

อิทธิพลของคุณภาพบริการ การมีส่วนร่วม และ ความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อทีมของแฟนคลับ ในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

วาสนา บุตรโพธิ์¹ และ วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย²

¹คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของ คุณภาพบริการ การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกประชากรที่ใช้ในการดำเนินการ ศึกษาครั้งนี้ คือ กองเชียร์จากสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก จำนวน 802 ราย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพบริการ การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน 2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความ จงรักภักดีในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาในการเชียร์สโมสรแห่งนี้ โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ Y (ความจงรักภักดี ในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก) = $0.89 + 0.24 X_1$ (ความพึงพอใจ) + $0.46 X_2$ (คุณภาพบริการ) + $0.10 X_3$ (การมีส่วนร่วม) โดยสมการนี้มีอำนาจในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 88

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ / การมีส่วนร่วม / ความพึงