีที่<br>แย่ที่สุด                                     | 66   |
| ตารางที่ 6.21: งบกำไรขาดทุน – กรณีที่ดีที่สุด                                                                                  | 70   |
| ตารางที่ 6.22: งบกำไรขาดทุน – กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด                                                                        | 72   |
| ตารางที่ 6.23: งบกำไรขาดทุน – กรณีที่แย่ที่สุด                                                                                 | 74   |
| ตารางที่ 6.24: แสดงการประมาณกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินการในปี 2559-2663                                                      | 76   |
| ตารางที่ 6.25: แสดงการประมาณกำไรสุทธิในปี 2559-2663                                                                            | 76   |



## สารบัญภาพ

ภาพที่ 5.1: แสดงที่ตั้งของโครงการ Spiderball Stadium

หน้า

42



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาของโครงการ

ในปัจจุบันกีฬาเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนเราเป็นอย่างมาก กีฬาทำให้คนเรามีสุขภาพที่แข็งแรง รู้จักอดทน รู้จักแพ้ รู้จักชนะ รู้จักการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ นอกจากนั้นกีฬายังสร้างความรักใคร่สามัคคีกัน จะเห็นได้ว่ากีฬาเป็นสิ่งที่มีความประโยชน์อย่างมากใน สังคมมนุษย์

กีฬาฟุตบอลนับเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมมากที่สุดในโลกเราจะสามารถสังเกตได้เลยว่าในแทบจะทุกพื้นที่ของโลกใบนี้เราจะสามารถพบเห็นสนามฟุตบอลอยู่ทั่วไปโดยสาเหตุที่ฟุตบอล เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากเป็นเพราะฟุตบอลมีกฎกติกาที่เข้าใจง่าย ใช้อุปกรณ์ราคาไม่แพง มีรูปแบบการเล่นที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ตลอดจนในปัจจุบันมีการถ่ายทอดสดฟุตบอลผ่านดาวเทียม ไปสู่โทรทัศน์ ทำให้ทุกคนสามารถรับชมฟุตบอลได้ง่ายขึ้น

สำหรับในประเทศไทยกีฬาฟุตบอล ก็เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ โดยกีฬาฟุตบอลได้เริ่มเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ปีพ.ศ.2440และมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพขึ้น เป็นครั้งแรกในปี 2540 ภายใต้ชื่อการแข่งขัน “ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก” ผนวกกับกระแสการรณรงค์ให้ประชาชนออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ทำให้เกิดการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบการเล่นกีฬาฟุตบอลเพื่อหาที่พบปะและเล่นฟุตบอลร่วมกัน

“คนไทยชื่นชอบฟุตบอลอยู่ในระดับที่สูงมาก ยิ่งตอนนี้ไทยลีกบูม คนก็ยิ่งอยากเตะบอลเพิ่มขึ้นอีกเป็นเท่าตัว เพราะเวลาดูบอลแล้วเห็นโรนัลโด้สับขาหลอก มันจะทำให้เกิดความอยากลงสนามไปทำอย่างนั้นบ้าง ซึ่งสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่มีมากมายในปัจจุบัน ก็เป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ข้อนี้เป็นอย่างดี”(อาธิป ธรธิป, 2556)

แต่การรวมตัวกันเล่นฟุตบอลตามสถานที่ต่างๆที่เป็นสถานที่เปิดอาจจะมีการจำกัดในเรื่องของเวลาเปิด-ปิด รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทำให้เกิดธุรกิจการให้เช่าสนามฟุตบอลเกิดขึ้น เพื่อแก้ปัญหาสิ่งต่างๆเหล่านั้น

รูปแบบของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความแตกต่างกันมากนักในเรื่องของคุณภาพสนาม เนื่องจากผู้ให้บริการแต่ละสนาม ต่างพยายามหาอุปกรณ์ชิ้นดีและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเอาไว้ เพื่อเรียกแขกและสร้างความพึงพอใจให้วนกลับมาเตะใหม่อีกครั้ง จนกลายเป็นขาประจำของสนามไปโดยปริยาย

โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium เป็นโครงการการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าขนาดมาตรฐานสำหรับการแข่งขันฟุตบอล 7 คน รวมถึงเป็นสถานที่จัดการแข่งขันฟุตบอล 7 คนในระบบลีก สำหรับประชาชนทั่วไป ภายใต้ชื่อการแข่งขัน Spiderball League

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาและวางแผนจัดตั้งโครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium
- 1.2.2 เพื่อเป็นศูนย์กลางของกลุ่มคนที่มีใจรักในการเล่นฟุตบอลและชื่นชอบในการแข่งขันฟุตบอล
- 1.2.3 เพื่อศึกษาแนวโน้มของธุรกิจฟุตบอลและนำมาพัฒนาเพื่อประกอบธุรกิจในอนาคต

## 1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 ศึกษาธุรกิจการให้เช่าสนามฟุตบอลและการจัดการแข่งขันฟุตบอล
- 1.3.2 งานวิจัยทำการศึกษาทัศนคติและความต้องการของผู้มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าและผู้มาร่วมแข่งขันการแข่งขันฟุตบอล โดยเลือกเฉพาะ ผู้ชายที่มีอายุ 18 - 50 ปี ที่เล่นฟุตบอลเป็น เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่โครงการต้องการและน่าจะให้คำตอบได้ดี

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

สนามฟุตบอล หมายถึง สนามฟุตบอลที่ปูพื้นด้วยหญ้า ไม่ว่าจะเป็นหญ้าจริงหรือหญ้าเทียม และเป็นสนามที่สามารถเล่นได้ตั้งแต่ฝ่ายละ 7 คนขึ้นไปถึงฝ่ายละ 11 คน

สนามฟุตซอล หมายถึง สนามฟุตบอลที่ปูพื้นด้วยพื้นยางสังเคราะห์ ใช้รองเท้าผ้าใบในการเล่น เป็นสนามที่สามารถเล่นได้ตั้งแต่ฝ่ายละ 5 คน

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาโครงการนี้จะเป็นการส่งเสริมธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าและธุรกิจการจัดการแข่งขัน ฟุตบอล เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนที่รักการออกกำลังกายด้วยกันเล่นฟุตบอล

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกีฬาและฟุตบอล

Dunning (1997) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ในบทนำของหนังสือชื่อ Sport Matters เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกีฬาที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเด็นคือ

##### 2.1 เป็นภาษากลางเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนกับคนแปลกหน้า

บทบาทของกีฬา นั้นคล้ายคลึงกับภาษากลางที่ไม่เพียงแต่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนพ้องหรือคนในครอบครัวเท่านั้น แต่ยังช่วยลดบรรยากาศที่เย็นชา แปรปรวน ไม่เข้ากันของคนแปลกหน้าได้ด้วย นอกจากนี้อารมณ์ร่วมและความกระหายของกีฬายังสามารถบ่งชี้อะไรได้อีกหลายอย่างไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การเมือง ทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติได้ด้วย เช่น การแข่งขันฟุตบอลโลก การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ซึ่ง Dunning (1997) ได้กล่าวว่า ไม่มีกิจกรรมไหนๆที่สร้างความสนใจจากคนทั้งโลกได้พร้อมๆกันอย่างนี้มาก่อน

##### 2.2 เป็นพื้นที่ต่อต้านการถูกควบคุม

กีฬาสามารถช่วยให้ผู้ชม ได้หลีกหนีจากงานประจำที่ซ้ำซาก จำเจ และน่าเบื่อ นั่นคือแฟนกีฬาได้ตอบโต้กับความคับข้องใจของพวกเขาด้วยความรู้สึกที่เป็นอิสระไร้การควบคุมจากที่ทำงานและนายจ้าง

##### 2.3 เป็นแหล่งแสวงหาความสนุกสนาน ตื่นเต้นและเร้าใจ

นักวิชาการทางสังคมวิทยาเปรียบเทียบ ว่า กีฬานั้น คือ “ละครที่ไร้สคริปต์” และ “ไม่มีคำพูด” แต่ก็สามารถปลุกเร้าอารมณ์ผู้ชมได้อย่างต่อเนื่อง และตลอดเวลา โดยที่ไม่มีใครรู้เลยว่าในแต่ละเกมนั้นจะจบลงแบบใด ดังที่ Maquire (1992, อ้างถึงใน ดวงพร บุญกลมสวัสดิ์, 2549) เรียกว่าเป็นที่แสวงหาความตื่นเต้นในชีวิต และบทบาทหลักของกีฬา ไม่ว่าจะเป็นในฐานะผู้เล่น หรือผู้ชม ต่างก็ได้รับรู้และสัมผัสถึงอารมณ์ดังกล่าวเช่นกัน ซึ่งรวมถึงความรื่นรมย์สนใจในชัยชนะ และความผิดหวังในกรณีที่ทีมโปรดหรือทีมที่เราให้กำลังใจเป็นฝ่ายพ่ายแพ้ ซึ่งผู้ชมต่างก็ต้องการบริหารอารมณ์ของตนเอง ถึงแม้จะไม่ได้เป็นผู้เล่น แต่การเป็นผู้ชมก็สามารถ ทำให้ได้ใช้อารมณ์ร่วม และคาดหวังผลแพ้ชนะในการแข่งขันได้

##### 2.4 เป็นพื้นที่ที่เป็นแฟนกีฬา (Fans) ใช้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ของตน

Fiske (อ้างใน Dunning, 1997) เสนอว่า ในแง่ของกีฬานั้น “แฟนกีฬา” ไม่เพียงแต่ใช้เป็นที่แสวงหาความรื่นรมย์เท่านั้น แต่ยังเป็นที่ใช้ประกอบสร้าง “อัตลักษณ์” และความสัมพันธ์ขึ้นมาเพื่อนให้พวกเขารับรู้ถึงความเป็นตัวเองที่แตกต่างไปจากเดิม ทั้งนี้ Dunning (1997) ได้ขยายประเด็นนี้ไว้ว่าในสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่นั้นกีฬามีส่วนช่วยสร้างรูปแบบอัตลักษณ์ ของปัจเจก

บุคคล กลุ่ม หรือระหว่างกลุ่ม ที่มีความหมายรวมไปถึงในระดับชาติด้วย เช่น การแข่งขันกีฬา ระหว่างสถาบันการศึกษา จะต้องเกิดความรู้สึกดีใจและเสียใจตามมา อันเนื่องมาจากผลงานของ ทีมโปรด หรือนักกีฬาค้นโปรด ที่ปัจเจกบุคคลได้นำตัวเองไปผูกพันเอาไว้ โดยเฉพาะหลัง ยุคสงครามเย็น สภาพสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วยความก้าวหน้า ทางเทคโนโลยีที่ เปลี่ยนโลกไปทั้งโลก และ ส่วนหนึ่งที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงนี้คือ การหายไป (Disappearance) ของรูปแบบเก่าต่างๆ เช่น การล่มสลายของสหภาพโซเวียต พร้อมกับการผสมผสานเกิดขึ้นของ สิ่งใหม่ๆ เช่น การก่อกำเนิดของประเทศใหม่ๆ และไม่ว่าความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะเป็นอย่างไร สร้างความไม่แน่นอนขนาดไหน แต่สิ่งที่จะยังคงอยู่กับ “แฟนกีฬา” ก็คือ สโมสรกีฬา เช่น ลิเวอร์พูล, เอซี มิลาน, เรนเจอร์, เซลติก, บาร์เซโลน่า และ เรอัล มาดริด

## 2.5 เป็นศาสนา หรือ พิธีกรรม

อีกบทบาทหนึ่งที่ Dunning (1997) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้คือ การที่เชื่อว่ากีฬามีบทบาทต่อชีวิต ของผู้คนไม่แตกต่างความเชื่อทางศาสนาเพราะต่างก็มีทั้งในส่วนของพิธีกรรม และความเลื่อมใส ซึ่งในแง่ของกีฬานั้นจะเกิดขึ้นกับผู้ชมที่วางตัวเป็น “แฟน” (Fans) มากกว่านั้นคือ การให้ใจ (Committed) กับทีมกีฬา หรือนักกีฬาที่ตัวเองโปรดปราน

จากบทบาทหน้าที่ของกีฬาทั้ง 5 ประการที่ Dunning (1997) ได้กล่าวไว้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่า กีฬาฟุตบอลนั้นก็มียุทธศาสตร์และหน้าที่ที่ไม่แตกต่างกัน คือ

1. แนวคิดเรื่องภาษากลางกับการที่ฟุตบอลสามารถเล่นได้โดยไม่จำเป็นต้องพูดภาษาเดียวกัน
2. การเป็นพื้นที่ต่อต้านการถูกควบคุมกับการที่กีฬาฟุตบอลเป็นแหล่งที่สามารถปลดปล่อย พลังอารมณ์ทางอารมณ์ของผู้ชมและผู้เล่น
3. การเป็นแหล่งแสวงหาความสนุกสนานกับการที่กีฬาฟุตบอลก็สามารถให้ความสุขตื่นเต้น เร้าใจและสามารถปลุกเร้าอารมณ์ของผู้ชมได้อย่างต่อเนื่อง
4. เป็นพื้นที่ที่เป็นแฟนกีฬา (fans) ใช้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ของตน กับการที่กีฬา ฟุตบอลที่มีแฟนคลับ ของสโมสรฟุตบอลต่างๆอาทิเช่น กลุ่มกองเชียร์ The Kops ของทีมลิเวอร์พูล หรือ กลุ่มกองเชียร์ Yid Army ของทีมท็อตแนม ฮอตสเปอร์
5. เป็นศาสนา หรือ พิธีกรรม กับการที่กีฬาฟุตบอลเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคนใน บางกลุ่ม หรือการที่จะต้องไปดูฟุตบอลพร้อมกันที่สนามในเวลาบ่ายสามโมงเย็น วันเสาร์ ก็เปรียบเสมือนพิธีกรรมแบบหนึ่งเช่นกัน

## 2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

สนามฟุตบอลคือบริเวณที่ใช้การเล่นฟุตบอลซึ่งเป็นสนามรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าและมีพื้นสนามเป็นหญ้าโดยบนสนามจะมีเส้นสีขาวแสดงถึงขอบเขตของสนามโดยเส้นสี่เหลี่ยมรอบนอกจะเป็นเส้นขอบสนาม ซึ่งเมื่อลูกฟุตบอลยังอยู่บนเส้นหรือลอยเหนือเส้น ยังถือว่าลูกฟุตบอลอยู่ในสนาม ยกเว้นแต่ว่าลูกฟุตบอลทั้งลูกออกภายนอกเส้น เช่นเดียวกับการทำประตู ถ้าลูกฟุตบอลยังคงลอยอยู่เหนือเส้นก็ยังไม่ถือว่าเป็นประตู วงกลมตรงกลางสนามจะเป็นจุดเริ่มต้นของการแข่งขันโดยลูกฟุตบอลจะถูกวางไว้ตรงจุดศูนย์กลางของวงกลมสำหรับกรอบสี่เหลี่ยมที่อยู่ปลายทั้งสองข้างของสนามคือ กรอบเขตโทษ และจะมีจุดโทษอยู่ภายในสำหรับวางตำแหน่งของลูกฟุตบอลในการยิงลูกโทษ

ขนาดมาตรฐานของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่ใช้สำหรับการแข่งขัน 7 คนคือ ด้านความกว้างอยู่ที่ 15-25 เมตร ด้านความยาวอยู่ที่ 25-45 เมตร

หญ้าเทียม (Artificial Turf) เป็นหญ้าสังเคราะห์ที่พื้นผิวนั้นทำมาจากเส้นใยสังเคราะห์ โดยทำให้ดูเหมือนหญ้าธรรมชาติมากที่สุดโดยจะแทนสนามกีฬาที่เป็นกีฬาที่เล่นบนสนามหญ้าจริง เช่น สนามฟุตบอล นอกจากนี้ยังมีใช้ในการตกแต่งสนามหญ้าตามที่พักอาศัยก็ได้ ข้อดีของหญ้าเทียมที่สำคัญคือเรื่องการบำรุงดูแลรักษาหญ้าเทียมสามารถใช้งานได้ทนทานไม่ต้องเสียค่า พนักงานดูแลมากนัก แต่หญ้าเทียมก็มีข้อเสีย คือ มีอายุการใช้งานต่ำ ต้องการการดูแลบำรุงรักษาและการทำความสะอาดเป็นครั้งคราว

## 2.3 ทฤษฎีความต้องการ

ความต้องการ (Want) จะใช้สำหรับความต้องการอันเกิดจากความจำเป็นของคน แม้ไม่ได้รับสิ่งมาตอบสนองความต้องการก็ไม่เกิดสภาพที่เป็นปัญหา ผู้บริโภคแต่ละบุคคลก็จะมี “เป้าหมายของความต้องการของบุคคล (Want)” ที่แตกต่างกันออกไป

### ลักษณะของความต้องการของผู้บริโภค

1. ความต้องการไม่ใช่ความบกพร่อง ความบกพร่องเป็นสาเหตุหนึ่งให้เกิดความต้องการ แต่ไม่ใช่ว่าผู้บริโภคที่ไม่มีความบกพร่องจะไม่มีความต้องการ
2. ความต้องการเป็นรากฐานการกระทำของผู้บริโภคจึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักการตลาดต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อชี้หรือหาวิธีกระตุ้นให้เหมาะสม
3. ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงได้ไม่ใช่สิ่งคงที่ถาวรแต่เปลี่ยนแปลงได้จากการเปลี่ยนแปลง โดยส่วนตัวของผู้บริโภคเอง รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ

4. ผู้บริโภคมีความตระหนักถึงความต้องการที่ไม่เหมือนกันในเวลาหนึ่งๆผู้บริโภคแต่ละรายมีความต้องการที่ไม่เหมือนกันการแบ่งส่วนตลาดจึงเป็นสิ่งจำเป็นเสมอเพื่อให้ได้กลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการใกล้เคียงกันจะได้เลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม

5. ความต้องการเรื่องหนึ่งของผู้บริโภค อาจต้องสนองด้วยผลิตภัณฑ์มากกว่าหนึ่งอย่าง และขณะเดียวกันการซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งอย่างของผู้บริโภคก็อาจสนองความต้องการได้หลายอย่างด้วย จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคแต่ละรายก็มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไปนักการตลาดจึงต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อนำมาวางแผนกระตุ้นและสร้างการตอบสนองต่อผู้บริโภคให้เกิดความ ต้องการที่จะมาใช้บริการสินค้า

ผู้วิจัยคิดว่า โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งผู้ที่นิยมออกกำลังกายกับกลุ่มเพื่อนฝูงในรูปแบบการเข้าสนามฟุตบอล และสำหรับผู้ ที่ นิยมการแข่งขันฟุตบอลกับผู้อื่นในรูปแบบการจัดแข่งขันฟุตบอลลีก

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

“การบริการ” หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะจับต้องไม่ได้ แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ

### องค์ประกอบของความสำเร็จในการให้บริการ

#### 1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction)

การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ คุณภาพของการบริการและการให้บริการของพนักงานนับเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของการบริการซึ่งขึ้นอยู่กับการวางแผนการบริการที่ต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการและการพัฒนาคุณลักษณะของพนักงานบริการที่ดีไม่ว่าจะเป็นการเป็นผู้มีจิตสำนึกของการให้บริการรวมถึง การมีความรู้ความสามารถ เจตคติ ตลอดจนบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานบริการ

#### 2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation)

ผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะ ของผู้รับบริการเพื่อเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรือ อาจเกิดความประทับใจขึ้นได้ หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่

#### 3. ความพร้อมในการบริการ (Readiness)

ความต้องการของแต่ละบุคคลแตกต่างกันตามธรรมชาติทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากรรวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ

ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจ จะทำให้ผู้ที่ได้รับบริการรู้สึกพอใจและรู้สึกชอบใจ

#### 4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Value)

คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่ง que ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ หรือการให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและถูกใจกับ บริการที่ได้รับ

#### 5. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy)

ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกที่สง่างาม มีชีวิตชีวายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยน แสดงถึงอธยาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง รู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการมีทักษะและจิตสำนึกของการให้บริการ จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ

#### 6. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency)

ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน การวางแผนในการให้บริการและการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ

#### 7. ความสนใจต่อการบริการ (Interest)

การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุดไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับ บริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น

จะเห็นได้ว่าการให้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าหรือการจัดการแข่งขันฟุตบอลก็ต้องใช้หลักองค์ประกอบของความสำเร็จในการให้บริการ ทั้งในเรื่องของการทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกพึงพอใจ ตอบสนองความคาดหวังของผู้มาใช้บริการได้ มีความสนใจและใส่ใจต่อผู้มาใช้บริการอย่างเท่าเทียมกัน



## 2.5 แนวคิดการสร้างแบรนด์

เนื่องจากโครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium เป็นโครงการใหม่ การสร้างแบรนด์ให้ผู้บริโภครู้จักเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะจะสร้างแรงดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจมาใช้บริการในโครงการของเรา ซึ่งการสร้างแบรนด์มีวิธีการและเครื่องมือต่างๆดังนี้

### 2.5.1 โครงสร้างการสร้างแบรนด์ (ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2547)

#### การสร้างการรับรู้และยอมรับตราสินค้า

การทำให้ผู้บริโภคที่ไม่เคยรู้จักตราสินค้ามาก่อน เกิดการรับรู้และยอมรับตราสินค้า ซึ่งเหมาะกับ โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium เพราะเป็นโครงการใหม่ที่ไม่เคยมีใครรู้จักมาก่อน ในขั้นตอนนี้ต้องมีการเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาดให้เหมาะสม ตามกำลังงบประมาณ และสภาพการแข่งขัน

#### การทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงแบรนด์

คือการทำให้แบรนด์มีตัวตนอยู่ในทุกๆจุดที่ผู้บริโภคอยู่ ซึ่งในปัจจุบันการมีพันธมิตรทางธุรกิจ จะช่วยพัฒนาการสร้างแบรนด์ของโครงการ และช่วยประหยัดงบประมาณด้วย

#### การให้ผู้บริโภครู้สึกว่าได้เชื่อมต่อกับแบรนด์

คือการที่เราทำให้โครงการของเราเป็นส่วนหนึ่งในประสบการณ์ที่ดีของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง จนผู้บริโภครู้สึกไว้วางใจ และเกิดความจงรักภักดีกับโครงการในที่สุด

#### การทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงความแตกต่างของแบรนด์

คือที่สุดของการสร้างแบรนด์ ในการทำให้โครงการของเรามีความแตกต่างอย่างโดดเด่นจากโครงการของผู้อื่น โดยความแตกต่างของโครงการเรานั้นยังเกี่ยวข้องกับตัวตนของผู้บริโภค

### 2.5.2 เครื่องมือในการสร้างแบรนด์ (ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2547)

#### การโฆษณา

การโฆษณาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการนำเสนอรายละเอียดต่างๆของโครงการให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ซึ่งสามารถเห็นผลได้อย่างรวดเร็ว

ในปัจจุบันมีสื่อโฆษณาหลากหลายรูปแบบ การเลือกสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ประกอบการสื่อสารที่ชัดเจนจะทำให้ประหยัดงบประมาณในการโฆษณา และได้รับผลตอบแทนที่ดี

#### การประชาสัมพันธ์

เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่สำคัญ ที่เราจะนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้กับโครงการ การประชาสัมพันธ์จะส่งผลซ้ำแต่ให้ผลลัพธ์ที่มั่นคง

### กิจกรรมส่งเสริมการขาย

เป็นสิ่งที่นำมาใช้เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างแบรนด์ของโครงการไปพร้อมๆกัน โดยกิจกรรมส่งเสริมการขายมี 2 ลักษณะ คือ

1. การส่งเสริมการขายที่เน้นไปที่ผู้บริโภคโดยตรง
2. การส่งเสริมการขายไปยังร้านค้าต่างๆ

โดยผู้วิจัยจะนำการส่งเสริมการขายทั้ง 2 ลักษณะมาประยุกต์ใช้ให้ถูกต้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ต่อไป

### สินค้าหรือบริการทดลอง

การให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าและบริการโดยที่ผู้บริโภคไม่ต้องเสียเงิน เป็นวิธีที่ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคนิยมใช้ เพราะหากผู้บริโภคพอใจ ก็จะทำให้ผู้บริโภคซื้อซ้ำ

### การจัดกิจกรรม

กิจกรรมที่แบรนด์สามารถนำเสนอความเป็นตัวตนของแบรนด์ได้อย่างชัดเจน และเป็นโอกาสที่ดีที่จะได้มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายผ่านทางกิจกรรมต่างๆ

### การตกแต่งหน้าร้าน

เป็นอีกหนึ่งวิธีที่สามารถนำมาใช้บอกตัวตนของโครงการให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ โดยสามารถนำมาใช้ให้สัมพันธ์กับตัวตนที่แท้จริงของโครงการเรา เพื่อย้ำภาพลักษณ์ของโครงการให้โดดเด่นกว่าคู่แข่งในสายตาผู้บริโภค

### 2.5.3 กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2547)

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์นั้นมีอยู่หลายวิธี แต่ผู้วิจัยจะใช้ 2 กลยุทธ์ต่อไปนี้เป็นหลัก

### การสื่อสารการตลาดรวม

เป็นการผสมผสานเครื่องมือทางการสื่อสารมาใช้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่มีความถูกต้องชัดเจนเกี่ยวกับโครงการของเรา โดยการนำเสนอภาพลักษณ์และข่าวสารต่างๆอย่างกลมกลืนและเป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุกๆเครื่องมือที่นำมาใช้

เป้าหมายที่สำคัญของกลยุทธ์นี้คือ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าให้เป็นไปได้ด้วยดี เพื่อสร้างและพัฒนาคุณค่าของแบรนด์

### การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าด้วยวิธีการต่างๆที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยรักษฐานลูกค้าเดิมไว้และหาลูกค้าใหม่เพิ่มเข้ามา ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าจะนำมาซึ่งยอดขายแต่การเติบโตของโครงการ

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แชลล์ม บัญลุ่ม (2550) การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการในการเล่นกีฬา ของนักศึกษาศาสนาบันราชภัฏ โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 800 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีสุ่มแบบกลุ่ม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างโดยใช้ค่าที ผลการวิจัยพบว่า

1. นักศึกษาส่วนใหญ่จะชอบกีฬาประเภททีมและบุคคลมากที่สุด โดยนักศึกษาชายชอบเล่นกีฬาเป็นประจำ แต่นักศึกษาหญิงจะชอบเล่นกีฬาเป็นบางครั้ง ชนิดกีฬาที่นักศึกษาเล่นได้แก่ฟุตบอล วอลเลย์บอล บาสเกตบอล และแบดมินตัน เป็นต้น นักศึกษาส่วนใหญ่จะเล่นกีฬาในสถาบัน โดยใช้อุปกรณ์ส่วนตัวหรือยืมจากภาควิชาพลศึกษามากที่สุด นักศึกษาส่วนใหญ่จึงไม่เสียค่าใช้จ่ายอะไรเลย นักศึกษามักจะเล่นกีฬาในช่วงเย็นโดยใช้เวลาเล่นครั้งละ 1 - 2 ชั่วโมง ในการเดินทางจาก สถานที่พักมาสถานที่เล่นกีฬา นักศึกษาส่วนใหญ่จะใช้วิธีการเดินมากที่สุด โดยใช้เวลาไม่เกิน 15 นาที นักศึกษาจะได้รับข่าวสารทางด้านกีฬาจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด บุคคลที่มีส่วนผลักดันหรือสนับสนุนให้นักศึกษาเล่นกีฬามากที่สุด คือ เพื่อนๆ สำหรับหน่วยงานในสถาบันที่ให้การสนับสนุนกีฬาแก่นักศึกษามากที่สุด คือภาควิชาพลศึกษา

2. สภาพปัญหาในการเล่นกีฬา ด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ของนักศึกษาชายและหญิงอยู่ในระดับน้อย แต่สภาพปัญหาด้านเวลา และกิจกรรมอยู่ในระดับมาก สำหรับสภาพปัญหาด้านอุปกรณ์และสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านวิชาการ จะอยู่ในระดับปานกลาง จากการเปรียบเทียบสภาพปัญหาในการเล่นกีฬาระหว่างนักศึกษาชายกับนักศึกษาหญิง พบว่าสภาพปัญหาในการเล่นกีฬาด้านบุคลากร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับสภาพปัญหาด้านอื่นไม่พบความแตกต่าง

3. ความต้องการในการเล่นกีฬา ด้านร่างกายจิตใจ และสังคม, ด้านอุปกรณ์ และสถานที่, ด้านบุคลากร, ด้านกิจกรรม และด้านวิชาการ ของนักศึกษาชายและหญิงอยู่ในระดับมาก และจากการเปรียบเทียบความต้องการในการเล่นกีฬาระหว่างนักศึกษาหญิงและนักศึกษาชาย พบว่าความต้องการในการเล่นกีฬาด้านกิจกรรม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 สำหรับความต้องการในการเล่นกีฬาด้านอื่นไม่พบความแตกต่าง

ศุภกิจ กิจจนศิริ (2554) การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องต้นทุนและผลตอบแทนของการทำธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุน และผลตอบแทนที่แท้จริงมีค่าเท่ากับร้อยละ 34.05 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 11.50 จึงเป็นโครงการที่มีความเหมาะสมต่อการลงทุน ส่วนผลการศึกษาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม สถานประกอบการ 2 พบว่ามีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 7 เดือน 6 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เมื่อสิ้นสุดโครงการมีค่าเท่ากับ 1,541,267.03 บาท คำนวณจากอัตราคิดลดร้อยละ 11.50 ต่อปี และผลตอบแทนที่แท้จริง

มีค่าเท่ากับร้อยละ 26.96 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 11.50 จึงเป็นโครงการที่มีความเหมาะสมต่อการลงทุน และผลการศึกษาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 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

ซัชวาลย์ ใหม่จันทร์ (2554) การศึกษาครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1.เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 258 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเพื่อออกกำลังกาย โดยมีความถี่มาใช้บริการเดือนละ 1 – 5 ครั้ง และมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมกับกลุ่มเพื่อน/กลุ่มคณะ นิยมมาใช้บริการในวันเสาร์ ช่วงเวลาระหว่าง 18.01– 24.00 น. สำหรับการเดินทางมาใช้บริการสนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียม ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่เกิน 100 บาท มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลไม่เกิน 100 บาท ต่อครั้ง และมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง ทั้งนี้ ผู้มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมส่วนใหญ่ รู้จักสนามฟุตบอลหญ้าเทียมจากคำแนะนำของเพื่อนหรือบุคคลอื่นมากที่สุดและผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมากที่สุด คือกลุ่มเพื่อน ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการให้ความสำคัญในสามลำดับลำดับแรก คือปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับสุดท้าย โดยทั้งสามปัจจัยมีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแต่ละปัจจัยในลำดับหนึ่งดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว ให้บริการ ด้านราคา คือ ราคาค่าบริการ สนามมีความเหมาะสมด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและหารถรับจ้างได้ง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การมีส่วนลดราคาพิเศษ ด้านบุคลากร คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพในการให้บริการ

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “การจัดตั้งสนามฟุตบอลให้เข้า Spiderball Stadium” โดยสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและความต้องการของผู้เล่นกีฬาฟุตบอลเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีรวบรวมข้อมูลชั้นทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interview Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนของกระบวนการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

##### 3.1.1 กลุ่มผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

- กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจให้เข้าสนามฟุตบอล
- กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจัดการแข่งขันฟุตบอล

##### 3.1.2 กลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

- กลุ่มประชากรที่ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า
- กลุ่มประชากรที่เล่นกีฬาฟุตบอล
- กลุ่มประชากรผู้ชายอายุตั้งแต่ 18-45 ปี

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นกลุ่มผู้ชายที่นิยมออกกำลังกายด้วยการเล่นฟุตบอล ที่มีอายุระหว่าง 18-50ปี เนื่องจากเป็นวัยที่มีความพร้อมสำหรับการมาออกกำลังกายนอกบ้านได้โดยเลือกประชากรจำนวน 5 เขตจากจำนวน 50 เขตในกรุงเทพมหานคร (สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร, 2555 อินเทอร์เน็ต) มีดังต่อไปนี้

เขตบางบอน

เขตบางขุนเทียน

เขตบางแค

เขตดาวคะนอง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-End Question) และคำถามปลายเปิด (Open Question) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายที่นิยมออกกำลังกายโดยการเล่นฟุตบอล โดยแบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้า ได้แบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
2. การสำรวจทัศนคติ แนวคิดทางการดำเนินธุรกิจและการจัดการด้านการตลาด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการจัดตั้งสนามฟุตบอล SPIDERBALL STADIUM ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
2. คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับการเล่นฟุตบอลในสนามที่ให้เข้า
3. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า
4. คำถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. กำหนดเนื้อหาในแบบสอบถามที่เหมาะสมต่อการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปดำเนินการจัดตั้งโครงการสนามฟุตบอล SPIDERBALL STADIUM โดยแบ่งข้อมูลออกมา ดังนี้

สามารถนำไปดำเนินการจัดตั้งโครงการสนามฟุตบอล SPIDERBALL STADIUM โดยแบ่งข้อมูลออกมา ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้รู้พื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิจัย
- 2.2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง
- 2.3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง
- 2.4 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าของกลุ่มตัวอย่าง

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นด้วยวิธีการ นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม เพื่อนำคำแนะนำไปปรับปรุงให้สมบูรณ์ แล้วใช้ทดสอบกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คนเพื่อนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ และมีผู้ช่วยอีกจำนวน 2 คน ทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ของกลุ่มเป้าหมาย โดยชี้แจงรายละเอียดข้อมูลงานวิจัยก่อนเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.3.1 ชี้แจงรายละเอียดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจเกี่ยวกับโครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium ให้กลุ่มตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถาม

3.3.2 ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ 1 และแจกแบบสอบถามสำหรับกลุ่มที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ตัวอย่างที่ 2 ตามสถานที่ของกลุ่มเป้าหมาย

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้นำผลการสัมภาษณ์ที่ได้มาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และจากแบบสอบถามนำคะแนนโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และหาค่าเฉลี่ยตามตัวแปรต่างๆจากนั้นนำผลที่ได้มาแปรผลและสรุปนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อออกแบบแนวทางดำเนินงานสำหรับโครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium ต่อไป



## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 4.1 ข้อมูลทางการตลาด

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการตลาดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและแนวโน้มของธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช้า เพื่อนำข้อมูลมาประกอบใช้ในการจัดทำแผนธุรกิจ โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกมา 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2. ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นฟุตบอลในสนามฟุตบอลให้เช้า
- ส่วนที่ 3. ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช้า
- ส่วนที่ 4. ข้อมูลทัศนคติเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

| 1. อายุ  | จำนวน | ร้อยละ |
|----------|-------|--------|
| 18-24 ปี | 122   | 30.50  |
| 25-31 ปี | 169   | 42.25  |
| 32-38 ปี | 65    | 16.25  |
| 39-45 ปี | 44    | 11     |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุ 25-31ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 ลำดับรองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 18-24 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 อายุ 32-38 ปี มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และลำดับสุดท้าย 39-45 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

| 2.ระดับการศึกษา                     | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-------|--------|
| ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น               | 22    | 5.5    |
| ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 130   | 32.5   |
| ระดับปริญญาตรี                      | 239   | 59.75  |
| ระดับปริญญาโท                       | 9     | 2.25   |
| ระดับปริญญาเอก                      | 0     | 0      |
| อื่นๆ โปรดระบุ                      | 0     | 0      |

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างจำนวน ตัวอย่าง พบว่า อยู่ในระดับการศึกษา ในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 รองลงมาได้แก่ ระดับ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และระดับระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และลำดับสุดท้ายระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

| 3.อาชีพ            | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| นักเรียน/นักศึกษา  | 134   | 33.5   |
| รับจ้างทั่วไป      | 30    | 7.5    |
| ธุรกิจส่วนตัว      | 10    | 2.5    |
| ข้าราชการ          | 52    | 13     |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 141   | 35.25  |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 33    | 8.25   |
| อื่นๆ โปรดระบุ     | 0     | 0      |

จากตารางที่ 4.3 ผู้วิจัยได้จำแนกอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งได้เป็น 7 กลุ่ม กลุ่มนักเรียน/ นักศึกษา รับจ้างทั่วไป ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 141

คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมาคือ กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 กลุ่มอาชีพข้าราชการ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 กลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ กลุ่มน้อยที่สุดคือกลุ่มธุรกิจส่วนตัว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

| 4.รายได้ต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|-------|--------|
| 5001-10000 บาท   | 18    | 4.5    |
| 10001-15000 บาท  | 34    | 8.5    |
| 15001-20000 บาท  | 100   | 25     |
| 20001-25000 บาท  | 133   | 33.25  |
| 25001-30000 บาท  | 98    | 24.5   |
| 30000 บาทขึ้นไป  | 17    | 4.25   |

จากตารางที่ 4.4 ผู้วิจัยได้จำแนกรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 6 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีรายได้ 20001-25000 จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมา กลุ่มที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมา กลุ่มที่มีรายได้ 10,001- 15,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และ ลำดับสุดท้าย คือ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นฟุตบอลในสนามฟุตบอลให้เช่า

ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตาม การเคยมาใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

| 5.ท่านเคยใช้บริการสนามฟุตบอลหรือไม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-------|--------|
| เคย                                 | 314   | 78.5   |
| ไม่เคย                              | 86    | 21.5   |

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 เคยใช้บริการสนามฟุตบอล และกลุ่มตัวอย่างไม่เคยใช้บริการสนามฟุตบอล เป็นจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามประเภทของสนามฟุตบอลที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ

| 6. ประเภทของสนามฟุตบอลที่ท่านใช้บริการเป็นประจำ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------------------|-------|--------|
| สนามฟุตบอล                                      | 212   | 67.52  |
| สนามฟุตซอล                                      | 56    | 17.83  |
| ใช้บริการทั้งสองประเภท                          | 46    | 14.65  |

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสนามฟุตบอล จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 67.52 และรองลงมาใช้สนามฟุตซอลจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.83 และลำดับสุดท้ายใช้บริการทั้งสองประเภท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.65

ตารางที่ 4.7: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

| 7. จำนวนครั้งที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าต่อสัปดาห์ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 1 ครั้ง                                       | 11    | 10.78  |
| 1-2 ครั้ง                                              | 80    | 78.44  |
| 3-4 ครั้ง                                              | 9     | 8.82   |
| 5-7 ครั้ง                                              | 2     | 1.96   |

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าต่อสัปดาห์ เป็นจำนวน 1-2 ครั้ง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 78.44 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.78 ใช้บริการจำนวน 3-4 ครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82 จำนวน 3-4 ครั้ง และลำดับสุดท้าย ใช้บริการจำนวน 5-7 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.96

ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนผู้เล่นที่มาเล่นเป็นประจำของทีมฟุตบอล

| 8. จำนวนผู้เล่นที่มาเล่นประจำของทีมฟุตบอลท่านมีประมาณกี่คน | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------------------------------|-------|--------|
| 5-7 คน                                                     | 36    | 35.29  |
| 8-11 คน                                                    | 39    | 38.24  |
| 11-13 คน                                                   | 20    | 19.61  |
| 13-15 คน                                                   | 7     | 6.86   |
| มากกว่า 15 คนขึ้นไป                                        | 0     | 0      |

จากตารางที่ 4.8 จะพบว่า ส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนผู้เล่นที่มาเล่นประจำของทีมฟุตบอล จำนวนผู้เล่น 8-11 คน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 38.24 รองลงมา จำนวนผู้เล่น 5-7 คน

จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 จำนวนผู้เล่น 11-13 คน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 19.61  
จำนวนผู้เล่น 13-15 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.86

ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ  
เล่นฟุตซอลต่อครั้ง

| 9.ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการเล่นฟุตซอลต่อครั้ง | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------|-------|--------|
| 1-60 นาที                                   | 42    | 41.18  |
| 61-120 นาที                                 | 48    | 47.06  |
| 121-180 นาที                                | 12    | 11.76  |
| มากกว่า 180 นาที                            | 0     | 0      |

จากตารางที่ 4.9 จะพบว่า ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ในการเล่นฟุตซอลต่อครั้ง คือ  
ใช้เวลาในการเล่น 61-120 นาที จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 47.06 ใช้เวลาในการเล่น 1-60 นาที  
จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 41.18 ใช้เวลาในการเล่น 121-180 นาที จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อย  
ละ 11.76

ตารางที่ 4.10: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการสนามฟุต  
ซอลให้เช่าต่อครั้ง

| 10. ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการสนามฟุตซอลให้เช่า<br>ต่อครั้ง | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------------------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 100 บาท                                            | 34    | 33.33  |
| 101-150 บาท                                                 | 45    | 44.12  |
| 151-200 บาท                                                 | 13    | 12.75  |
| 201-250 บาท                                                 | 10    | 9.80   |
| 251-300 บาท                                                 | 0     | 0      |
| 300 บาทขึ้นไป                                               | 0     | 0      |

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่า ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เขาต่อครั้ง คือ มีค่าใช้จ่าย 101-150 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 44.12 จำนวน รองลงมา มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีค่าใช้จ่าย 151-200 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ลำดับสุดท้าย มีค่าใช้จ่าย 201-250 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80

ตารางที่ 4.11: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามช่วงเวลาของกลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เขาเป็นประจำ

| 11. ช่วงเวลาที่ท่านมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เขาเป็นประจำ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------------|-------|--------|
| ก่อน 15.00 น.                                           | 14    | 13.73  |
| 15.01 – 17.00 น.                                        | 21    | 20.48  |
| 17.01 - 19.00 น.                                        | 41    | 40.20  |
| 19.01 – 21.00 น.                                        | 14    | 13.73  |
| หลัง 21.00 น. เป็นต้นไป                                 | 12    | 11.76  |

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เขาเป็นประจำในช่วงเวลา 17.01 - 19.00 น. จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 ลำดับรองลงมา ได้แก่ช่วงเวลา 15.01 – 17.00 น. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.48 ช่วงเวลา ก่อน 15.00 น. และช่วงเวลา 19.01 – 21.00 น. มีจำนวน 14 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.73 ลำดับสุดท้าย ช่วงเวลา หลัง 21.00 น. จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76

ตารางที่ 4.12: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามประเภทของฟุตบอลที่กลุ่มตัวอย่างเล่นเป็นประจำ

| 12.ประเภทของฟุตบอลที่ท่านเล่นเป็นประจำ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------|-------|--------|
| ฟุตบอล 7 คน                            | 174   | 67.44  |
| ฟุตบอล 9 คน                            | 25    | 9.69   |
| ฟุตบอล 11 คน                           | 59    | 22.87  |

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่า ประเภทของฟุตบอลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการ สนามฟุตบอล คือ ประเภทฟุตบอล 7 คน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 67.44 รองลงมา ประเภทของฟุตบอล 11 คน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 22.87 และลำดับสุดท้าย ประเภทของฟุตบอล 9 คน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.69

ตารางที่ 4.13: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการ สนามฟุตบอลให้เข้าต่อสัปดาห์

| 13. จำนวนครั้งที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าต่อสัปดาห์ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 1 ครั้ง                                        | 13    | 5.04   |
| 1-2 ครั้ง                                               | 172   | 66.67  |
| 3-4 ครั้ง                                               | 43    | 16.67  |
| 5-7 ครั้ง                                               | 30    | 11.62  |

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่า จำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าต่อสัปดาห์ คือ จำนวน 1-2 ครั้ง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา จำนวน 3-4 ครั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 จำนวน 5-7 ครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 11.62 และลำดับสุดท้าย จำนวนน้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.04

ตารางที่ 4.14: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามจำนวนผู้เล่นที่มาเล่นประจำของทีมฟุตบอล

| 14. จำนวนผู้เล่นที่มาเล่นประจำของทีมฟุตบอลท่านมีประมาณกี่คน | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------------------------------|-------|--------|
| 5-7 คน                                                      | 20    | 7.75   |
| 8-11 คน                                                     | 46    | 17.83  |
| 11-13 คน                                                    | 112   | 43.41  |
| 13-15 คน                                                    | 32    | 12.40  |
| มากกว่า 15 คนขึ้นไป                                         | 48    | 18.61  |

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่า จำนวนผู้เล่นที่มาเล่นประจำของทีมฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนผู้เล่นของทีมฟุตบอล ประมาณ 11-13 จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 43.41 รองลงมา มากกว่า 15 คนขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 18.61 ประมาณ 8-11 จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 17.83 ประมาณ 13-15 คน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40 และ ตามลำดับสุดท้าย ประมาณ 5-7 คน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75

ตารางที่ 4.15: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเล่นฟุตบอลต่อครั้ง

| 15. ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเล่นฟุตบอลต่อครั้ง | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------------------------|-------|--------|
| 1-60 นาที                                              | 53    | 20.54  |
| 61-120 นาที                                            | 174   | 67.44  |
| 121-180 นาที                                           | 31    | 12.02  |
| มากกว่า 180 นาที                                       | 0     | 0      |

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ในการเล่นฟุตบอลต่อครั้ง คือ 61-120 นาที จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 67.44 รองลงมาใช้เวลาในการเล่น 1-60 นาที จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 20.54 ลำดับสุดท้าย 121-180 นาที จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.02

ตารางที่ 4.16: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าต่อครั้ง

| 16. ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าต่อครั้ง | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 100 บาท                                        | 3     | 1.16   |
| 101-150 บาท                                             | 73    | 28.30  |
| 151-200 บาท                                             | 82    | 31.78  |

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.16 (ต่อ): แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการ  
สนามฟุตบอลให้เข้าต่อครั้ง

| 16. ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า<br>ต่อครั้ง | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------------------------------|-------|--------|
| 201-250 บาท                                                 | 59    | 22.87  |
| 251-300 บาท                                                 | 37    | 14.34  |
| 300 บาทขึ้นไป                                               | 4     | 1.55   |

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่า ค่าใช้จ่ายที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าต่อครั้งมากที่สุด คือ 151-200 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 31.78 รองลงมา 101-150 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 201-250 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 22.87 251-300 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.34 300 บาทขึ้นไป จำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 1.55 ลำดับสุดท้าย น้อยกว่า 100 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.16

ตารางที่ 4.17: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามช่วงเวลาของกลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการ  
สนามฟุตบอลให้เข้าเป็นประจำ

| 17. ช่วงเวลาที่ท่านมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า<br>เป็นประจำ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------------------------------|-------|--------|
| ก่อน 15.00 น.                                                | 7     | 2.71   |
| 15.01 – 17.00 น.                                             | 21    | 8.14   |
| 17.01 - 19.00 น.                                             | 61    | 23.64  |
| 19.01 – 21.00 น.                                             | 121   | 46.90  |
| หลัง 21.00 น.เป็นต้นไป                                       | 48    | 18.61  |

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่า ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าเป็นประจำมากที่สุด คือช่วงเวลา 19.01-21.00 น. จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 46.90 รองลงมา ช่วงเวลา 17.01 – 19.00 น. จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 23.64 ช่วงเวลาหลัง 21.00 น.เป็นต้นไป

จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 18.61 ช่วงเวลา 15.01 – 17.00 น. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.14 ลำดับสุดท้าย ช่วงเวลาก่อน 15.00 น. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.71

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า

ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า

| ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า | ระดับความสำคัญ |       |         |       |            |     | ค่าเฉลี่ย | แปลผล     |
|-------------------------------------------------------------|----------------|-------|---------|-------|------------|-----|-----------|-----------|
|                                                             | มากที่สุด      | มาก   | ปานกลาง | น้อย  | น้อยที่สุด | รวม |           |           |
| 18. คุณภาพของหญ้าหรือพื้นที่ใช้ปูสนาม                       | 303            | 11    | 0       | 0     | 0          | 314 | 4.96      | มากที่สุด |
| จำนวนร้อยละ (%)                                             | 96.50          | 3.50  | 0       | 0     | 0          | 100 |           |           |
| 19. ความสว่างไฟสนาม                                         | 212            | 79    | 23      | 0     | 0          | 314 | 4.60      | มากที่สุด |
| จำนวนร้อยละ (%)                                             | 67.52          | 25.16 | 7.32    | 0     | 0          | 100 |           |           |
| 20. ขนาดของสนาม                                             | 124            | 113   | 43      | 34    | 0          | 314 | 4.04      | มาก       |
| จำนวนร้อยละ (%)                                             | 39.50          | 35.99 | 13.69   | 10.82 | 0          | 100 |           |           |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการ  
ตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า

| ปัจจัยที่ส่งผลต่อ<br>การตัดสินใจใน<br>การใช้บริการ<br>สนามฟุตบอลให้<br>เช่า | ระดับความสำคัญ |       |             |       |                |     |           |               |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|-------------|-------|----------------|-----|-----------|---------------|
|                                                                             | มาก<br>ที่สุด  | มาก   | ปาน<br>กลาง | น้อย  | น้อย<br>ที่สุด | รวม | ค่าเฉลี่ย | แปลผล         |
| 21. มีหลักฐาน<br>สามารถกันแดด<br>กันฝนได้                                   | 52             | 83    | 157         | 22    | 0              | 314 | 3.53      | มาก           |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 16.56          | 26.43 | 50.00       | 7.01  | 0              | 100 |           |               |
| 22. คุณภาพของ<br>ลูกฟุตบอล                                                  | 102            | 175   | 37          | 0     | 0              | 314 | 4.40      | มาก<br>ที่สุด |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 32.48          | 55.73 | 11.79       | 0     | 0              | 100 |           |               |
| 23. มีซุ้มหรืออ้อม<br>จรรยาให้นั่งภายใน<br>สนาม                             | 35             | 53    | 121         | 71    | 34             | 314 | 2.95      | ปาน<br>กลาง   |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 11.15          | 16.88 | 38.54       | 22.61 | 10.82          | 100 |           |               |
| 24. มีสกอร์บอร์ด<br>และนาฬิกาจับ<br>เวลาภายในสนาม                           | 252            | 51    | 11          | 0     | 0              | 314 | 4.78      | มาก<br>ที่สุด |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 80.26          | 16.24 | 3.50        | 0     | 0              | 100 |           |               |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการ  
ตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า

| ปัจจัยที่ส่งผลต่อ<br>การตัดสินใจใน<br>การใช้บริการ<br>สนามฟุตบอลให้<br>เช่า | ระดับความสำคัญ |       |             |       |                |     |           |               |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|-------------|-------|----------------|-----|-----------|---------------|
|                                                                             | มาก<br>ที่สุด  | มาก   | ปาน<br>กลาง | น้อย  | น้อย<br>ที่สุด | รวม | ค่าเฉลี่ย | แปลผล         |
| 25. ค่าใช้จ่ายใน<br>การใช้บริการ<br>สนามฟุตบอลให้<br>เช่า                   | 223            | 50    | 22          | 14    | 5              | 314 | 4.50      | มาก<br>ที่สุด |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 71.02          | 15.92 | 7.01        | 4.46  | 1.59           | 100 |           |               |
| 26.ราคาอาหาร<br>และเครื่องดื่ม<br>ภายในสนาม                                 | 39             | 51    | 171         | 44    | 9              | 314 | 3.21      | ปาน<br>กลาง   |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 12.42          | 16.24 | 54.46       | 14.01 | 2.87           | 100 |           |               |
| 27. มีโปรโมชั่น<br>ต่างๆ ของสนาม                                            | 9              | 59    | 121         | 103   | 22             | 314 | 2.78      | ปาน<br>กลาง   |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 2.87           | 18.79 | 38.53       | 32.80 | 7.01           | 100 |           |               |
| 28.สามารถ<br>โทรศัพท์จอง<br>สนามล่วงหน้าได้                                 | 103            | 167   | 41          | 3     | 0              | 314 | 4.18      | มาก           |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 32.80          | 53.18 | 13.06       | 0.96  | 0              | 100 |           |               |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการ  
ตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า

| ปัจจัยที่ส่งผลต่อ<br>การตัดสินใจใน<br>การใช้บริการ<br>สนามฟุตบอลให้<br>เช่า | ระดับความสำคัญ |       |             |       |                |     |           |               |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|-------------|-------|----------------|-----|-----------|---------------|
|                                                                             | มาก<br>ที่สุด  | มาก   | ปาน<br>กลาง | น้อย  | น้อย<br>ที่สุด | รวม | ค่าเฉลี่ย | แปลผล         |
| 29. สิทธิพิเศษ<br>สำหรับสมาชิก                                              | 52             | 81    | 108         | 66    | 7              | 314 | 3.33      | ปาน<br>กลาง   |
| <b>จำนวนร้อยละ<br/>(%)</b>                                                  | 16.56          | 25.80 | 34.39       | 21.02 | 2.23           | 100 |           |               |
| 30. มีการจัด<br>แข่งขันระหว่าง<br>ทีมในสนาม                                 | 54             | 97    | 113         | 25    | 25             | 314 | 3.14      | ปาน<br>กลาง   |
| <b>จำนวนร้อยละ<br/>(%)</b>                                                  | 17.20          | 30.89 | 35.99       | 7.96  | 7.96           | 100 |           |               |
| 31. พนักงานมี<br>อัธยาศัยดี มีไมตรี<br>จิตให้บริการ                         | 169            | 101   | 34          | 10    | 0              | 314 | 4.37      | มาก<br>ที่สุด |
| <b>จำนวนร้อยละ<br/>(%)</b>                                                  | 53.82          | 32.18 | 10.82       | 3.18  | 0              | 100 |           |               |
| 32. มีที่จอดรถ<br>จำนวนมาก                                                  | 222            | 81    | 11          | 0     | 0              | 314 | 4.67      | มาก<br>ที่สุด |
| <b>จำนวนร้อยละ<br/>(%)</b>                                                  | 70.70          | 25.80 | 3.50        | 0     | 0              | 100 |           |               |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ  
 ตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า

| ปัจจัยที่ส่งผลต่อ<br>การตัดสินใจใน<br>การใช้บริการ<br>สนามฟุตบอลให้<br>เช่า | ระดับความสำคัญ |       |             |       |                |     |           |             |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|-------------|-------|----------------|-----|-----------|-------------|
|                                                                             | มาก<br>ที่สุด  | มาก   | ปาน<br>กลาง | น้อย  | น้อย<br>ที่สุด | รวม | ค่าเฉลี่ย | แปลผล       |
| 33. สถานที่ตั้งอยู่<br>ในที่ซึ่งเกตง่าย<br>เดินทางสะดวก                     | 68             | 73    | 96          | 64    | 13             | 314 | 3.38      | ปาน<br>กลาง |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 21.66          | 23.25 | 30.57       | 20.38 | 4.14           | 100 |           |             |
| 34. มีห้องรับรอง<br>สำหรับนั่งรอ                                            | 71             | 97    | 76          | 47    | 23             | 314 | 3.46      | ปาน<br>กลาง |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 22.61          | 30.89 | 24.20       | 14.97 | 7.33           | 100 |           |             |
| 35. มีร้านอาหาร<br>ภายในบริเวณ<br>สนาม                                      | 31             | 19    | 158         | 106   | 0              | 314 | 2.92      | ปาน<br>กลาง |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 9.87           | 6.05  | 50.32       | 33.76 | 0              | 100 |           |             |
| 36. มีร้าน<br>จำหน่ายอุปกรณ์<br>กีฬาฟุตบอล                                  | 0              | 0     | 101         | 161   | 52             | 314 | 2.16      | น้อย        |
| จำนวนร้อยละ<br>(%)                                                          | 0              | 0     | 32.17       | 51.27 | 16.65          | 100 |           |             |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า

| ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า | ระดับความสำคัญ |       |         |      |            |     |           |           |
|-------------------------------------------------------------|----------------|-------|---------|------|------------|-----|-----------|-----------|
|                                                             | มากที่สุด      | มาก   | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | รวม | ค่าเฉลี่ย | แปลผล     |
| 37. มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำสะอาด                             | 207            | 97    | 10      | 0    | 0          | 314 | 4.63      | มากที่สุด |
| จำนวนร้อยละ (%)                                             | 65.93          | 30.89 | 3.18    | 0    | 0          | 100 |           |           |

จากตารางที่ 4.18 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้  
คุณภาพของหญ้าหรือพื้นที่ใช้ปูสนาม มีความสำคัญมากที่สุด จำนวน 303 คน มีความสำคัญมาก 118 คน แปรค่าได้มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.96

ความสว่างไฟสนาม มีความสำคัญมากที่สุด 212 คน มีความสำคัญมาก 79 คน มีความสำคัญปานกลาง 23 คน แปรค่าได้มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60

ขนาดของสนาม มีความสำคัญมากที่สุด 124 คน มีความสำคัญมาก 113 คน มีความสำคัญปานกลาง 43 คน มีความสำคัญน้อย 34 คน แปรค่าได้ว่ามาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

มีหลังคาสามารถกันแดดกันฝนได้ มีความสำคัญมากที่สุด 52 คน มีความสำคัญมาก 83 คน มีความสำคัญปานกลาง 157 คน มีความสำคัญน้อย 22 คน แปรค่าได้ว่ามาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

คุณภาพของลูกฟุตบอล มีความสำคัญมากที่สุด 102 คน มีความสำคัญมาก 175 คน มีความสำคัญปานกลาง 37 คน แปรค่าได้ว่ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

มีซุ้มหรืออัมพรรย์ให้นั่งภายในสนาม มีความสำคัญมากที่สุด 35 คน มีความสำคัญมาก 53 คน มีความสำคัญปานกลาง 121 คน มีความสำคัญน้อย 71 คน มีความสำคัญน้อยที่สุด 34 คน แปรค่าได้ว่าปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

มีสกอร์บอร์ดและนาฬิกาจับเวลาภายในสนาม มีความสำคัญมากที่สุด 252 คน มีความสำคัญมาก 51 คน มีความสำคัญปานกลาง 11 คน แปรค่าได้ว่ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า มีความสำคัญมากที่สุด 223 คน มีความสำคัญมาก 50 คน มีความสำคัญปานกลาง 22 คน มีความสำคัญน้อย 14 คน มีความสำคัญน้อยที่สุด 5 คน แปรค่าได้ว่ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

ราคาอาหารและเครื่องดื่มภายในสนาม มีความสำคัญมากที่สุด 39 คน มีความสำคัญมาก 51 คน มีความสำคัญปานกลาง 171 คน มีความสำคัญน้อย 44 คน มีความสำคัญน้อยที่สุด 9 คน แปรค่าได้ว่าปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

มีโปรแกรมต่างๆของสนาม มีความสำคัญมากที่สุด 9 คน มีความสำคัญมาก 59 คน มีความสำคัญปานกลาง 121 คน มีความสำคัญน้อย 103 คน มีความสำคัญน้อยที่สุด 22 คน แปรค่าได้ว่าปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78

สามารถโทรศัพท์จองสนามล่วงหน้าได้ มีความสำคัญมากที่สุด 103 คน มีความสำคัญมาก 167 คน มีความสำคัญปานกลาง 41 คน มีความสำคัญน้อย 3 คน แปรค่าได้ว่ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีความสำคัญมากที่สุด 52 คน มีความสำคัญมาก 81 คน มีความสำคัญปานกลาง 108 คน มีความสำคัญน้อย 66 คน มีความสำคัญน้อยที่สุด 7 คน แปรค่าได้ว่าปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

มีการจัดแข่งขันระหว่างทีมในสนาม มีความสำคัญมากที่สุด 54 คน มีความสำคัญมาก 81 คน มีความสำคัญปานกลาง 113 คน มีความสำคัญน้อย 25 คน มีความสำคัญน้อยที่สุด 25 คน แปรค่าได้ว่าปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

พนักงานมีอัธยาศัยดี มีไมตรีจิตให้บริการ มีความสำคัญมากที่สุด 169 คน มีความสำคัญมาก 101 คน มีความสำคัญปานกลาง 34 คน มีความสำคัญน้อย 10 คน แปรค่าได้ว่ามากที่สุดมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

มีที่จอดรถจำนวนมาก มีความสำคัญมากที่สุด 222 คน มีความสำคัญมาก 81 คน มีความสำคัญปานกลาง 11 คน แปรค่าได้ว่ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67

สถานที่ตั้งอยู่ในที่สังเกตง่ายเดินทางสะดวก มีความสำคัญมากที่สุด 68 คน มีความสำคัญมาก 73 คน มีความสำคัญปานกลาง 96 คน มีความสำคัญน้อย 64 คน มีความสำคัญน้อยที่สุด 13 คน แปรค่าได้ว่าปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

มีห้องรับรอง สำหรับนั่งรอ มีความสำคัญมากที่สุด 71 คน มีความสำคัญมาก 97 คน มีความสำคัญปานกลาง 76 คน มีความสำคัญน้อย 47 คน มีความสำคัญน้อยที่สุด 23 คน แปรค่าได้ว่าปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46



มีร้านอาหารภายในบริเวณสนาม มีความสำคัญมากที่สุด 31 คน มีความสำคัญมาก 19 คน มีความสำคัญปานกลาง 158 คน มีความสำคัญน้อย 106 คน แปลค่าได้ว่าปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92

มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาฟุตบอล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีความสำคัญปานกลาง 101 คน มีความสำคัญน้อย 161 คน มีความสำคัญน้อยที่สุด 52 คน แปลค่าได้น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16

มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำสะอาด มีความสำคัญมากที่สุด 207 คน มีความสำคัญมาก 97 คน มีความสำคัญปานกลาง 10 คน แปลค่าได้ว่ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลทัศนคติเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล

ตารางที่ 4.19: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติในการส่งทีมเข้าร่วมแข่งขันฟุตบอล

| 38. หากทางสนามมีจัดการแข่งขันฟุตบอล ท่านสนใจที่จะส่งทีมเข้าร่วมแข่งหรือไม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| ส่ง                                                                        | 173   | 67.05  |
| ไม่ส่ง                                                                     | 85    | 32.95  |

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หากทางสนามมีจัดการแข่งขันฟุตบอล สนใจที่จะส่งทีมเข้าร่วมแข่ง มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 67.05 และไม่ส่งเข้าร่วมเป็นจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 32.95

ตารางที่ 4.20: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติในระบบแข่งขันฟุตบอล

| 39. ท่านคิดว่าทางสนามควรจัดการแข่งขันฟุตบอลในระบบใด | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------------|-------|--------|
| ระบบแพ้คัดออก                                       | 72    | 27.90  |
| ระบบแบบพบกันหมด                                     | 186   | 72.10  |

จากตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าทางสนามควรจะจัดการแข่งขัน ฟุตซอลในระบบแบบพบกันหมด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 72.10 และระบบแพ้คัดออก จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90

ตารางที่ 4.21: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติต่อราคาสมัครในการแข่งขัน ฟุตซอล

| 40. ท่านคิดว่าการสมัครเข้าแข่งขันฟุตซอลควรค่าสมัครเท่าไรต่อทีม | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------------------|-------|--------|
| 1,001 – 1,500 บาท                                              | 158   | 61.24  |
| 1,500 – 2,000 บาท                                              | 61    | 23.64  |
| 2,001 – 2,500 บาท                                              | 39    | 15.12  |
| 2,500 – 3,000 บาท                                              | 0     | 0      |

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คิดว่าการสมัครเข้าแข่งขันฟุตซอลต่อทีม ควรอยู่ในช่วงราคา 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 61.24 รองลงมา ราคา 1,500 – 2,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 23.64 ลำดับสุดท้าย ราคา 2,001 – 2,500 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.12

ตารางที่ 4.22: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติต่อความสนใจที่จะส่งทีมเข้าร่วมแข่งขันฟุตบอล

| 41. หากทางสนามมีจัดการแข่งขันฟุตบอล ท่านสนใจที่จะส่งทีมเข้าร่วมแข่งหรือไม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| ส่ง                                                                        | 204   | 64.97  |
| ไม่ส่ง                                                                     | 110   | 35.03  |

จากตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าหากทางสนามมีจัดการแข่งขันฟุตบอล สนใจที่จะส่งทีมเข้าร่วมแข่ง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 64.97 และไม่สนใจเข้าร่วมการแข่งขัน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 35.03

ตารางที่ 4.23: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติหากทางสนามมีการจัดการแข่งขันฟุตบอล ท่านจะเข้าร่วมการแข่งขันในฟุตบอลประเภทใด

| 42. หากทางสนามมีการจัดการแข่งขันฟุตบอล ท่านจะเข้าร่วมการแข่งขันในฟุตบอลประเภทใด | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| ฟุตบอล 7 คน                                                                     | 222   | 70.70  |
| ฟุตบอล 9 คน                                                                     | 37    | 11.78  |
| ฟุตบอล 11 คน                                                                    | 55    | 17.52  |

จากตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หากทางสนามมีการจัดการแข่งขันฟุตบอล 7 คน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 70.70 รองลงมาสนใจที่จะส่งทีมเข้าร่วมแข่งขันฟุตบอล 11 คน มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 17.52 และลำดับสุดท้าย สนใจที่จะส่งทีมเข้าร่วมแข่งขันฟุตบอล 9 คนจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.78

ตารางที่ 4.24: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติในระบบแข่งขันฟุตบอล

| 43. ท่านคิดว่าทางสนามควรจัดการแข่งขันฟุตบอลในระบบใด | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------------|-------|--------|
| ระบบแพ้คัดออก                                       | 82    | 26.11  |
| ระบบแบบพบกันหมด                                     | 232   | 73.89  |

จากตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าทางสนามควรจัดการแข่งขันฟุตบอลในระบบพบกันหมด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 73.89 และระบบแบบแพ้คัดออกจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 26.11

ตารางที่ 4.25: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามทัศนคติต่อราคาสมัครในการแข่งขันฟุตบอล

| 44. ท่านคิดว่าการสมัครเข้าแข่งขันฟุตบอลควรค่าสมัครเท่าไรต่อทีม | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------------------|-------|--------|
| 1,001 – 1,500 บาท                                              | 96    | 30.57  |
| 1,500 – 2,000 บาท                                              | 123   | 39.17  |
| 2,001 – 2,500 บาท                                              | 74    | 23.57  |
| 2,500 – 3,000 บาท                                              | 21    | 6.69   |

จากตารางที่ 4.25 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คิดว่าการสมัครเข้าแข่งขันฟุตบอลต่อทีม ควรอยู่ในช่วงราคา 1,500 – 2,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 39.17 รองลงมา ราคา 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 30.57 ราคา 2,001 – 2,500 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 23.57 และลำดับสุดท้าย ราคา 2,500 – 3,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.69

#### 4.2 สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการสนามฟุตบอลให้เช่า

การวิจัยครั้งนี้ผู้จัดทำได้ใช้การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการสนามฟุตบอลให้เช่าจำนวน 2 สนาม คือ

1. สนาม CK STADIUM
2. สนาม ดวงทอง

##### บทสรุปการสัมภาษณ์

สนาม CK STADIUM

1. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

เจ้าของกิจการเคยเป็นนักฟุตบอลในการแข่งขันระดับฟุตบอลนักเรียนมาก่อน และมีความชื่นชอบในกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างมาก จึงมีความสนใจที่จะประกอบธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า จึงได้รวบรวมกำลังทรัพย์สร้างสนามขึ้นเป็นที่แรกชื่อสนามไทยเตะ ต่อมาได้หมดสัญญาเช่าลงจึงได้ลงทุนสร้างสนามขึ้นมาใหม่ ณ ที่ตั้งปัจจุบัน ถนน บางบอน 5 ใช้ชื่อใหม่ว่า CK STADIUM

## 2. กลุ่มลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการเริ่มต้นเลือกกลุ่มลูกค้าจากลูกค้าที่มีที่อยู่และที่ทำงานอยู่ใกล้สนาม เป็นลูกค้าที่กำลังจ่ายอยู่ในระดับล่างถึงปานกลาง ต่อมาได้มีการประชาสัมพันธ์และมีการจัดการแข่งขันฟุตบอล ทำให้มีนักเรียน นักศึกษามาใช้บริการมากขึ้น

## 3. จุดเด่นและข้อแตกต่างจากคู่แข่ง

3.1 เป็นเจ้าแรกที่จัดการแข่งขันฟุตบอลทั้งแบบ 9 คน และ 7 คน มีประสบการณ์การจัดการแข่งขันฟุตบอลมากกว่า 10 ปี

3.2 เป็นเจ้าแรกที่นำเอาการพากษ์ฟุตบอลมาใช้ในการจัดการแข่งขัน

## 4. อุปสรรคและวิธีแก้ไข

4.1 เป็นเจ้าใหม่ในตลาดในช่วงแรกมีลูกค้าจำนวนไม่มาก

4.2 มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆเกิดขึ้นตลอดเวลา

4.3 มีการทะเลาะวิวาทกันเวลาจัดแข่งฟุตบอล

วิธีแก้ไขปัญหา

1. มีการทำประชาสัมพันธ์ฝ่ายแผ่นป้าย ใบปลิว ไปยังท้องที่ชุมชน และการทำโฆษณาผ่านเว็บไซต์และสื่อโซเชียลมีเดีย ทำโปรโมชั่นต่างๆเพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการที่สนาม

2. ต้องศึกษาข้อมูลความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสนามฟุตบอลให้ตลอดเวลา เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของการให้บริการให้ดีกว่าเจ้าใหม่ๆ

3. ต้องมีสร้างความสัมพันธ์กับตำรวจในท้องที่ เพื่อเวลามีปัญหาจะได้แจ้งเจ้าหน้าที่มาจัดการได้ทันท่วงที รวมถึงต้องมีการแบนผู้เล่นที่ก่อเรื่องทะเลาะวิวาทไม่ให้เข้าร่วมแข่งอีก

## 5. มุมมองต่อธุรกิจในอนาคต

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า ธุรกิจประเภทนี้อาจมีแนวโน้มสูงขึ้นอ้างอิงจากกระแสฟุตบอลทีมชาติไทยและฟุตบอลไทยลีก ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้มีผู้สนใจเล่นกีฬาฟุตบอลมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ย่อมมีการแข่งขันค่อนข้างสูงในธุรกิจนี้ ผู้ประกอบการรายเก่าจำเป็นต้องรักษาฐานลูกค้าไว้ให้ได้ สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างใหม่ๆเพื่อหาลูกค้าเข้าสู่สนาม

สนาม ดวงทอง

## 1. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

ผู้ประกอบการมีความชื่นชอบในกีฬาฟุตบอลและมีที่ดินอยู่จำนวนหนึ่ง ที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชน จึงอยากทำธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า

## 2. กลุ่มลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการเริ่มต้นเลือกกลุ่มลูกค้าจากลูกค้าที่มีที่อยู่และที่ทำงานอยู่ใกล้สนาม อาศัยการบอกต่อกันแบบปากต่อปาก อีกทั้งมีค่าให้บริการที่ไม่แพงมาก เพราะต้องการให้ลูกค้าทุกคนมีโอกาสที่จะใช้เช่าสนาม

## 3. จุดเด่นและข้อแตกต่างจากคู่แข่ง

3.1 อยู่ใกล้แหล่งชุมชนและโรงงาน ทำให้มีฐานลูกค้าจำนวนมาก

3.2 ราคาถูกที่สุดเมื่อเทียบกับในย่านนี้

## 4. อุปสรรคและวิธีแก้ไข

4.1 ที่จอดรถค่อนข้างน้อย

4.2 ไม่มีหลังคาสนาม

4.3 ลูกค้าบ่นเรื่องยุ่งในสนาม

วิธีแก้ไขปัญหา

1. ขอความร่วมมือกับทางชุมชนในการจอดรถข้างทาง

2. ถ้ามีเหตุการณ์ฝนตกจนไม่สามารถใช้สนามได้ต้องรีบแจ้งลูกค้าทันที

3. มีการทำการฉีดยุงในทุกๆเดือน

## 5. มุมมองต่อธุรกิจในอนาคต

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า ธุรกิจประเภทนี้ยังสามารถเติบโตไปอีก เนื่องจากนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่างๆยังถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้นอย่างเต็มประสิทธิภาพ

## บทที่ 5

### การจัดตั้งองค์กร

โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium คือ แผนธุรกิจสำหรับจัดตั้ง สนามฟุตบอลให้เช่าและการจัดการแข่งขันฟุตบอล 7 คน ภายใต้แนวคิดการสร้างสังคมลูกหนัง ภายในโครงการประกอบด้วยสนามฟุตบอลหน้าเทียม สำหรับการแข่งขัน 7 คนจำนวน 3 สนามเพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ชื่นชอบฟุตบอลและนิยมออกกำลังกายด้วยกีฬาฟุตบอล

จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีผู้ร่วมทุน 4 คนได้แก่

1. นาย จักรกฤษณ์ มาดวง
2. นาย อาชวิน อยู่บำรุง
3. นาย ปราโมทย์ แสงศร
4. ร.ต.อ. ดวง อยู่บำรุง

#### 5.1 ชื่อบริษัท

บริษัท Spiderball จำกัด

#### 5.2 วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นและสร้างสรรค์โครงการให้เป็นศูนย์กลางของผู้บริโภคที่มีใจรักในการเล่นฟุตบอลและชื่นชอบในการแข่งขันฟุตบอล

#### 5.3 พันธกิจ

การให้บริการเพื่อตอบสนองกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ชื่นชอบการเล่นฟุตบอล

#### 5.4 เป้าหมาย

เป็นผู้นำของการให้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า รวมถึงเป็นผู้นำที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการจัดการแข่งขันฟุตบอล 7 คน

## 5.5 โครงสร้างองค์กร

เพื่อให้เกิดความสะดวกในการบริหารองค์กร โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium มีการทำงานออกเป็น 2 สายงาน คือ สายงานบริหาร และสายงานปฏิบัติการ ซึ่งมีหน้าที่ต่างๆ ดังต่อไปนี้

สายงานบริหาร ทำหน้าที่วางแผน ดำเนินงาน และควบคุมการดำเนินงานเพื่อให้งานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างสูงสุด

สายงานปฏิบัติการ ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากฝ่ายบริหาร ให้บริการลูกค้า ดูแลทำความสะอาดสถานที่ ดูแลรักษาความปลอดภัย ควบคุมการฝึกสอน

การประสานงานภายในองค์กรจะสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสายงานบริหารและสายงานปฏิบัติการ และจะทำให้การประสานงานในองค์กรสามารถทำได้เต็มที่และเต็มประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง

ตารางที่ 5.1: ตารางแสดงตำแหน่งและอัตราเงินเดือน

| ตำแหน่ง                     | จำนวน | อัตราเงินเดือน |
|-----------------------------|-------|----------------|
| ผู้จัดการ                   | 1     | 25,000         |
| พนักงานบัญชี                | 1     | 18,000         |
| พนักงานดูแลเว็บไซต์         | 1     | 15,000         |
| พนักงานขาย                  | 2     | 15,000         |
| พนักงานดูแลลูกค้า           | 2     | 15,000         |
| พนักงานฝ่ายสื่อมัลติมีเดีย  | 2     | 15,000         |
| พนักงานทำความสะอาด          | 2     | 9,000          |
| เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย | 3     | 9,000          |

### ตำแหน่งและลักษณะงานในองค์กร

1. ผู้จัดการ มีหน้าที่คอยดูแลภาพรวมของโครงการ ดูแลบุคลากรภายในโครงการให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คิดแผนการตลาดและพัฒนาโครงการให้มีความเจริญก้าวหน้า
2. พนักงานบัญชี มีหน้าที่คอยควบคุมการทำบัญชี ตรวจสอบการเงิน รายรับ รายจ่ายของโครงการ



3. พนักงานดูแลเว็บไซต์ มีหน้าที่สร้างและดูแลเว็บไซต์ของโครงการ รวมถึงการให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ โปรโมชั่นต่างๆ กิจกรรมที่จะเกิดขึ้น ผ่านทางเว็บไซต์ของโครงการ รวมถึงตอบคำถามต่างๆของลูกค้าผ่านทางเว็บไซต์

4. พนักงานขาย มีหน้าที่ขายสินค้าและบริการต่างๆในโครงการ รวมถึงมีหน้ารับผิดชอบเรื่องตรวจสอบสินค้าคงเหลือในโครงการ

5. พนักงานดูแลลูกค้า มีหน้าที่ดูแล บริการและอำนวยความสะดวกต่างๆให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ให้บริการรับรองสนามและสมัครสมาชิก

6. พนักงานฝ่ายสื่อมวลชนมีเดีย มีหน้าที่ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อภาพนิ่งและสื่อวิดีโอ รวมถึงงานออกแบบต่างๆของโครงการ

7. พนักงานทำความสะอาด มีหน้าที่ดูแลความสะอาดโดยรวมของโครงการ

8. พนักงานรักษาความปลอดภัย มีหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยในโครงการ

## 5.6 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium เป็นบริการให้เช่าสนามฟุตบอลที่มีการให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานระดับสากล ให้บริการการจัดการแข่งขันฟุตบอลเพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้แก่ลูกค้า รวมถึงมีการฝึกสอนฟุตบอลให้กับเยาวชนเพื่อสร้างเยาวชนไปสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพ โดยมีการให้บริการต่างดังนี้

บริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

บริการจัดการแข่งขันฟุตบอล 7 คน

บริการฝึกสอนทักษะการเล่นฟุตบอล

บริการให้เช่าสถานที่เพื่อจัดกิจกรรมต่างๆ

**บริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม**

สนามฟุตบอลขนาด กว้าง 33 เมตร ยาว 55 เมตร จำนวน 3 สนาม แต่ละสนามได้รับการปูหญ้าเทียมที่ได้มาตรฐานระดับสากล พร้อมอุปกรณ์ในสนามที่ได้มาตรฐานระดับสากล มีที่นั่งสำหรับนั่งพักผ่อนและพักผ่อนให้บริการ เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 12.00 – 01.00 น. โดยมีอัตราค่าให้บริการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2: แสดงอัตราค่าบริการเช่าสนามฟุตบอล

| วัน                  | เวลา             | ราคา/ชั่วโมง |
|----------------------|------------------|--------------|
| จันทร์ – พุธ/สัปดาห์ | 12.00 – 18.00 น. | 1,000        |
| จันทร์ – พุธ/สัปดาห์ | 18.00 – 01.00 น. | 1,200        |
| ศุกร์ – อาทิตย์      | 12.00 – 18.00 น. | 1,100        |
| ศุกร์ – อาทิตย์      | 18.00 – 01.00 น. | 1,300        |

### บริการจัดการแข่งขันฟุตบอล

ให้บริการจัดการแข่งขันฟุตบอล 7 คนสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์การแข่งขันฟุตบอลกับผู้อื่น โดยมีการจัดแข่งขันฟุตบอลทั้งในระบบลีกและระบบแพ้คัดออก มีการรายงานผลการแข่งขันและภาพบรรยากาศการแข่งขันผ่านเว็บไซต์ของโครงการ

### บริการฝึกสอนทักษะการเล่นฟุตบอล

ให้บริการฝึกสอนฟุตบอลตั้งแต่ทักษะขั้นพื้นฐานไปจนถึงทักษะระดับสูงให้กับเยาวชนและผู้ที่ต้องการพัฒนาทักษะการเล่นกีฬาฟุตบอลให้แกตนเอง เพื่อนำไปสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพ

### บริการให้เช่าสถานที่เพื่อจัดกิจกรรมต่างๆ

สนามฟุตบอลสามารถให้เช่าบริการเพื่อจัดกิจกรรมต่างๆได้ตามความเหมาะสม เช่น งานแข่งขันฟุตบอลภายในบริษัท งานเลี้ยงปีใหม่ และอื่นๆ

### สถานที่ตั้งของโครงการ

โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium ผู้วิจัยได้ทำการเลือกพื้นที่ว่างเปล่าระหว่างถนนบางบอน 5 และ ซอยเอกชัย 130 เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เสื่อมสภาพขนาดใหญ่ ทำให้ออกแบบโครงสร้างสำหรับการทำสนามฟุตบอลได้ง่าย อยู่ติดถนนใหญ่ ทำให้สังเกตได้ง่าย มีรถประจำทางวิ่งผ่าน เดินทางสะดวก

ภาพที่ 5.1: แสดงที่ตั้งของโครงการ Spiderball Stadium



ที่มา: Google Map. (2016). Retrieved from <http://maps.google.com/maps?>.

## 5.7 กลยุทธ์ของบริษัท

5.7.1 ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจฟุตบอลอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

5.7.2 ศึกษาคู่แข่งเพื่อนำมาปรับปรุงข้อบกพร่องและพัฒนาธุรกิจ

5.7.3 ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคว่ามีความต้องการอะไรบ้าง เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น

### เป้าหมายระดับองค์กร

ตารางที่ 5.3: ตารางแสดงเป้าหมายระดับองค์กร

| ระยะเวลา                          | เป้าหมายระดับการตลาด                                                                                                      |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ระยะเริ่มต้น<br>0 ปีที่– ปีที่ 2) | สร้างฐานลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ และเป็นสถานที่ ที่ลูกค้ารายใหม่ต้องการมาใช้บริการ                                   |
| ระยะสั้น<br>2ปีที่– ปีที่ 5)      | สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ รักษาฐานลูกค้าเก่าไว้ และเพิ่มลูกค้าใหม่ๆให้มากขึ้น                     |
| ระยะยาว<br>6ปีที่– ปีที่10)       | เป็นสถานที่ให้บริการเข้าสนามฟุตบอลและพัฒนาเยาวชนรวมถึงการจัดการแข่งขันฟุตบอลที่ได้รับการยอมรับ และมีชื่อเสียงของประเทศไทย |

### เป้าหมายระดับธุรกิจ

ตารางที่ 5.4: ตารางแสดงเป้าหมายระดับธุรกิจ

| ระยะเวลา                          | เป้าหมายระดับการตลาด                                                                                                                          |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ระยะเริ่มต้น<br>0 ปีที่– ปีที่ 2) | มีกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายมาใช้บริการ และนำไปแนะนำต่อให้คนรู้จัก จนทำให้มีผู้บริการรายอื่นๆเข้ามาใช้บริการมากขึ้น                           |
| ระยะสั้น<br>2ปีที่– ปีที่ 5)      | มีกลุ่มลูกค้ารายใหม่เข้ามาใช้บริการมากขึ้น มีการส่งเยาวชนของโครงการเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลเยาวชน รวมถึงมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลที่ได้มาตรฐาน |
| ระยะยาว<br>6ปีที่– ปีที่10)       | มีเยาวชนจากโครงการของเราได้เข้าสู่การแข่งขันฟุตบอลระดับไทยลีก และสนามของเราได้มาตรฐานได้การจัดแข่งขันฟุตบอล 7 คนในทิวนาเมนต์ระดับประเทศ       |

## เป้าหมายทางการตลาด

ตารางที่ 5.5: ตารางแสดงเป้าหมายระดับสากล

| ระยะเวลา                          | เป้าหมายระดับการตลาด                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ระยะเริ่มต้น<br>0 ปีที่– ปีที่ 2) | โฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆเพื่อสร้างการรับรู้ และให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และจัดโปรโมชั่นต่างๆเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมาใช้บริการ                                                        |
| ระยะสั้น<br>2ปีที่– ปีที่ 5)      | จัดกิจกรรมต่างๆทางด้านกีฬาฟุตบอล เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างโครงการกับกลุ่มลูกค้า และให้เข้าสถานที่เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลในระดับประเทศ                                   |
| ระยะยาว<br>6ปีที่– ปีที่10)       | มีพันธมิตรในสโมสรฟุตบอลชั้นนำของประเทศไทย เพื่อส่งเยาวชนของโครงการไปพัฒนาสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพ รวมถึงเป็นศูนย์รวมเหล่าแมวมองของสโมสรอาชีพที่จะมาเลือกหานักฟุตบอลฝีเท้าดีจากการแข่งขันฟุตบอลลีกที่ทางโครงการจัดขึ้น |

## 5.8 การวิเคราะห์สถานการณ์ 5C' s

การวิเคราะห์สถานการณ์ 5C' s ที่มีผลต่อการจัดตั้งโครงการ Spiderball Stadium มีปัจจัยดังนี้

### 1. สภาพแวดล้อม (Context)

#### 1.1 การเมือง (Political)

การเมืองในปัจจุบันมีทิศทางไปในทางที่ดีขึ้น สมาคมการกีฬาแห่งประเทศไทยมีหลายโครงการที่จะสนับสนุนให้ประชาชนหันมาออกกำลังกาย โดยเฉพาะกีฬาฟุตบอลที่ในปัจจุบันได้รับการพัฒนาและการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รายได้ของรักกีฬาฟุตบอลก็สูงขึ้น ทำให้คนสนใจในกีฬาฟุตบอลเริ่มที่จะหาสถานที่เพื่อจะใช้ในการออกกำลังกายเล่นกีฬา หรือใช้ในการฝึกฝนทักษะเพิ่มมากขึ้น และยังเป็นสถานที่สำหรับร่วมกันทำกิจกรรมต่างๆให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม การสร้างศูนย์รวมของคนรักกีฬาฟุตบอลให้เกิดเป็นสังคม ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจ

## 1.2 เศรษฐกิจ (Economic)

เศรษฐกิจในยุคปัจจุบันการเช่าที่ดินที่อยู่ใจกลางเมืองที่สะดวกต่อการเดินทางถือว่ามีราคาเช่าที่สูงมาก เนื่องจากการเจริญเติบโตของธุรกิจต่างๆที่มีการแข่งขันกันสูง และด้วยความหนาแน่นของพื้นที่ส่งผลต่อการหาเช่าที่ดินสำหรับธุรกิจเป็นไปได้ยากยิ่งขึ้น ทำให้ส่งผลต่อการจัดตั้งโครงการในเรื่องงบประมาณในการลงทุน แต่ไม่มีผลกระทบต่อโครงการ Spiderball Stadium เนื่องจากโครงการจัดตั้งอยู่ริมถนนใหญ่แถบบริเวณชานเมือง ทำให้สังเกตเห็นได้ง่าย และมีค่าเช่าสถานที่ที่ไม่สูงนัก

## 1.3 สังคม (Social)

สภาพสังคมในปัจจุบันประชาชนส่วนมากเริ่มหันมาใส่ใจในการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งในเรื่องของการบริโภคและการออกกำลังกาย ซึ่งกีฬาฟุตบอลถือว่าเป็นกีฬาที่ตอบโจทย์เทรนด์รักสุขภาพได้เป็นอย่างดี เนื่องจากกีฬาฟุตบอลได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย ทำให้ประชาชนต้องการหาสถานที่เพื่อใช้ในการออกกำลังกายด้วยกีฬาฟุตบอลเพิ่มมากขึ้น นอกจากจะตอบโจทย์เทรนด์รักสุขภาพแล้ว ยังช่วยสร้างความสามัคคีให้กับสังคมเนื่องจากกีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ต้องการคนจำนวนมากในการเล่น ต้องการความสามัคคีภายในทีม

## 1.4 เทคโนโลยี (Technology)

เทคโนโลยีในปัจจุบันถือว่ามีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเทคโนโลยีต่างๆสามารถนำมาใช้ในการลดต้นทุนในการก่อสร้าง หรือเพิ่มความสามารถในการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น เทคโนโลยีเกี่ยวกับไฟฟ้าที่ทำให้ได้กำลังไฟที่สว่างมากขึ้นในราคาไฟฟ้าที่ถูกลง เทคโนโลยีระบายความร้อนให้กับโครงการ เทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตหญ้าเทียมที่ลดอาการบาดเจ็บให้กับนักกีฬา หรือผู้เล่นที่มาใช้บริการ

## 2. ผู้บริโภค (Consumer)

กลุ่มลูกค้าของโครงการ Spideball Stadium คือ กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบในกีฬาฟุตบอลและต้องการหาสถานที่เพื่อใช้ในการเล่นกีฬาฟุตบอล หรือเรียนรู้ฝึกฝนเพื่อเพิ่มทักษะความสามารถด้วยอุปกรณ์ที่มีมาตรฐานระดับสากล และเทคโนโลยีใหม่ที่ใช้ในกีฬาฟุตบอล พร้อมทั้งความสะดวกสบายในการเดินทางและบริการเสริมต่างๆ รวมถึงบริษัทหรือองค์กรที่ต้องการใช้สถานที่เพื่อใช้ในการจัดการแข่งขันกีฬา หรือกิจกรรมต่างๆ

## 3. บริษัท (Company)

โครงการ Spiderball Stadium จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคด้วยอุปกรณ์ระดับสากล และปัจจัยต่างๆตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลที่ใช้มาจากการทำการวิจัย และการบริการที่เป็นกันเองเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างสูงสุด



#### 4. พันธมิตร (Collaborator)

พันธมิตรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการจัดตั้งโครงการ เนื่องจากเข้ามาสนับสนุนและช่วยผลักดันทุนในการบริการได้ ซึ่งบริษัทที่เป็นพันธมิตรกับการจัดตั้งโครงการ Spiderball Stadium มีดังนี้

##### 4.1 บริษัท สิงห์ คอเปอร์เรชั่น จำกัด (มหาชน)

เป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม โดยจะเข้ามาสนับสนุนเครื่องดื่มทั้งหมดภายในโครงการ เช่น น้ำดื่ม เกลือแร่ เป็นต้น รวมถึงการเป็นพันธมิตรหลักในการจัดกิจกรรมด้านกีฬาต่างๆ รวมถึงกีฬาฟุตบอลเป็นประจำอยู่แล้ว

##### 4.2 บริษัท ไนกี้ (ประเทศไทย) จำกัด

เป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาที่มีมาตรฐานได้รับการยอมรับในระดับสากล และยังเป็นผู้สนับสนุนอุปกรณ์ต่างๆในการแข่งขันกีฬาฟุตบอลในระดับนานาชาติ โดยจะเข้ามาสนับสนุนในเรื่องของ อุปกรณ์ต่างๆภายในโครงการ เช่น ลูกฟุตบอล ถุงมือผู้รักษาประตู เสื้อผ้า เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้ใช้อุปกรณ์คุณภาพมาตรฐานระดับสากล

##### 4.3 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

เป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายอุตสาหกรรมยานยนต์ ถึงจะดูไม่เกี่ยวข้องและบริษัทก็ได้ให้การสนับสนุนฟุตบอลไทยมาเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสปอนเซอร์หลักของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ภายใต้ชื่อ การแข่งขันฟุตบอลโตโยต้า ไทยลีก และ การเป็นสปอนเซอร์หลักของการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้า ลีกคัพ รวมถึงการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาต่างๆที่ทางบริษัทจัดเป็นประจำอยู่แล้ว ทำให้โครงการของเรามีโอกาสเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการจัดงานของบริษัท และได้เข้าร่วมโครงการที่มีประโยชน์ของบริษัทโตโยต้า

#### 5. คู่แข่ง

##### 5.1 สนามฟุตบอล CK Stadium

ตั้งอยู่บริเวณ ถนน บางบอน 5 ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมขนาด 7 คน จำนวน 3 สนาม มีสถานที่รับรองและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน

##### 5.2 สนามฟุตบอล Futsal Park

ตั้งอยู่บริเวณ ถนน พระรามสอง ซอยพระรามที่ 2 ซอย 33 ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมขนาด 7 คน จำนวน 3 สนาม สิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน มีบริการถ่ายทอดสดฟุตบอล และมีบริการสอนฟุตบอลสำหรับเยาวชนในวันเสาร์ และ วันอาทิตย์

##### 5.3 สนามฟุตบอล The pac Sport Center

ตั้งอยู่บริเวณถนนกาญจนาภิเษก ก่อนเลี้ยวเข้าถนนพระราม 2 ให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมขนาด 11 คน 1 สนาม และให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมขนาด 7 คน จำนวน 3 สนาม นอกจากนี้ยังให้บริการฟิตเนส ฟังก์โยคะ และให้บริการการสอนฟุตบอลสำหรับเยาวชนด้วย

## 5.9 การวิเคราะห์ SWOT

### จุดแข็ง (Strengths)

1. สถานที่ตั้งของสนามติดอยู่ริมถนนใหญ่ ซึ่งจะเป็นสนามฟุตบอลให้เช่าเพียงที่เดียวที่อยู่ติดริมถนนเอกชัย ทำให้ลูกค้าสามารถเดินทางได้ง่าย
2. อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ไม่ว่าจะเป็นโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ โรงเรียน สถาบันอาชีวศึกษาหมู่บ้าน ทำให้สามารถเชิญชวนคนในชุมชนมาใช้บริการได้ง่าย
3. คุณภาพของสนามและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในสนาม เป็นอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานระดับสากล เหมือนอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำการแข่งขันระดับอาชีพ
4. มีทีมโปรดักชั่นของโครงการสำหรับถ่ายทอดสดการแข่งขันและถ่ายภาพนิ่งของการแข่งขันเป็นสนามแรกในย่านนี้
5. การมีนักการเมืองท้องถิ่นเข้ามาเป็นหุ้นส่วนของโครงการทำให้สามารถประชาสัมพันธ์โครงการได้อย่างเต็มที่ และสามารถควบคุมดูแลรักษาความปลอดภัยให้กับโครงการได้

### จุดอ่อน (Weakness)

1. เป็นโครงการที่เปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก
2. เป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพานวัตกรรม ทำให้ต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมาก

### โอกาส (Opportunities)

1. กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทย
2. สังคมไทยในปัจจุบันให้ความสนใจกับการดูแลสุขภาพร่างกายของตนเอง โดยเฉพาะการออกกำลังกาย
3. การได้แข่งขันประลองฝีมือกับทีมอื่นๆ เพื่อยกระดับฝีมือของกลุ่มลูกค้า ทำให้เกิดความสนุกและมิตรภาพในการแข่งขัน

### ภัยคุกคาม (Threats)

1. มีคู่แข่งจำนวนมากในธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า
2. ภัยธรรมชาติ

### กลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

โครงการ Spiderball Stadium เป็นบริการให้เช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสำหรับใช้ในการออกกำลังกายด้วยกีฬาฟุตบอล หรือเช่าสำหรับจัดกิจกรรมต่างๆตามความเหมาะสม โดยจุดเด่นของบริการอยู่ที่สนามที่ปูด้วยหญ้าเทียมที่มีมาตรฐานได้รับการยอมรับในระดับสากล และอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในโครงการเป็นอุปกรณ์มาตรฐานระดับสากล เพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการได้มีประสบการณ์ในการสัมผัสสนามและอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันฟุตบอลมืออาชีพระดับสากล พร้อมทั้งมีการเรียนการสอนที่มุ่ง



ผลักดันให้เกิดเป็นอาชีพ และนำอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีต่างๆเข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนการสอน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ที่มาใช้บริการ รวมถึงบริการต่างๆที่มีพร้อมให้บริการอย่างครบครัน โดยรอบบริเวณสนาม

## 2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ค่าใช้จ่ายของลูกค้าที่ต้องการมาใช้บริการของโครงการ Spiderball Stadium เช่น ค่าเช่าสนามฟุตบอล หรือค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นราคาที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับคุณภาพของสิ่งที่จะได้รับเป็นราคาที่ผู้บริโภคทุกระดับสามารถสามารถเข้ามาใช้บริการได้

## 3. กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place)

การจัดตั้งโครงการ Spiderball Stadium คำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้มาใช้บริการเป็นอันดับแรก โดยสถานที่ตั้งติดถนนใหญ่เดินทางสะดวกทั้งรถยนต์ส่วนตัวและรถสาธารณะ และมีบริการต่างๆคอยรองรับอย่างครบครันตามความต้องการของลูกค้า

## 4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

สำหรับผู้ที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้า เราจะมีคำแนะนำให้สมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ อาทิเช่น ได้รับส่วนลดค่าเช่าสนาม ได้รับส่วนลดค่าสมัครทีมในการร่วมแข่งขันฟุตบอลที่ทางโครงการจัดขึ้น เป็นต้น

## 5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

โครงการ Spiderball Stadium จะคัดเลือกบุคลากรที่มาปฏิบัติงาน โดยจะคัดเลือกจาก ผู้ที่มีใจรักบริการ มีทัศนคติที่ดี ร่าเริงแจ่มใส มีความรับผิดชอบ และที่สำคัญต้องมีใจรักในกีฬาฟุตบอล เพื่อที่จะสามารถดูแลภาพรวมโดยรอบของโครงการได้ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ สามารถให้คำแนะนำและข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์หรือตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความประทับใจและความสะดวกสบายสูงสุดตลอดระยะเวลาที่มาใช้บริการ

## 6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการดำเนินงาน (Process)

โครงการ Spiderball Stadium จะมีสื่อโซเชียลมีเดียคอยให้บริการกับลูกค้าเพื่อหาข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการ สามารถตรวจสอบโปรโมชันต่างๆ รวมถึงการติดต่อสอบถามข้อมูลผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย มีการสนทนาระหว่างผู้ให้บริการด้วยกันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อสร้างเป็นสังคมของคนรักกีฬาฟุตบอล ตรวจสอบประวัติการใช้บริการ มีการลดค่าใช้บริการสำหรับสมาชิก และบริการจองสนามหรือติดต่อเช่าสถานที่เพื่อกิจกรรมผ่านทางโทรศัพท์

## 7. กลยุทธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence)

บรรยากาศโดยรอบของโครงการ Spiderball Stadium จะตกแต่งส่วนต่างๆให้มีบรรยากาศคล้ายคลึงกับสนามฟุตบอลที่ใช้ทำการแข่งขันจริง ทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกเปรียบเสมือนตนได้เข้าร่วมแข่งขันจริงๆ

### กลยุทธ์การสร้างฐานลูกค้า

การสร้างฐานลูกค้าของโครงการ Spiderball Stadium จะใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้างมีการติดต่อกันระหว่างกลุ่มลูกค้าเพื่อให้เกิดเป็นสังคมของคนรักกีฬาฟุตบอล และจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาต่างๆเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มลูกค้าได้มาทดลองใช้บริการสนามฟุตบอลและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพระดับสากลเทียบเท่าระดับมืออาชีพ รวมถึงการผลักดันผู้ที่สนใจในการเป็นนักกีฬาอาชีพเข้าสู่สโมสรฟุตบอลต่างๆ เพื่อสร้างชื่อเสียงและการยอมรับให้กับโครงการ

### การจัดกิจกรรมเพื่อการสร้างห่วงโซ่คุณค่า

#### Launch

จัดงานกิจกรรมเปิดตัว Spiderball Stadium พร้อมวีดีโอฟรีเซ็นภายในโครงการ บรรยากาศต่างๆโดยรอบ มีการเชิญดารานักฟุตบอลและนักแสดงที่มีชื่อเสียงเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆภายในงาน

#### Phase 1-2

จัดการแข่งขันฟุตบอล โดยเป็นการแข่งขันฟุตบอลในระบบแบบพบกันหมด โดยจะมีทีมดารานักแสดงที่เป็นฟรีเซ็นเตอร์ให้กับสนามมาร่วมแข่งขันด้วย สำหรับทีมที่ชนะได้ถ้วยชนะเลิศ เงินรางวัล และ สิทธิที่ได้เข้าแข่งขันกับทีมฟุตบอลระดับไทยลีก โดยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook Website ต่างๆเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เกิดความสนใจมาใช้บริการสนามมากขึ้น

#### Main Phase

จัดการแข่งขันฟุตบอล โดยเป็นการแข่งขันฟุตบอลในระบบแบบพบกันหมดและจัดการแข่งขันระบบแพ้คัดออก เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการแข่งขัน และเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจมาใช้บริการในสนามระยะยาว รวมถึงเพื่อคัดเลือกผู้เล่นที่มีความสามารถ เพื่อเชิญเข้าร่วมทีมของโครงการ Spiderball Stadium

#### Expended Phase

จัดตั้งทีม Spiderball ซึ่งเป็นทีมฟุตบอลของโครงการ และนำไปแข่งขันกีฬาฟุตบอลตามรายการต่างๆที่มีการแข่งขันกีฬาฟุตบอล เพื่อเข้าชิงรางวัลและสร้างชื่อเสียงให้กับโครงการ จนเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น เพื่อกระตุ้นและดึงดูดลูกค้ารายใหม่ๆให้สนใจมาใช้บริการมากขึ้น

#### Infected Phase

สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิก จะได้รับส่วนลดและสิทธิพิเศษ ที่จะสามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ทางโครงการได้จัดขึ้น

### แผนการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ

1. กิจกรรมเปิดตัวสนาม Spiderball Stadium โดยงานเปิดตัวจะเปิดตัวผู้บริหารและดารานักแสดงที่จะมาเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับทางโครงการ โดยจะเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าว เพื่อสร้างให้โครงการของเราเป็นที่รู้จักมากขึ้น
2. Spiderball Football League จัดการแข่งขันฟุตบอล โดยเป็นการแข่งขันฟุตบอลในระบบแบบพบกันหมด โดยจะมีทีมดารานักแสดงที่เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับสนามมาร่วมแข่งขันด้วย สำหรับทีมที่ชนะได้ถ้วยชนะเลิศ เงินรางวัล และ สิทธิที่ได้เข้าแข่งขันกับทีมฟุตบอลระดับไทยลีก
3. Spiderball Academy เป็นโครงการเปิดสอนฟุตบอลสำหรับเด็กเยาวชนและผู้สนใจจะพัฒนาทักษะในด้านกีฬาฟุตบอลให้กับตัวเอง
4. Spiderball Youth Championship เป็นการจัดการแข่งขันฟุตบอลเยาวชนอายุไม่เกิน 13 ปี เพื่อสร้างเสริมประสบการณ์การแข่งขันให้กับเยาวชน โดยสามารถส่งทีมลงแข่งได้โดยไม่จำเป็นต้องสังกัดโรงเรียนใดๆ

### การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระดับองค์กร

#### Launch

เปิดตัวโครงการ Spiderball Stadium โดยการทำวิดีโอพรีเซ็นภาพลักษณ์ บรรยากาศของโครงการลงบนสื่อ ออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook Youtube Instagram รวมถึงภาพบรรยากาศโดยรอบโครงการ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้า

#### Phase 1-2

เชิญพันธมิตรของโครงการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่างๆในโครงการ Spiderball Stadium เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

#### Main Phase

จัดการแข่งขันฟุตบอลระหว่างพันธมิตรของโครงการโดยทีมที่จะร่วมการแข่งขันมาจากทีมของบริษัทที่เป็นพันธมิตร โดยส่งมาบริษัทละ ทีม เพื่อเป็นการกระชับความสัมพันธ์ของบริษัทต่างๆ 1

#### Expanded Phase

ร่วมกับบริษัทพันธมิตรจัดกิจกรรมต่างๆภายในโครงการ เช่น การจัดอบรมพิเศษสำหรับเยาวชน โดยมีผู้อบรมมาจากทีมงานต่างประเทศหรืออดีตนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ เพื่อมาสอนความรู้และเทคนิคต่างๆรวมถึงการใช้ชีวิตในการเป็นนักฟุตบอลอาชีพ ให้เกิดเป็นแรงบันดาลใจให้แก่เยาวชนที่สนใจในกีฬาฟุตบอล

### Infected Phase

ร่วมทำกิจกรรมต่างๆกับบริษัทเอกชนหรือองค์กรต่างๆที่ยังไม่ได้เป็นพันธมิตรกับโครงการ ในการจัดกิจกรรมต่างๆของบริษัทหรือองค์กร เช่น การแข่งกีฬา กีฬาสันทนาการให้กับพนักงานขององค์กร เพื่อเป็นการขยายกลุ่มลูกค้าและสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้า ในระยะยาว



## บทที่ 6

### งบการเงิน

สำหรับบทที่ 6 งบการเงินของการศึกษาโครงการ Spiderball Stadium มีวัตถุประสงค์เพื่อการวางแผนทางการเงินของโครงการ โดยต้องมีการกำหนดเป้าหมายทางการเงินของโครงการ ประเมินเงินลงทุนเบื้องต้นเพื่อใช้ในการดำเนินโครงการได้ จากนั้นจึงวางแผนแหล่งที่มาของเงินทุนว่าใช้สินทรัพย์ที่มาจากการลงทุนของเจ้าของหรือใช้การกู้ยืมเงินจากธนาคาร เมื่อได้โครงสร้างเงินทุนพื้นฐานของโครงการแล้วต่อไปจะเป็นการประเมินรายได้ซึ่งเกิดจากกิจกรรมการดำเนินงานต่างๆ ของโครงการ Spiderball Stadium ตามที่ได้วางแผนกลยุทธ์ ประกอบไปด้วย รายได้ค่าบริการให้เช่าสนามฟุตบอล และรายได้จากการขายสินค้าภายในโครงการ การประเมินต้นทุนและค่าใช้จ่ายของโครงการอันเนื่องมาจากกิจกรรมต่างๆ เพื่อจัดทำงบการเงินต่อไปซึ่งสำหรับการศึกษาคั้งนี้จัดทำงบกำไรขาดทุน งบแสดงฐานะทางการเงิน และงบกระแสเงินสด จากนั้นจึงใช้งบการเงินเพื่อช่วยประเมินและในการตัดสินใจโครงการไม่ว่าจะเป็นสภาพคล่องของโครงการ ความสามารถในการชำระหนี้สิน ความสามารถในการทำกำไร เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังจัดทำประเมินโครงการเพื่อการตัดสินใจลงทุนผ่านเครื่องมือทางการเงินซึ่งประกอบไปด้วย ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period) อัตราส่วนทางการเงินด้านผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment Ratio) มูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนสุทธิ (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 ข้อสมมติฐานในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

#### 6.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน

โครงการ Spiderball Stadium นำเสนอการบริหารทางด้านกีฬาฟุตบอล ในเรื่องของการบริการเช่าสนามฟุตบอล และการเรียนการสอนกีฬาฟุตบอล สำหรับการวิเคราะห์แผนการเงินของโครงการ Spider Stadium มีสมมติฐานทางการเงินดังนี้

โครงการจะสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง(Going Concern) และไม่ประสบปัญหาขาดสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน

โครงการมีความสามารถในการทำกำไร และสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โครงการสามารถสร้างผลกำไรได้เพียงพอต่อการชำระคืนการกู้ยืมเงินจากธนาคาร และมีอัตราผลตอบแทนสำหรับเจ้าของได้มากกว่า 25% ซึ่งผู้ถือหุ้นจะได้รับเงินปันผลทุกสิ้นปีอย่างต่อเนื่อง

โครงการมีผลกำไรสะสมเพียงพอต่อการลงทุนเพิ่มเติมในแผนการระยะยาวต่อไป

## 6.2 การประมาณเงินลงทุน

### 6.2.1 สถานที่ตั้งโครงการ

โครงการ Spiderball Stadium ผู้วิจัยได้ทำการเลือกจัดตั้งอยู่บนริมถนนเอกชัย ระหว่างซอย เอกชัย 130- ซอย เอกชัยบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพฯ เนื่องจากพื้นที่อยู่บริเวณแขวง 132 ขานเมืองมีราคาเช่าที่ถูกลงและอยู่ติดริมถนนใหญ่ ทำให้กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสังเกตได้ง่าย การเดินทางสามารถทำได้สะดวกทั้งรถสาธารณะและรถยนต์ส่วนตัว

ที่ดินบริเวณนี้ทางโครงการจะทำสัญญาเช่าดำเนินงานโดยมีอัตราค่าเช่า 60,บาทต่อ 000 720 เดือน หรือ,บาทต่อปี อ้างอิงต 000ต่อการสอบถามเจ้าของสถานที่

นอกจากนี้โครงการต้องลงทุนในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้โดยปกติ ประกอบด้วยสนามฟุตบอล สนาม ห้องรับรองสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการรวมถึง 3 ห้องน้ำและห้องอาบน้ำ นอกจากนี้ยังมีส่วนของค่าออกแบบตกแต่งสถานที่เพื่อให้รูปแบบของโครงการสอดคล้องและเป็นไปตามที่วางแผนกลยุทธ์ไว้

### 6.2.2 สนามฟุตบอล

สนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีหลังคาขนาด 33\*สนาม แต่ละสนามปูด้วยพื้น 3 เมตร จำนวน 55 1 สนามฟุตบอลของโครงการจะมีขนาดเท่ากับ หญ้าเทียมที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล,ตาราง 815 เมตร ต่อสนาม รวม 5 สนาม ใช้พื้นที่ 3, ตารางเมตร 445

หญ้าเทียมมีราคาตารางเมตรละ บาทต่อตารางเมตร รวมมูลค่าหญ้าเทียมที่ใช้ปูสนาม 350 1,905,บาท 750

ค่าทำโครงสร้างหลังคา มีราคาตารางเมตรละ 2,รวมมูลค่าในการทำ บาทต่อตารางเมตร 000 10 โครงสร้างหลังคา,890,บาท 000

ค่าปรับสภาพผิวดิน และติดตั้งไฟสนาม มีราคา บาทต่อตารางเมตร รวมมูลค่าในการทำ 600 3,267,บาท 000

รวมมูลค่าการสร้างสนามฟุตบอลหญ้าเทียม 16 สนามเท่ากับ 3,062,บาท 750

### 6.2.3 อาคาร ค่าตกแต่ง

ที่ดินเปล่านี้ทางโครงการต้องพัฒนาโดยสร้างอาคารชั้นเดียวขึ้นเพื่อดำเนินงาน กิจการร้านขายสินค้าต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น รวมถึงสถานที่รับรองสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการของสนาม และห้องอาบน้ำแต่งตัว

โดยอัตราค่าก่อสร้างประเมินมูลค่าไว้ที่ 6, 120 เวณอาคารรวมบาทต่อตารางเมตร บริ 000 ตารางเมตร ดังนั้นแล้วมูลค่าอาคารและค่าตกแต่งเท่ากับ 720,บาท และค่าออกแบบตกแต่ง 000 10 ภายในคิดเป็น% ของค่าก่อสร้างทั้งหมด ซึ่งเท่ากับ 72,บาท ดังนั้นแล้วมูลค่าอาคาร และค่า 000 792 ออกแบบตกแต่งเท่ากับ,บาท 000

### 6.2.4 อุปกรณ์กีฬาที่มีไว้ใช้ในการดำเนินงาน

โครงการ Spiderball Stadium เป็นผู้บริการให้เข้าสนามฟุตบอล ดังนั้นแล้วจึงจำเป็นต้องมีอุปกรณ์กีฬาฟุตบอล เช่น ลูกฟุตบอล ถุงมือผู้รักษาประตู เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า โดยประมาณการค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เท่ากับ 200,ปี 5 งานประมาณบาท โดยมีอายุการใช้ 000

### 6.2.5 อุปกรณ์สำนักงาน

อุปกรณ์สำนักงานที่ทางโครงการ Spiderball Stadium จำเป็นต้องใช้เพื่อการขาย และบริหาร เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายภาพและเลนส์ ซอฟแวร์ระบบบริหารจัดการร้านค้า โต๊ะเก้าอี้สำหรับพักผ่อน สุขภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น โดยประมาณการค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เท่ากับ 800, 000 บาท โดยมีอายุการให้ประโยชน์ประมาณ ปี 5

### 6.2.6 อุปกรณ์อื่นๆ

อุปกรณ์อื่นๆ ในที่นี้หมายถึงรวมถึงอุปกรณ์ทุกอย่างที่ไม่ได้เข้าข่ายอุปกรณ์กีฬาที่มีไว้ใช้ในการดำเนินงาน และอุปกรณ์สำนักงาน ยกตัวอย่างเช่น อุปกรณ์ทำความสะอาด เป็นต้น โดยประมาณการค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เท่ากับ 200,ปี 5 บาท โดยมีอายุการใช้งานประมาณ 000

จากการประเมินมูลค่าเงินลงทุนข้างต้นมีมูลค่ารวมทั้งสิ้นเท่ากับ 19,174,750 บาท และทางโครงการจำเป็นต้องกันเงินบางส่วนเพื่อใช้ในการดำเนินงานและเงินทุนหมุนเวียนเท่ากับ 6,225,250 บาท ดังนั้นแล้วเงินลงทุนทั้งหมดที่ต้องการจึงเท่ากับ 25,000,000 บาท

ตารางที่ 6.1: แสดงสรุปประมาณการเงินลงทุนของโครงการ Spiderball Stadium

| ประมาณการเงินลงทุน                   | มูลค่า (บาท)      | หมายเหตุ                            |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------------------------|
| ที่ดินเช่าดำเนินงาน                  | 720,000           | ค่าเช่าถือเป็นค่าใช้จ่ายของโครงการฯ |
| สนามฟุตบอล                           | 16,062,750        | ประมาณอายุการให้ประโยชน์ ปี 10      |
| อาคาร ค่าออกแบบตกแต่ง                | 792,000           | ประมาณอายุการให้ประโยชน์ ปี 10      |
| อุปกรณ์กีฬาที่มีไว้ใช้ในการดำเนินงาน | 200,000           | ประมาณอายุการให้ประโยชน์ ปี 5       |
| อุปกรณ์สำนักงาน                      | 800,000           | ประมาณอายุการให้ประโยชน์ ปี 5       |
| อุปกรณ์อื่นๆ                         | 200,000           | ประมาณอายุการให้ประโยชน์ ปี 5       |
| เงินทุนสำรองเพื่อใช้ในการดำเนินงาน   | 6,225,250         |                                     |
| <b>รวม</b>                           | <b>25,000,000</b> |                                     |

### 6.3 การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุน

จากการประมาณการลงทุนในหัวข้อที่ผ่านมา โครงการมีมูลค่าเงินลงทุนทั้งหมดเป็นจำนวนเงินเท่ากับ 25,000, บาท 000 โดยมีแหล่งที่มาของเงินลงทุนจาก 12 ส่วนคือ การกู้ยืมธนาคาร 2. 5 12 ล้านบาท และการลงทุนด้วยเงินทุนของกลุ่มเจ้าของ. ล้านบาท ซึ่งอัตราส่วนการลงทุนเท่ากับ 5 50% และ 50% ทั้งนี้แหล่งที่มาของเงินลงทุนก็ต้องมีความคาดหวังผลตอบแทนจากการลงทุนสำหรับเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารมูลค่า 12.8 ล้านบาทมีอัตราดอกเบี้ย 5% ซึ่งอ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ประเทศไทย ประเภทอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมคือเงินกู้ยืมสำหรับลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate; MRR) และสำหรับเงินทุนของเจ้าของต้องการผลตอบแทนเฉลี่ยปีละ 25% ดังจะเห็นได้จากตาราง 6. สัดส่วนเงินลงทุน และอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังจากโครงการ 2 Spiderball Stadium

ตารางที่ 6.2: สัดส่วนเงินลงทุนและอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังจากโครงการ Spiderball Stadium

| ประเภทการลงทุน    | %สัดส่วนการลงทุน | สัดส่วนการลงทุน   | อัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง |
|-------------------|------------------|-------------------|-------------------------|
| เงินกู้ยืมระยะยาว | 50%              | 12,500,000        | 8.00%                   |
| ส่วนของเจ้าของ    | 50%              | 12,500,000        | 10.00%                  |
| <b>รวม</b>        | <b>100%</b>      | <b>25,000,000</b> |                         |



จากการที่ได้ทราบแล้วว่าโครงการ Spiderball Stadium มีที่มาของเงินลงทุนจาก แหล่ง 2 ในคือ เงินกู้ยืมระยะยาว และส่วนของเจ้าของ แหล่งที่มาของเงินลงทุนล้วนต้องการดอกเบี้ยไม่ว่าจรูปแบบใดก็ตาม กรณีของเงินกู้ยืมระยะยาวดอกเบี้ยจากการลงทุนคือดอกเบี้ยจ่าย และกรณีของเจ้าของจะได้รับดอกเบี้ยในรูปแบบเงินปันผลซึ่งทางโครงการฯต้องมอบให้ทั้งสองฝ่าย เมื่อเป็นเช่นนั้นแล้วการคำนวณอัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนจึงต้องทำถัวเฉลี่ยกันระหว่างแหล่งที่มาของเงินลงทุน เพื่อให้ทราบอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยของเงินลงทุน

ตารางที่ 6.3: อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยของโครงการ Spiderball Stadium

| ประเภทของเงินลงทุน | จำนวนเงินลงทุน    | อัตราผลตอบแทนต่อปี | ผลตอบแทน         | อัตราผลตอบแทนของเงินทุนถัวเฉลี่ย |
|--------------------|-------------------|--------------------|------------------|----------------------------------|
| เงินกู้ยืมระยะยาว  | 12,500,000        | 8.00%              | 1,000,000        | 9%                               |
| ส่วนของเจ้าของ     | 12,500,000        | 10.00%             | 1,250,000        |                                  |
| <b>รวม</b>         | <b>25,000,000</b> |                    | <b>2,250,000</b> |                                  |

จากตารางที่ 6.3 อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยของโครงการ Spiderball Stadium มีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยเท่ากับ 9% และจะถูกใช้ทำประโยชน์เพื่อใช้ในการประเมินการลงทุนของโครงการ

#### 6.4 การประมาณรายได้

การประเมินรายได้ซึ่งเกิดจากการดำเนินงานต่างๆของโครงการ Spiderball Stadium สำหรับแหล่งที่มาของรายได้มาจาก กลุ่มกิจกรรมดังต่อไปนี้ 4

6.4.1 รายได้จากให้บริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

6.4.2 รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอล

6.4.3 รายได้จากการให้บริการสอนทักษะทางฟุตบอล

6.4.4 รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม

#### 6.4.1 รายได้จากให้บริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

สนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีหลังคาขนาด 33\*สนาม แต่ละสนามปูด้วยพื้น 3 เมตร จำนวน 55 หญ้าเทียมที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 12.01 ถึง .น 00.โดยมี .น 00 อัตราค่าบริการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.4: อัตราค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

| วัน                | เวลา          | ราคา(บาท) ชั่วโมง/ |
|--------------------|---------------|--------------------|
| จันทร์ พุธสับดี –  | 12.00 – 18.00 | 1,000              |
| จันทร์ พุธสับดี –  | 18.00 – 01.00 | 1,200              |
| ศุกร์ ย่ออาทิตย์ – | 12.00 -18.00  | 1,100              |
| ศุกร์ อาทิตย์ –    | 18.00 – 01.00 | 1,300              |

จากอัตราค่าบริการให้เช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมตามตารางที่ 6.4 หากโครงการสามารถให้บริการเช่าสนามได้เต็มเวลาจะสามารถสร้างรายได้เท่ากับ 1,256,400 บาทต่อเดือน และ 15,076,800 บาทต่อปี

ตารางที่ 6.5: รายได้ค่าบริการเช่าสนามหญ้าเทียมกรณีให้บริการเต็มเวลา

| วัน               | เวลา          | จำนวน ชั่วโมง | ราคา/ ชั่วโมง (บาท) | จำนวน สนาม | รายได้ ต่อวัน | รายได้ ต่อ สัปดาห์ | รายได้ต่อ เดือน | รายได้ต่อปี |
|-------------------|---------------|---------------|---------------------|------------|---------------|--------------------|-----------------|-------------|
| จันทร์ – พุธสับดี | 12.00 – 18.00 | 6             | 1,000               | 3          | 18,000        | 72,000             | 288,000         | 3,456,000   |
| จันทร์ – พุธสับดี | 18.00 – 01.00 | 7             | 1,200               | 3          | 25,200        | 100,800            | 403,200         | 4,838,400   |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.5 (ต่อ): รายได้ค่าบริการเช่าสนามหญ้าเทียมกรณีให้บริการเต็มเวลา

| วัน             | เวลา          | จำนวน ชั่วโมง | ราคา/ ชั่วโมง (บาท) | จำนวน สนาม | รายได้ ต่อวัน | รายได้ ต่อ สัปดาห์ | รายได้ต่อ เดือน | รายได้ต่อปี |
|-----------------|---------------|---------------|---------------------|------------|---------------|--------------------|-----------------|-------------|
| ศุกร์ – อาทิตย์ | 12.00 – 18.00 | 6             | 1,100               | 3          | 19,800        | 59,400             | 237,600         | 2,851,200   |
| ศุกร์ – อาทิตย์ | 18.00 – 01.00 | 7             | 1,300               | 3          | 27,300        | 81,900             | 327,600         | 3,931,200   |
| รวม             |               |               |                     |            |               | 314,100            | 1,256,400       | 15,076,800  |

ตารางที่ 6.6: รายได้ค่าบริการเช่าสนามหญ้าเทียมตามอัตราการใช้บริการ

| อัตราการใช้บริการ | รายได้ต่อปี |
|-------------------|-------------|
| 100%              | 15,076,800  |
| 90%               | 13,569,120  |
| 80%               | 12,061,440  |
| 70%               | 10,533,760  |
| 60%               | 9,046,080   |
| 50%               | 7,538,400   |

ทางโครงการประมาณการรายได้ค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมโดยอ้างอิงจากตารางที่ 6.6 กล่าวคือ ถ้าลูกค้ามาใช้บริการเช่าสนามฟุตบอลเต็มสนามทุกสนามตลอดเวลาให้บริการ จะสามารถสร้างได้ให้กับโครงการเท่ากับ 15,076,800 บาทต่อ ทั้งนี้ในการประเมินโอกาสในการสร้างรายได้ของโครงการ Spiderball Stadium ได้แบ่งไว้เป็นสามกรณีคือ กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และกรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case) โดยมีการกำหนดอัตราการใช้บริการเท่ากับ 60% 50% และ 40% ตามลำดับ กล่าวคือทางโครงการ Spiderball

Stadium สามารถสร้างรายได้จากค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเท่ากับ 9,046,080 บาท , 7,538,400 บาท และ 6,030,720 บาทตามลำดับ

ตารางที่ 6.7: รายได้จากค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแบ่งตามกรณี

| รายได้จากค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม | รายได้ต่อปี |
|-------------------------------------------|-------------|
| กรณีที่ดีที่สุด                           | 9,046,080   |
| กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด                 | 7,538,400   |
| กรณีที่แย่ที่สุด                          | 6,030,720   |

#### 6.4.2 รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอล

ทางโครงการ Spiderball Stadium ได้จัดการแข่งขันฟุตบอล Spiderball Football League ขึ้น โดยการแข่งขันจะแบ่งออกเป็น 2 ลีค ลีคละ 12 ทีม รวม 24 ทีม เป็นการแข่งขันแบบพบกันหมด ในแต่ละลีค โดยใน 1 ปีจะทำการจัดการแข่งขัน 3 ครั้ง มีค่าสมัครทีมละ 3,000 บาท ต่อการร่วมการแข่งขันลีค 1 ครั้ง และมีค่าทำการแข่งขันนัดละ 1,000 บาทต่อนัด รวมค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของทีมเป็นจำนวน 42,000 บาทต่อปี ถ้าหากสมัครครบทั้ง 24 ทีม จะสามารถสร้างรายได้ให้กับโครงการ Spiderball Stadium ปีละ 1,008,000 บาท

ตารางที่ 6.8: รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอลแบ่งตามกรณี

| รายได้จากค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม | รายได้ต่อปี |
|-------------------------------------------|-------------|
| กรณีที่ดีที่สุด                           | 604,800     |
| กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด                 | 504,000     |
| กรณีที่แย่ที่สุด                          | 403,200     |

ทางโครงการประมาณการรายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอลโดยอ้างอิงจากตารางที่ 6.8 กล่าวคือ ถ้าลูกค้ายมาร่วมแข่งขันครบทั้ง 24 ทีม จะสามารถสร้างรายได้ให้กับโครงการ Spiderball Stadium ปีละ 1,008,000 บาท ทั้งนี้ในการประเมินโอกาสในการสร้างรายได้ของโครงการ Spiderball Stadium ได้แบ่งไว้เป็นสามกรณีคือ กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และกรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case) โดยมีการกำหนดอัตราการให้บริการ

เท่ากับ 60% 50% และ 40% ตามลำดับ กล่าวคือทางโครงการ Spiderball Stadium สามารถสร้างรายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอลเท่ากับ 604,800 บาท , 504,400บาท และ 403,200 บาท ตามลำดับ

#### 6.4.3 รายได้จากการให้บริการสอนทักษะทางฟุตบอล

ทางโครงการ Spiderball Stadium ได้ให้บริการฝึกสอนทักษะฟุตบอลสำหรับเด็ก เยาวชน และผู้ที่สนใจที่จะพัฒนาทักษะด้านฟุตบอลของตนเอง โดยจะเปิดให้บริการในวันเสาร์และวันอาทิตย์ วันละ 6 ช่วงอายุคือ 2 ชั่วโมง ซึ่งจะแบ่งอายุในการฝึกสอนเป็น 3-ปีขึ้นไป รับผู้เรียน 15 และ ปี 14 จำนวนไม่เกินช่วงอายุละ 6 คนโดยมีอัตราค่าบริการตามตารางที่ 50.9

ตารางที่ 6.9: อัตราค่าบริการการฝึกสอนฟุตบอล

| อายุ         | วันที่เรียน     | ราคา(บาท) เดือน/ |
|--------------|-----------------|------------------|
| 6-14 ปี      | เสาร์ อาทิตย์ – | 1,000            |
| ปี ขึ้นไป 15 | เสาร์ อาทิตย์ – | 1,300            |

ตารางที่ 6.10: รายได้ค่าบริการการฝึกสอนฟุตบอลกรณีให้บริการเต็มทรัพยากรที่มี

| วัน                | อายุ         | จำนวนผู้เรียน | ราคา เดือน/ | รายได้ต่อเดือน | รายได้ต่อปี |
|--------------------|--------------|---------------|-------------|----------------|-------------|
| เสาร์ –<br>อาทิตย์ | 6-14 ปี      | 50            | 1,000       | 50,000         | 600,000     |
|                    | ปี ขึ้นไป 15 | 50            | 1,300       | 65,000         | 780,000     |
| รวม                |              |               |             | 115,000        | 1,380,000   |

ตารางที่ 6.11: รายได้ค่าบริการการฝึกสอนฟุตบอลแบ่งตามกรณี

| รายได้จากค่าบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม | รายได้ต่อปี |
|-------------------------------------------|-------------|
| กรณีที่ดีที่สุด                           | 828,000     |
| กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด                 | 690,000     |
| กรณีที่แย่ที่สุด                          | 552,000     |

ทางโครงการประมาณการรายได้จากค่าบริการการฝึกสอนฟุตบอลกรณี อ้างอิงจากตารางที่ 6. กล่าวคือ ถ้ามีลูกค้ามาใช้บริการการฝึกสอนฟุตบอลกรณีให้บริการเต็มทรัพยากรที่มี จะสร้าง 10 รายได้ให้กับโครงการ Spiderball Stadium ปีละ 1,380,000 บาทต่อปี ทั้งนี้ในการประเมินโอกาสในการสร้างรายได้ของโครงการ Spiderball Stadium ได้แบ่งไว้เป็นสามกรณีคือ กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most likely Case) และกรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case) โดยมีการกำหนดอัตราการให้บริการเท่ากับ 60% 50% และ 40% ตามลำดับ กล่าวคือทางโครงการ Spiderball Stadium สามารถสร้างรายได้จากค่าบริการการฝึกสอนฟุตบอลเท่ากับ 828,000 บาท , 690,000 บาท และ 552,000 บาทตามลำดับ

#### 6.4.4 รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม

ทางโครงการ Spiderball Stadium ได้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ขนมคบเคี้ยว น้ำดื่ม เกลือแร่ เครื่องดื่มชูกำลัง เป็นต้น รายได้ส่วนนี้เป็นกิจกรรมแบบซื้อมาขายไป โดยวัตถุประสงค์ของการทำร้านขายอาหารและเครื่องดื่มก็เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ในกรณีที่ต้องการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองท้อง หรือดับกระหายจากการเล่นกีฬาฟุตบอล โดยประเมินรายได้จากค่าอาหารคิดเป็น 25% จากรายได้รวมสามอย่างข้างต้น

ตารางที่ 6.12: รายได้ของโครงการ Spiderball Stadium สำหรับปี 2559 กรณีที่ดีที่สุด กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด และกรณีที่แย่ที่สุด

| ประเภทของรายได้ (หน่วย : บาท)             | กรณีที่ดีที่สุด   | กรณีที่เป็นไปได้ที่สุด | กรณีที่แย่ที่สุด |
|-------------------------------------------|-------------------|------------------------|------------------|
| รายได้จากให้บริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม | 9,046,080         | 7,538,400              | 6,030,720        |
| รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอล           | 604,800           | 504,000                | 403,200          |
| รายได้จากการให้บริการสอนทักษะทางฟุตบอล    | 828,000           | 690,000                | 552,000          |
| รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม        | 2,619,720         | 2,183,100              | 1,746,480        |
| <b>รวม</b>                                | <b>13,098,600</b> | <b>10,915,500</b>      | <b>8,732,400</b> |

เนื่องจากการขายอาหารและเครื่องดื่มนี้ทำเพื่อสนับสนุนกิจกรรมหลักของโครงการนั้นคือ การให้เข้าสนามฟุตบอล การจัดการแข่งขันฟุตบอล และการให้บริการการเรียนการสอน รายได้ส่วนนี้จึงผันแปรตามรายได้ของกลุ่มที่ 3 และ 2 1 ซึ่งคาดการณ์ไว้ว่ารายได้จากร้านขายอาหารและเครื่องดื่มจะเท่ากับ 25%

## 6.5 การประมาณรายจ่าย

ตารางที่ 6.13: ค่าเช่าที่ดินและค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์

| ค่าเช่าที่ดินและค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์            | มูลค่า (บาท) |
|---------------------------------------------------|--------------|
| ค่าเช่าที่ดิน                                     | 720,000      |
| ค่าเสื่อมราคา) สนามฯ-16,062,750/10ปี(             | 1,606,275    |
| ค่าเสื่อมราคา) ตกแต่ง/อาคาร-792,000/5ปี(          | 158,400      |
| ค่าเสื่อมราคา) อุปกรณ์กีฬา-200,000/5ปี(           | 40,000       |
| ค่าเสื่อมราคา) อุปกรณ์สำนักงาน-800,000/5ปี(       | 160,000      |
| ค่าเสื่อมราคา) อุปกรณ์เบื้องต้นอื่นๆ-200,000/5ปี( | 40,000       |

โครงการ Spiderball Stadium มีโครงสร้างต้นทุนและค่าใช้จ่าย ประกอบไปด้วย ค่าเช่าที่ดิน ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ เงินเดือนพนักงาน ค่าดูแลรักษาสนาม ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด ค่าสาธารณูปโภค ต้นทุนสินค้าเป็นต้น ซึ่งกำหนดรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.14: เงินเดือนพนักงาน

| ตำแหน่ง             | จำนวน | อัตราเงินเดือน (บาท) | รายจ่ายต่อเดือน (บาท) | รายจ่ายต่อปี (บาท) |
|---------------------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| ผู้จัดการ           | 1     | 25,000               | 25,000                | 300,000            |
| พนักงานบัญชี        | 1     | 18,000               | 18,000                | 216,000            |
| พนักงานดูแลเว็บไซต์ | 1     | 15,000               | 15,000                | 180,000            |
| พนักงานขาย          | 2     | 15,000               | 30,000                | 360,000            |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.14 (ต่อ): เงินเดือนพนักงาน

| ตำแหน่ง                         | จำนวน | อัตราเงินเดือน<br>(บาท) | รายจ่ายต่อ<br>เดือน (บาท) | รายจ่ายต่อปี<br>(บาท) |
|---------------------------------|-------|-------------------------|---------------------------|-----------------------|
| พนักงานดูแลลูกค้า               | 2     | 15,000                  | 30,000                    | 360,000               |
| พนักงานฝ่ายสื่อ<br>มัลติมีเดีย  | 2     | 15,000                  | 30,000                    | 360,000               |
| พนักงานทำความสะอาด              | 2     | 9,000                   | 18,000                    | 216,000               |
| เจ้าหน้าที่รักษาความ<br>ปลอดภัย | 3     | 9,000                   | 27,000                    | 324,000               |
| รวม                             | 14    |                         | 193,000                   | 2,316,000             |

ในกรณีที่ที่สุดจะมีการจ้างพนักงานเพิ่มในตำแหน่ง พนักงานขาย พนักงานดูแลลูกค้า พนักงานฝ่ายสื่อมัลติมีเดีย และพนักงานทำความสะอาดเพิ่มขึ้นอย่างละ 1 ตำแหน่งในช่วงปีที่ 3 และมีการขึ้นเงินเดือนพนักงานทุกปีละ 5 เปอร์เซ็นต์

ในกรณีที่เกินไปได้มากที่สุดจะมีการขึ้นเงินเดือนพนักงานทุกปีละ 5 เปอร์เซ็นต์

ในกรณีที่แย่ที่สุดจะมีการลดพนักงานในตำแหน่ง พนักงานดูแลลูกค้า พนักงานฝ่ายสื่อมัลติมีเดีย พนักงานทำความสะอาด และพนักงานรักษาความปลอดภัยลง อย่างละ 1 ตำแหน่ง และมีการขึ้นเงินเดือนพนักงานปีละ 3 เปอร์เซ็นต์

รายจ่ายที่นอกเหนือจากตาราง 6.13 ค่าเช่าที่ดินและค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ และตารางที่ 6.14 เงินเดือนพนักงาน ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด ค่าสาธารณูปโภค ต้นทุนสินค้า จะผันแปรตามรายได้ส่วนต่างๆซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด คิดเป็น 40% ของรายได้ทั้งหมดในปีแรกเพื่อส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และ 5% ของรายได้ทั้งหมดในปีถัดไป

ค่าสาธารณูปโภค คิดเป็น 7% ของรายได้ทั้งหมด

ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็น 50% ของรายได้จากอาหารและเครื่องดื่ม

ค่าจัดการแข่งขัน คิดเป็น 30% ของรายได้จากการแข่งขัน



ดอกเบี้ยจ่ายสำหรับเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคาร 12,500,000 บาท ด้วยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ 8% ผ่อนชำระครบภายใน 5 ปี เริ่มคืนเงินต้นในปีที่ 3 ปี 4,000,000 บาท ปีที่ 4 4,000,000 บาท และปีที่ 5 4,500,000 บาท เสียดอกเบี้ยรวมแล้ว 4,040,000 บาท

ตารางที่ 6.15: ประมาณการต้นทุนการขายสำหรับปี 2559 ในกรณีที่ดีที่สุด

| ต้นทุนการขาย                 | หน่วย : บาท |
|------------------------------|-------------|
| ค่าเสื่อมราคา สนามฟุตบอล     | 1,606,275   |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์กีฬา    | 40,000      |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์อื่นๆ   | 40,000      |
| ค่าสาธารณูปโภค               | 916,902     |
| ค่าต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม | 1,309,860   |
| ค่าต้นทุนการจัดการแข่งขัน    | 181,440     |
| รวมต้นทุนขาย                 | 4,094,477   |

ตารางที่ 6.16: ประมาณการต้นทุนการขายสำหรับปี 2559 ในกรณีเป็นไปได้มากที่สุด

| ต้นทุนการขาย                 | หน่วย : บาท |
|------------------------------|-------------|
| ค่าเสื่อมราคา สนามฟุตบอล     | 1,606,275   |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์กีฬา    | 40,000      |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์อื่นๆ   | 40,000      |
| ค่าสาธารณูปโภค               | 764,085     |
| ค่าต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม | 1,091,550   |
| ค่าต้นทุนการจัดการแข่งขัน    | 151,200     |
| รวมต้นทุนขาย                 | 3,692,910   |

ตารางที่ 6.17: ประมาณการต้นทุนการขายสำหรับปี 2559 ในกรณีที่แย่ที่สุด

| ต้นทุนการขาย                 | หน่วย : บาท |
|------------------------------|-------------|
| ค่าเสื่อมราคา สนามฟุตบอล     | 1,606,275   |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์กีฬา    | 40,000      |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์อื่นๆ   | 40,000      |
| ค่าสาธารณูปโภค               | 611,268     |
| ค่าต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม | 873,240     |
| ค่าต้นทุนการจัดการแข่งขัน    | 120,960     |
| รวมต้นทุนขาย                 | 3,291,743   |

ตารางที่ 6.18: ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารสำหรับปี 2559 ในกรณีที่ดีที่สุด

| ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร    | หน่วย : บาท |
|-----------------------------------|-------------|
| ค่าเช่าที่ดิน                     | 720,000     |
| ค่าเสื่อมราคา อาคารและสถานที่     | 158,400     |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์สำนักงาน     | 160,000     |
| ค่าเงินเดือนพนักงาน               | 2,256,000   |
| ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด    | 5,239,440   |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร | 8,533,840   |

ตารางที่ 6.19: ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารสำหรับปี 2559 ในกรณีที่เป็นไปได้  
ที่สุด

| ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร | หน่วย : บาท |
|--------------------------------|-------------|
| ค่าเช่าที่ดิน                  | 720,000     |
| ค่าเสื่อมราคา อาคารและสถานที่  | 158,400     |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์สำนักงาน  | 160,000     |
| ค่าเงินเดือนพนักงาน            | 2,256,000   |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.19 (ต่อ): ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารสำหรับปี 2559 ในกรณีที่  
เป็นไปได้ที่สุด

| ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร    | หน่วย : บาท |
|-----------------------------------|-------------|
| ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด    | 4,366,000   |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร | 7,660,400   |

ตารางที่ 6.20: ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารสำหรับปี 2559 ในกรณีที่แย่ที่สุด

| ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร    | หน่วย : บาท |
|-----------------------------------|-------------|
| ค่าเช่าที่ดิน                     | 720,000     |
| ค่าเสื่อมราคา อาคารและสถานที่     | 158,400     |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์สำนักงาน     | 160,000     |
| ค่าเงินเดือนพนักงาน               | 2,256,000   |
| ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด    | 3,492,960   |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร | 6,589,360   |

## 6.6 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

การประมาณการงบการเงินจะเริ่มต้นจากการจัดทำงบกำไรขาดทุนของโครงการก่อน เพื่อที่จะสามารถคาดการณ์ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทเป็นระยะเวลา 5 ปี โดยมี 3 แนวทางคือ กรณีที่ดีที่สุด กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด และกรณีที่แย่ที่สุด

โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium  
งบกำไรขาดทุน – กรณีที่ดีที่สุด  
สำหรับปี 2559

หน่วย : บาท

**รายได้**

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| รายได้จากการให้บริการเช่าสนาม      | 9,046,080 |
| รายได้จากการสอนฟุตบอล              | 828,000   |
| รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอล    | 604,800   |
| รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม | 2,619,720 |

**รวมรายได้ทั้งหมด**

**13,098,600**

**ต้นทุนขาย**

|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| ค่าเสื่อมราคา สนามฟุตบอล     | (1,606,275) |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์กีฬา    | (40,000)    |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์อื่นๆ   | (40,000)    |
| ค่าสาธารณูปโภค               | (916,902)   |
| ค่าต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม | (1,309,860) |
| ค่าต้นทุนการจัดการแข่งขัน    | (181,440)   |

**รวมต้นทุนขาย**

**(4,094,477)**

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร**

|                                |             |
|--------------------------------|-------------|
| ค่าเช่าที่ดิน                  | (720,000)   |
| ค่าเสื่อมราคา อาคารและสถานที่  | (158,400)   |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์สำนักงาน  | (160,000)   |
| ค่าเงินเดือนพนักงาน            | (2,316,000) |
| ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด | (5,239,440) |

**รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร**

**(8,533,840)**

**กำไรขั้นต้น**

**470,283**

**ดอกเบี้ยจ่าย**

(1,000,000)

**กำไรก่อนภาษี**

**(529,717)**

**ภาษีเงินได้ฯ (30%)**

-

**กำไรสุทธิ**

**(529,717)**

โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium  
งบกำไรขาดทุน – กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด  
สำหรับปี 2559

หน่วย : บาท

**รายได้**

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| รายได้จากการให้บริการเช่าสนาม      | 7,538,400 |
| รายได้จากการสอนฟุตบอล              | 690,000   |
| รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอล    | 504,000   |
| รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม | 2,183,100 |

**รวมรายได้ทั้งหมด**

**10,915,500**

**ต้นทุนขาย**

|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| ค่าเสื่อมราคา สนามฟุตบอล     | (1,606,275) |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์กีฬา    | (40,000)    |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์อื่นๆ   | (40,000)    |
| ค่าสาธารณูปโภค               | (764,085)   |
| ค่าต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม | (1,091,550) |
| ค่าต้นทุนการจัดการแข่งขัน    | (151,200)   |

**รวมต้นทุนขาย**

**(3,693,100)**

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร**

|                                |             |
|--------------------------------|-------------|
| ค่าเช่าที่ดิน                  | (720,000)   |
| ค่าเสื่อมราคา อาคารและสถานที่  | (158,400)   |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์สำนักงาน  | (160,000)   |
| ค่าเงินเดือนพนักงาน            | (2,316,000) |
| ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด | (4,366,000) |

**รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร**

**(7,660,400)**

**กำไรขั้นต้น**

**(438,010)**

**ดอกเบี้ยจ่าย**

(1,000,000)

**กำไรก่อนภาษี**

**(1,438,010)**

**ภาษีเงินได้ฯ (30%)**

-

**กำไรสุทธิ**

**(1,438,010)**

โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium  
งบกำไรขาดทุน – กรณีที่แย่มากที่สุด  
สำหรับปี 2559

หน่วย : บาท

**รายได้**

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| รายได้จากการให้บริการเช่าสนาม      | 6,030,720 |
| รายได้จากการสอนฟุตบอล              | 552,000   |
| รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอล    | 403,200   |
| รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม | 1,746,480 |

**รวมรายได้ทั้งหมด**

**8,732,400**

**ต้นทุนขาย**

|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| ค่าเสื่อมราคา สนามฟุตบอล     | (1,606,275) |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์กีฬา    | (40,000)    |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์อื่นๆ   | (40,000)    |
| ค่าสาธารณูปโภค               | (611,268)   |
| ค่าต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม | (873,240)   |
| ค่าต้นทุนการจัดการแข่งขัน    | (120,960)   |

**รวมต้นทุนขาย**

**(3,291,743)**

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร**

|                                |             |
|--------------------------------|-------------|
| ค่าเช่าที่ดิน                  | (720,000)   |
| ค่าเสื่อมราคา อาคารและสถานที่  | (158,400)   |
| ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์สำนักงาน  | (160,000)   |
| ค่าเงินเดือนพนักงาน            | (2,316,000) |
| ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด | (3,492,960) |

**รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร**

**(6,787,360)**

**กำไรขั้นต้น**

**(1,346,703)**

**ดอกเบี้ยจ่าย**

(1,000,000)

**กำไรก่อนภาษี**

**(2,346,703)**

**ภาษีเงินได้ฯ (30%)**

-

**กำไรสุทธิ**

**(2,346,703)**

### โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium

ตารางที่ 6.21: งบกำไรขาดทุน – กรณีที่ดีที่สุด

หน่วย: บาท

|                                    | ปี 2559                   | ปี 2560                   | ปี 2561                   | ปี 2562                   | ปี 2563                   |
|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| รายได้จากการให้บริการเช่าสนาม      | 9,046,080                 | 10,131,610                | 11,347,403                | 12,709,091                | 14,234,182                |
| รายได้จากการสอนฟุตบอล              | 828,000                   | 927,360                   | 1,038,643                 | 1,163,280                 | 1,302,874                 |
| รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอล    | 604,800                   | 677,376                   | 758,661                   | 849,700                   | 951,665                   |
| รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม | 2,619,720                 | 2,934,086                 | 3,286,177                 | 3,680,518                 | 4,122,180                 |
| <b>รวมรายได้ทั้งหมด</b>            | <b><u>13,098,600</u></b>  | <b><u>14,670,432</u></b>  | <b><u>16,430,884</u></b>  | <b><u>18,402,590</u></b>  | <b><u>20,610,901</u></b>  |
| ต้นทุนขาย                          |                           |                           |                           |                           |                           |
| ค่าเสื่อมราคา สนาม                 | (1,606,275)               | (1,606,275)               | (1,606,275)               | (1,606,275)               | (1,606,275)               |
| ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์กีฬา           | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  |
| ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์อื่นๆ          | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  |
| ค่าสาธารณูปโภค                     | (916,902)                 | (1,026,930)               | (1,150,162)               | (1,288,181)               | (1,442,763)               |
| ค่าต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม       | (1,309,860)               | (1,467,043)               | (1,643,088)               | (1,840,259)               | (2,061,090)               |
| ค่าต้นทุนการจัดการแข่งขัน          | (181,440)                 | (203,213)                 | (227,598)                 | (254,910)                 | (285,499)                 |
| <b>รวมต้นทุนขาย</b>                | <b><u>(4,094,477)</u></b> | <b><u>(4,383,461)</u></b> | <b><u>(4,707,123)</u></b> | <b><u>(5,069,625)</u></b> | <b><u>(5,475,627)</u></b> |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.21 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน – กรณีที่ดีที่สุด

หน่วย: บาท

|                                                    | ปี 2559                   | ปี 2560                   | ปี 2561                   | ปี 2562                   | ปี 2563                   |
|----------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| ค่าใช้จ่ายในการ<br>ขายและการ<br>บริหาร             |                           |                           |                           |                           |                           |
| ค่าเช่าที่ดิน                                      | (720,000)                 | (720,000)                 | (720,000)                 | (720,000)                 | (720,000)                 |
| ค่าเสื่อมราคา<br>อาคารสถานที่                      | (158,400)                 | (158,400)                 | (158,400)                 | (158,400)                 | (158,400)                 |
| ค่าเสื่อม อุปกรณ์<br>สำนักงาน                      | (160,000)                 | (160,000)                 | (160,000)                 | (160,000)                 | (160,000)                 |
| ค่าเงินเดือน<br>พนักงาน                            | (2,316,000)               | (2,368,800)               | (3,135,240)               | (3,292,002)               | (3,456,602)               |
| ค่าใช้จ่ายในการ<br>ส่งเสริมการตลาด                 | (5,239,440)               | (733,522)                 | (821,544)                 | (920,129)                 | (1,030,544)               |
| <b>รวมค่าใช้จ่ายใน<br/>การขายและการ<br/>บริหาร</b> | <b><u>(8,533,840)</u></b> | <b><u>(4,140,722)</u></b> | <b><u>(4,995,184)</u></b> | <b><u>(5,250,531)</u></b> | <b><u>(5,525,546)</u></b> |
| กำไรขั้นต้น                                        | 430,283                   | 6,146,249                 | 6,728,577                 | 8,082,434                 | 9,609,728                 |
| ดอกเบี้ยจ่าย                                       | (1,000,000)               | (1,000,000)               | (1,000,000)               | (1,000,000)               | (1,000,000)               |
| กำไรก่อนหักภาษี<br>ฯ                               | (529,717)                 | 5,146,249                 | 5,728,577                 | 7,348,434                 | 9,249,728                 |
| ภาษีเงินได้                                        | 0                         | (1,543,875)               | (1,718,573)               | (2,204,530)               | (2,774,918)               |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                                   | <b><u>(529,717)</u></b>   | <b><u>3,602,374</u></b>   | <b><u>4,010,004</u></b>   | <b><u>5,143,904</u></b>   | <b><u>6,474,810</u></b>   |



### โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium

ตารางที่ 6.22: งบกำไรขาดทุน – กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด

หน่วย : บาท

|                                    | ปี 2559                  | ปี 2560                  | ปี 2561                  | ปี 2562                  | ปี 2563                  |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| รายได้จากการให้บริการเช่าสนาม      | 7,538,400                | 8,292,240                | 9,121,464                | 10,033,610               | 11,036,971               |
| รายได้จากการสอนฟุตบอล              | 690,000                  | 759,000                  | 834,900                  | 918,390                  | 1,010,229                |
| รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอล    | 504,000                  | 554,400                  | 609,840                  | 670,824                  | 670,824                  |
| รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม | 2,183,100                | 2,401,410                | 2,641,551                | 2,905,706                | 3,196,277                |
| <b>รวมรายได้ทั้งหมด</b>            | <b><u>10,915,500</u></b> | <b><u>12,007,050</u></b> | <b><u>13,207,755</u></b> | <b><u>14,528,531</u></b> | <b><u>15,981,384</u></b> |
| ต้นทุนขาย                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| ค่าเสื่อมราคา สนาม                 | (1,606,275)              | (1,606,275)              | (1,606,275)              | (1,606,275)              | (1,606,275)              |
| ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์กีฬา           | (40,000)                 | (40,000)                 | (40,000)                 | (40,000)                 | (40,000)                 |
| ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์อื่นๆ          | (40,000)                 | (40,000)                 | (40,000)                 | (40,000)                 | (40,000)                 |
| ค่าสาธารณูปโภค                     | (764,085)                | (840,493)                | (924,543)                | (1,016,997)              | (1,118,697)              |
| ค่าต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม       | (1,091,550)              | (1,200,705)              | (1,320,776)              | (1,452,853)              | (1,598,138)              |
| ค่าต้นทุนการจัดการแข่งขัน          | (151,200)                | (166,320)                | (182,952)                | (201,247)                | (221,372)                |
| <b>รวมต้นทุนขาย</b>                | <b><u>3,693,110</u></b>  | <b><u>3,893,793</u></b>  | <b><u>4,114,546</u></b>  | <b><u>4,357,372</u></b>  | <b><u>4,624,482</u></b>  |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.22 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน – กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด

หน่วย : บาท

|                                                    | ปี 2559                   | ปี 2560                   | ปี 2561                   | ปี 2562                   | ปี 2563                   |
|----------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| ค่าใช้จ่ายในการ<br>ขายและการบริหาร                 |                           |                           |                           |                           |                           |
| ค่าเช่าที่ดิน                                      | (720,000)                 | (720,000)                 | (720,000)                 | (720,000)                 | (720,000)                 |
| ค่าเสื่อมราคา<br>อาคารสถานที่                      | (158,400)                 | (158,400)                 | (158,400)                 | (158,400)                 | (158,400)                 |
| ค่าเสื่อม อุปกรณ์<br>สำนักงาน                      | (160,000)                 | (160,000)                 | (160,000)                 | (160,000)                 | (160,000)                 |
| ค่าเงินเดือน<br>พนักงาน                            | (2,316,000)               | (2,368,800)               | (2,487,240)               | (2,611,602)               | (2,742,182)               |
| ค่าใช้จ่ายในการ<br>ส่งเสริมการตลาด                 | (4,366,000)               | (600,352)                 | (660,388)                 | (726,427)                 | (799,069)                 |
| <b>รวมค่าใช้จ่ายใน<br/>การขายและการ<br/>บริหาร</b> | <b><u>(7,660,400)</u></b> | <b><u>(4,007,552)</u></b> | <b><u>(4,186,028)</u></b> | <b><u>(4,376,429)</u></b> | <b><u>(4,579,651)</u></b> |
| กำไรขั้นต้น                                        | (438,010)                 | 4,105,705                 | 4,907,181                 | 5,794,730                 | 6,777,251                 |
| ดอกเบี้ยจ่าย                                       | (1,000,000)               | (1,000,000)               | (1,000,000)               | (680,000)                 | (360,000)                 |
| กำไรก่อนหักภาษีฯ                                   | (1,438,010)               | 3,105,705                 | 3,907,181                 | 5,114,730                 | 6,417,251                 |
| ภาษีเงินได้                                        | 0                         | (931,712)                 | (1,172,154)               | (1,534,419)               | (1,925,175)               |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                                   | <b><u>(1,438,010)</u></b> | <b><u>2,173,993</u></b>   | <b><u>2,735,027</u></b>   | <b><u>3,580,311</u></b>   | <b><u>4,492,076</u></b>   |

### โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium

ตารางที่ 6.23: งบกำไรขาดทุน – กรณีที่แย่ที่สุด

หน่วย : บาท

|                                    | ปี 2559                   | ปี 2560                   | ปี 2561                   | ปี 2562                   | ปี 2563                   |
|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| รายได้จากการให้บริการเช่าสนาม      | 6,030,720                 | 6,332,256                 | 6,648,869                 | 6,981,312                 | 7,330,378                 |
| รายได้จากการสอนฟุตบอล              | 552,000                   | 579,600                   | 608,580                   | 639,009                   | 670,959                   |
| รายได้จากการจัดการแข่งขันฟุตบอล    | 403,200                   | 423,360                   | 444,528                   | 466,754                   | 490,092                   |
| รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม | 1,746,480                 | 1,833,804                 | 1,925,494                 | 2,021,769                 | 2,122,857                 |
| <b>รวมรายได้ทั้งหมด</b>            | <b><u>8,732,400</u></b>   | <b><u>9,169,020</u></b>   | <b><u>9,627,471</u></b>   | <b><u>10,108,845</u></b>  | <b><u>10,614,287</u></b>  |
| ต้นทุนขาย                          |                           |                           |                           |                           |                           |
| ค่าเสื่อมราคา สนาม                 | (1,606,275)               | (1,606,275)               | (1,606,275)               | (1,606,275)               | (1,606,275)               |
| ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์กีฬา           | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  |
| ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์อื่นๆ          | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  | (40,000)                  |
| ค่าสาธารณูปโภค                     | (611,268)                 | (641,831)                 | (673,923)                 | (707,619)                 | (743,000)                 |
| ค่าต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม       | (873,240)                 | (916,902)                 | (962,747)                 | (1,010,884)               | (1,061,429)               |
| ค่าต้นทุนการจัดการแข่งขัน          | (120,960)                 | (127,008)                 | (133,358)                 | (140,026)                 | (147,028)                 |
| <b>รวมต้นทุนขาย</b>                | <b><u>(3,291,743)</u></b> | <b><u>(3,372,016)</u></b> | <b><u>(3,456,303)</u></b> | <b><u>(3,544,804)</u></b> | <b><u>(3,637,732)</u></b> |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร     |                           |                           |                           |                           |                           |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.23 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน – กรณีที่แย่งที่สุด

หน่วย : บาท

|                                               | ปี 2559                   | ปี 2560                   | ปี 2561                   | ปี 2562                   | ปี 2563                   |
|-----------------------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| ค่าเช่าที่ดิน                                 | (720,000)                 | (720,000)                 | (720,000)                 | (720,000)                 | (720,000)                 |
| ค่าเสื่อมราคา อาคาร<br>สถานที่                | (158,400)                 | (158,400)                 | (158,400)                 | (158,400)                 | (158,400)                 |
| ค่าเสื่อม อุปกรณ์<br>สำนักงาน                 | (160,000)                 | (160,000)                 | (160,000)                 | (160,000)                 | (160,000)                 |
| ค่าเงินเดือนพนักงาน                           | (2,316,000)               | (2,323,680)               | (1,782,312)               | (1,835,781)               | (1,890,855)               |
| ค่าใช้จ่ายในการ<br>ส่งเสริมการตลาด            | (3,492,960)               | (458,451)                 | (481,374)                 | (505,442)                 | (530,714)                 |
| <b>รวมค่าใช้จ่ายในการ<br/>ขายและการบริหาร</b> | <b><u>(6,787,360)</u></b> | <b><u>(3,820,531)</u></b> | <b><u>(3,302,802)</u></b> | <b><u>(3,379,623)</u></b> | <b><u>(3,459,969)</u></b> |
| กำไรขั้นต้น                                   | (1,346,703)               | 1,976,473                 | 2,868,366                 | 3,184,418                 | 3,516,586                 |
| ดอกเบี้ยจ่าย                                  | (1,000,000)               | (1,000,000)               | (1,000,000)               | (680,000)                 | (360,000)                 |
| กำไรก่อนหักภาษี                               | 2,346,703                 | 976,473                   | 1,868,366                 | 2,468,418                 | 3,156,586                 |
| ภาษีเงินได้                                   | 0                         | (292,942)                 | (560,510)                 | (740,525)                 | (946,976)                 |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                              | <b><u>(2,346,703)</u></b> | <b><u>683,531</u></b>     | <b><u>1,307,856</u></b>   | <b><u>1,727,893</u></b>   | <b><u>2,209,610</u></b>   |

## 6.7 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการใช้เครื่องมือในการประเมิน 3 วิธี คือ

6.7.1 ระยะเวลาคืนทุน (Pay-Back-Period)

6.7.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV)

6.7.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return; IRR)

โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium มีสมมุติฐานทางการเงินในการลงทุนครั้งเดียวเป็นจำนวน 25,000,000 บาท สำหรับ 5 ปีที่ได้วางแผนการเงิน จากส่วนก่อนหน้าทำให้ได้ทราบถึงกำไรจากการดำเนินการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.24: แสดงการประมาณกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินการในปี 2559-2663

| กระแสเงินสดรับสุทธิจากการดำเนินงาน (บาท) |           |            |           |            |            |
|------------------------------------------|-----------|------------|-----------|------------|------------|
|                                          | 2559      | 2560       | 2561      | 2562       | 2563       |
| กรณีที่ดีที่สุด                          | 8,363,123 | 12,336,299 | 9,943,929 | 11,115,629 | 12,058,734 |
| กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด                | 7,511,915 | 10,907,919 | 8,668,952 | 9,514,236  | 10,076,000 |
| กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด                      | 6,603,222 | 9,417,456  | 6,819,007 | 7,454,343  | 7,606,511  |

ตารางที่ 6.25: แสดงการประมาณกำไรสุทธิในปี 2559-2663

| กำไรสุทธิ (บาท)           |             |           |             |           |           |
|---------------------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-----------|
|                           | 2559        | 2560      | 2561        | 2562      | 2563      |
| กรณีที่ดีที่สุด           | 133,198     | 4,106,374 | 1,714,004   | 2,885,704 | 3,828,809 |
| กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด | (718,010)   | 2,677,994 | 439,027     | 1,284,311 | 1,846,075 |
| กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด       | (1,626,703) | 1,187,531 | (1,410,918) | (775,582) | (623,414) |

### 6.7.1 ระยะเวลาคืนทุน (Pay-Back Period)

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการสนามฟุตบอล Spierball Stadium โดยใช้วิธีระยะเวลาคืนทุนจะคำนวณกำไรสุทธิเปรียบเทียบกับเงินลงทุน 25,000,000 บาท ว่าต้องใช้ระยะเวลาสั้นเท่าไรถึงจะคืนทุน

|                           |                      |
|---------------------------|----------------------|
| กรณีที่ดีที่สุด           | เท่ากับ 3 ปี 1 เดือน |
| กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด | เท่ากับ 3 ปี 5 เดือน |
| กรณีที่ย่ำแย่ที่สุด       | เท่ากับ 4 ปี 7 เดือน |

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

กฎการตัดสินใจ ถ้ามูลค่าปัจจุบันมีค่าเป็นบวก บริษัทก็ควรที่จะยอมรับในการลงทุนของโครงการ แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันติดลบก็ควรที่จะปฏิเสธการลงทุน

|                           |             |         |            |
|---------------------------|-------------|---------|------------|
| กรณีที่ดีที่สุด           | NPV ปีที่ 5 | เท่ากับ | 17,591,123 |
| กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด | NPV ปีที่ 5 | เท่ากับ | 12,039,756 |

ยี่ที่สุดกรณีนี้ NPV ปีที่ 5 เท่ากับ 5,257,220

จากข้อมูลด้านบนจะพบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิทั้งสามกรณีมีค่าเป็นบวกในปีที่ 5 สรุปได้ว่า  
ภายใต้วิธีการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้วนักลงทุนควรตัดสินใจลงทุนกับโครงการ

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

อัตราผลตอบแทนของโครงการสนามฟุตบอล Spierball Stadium ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของ  
กระแสเงินสดรับสุทธิมีค่าเท่ากับเงินลงทุน 25,000,000 บาท หรือ NPV มีค่าเท่ากับ 0 กฎการ  
ตัดสินใจ คือควรยอมรับการลงทุน ถ้า IRR ค่าเกินกว่าต้นทุนของเงินลงทุน ซึ่งเกินจากอัตราดอกเบี้ย  
สำหรับเงินกู้ระยะยาวจากธนาคารและอัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ ตามต้นทุนถั่วเฉลี่ยที่มีค่า  
เท่ากับ 9% ซึ่งเป็นอัตราผลตอบแทนถั่วเฉลี่ยโครงการสนามฟุตบอล Spierball Stadium

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนถั่วเฉลี่ยเงินทุนเท่ากับ 9% ซึ่งต่อไปจะคำนวณอัตราผลตอบแทน  
ภายใน )IRR ถ้า (IRR ที่ได้มีค่ามากกว่า 9% จึงพิจารณา

|                           |             |         |     |
|---------------------------|-------------|---------|-----|
| กรณีที่ดีที่สุด           | IRR ปีที่ 5 | เท่ากับ | 31% |
| กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด | IRR ปีที่ 5 | เท่ากับ | 24% |
| กรณีที่แย่ที่สุด          | IRR ปีที่ 5 | เท่ากับ | 16% |

เกณฑ์ในการพิจารณาคือ ถ้า IRR มากกว่า 9% จึงพิจารณาที่จะลงทุนในโครงการและจาก  
ข้อมูลด้านบนจะพบว่า ผลตอบแทนของโครงการทั้งสามกรณีสามารถทำผลตอบแทนได้มากกว่าที่  
คาดหวังในปีที่ 5 ทั้งสามกรณี สรุปได้ว่าภายใต้วิธีคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในแล้วนักลงทุนควร  
ลงทุนกับโครงการ

## บทที่ 7

### สรุปประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ

#### 7.1 บทสรุปการวิจัย

##### 7.1.1 สรุปผลการวิจัย

ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย 400 คน มีอายุอยู่ในช่วง 25-31 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20001-25000 บาท เป็นคนที่ใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า 314 คน นิยมใช้บริการสนามฟุตบอลและสนามฟุตบอล ในส่วนของสนามฟุตบอลนั้นนิยมมาเล่นสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง มีคนมาเล่นทีมละ 8-11 คน ใช้เวลาในการเล่นครั้งละ 61-120 นาที มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลครั้งละ 101-150 บาท ช่วงเวลาที่มาใช้สนามฟุตบอลให้เช่าเป็นประจำคือ 17.01-19.00 น. ในส่วนของสนามฟุตบอล ผู้ใช้บริการนิยมเล่นฟุตบอลแบบ 7 คน นิยมมาเล่นสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ครั้ง มีคนมาเล่นทีมละ 11-13 คน ใช้เวลาในการเล่นครั้งละ 61-120 นาที มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลครั้งละ 151-200 บาท ช่วงเวลาที่มาใช้สนามฟุตบอลให้เช่าเป็นประจำคือ 19.01-21.00 น. . ในปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า คุณภาพของหญ้าหรือพื้นที่ใช้ปูสนามมีความสำคัญมากที่สุด ความสว่างไฟสนามมีความสำคัญมากที่สุด คุณภาพของลูกฟุตบอลมีความสำคัญมากที่สุด มีสกอร์บอร์ดและนาฬิกาจับเวลาภายในสนามมีความสำคัญมากที่สุด . ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่ามีความสำคัญมากที่สุด พนักงานมีอัธยาศัยดี มีไมตรีจิตให้บริการมีความสำคัญมากที่สุดมีที่จอดรถจำนวนมากมีความสำคัญมากที่สุด มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำสะอาดมีความสำคัญมากที่สุด

ผลการศึกษาจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโครงการ พบว่าธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่ามีอยู่จำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่จำเป็นต้องสร้างความแตกต่าง สร้างเอกลักษณ์ของสนาม รวมถึงต้องมียานบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด รวมถึงมีการส่งเสริมการขายและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้และสร้างลูกค้าใหม่ๆให้มากขึ้น ในเรื่องของแนวโน้มธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าในอนาคต ผู้ประกอบการมีความเห็นว่า มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นในอนาคตเนื่องจากฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูง รวมถึงการที่ประเทศไทยการแข่งขันฟุตบอลในระดับอาชีพ ทำให้บุคคลทั่วไปที่อยากเป็นนักกีฬาอาชีพ ต้องหาพื้นที่แสดงความสามารถ ซึ่งสถานที่แรกๆ ที่คนเหล่านั้นจะแสดงความสามารถได้นั้นก็คือสนามฟุตบอลให้เช่านั่นเอง

### 7.1.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลในส่วนของทัศนคติเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล มีกลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตซอล 173 คน อยากให้จัดการแข่งขันในระบบพบกันหมด มีค่าสมัครในการแข่งขันทีมละ 1001-1500 บาท มีกลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลจำนวน 204 คน สนใจจะแข่งขันแบบฟุตบอล 7 คน อยากให้จัดการแข่งขันในระบบพบกันหมด มีค่าสมัครในการแข่งขันทีมละ 1501-2000 บาท จากข้อมูลจะพบว่า คนเล่นฟุตบอลและฟุตซอลส่วนใหญ่จะนิยมการแข่งขันในระบบพบกันหมด และอยากให้มีการใช้จ่ายในการสมัครทีมเข้าร่วมการแข่งขันในราคาที่ไม่สูงมาก

### 7.1.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

7.1.3.1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง ควรเก็บจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพิ่มให้ได้มากกว่าเดิม เพื่อให้เพิ่มข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากขึ้น

7.1.3.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ควรเพิ่มจำนวนผู้ประกอบกิจการที่ถูกสัมภาษณ์ให้เพิ่มขึ้น และควรเพิ่มประเด็นการสัมภาษณ์ให้มากกว่านี้

7.1.3.3 ศึกษาเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ รวมถึงการแข่งขันฟุตบอลในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้ลูกค้าประทับใจใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้ามามากยิ่งขึ้น

7.1.3.4 ศึกษาภาพรวมของธุรกิจสนามฟุตบอลให้เข้า การเปลี่ยนของคู่แข่ง การเปลี่ยนของสภาพเศรษฐกิจ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

## 7.2 บทสรุปทางธุรกิจ

### 7.2.1 สรุปประเด็นปัญหา

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่าความพึงพอใจในด้านคุณภาพของหญ้าหรือพื้นที่ใช้ปูสนามมีความสำคัญมากที่สุด ความสว่างไฟสนามมีความสำคัญมากที่สุด ถ้าพื้นสนามหญ้าดี นุ่ม ดินไม่แข็ง รวมถึงสนามมีความสว่างเพียงพอสำหรับการเล่นในเวลากลางคืน ก็จะทำให้ลูกค้าหันมาสนใจใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าของเรา การมีที่จอดรถจำนวนมากมีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากคนส่วนใหญ่นิยมขับรถส่วนตัวมาใช้บริการที่สนาม ทำให้จำเป็นต้องมีลานจอดรถที่มากเพียงพอต่อการให้บริการ

### 7.2.2 การแก้ไข้ปัญหา

การแก้ไข้ปัญหาพื้นสนามหญ้าและความสว่างของไฟสนาม คือ คือการเลือกซื้อหญ้าเทียมคุณภาพดีมาใช้ปูพื้นสนาม รวมถึงการติดตั้งระบบสว่างที่ได้มาตรฐานระดับสากล

การแก้ไข้ปัญหาเรื่องที่จอดรถนั้นสามารถทำได้โดย การวางแผนจัดการพื้นที่ใช้สอยที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดคุณค่ามากที่สุด โดยเริ่มตั้งแต่การวางโครงสร้างการสร้างสนาม เพื่อจัดเตรียมที่จอดรถให้เพียงพอต่อผู้มาให้บริการ



### 7.2.3 ข้อเสนอแนะ

7.2.3.1 การคัดเลือกบุคลากรที่เข้ามาทำงาน ต้องเลือกคนที่มีใจรักในการบริการ ถ้าคัดเลือกคนที่มีใจรักในกีฬาฟุตบอลดีมากๆ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่โครงการ

7.2.3.2 ต้องศึกษาความต้องการของลูกค้า พยายามตอบโจทย์สิ่งที่ลูกค้าต้องการให้ได้ เพื่อให้ลูกค้าจะได้ใช้บริการโครงการของเราไปอย่างยาวนาน

7.2.3.3 การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ทำให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นได้

7.2.3.4 ควรศึกษาข้อมูลอื่นๆเพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาโครงการไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลเรื่องเศรษฐกิจ การเมือง สังคม



## บรรณานุกรม

- กรมพลศึกษา. (2554). *จิตวิทยาการกีฬาสำหรับฟุตบอล*. สืบค้นจาก  
<http://sportsscience.dpe.go.th/web/main/sportdata.jsp?sport=1&knowledge>.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.) *ประวัติฟุตบอล ความเป็นมาของฟุตบอล*. สืบค้นจาก  
<http://ps.sat.or.th/Default.aspx?subid=9>.
- จิตรภัทร์ จิงอยู่สุข. (2543). *การมีส่วนร่วม ทักษะการตัดสินใจซื้อ ความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสินค้าความเกี่ยวพันสูงและสินค้าความเกี่ยวพันต่ำที่มี*  
*การจัดการตลาดเชิงกิจกรรม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมพล เป็นมงคล และวรายุทธ มหิมา. (2555). *การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนาม*  
*ฟุตบอลหญ้าเทียม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ชัชวาลย์ ใหม่จันทร์. (2554). *การวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม*  
*ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แหล่ม บุญลุ่ม. (2550). *สภาพปัญหาและความต้องการในการเล่นกีฬาของนักศึกษาสถาบันราชภัฏ*.  
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- เดิบท-ทรง-ทรุด จุดเดือดศึกสนามหญ้าเทียม. (2556). *ประชาชาติธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นจาก  
[https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1359102625](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1359102625).
- ทศพล ต้นพิพัฒน์อารีย์. (2558). *โครงการจัดตั้งธุรกิจบริการสนามฟุตบอลให้เช่าไลฟ์อาร์นิ*.  
 การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธงชัย พยางพัฒนาไพศาล. (2558). *โครงการจัดตั้งซอกเกอร์เซ็นเตอร์*. การศึกษาเฉพาะบุคคล  
 ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นบงกช นฤชาญักษ์รัฐ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าของ*  
*ผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บทความทางวิชาการ. *การตลาดเชิงกิจกรรม*. (2550). สืบค้นจาก  
[http://www.saradd.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=:77eventmarketing&catid=:25the-project&Itemid=72](http://www.saradd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=:77eventmarketing&catid=:25the-project&Itemid=72).
- บริษัท เดอะ แพค อินเทอร์เน็ตสปอร์ต จำกัด. (2557). สืบค้นจาก  
<http://www.thepacsportscenter.com/about-us.html>.

- ปิ่นนารา คุณานนท์. (2548). *ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดของการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทย แลนด์ ฟรีเมียร์ลีก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2538). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศิริวัฒน์ ธิดา. (2555). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภกิจ กิจจนศิริ. (2554). *ต้นทุนและผลตอบแทนของการทำธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอเมือง เชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สนามฟุตบอล Futsal Park. (2557). สืบค้นจาก [http://www.thaiplayfootball.com/field\\_detail.php?fid=75](http://www.thaiplayfootball.com/field_detail.php?fid=75).
- สุภศักดิ์ ปานทับ. (2555). *ปัจจัยในการกำหนดการตัดสินใจเลือกการส่งเสริมการขายทางด้านราคา ในรูปแบบต่างๆ ของผู้ใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า ในพื้นที่ฝั่งธนบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แหล่งสนามฟุตบอลให้เช่า เกาะกระแสข่าวบอลฝันเป็นฮีโร่. (2553). ผู้จัดการ 360°รายสัปดาห์. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID=9530000173327>.
- เอก บุญเจือ. (2552). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สืบค้นจาก [www.ba.cmu.ac.th/~ek/705211/mat/211-05.ppt](http://www.ba.cmu.ac.th/~ek/705211/mat/211-05.ppt).
- Google Map. (2016). Retrieved from <http://maps.google.com/maps?>.
- The Gateway of Thailand's Online Knowledge Management. (2552). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับฟุตบอล 7 คน*. สืบค้นจาก <http://gotoknow.org/blog/komchalk/208560>.



### ภาคผนวก ก บทสรุปผู้บริหาร

โครงการจัดตั้ง Spiderball Stadium เป็นธุรกิจการบริการด้านกีฬาฟุตบอล ลานอเนกประสงค์ และสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมต่างๆ ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า ผู้วิจัยศึกษาและวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานจัดตั้งโครงการ Spiderball Stadium เป็นระยะเวลา โดยใช้เงินลงทุน 2559 ปี นับจากปี 5จำนวน 25,000,บาท เป็นเงินลงทุนในส่วนของ 000 12 เจ้าของเป็นจำนวน,500,12 บาท และเป็นส่วนของเงินที่กู้ยืม 000,500,บาท 000

กรณี ดังนี้ 3 ผู้วิจัยได้ศึกษาการทำสมมุติฐานทางการเงินไว้เป็น

กรณีที่ดียที่สุด (Best Case) คือ กรณีที่ได้รับผลกำไรมากที่สุด  
กรณีที่เป็นไปได้ (Most Likely Case) คือ กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด  
กรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case) คือ กรณีที่ได้รับผลกำไรน้อยที่สุด

|                                  | กรณีที่ดียที่สุด | กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด | กรณีที่แย่ที่สุด |
|----------------------------------|------------------|---------------------------|------------------|
| ระยะเวลาคืนทุน                   | 3 ปี 1 เดือน     | 3 ปี 5 เดือน              | 4 ปี 7 เดือน     |
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (ปี) 2563)   | 17,591,123       | 12,039,756                | 5,257,220        |
| อัตราผลตอบแทนภายใน (ปี) 2563ปี)) | 31%              | 24%                       | 16%              |

ผลจากการศึกษาแผนธุรกิจของโครงการพบว่า ธุรกิจให้บริการเช่าสนามฟุตบอลเป็นธุรกิจที่มีการใช้เงินลงทุนสูง รวมถึงการแข่งขันในตลาดธุรกิจสูงโครงการจึงสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งโดยการจัดตั้งโครงการอยู่ในทำเลที่ดี ติดริมถนนใหญ่ สะดวกในการเดินทาง คุณภาพของหญ้าเทียม และพื้นที่สนามที่ได้มาตรฐาน และมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

## ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

## “โครงการสนามฟุตบอล Spiderball Stadium”

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ในช่วงว่างที่ท่านต้องการเลือก หรือเขียนข้อความลงใน  
ช่องว่าง

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

## 1. อายุ

☐ 18-24 ปี

☐ 25-31 ปี

☐ 32-38 ปี

☐ 39-45 ปี

## 2. ระดับการศึกษา

☐ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

☐ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ

เทียบเท่า

☐ ระดับปริญญาตรี

☐ ระดับปริญญาโท

☐ ระดับปริญญาเอก

☐ อื่นๆ โปรดระบุ .....

## 3. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ รับจ้างทั่วไป

☐ ธุรกิจส่วนตัว

☐ ข้าราชการ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ อื่นๆโปรดระบุ .....

## 4. รายได้ต่อเดือน

☐ 5,001-10,000 บาท

☐ 10,001-15,000 บาท

☐ 15,001- 20,000 บาท

☐ 20,001-25,000 บาท

☐ 25,001-30,000 บาท

☐ 30,000 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมเกี่ยวกับการเล่นฟุตบอลในสนามที่ให้เช่า

5. ท่านเคยใช้บริการสนามฟุตบอลหรือไม่
 

|                              |                                                           |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เคย | <input type="checkbox"/> ไม่เคย ไม่ต้องตอบคำถามข้อ )6-39( |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------|
6. ประเภทของสนามฟุตบอลที่ท่านใช้บริการเป็นประจำ
 

|                                                                      |  |
|----------------------------------------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> สนามฟุตซอล ไม่ต้องตอบคำถามข้อ)12-17, 36-39( |  |
| <input type="checkbox"/> สนามฟุตบอล ไม่ต้องตอบคำถามข้อ)7-11, 32-35 ( |  |
| <input type="checkbox"/> ใช้บริการทั้งสองประเภท                      |  |
7. จำนวนครั้งที่มาใช้บริการสนามฟุตซอลให้เช่าต่อสัปดาห์
 

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

|                                              |                                   |
|----------------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 5-7 คน              | <input type="checkbox"/> 8-11 คน  |
| <input type="checkbox"/> 11-13 คน            | <input type="checkbox"/> 13-15 คน |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 15 คนขึ้นไป |                                   |
9. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการเล่นฟุตซอลต่อครั้ง
 

|                                       |                                           |
|---------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1-60 นาที    | <input type="checkbox"/> 61-120 นาที      |
| <input type="checkbox"/> 121-180 นาที | <input type="checkbox"/> มากกว่า 180 นาที |
10. ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการสนามฟุตซอลให้เช่าต่อครั้ง
 

|                                           |                                        |
|-------------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 101-150 บาท   |
| <input type="checkbox"/> 151-200 บาท      | <input type="checkbox"/> 201-250 บาท   |
| <input type="checkbox"/> 251-300 บาท      | <input type="checkbox"/> 300 บาทขึ้นไป |
11. ช่วงเวลาที่ท่านมาใช้บริการสนามฟุตซอลให้เช่าเป็นประจำ
 

|                                                 |                                           |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ก่อน 15.00 น.          | <input type="checkbox"/> 15.01 – 17.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 17.01 - 19.00 น.       | <input type="checkbox"/> 19.01 – 21.00 น. |
| <input type="checkbox"/> หลัง 21.00 นเป็นต้นไป. |                                           |
12. ประเภทของฟุตบอลที่ท่านเล่นเป็นประจำ
 

|                                       |                                      |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ฟุตบอล 7 คน  | <input type="checkbox"/> ฟุตบอล 9 คน |
| <input type="checkbox"/> ฟุตบอล 11 คน |                                      |
13. จำนวนครั้งที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่าต่อสัปดาห์
 

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

14. จำนวนผู้เล่นที่มาเล่นประจำของทีมฟุตบอลท่านมีประมาณกี่คน
- |                                              |                                   |
|----------------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 5-7 คน              | <input type="checkbox"/> 8-11 คน  |
| <input type="checkbox"/> 11-13 คน            | <input type="checkbox"/> 13-15 คน |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 15 คนขึ้นไป |                                   |
15. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการเล่นฟุตบอลต่อครั้ง
- |                                       |                                           |
|---------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1-60 นาที    | <input type="checkbox"/> 61-120 นาที      |
| <input type="checkbox"/> 121-180 นาที | <input type="checkbox"/> มากกว่า 180 นาที |
16. ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าต่อครั้ง
- |                                           |                                        |
|-------------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 101-150 บาท   |
| <input type="checkbox"/> 151-200 บาท      | <input type="checkbox"/> 201-250 บาท   |
| <input type="checkbox"/> 251-300 บาท      | <input type="checkbox"/> 300 บาทขึ้นไป |
17. ช่วงเวลาที่ท่านมาใช้บริการสนามฟุตบอลให้เข้าเป็นประจำ
- |                                                 |                                           |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ก่อน 15.00 น.          | <input type="checkbox"/> 15.01 – 17.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 17.01 - 19.00 น.       | <input type="checkbox"/> 19.01 – 21.00 น. |
| <input type="checkbox"/> หลัง 21.00 นเป็นต้นไป. |                                           |



### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า

|                               |          |         |
|-------------------------------|----------|---------|
| ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด  | ให้คะแนน | 5 คะแนน |
| ส่งผลต่อการตัดสินใจมาก        | ให้คะแนน | 4 คะแนน |
| ส่งผลต่อการตัดสินใจปานกลาง    | ให้คะแนน | 3 คะแนน |
| ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อย       | ให้คะแนน | 2 คะแนน |
| ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด | ให้คะแนน | 1 คะแนน |

| ปัจจัย                                          | ระดับความสำคัญ |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------|----------------|---|---|---|---|
|                                                 | 5              | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 18. คุณภาพของหญ้าหรือพื้นที่ใช้ปูสนาม           |                |   |   |   |   |
| 19. ความสว่างไฟสนาม                             |                |   |   |   |   |
| 20. ขนาดของสนาม                                 |                |   |   |   |   |
| 21. มีหลังคา สามารถกันแดดกันฝนได้               |                |   |   |   |   |
| 22. คุณภาพของลูกฟุตบอล                          |                |   |   |   |   |
| 23. มีซุ้มหรืออัฒจันทร์ให้นั่งภายในสนาม         |                |   |   |   |   |
| 24. มีสกอร์บอร์ดและนาฬิกาจับเวลาภายในสนาม       |                |   |   |   |   |
| 25. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า   |                |   |   |   |   |
| 26. ราคาอาหารและเครื่องดื่มภายในสนาม            |                |   |   |   |   |
| 27. มีโปรโมชันต่างๆของสนาม                      |                |   |   |   |   |
| 28. สามารถโทรศัพท์จองสนามล่วงหน้าได้            |                |   |   |   |   |
| 29. สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก                      |                |   |   |   |   |
| 30. มีการจัดแข่งขันระหว่างทีมในสนาม             |                |   |   |   |   |
| 31. พนักงานมีอัธยาศัยดี มีไมตรีจิตให้บริการ     |                |   |   |   |   |
| 32. มีที่จอดรถจำนวนมาก                          |                |   |   |   |   |
| 33. สถานที่ตั้งอยู่ในที่สังเกตง่าย เดินทางสะดวก |                |   |   |   |   |
| 34. มีห้องรับรอง สำหรับนั่งรอ                   |                |   |   |   |   |
| 35. มีร้านอาหารภายในบริเวณสนาม                  |                |   |   |   |   |
| 36. มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาฟุตบอล              |                |   |   |   |   |
| 37. มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำสะอาด                 |                |   |   |   |   |

#### ส่วนที่ 4 ทศนคติเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลและฟุตซอล

32. หากทางสนามมีจัดการแข่งขันฟุตซอล ท่านสนใจที่จะส่งทีมเข้าร่วมแข่งหรือไม่  
☐ ส่ง ☐ ไม่ส่ง
34. ท่านคิดว่าทางสนามควรจัดการแข่งขันฟุตซอลในระบบใด  
☐ ระบบแพ้คัดออก ☐ ระบบแบบพบกันหมด
35. ท่านคิดว่าการสมัครเข้าแข่งขันฟุตซอลควรจะค่าสมัครเท่าไรต่อทีม  
☐ 1,001 – 1,500 บาท ☐ 1,500 – 2,000 บาท  
☐ 2,001 – 2,500 บาท ☐ 2,500 – 3,000 บาท
36. หากทางสนามมีจัดการแข่งขันฟุตบอล ท่านสนใจที่จะส่งทีมเข้าร่วมแข่งหรือไม่  
☐ ส่ง ☐ ไม่ส่ง
37. หากทางสนามมีการจัดการแข่งขันฟุตบอล ท่านจะเข้าร่วมการแข่งขันในฟุตบอลประเภทใด  
☐ ฟุตบอล 7 คน ☐ ฟุตบอล 9 คน  
☐ ฟุตบอล 11 คน
38. ท่านคิดว่าทางสนามควรจัดการแข่งขันฟุตบอลในระบบใด  
☐ ระบบแพ้คัดออก ☐ ระบบแบบพบกันหมด
39. ท่านคิดว่าการสมัครเข้าแข่งขันฟุตบอลควรจะค่าสมัครเท่าไรต่อทีม  
☐ 1,001 – 1,500 บาท ☐ 1,500 – 2,000 บาท  
☐ 2,001 – 2,500 บาท ☐ 2,500 – 3,000 บาท

## ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

### สนาม CK STADIUM

#### 1. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

เราเคยเป็นนักฟุตบอลในการแข่งขันระดับฟุตบอลนักเรียนมาก่อน และมีความชื่นชอบในกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างมาก จึงมีความสนใจที่จะประกอบธุรกิจสนามฟุตบอลให้เขา จึงได้รวบรวมกำลังทรัพย์สร้างสนามขึ้นเป็นที่แรกชื่อสนามไทยเตะ ต่อมาได้หมดสัญญาเช่าลงจึงได้ลงทุนสร้างสนามขึ้นมาใหม่ ณ ที่ตั้งปัจจุบัน ถนน บางบอน 5 ใช้ชื่อใหม่ว่า CK STADIUM

#### 2. กลุ่มลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการเริ่มต้นเลือกกลุ่มลูกค้าจากลูกค้าที่มีที่อยู่และที่ทำงานอยู่ใกล้สนาม เป็นลูกค้าที่กำลังจ่ายอยู่ในระดับล่างถึงปานกลาง ต่อมาได้มีการประชาสัมพันธ์และมีการจัดการแข่งขันฟุตบอล ทำให้มีนักเรียน นักศึกษามาใช้บริการมากขึ้น

#### 3. จุดเด่นและข้อแตกต่างจากคู่แข่ง

เป็นเจ้าของแรกที่จัดการแข่งขันฟุตบอลทั้งแบบ 9 คน และ 7 คน มีประสบการณ์การจัดการแข่งขันฟุตบอลมากกว่า 10 ปีและเป็นเจ้าแรกที่นำเอาการพากษ์ฟุตบอลมาใช้ในการจัดการแข่งขัน

#### 4. อุปสรรคและวิธีแก้ไข

พอลกลับมาทำใหม่ทำให้เป็นเจ้าใหม่ในตลาดในช่วงแรกมีลูกค้าจำนวนไม่มากรวมถึงปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลาปัญหาทะเลาะวิวาทกันเวลาที่จัดแข่งฟุตบอล แก้ปัญหาด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นป้าย ใบปลิว ไปยังท้องที่ชุมชน และการทำโฆษณาผ่านเว็บไซต์และสื่อโซเชียลมีเดีย ทำโปรโมชั่นต่างๆเพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการที่สนาม บางทีมีปัญหาทะเลาะวิวาทกันเวลาที่จัดแข่งฟุตบอลก็ต้องมีสร้างความสัมพันธ์กับตำรวจในท้องที่ เพื่อเวลามีปัญหาจะได้แจ้งเจ้าหน้าที่มาจัดการได้ทันท่วงที รวมถึงต้องมีการแบนผู้เล่นที่ก่อเรื่องทะเลาะวิวาทไม่ให้เข้าร่วมแข่งอีก

#### 5. มุมมองต่อธุรกิจในอนาคต

ผู้เรามีความคิดเห็นว่า ธุรกิจประเภทนี้อาจมีแนวโน้มสูงขึ้นอ้างอิงจากกระแสฟุตบอลทีมชาติไทยและฟุตบอลไทยลีก ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้มีผู้สนใจเล่นกีฬาฟุตบอลมากขึ้น อย่างไรก็ตามย่อมมีการแข่งขันค่อนข้างสูงในธุรกิจนี้ ผู้ประกอบการรายเก่าจำเป็นต้องรักษาฐานลูกค้าไว้ให้ได้ สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างใหม่ๆเพื่อหาลูกค้าเข้าสู่สนาม

## สนาม ดวงทอง

### 1. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

เรามีความชื่นชอบในกีฬาฟุตบอลและมีที่ดินอยู่จำนวนหนึ่งที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชนจึงอยากทำธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่า

### 2. กลุ่มลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

เริ่มต้นเลือกกลุ่มลูกค้าจากลูกค้าที่มีที่อยู่และที่ทำงานอยู่ใกล้สนาม อาศัยการบอกต่อกันแบบปากต่อปาก อีกทั้งมีค่าให้บริการที่ไม่แพงมาก เพราะต้องการให้ลูกค้าทุกคนมีโอกาสที่จะใช้เช่าสนาม

### 3. จุดเด่นและข้อแตกต่างจากคู่แข่ง

อยู่ใกล้แหล่งชุมชนและโรงงาน บางคนเดินออกจากโรงงานมาเตะเลยก็มี ทำให้มีฐานลูกค้าจำนวนมาก อีกทั้งราคาค่าเช่าของเราถูกที่สุดเมื่อเทียบกับในย่านนี้

### 4. อุปสรรคและวิธีแก้ไข

ที่จอดรถค่อนข้างน้อย เข้าออกลำบาก ก็ ขอความร่วมมือกับทางชุมชนในการจอดรถข้างทางบ้าง อีกปัญหาไม่มีหลังคาสนาม ฝนตกหนักก็เล่นไม่ได้ แต่เราก็จะพยายามแจ้งลูกค้าไปก่อนจะได้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมา อีกเรื่องก็เป็นเรื่องยุ่งในสนาม ก็พยายามจากให้สำนักงานเขตมาฉีดยุงแทบทุกเดือน

### 5. มุมมองต่อธุรกิจในอนาคต

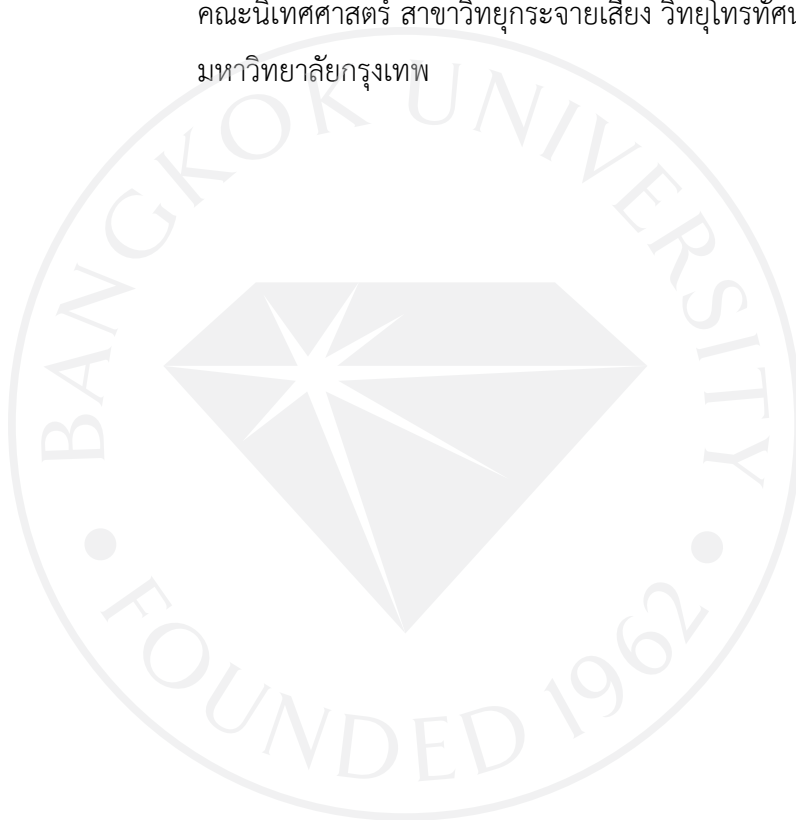
เรามีความคิดเห็นว่า ธุรกิจประเภทนี้ยังสามารถเติบโตไปอีก เนื่องตามนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่างๆถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้นอย่างเต็มประสิทธิภาพ

### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล นายจักรกฤษณ์ มาดวง

อีเมล Namoboy32@hotmail.com

ประวัติการศึกษา โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย  
คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 2 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) จักรกฤษณ์ มาดอง อยู่บ้านเลขที่ 26 แขวง 1

ซอย เองส์ 11 ถนน เองส์ ตำบล/แขวง บางบอน

อำเภอ/เขต บางบอน จังหวัด กทม. รหัสไปรษณีย์ 10150

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7540300832

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารธุรกิจเน้นเชิงและการผลิต

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

โครงการ หนองผักบด Spiderball Stadium

ซึ่งถือ

เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

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

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น



สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( จักรกฤษณ์ มาดวง )

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

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

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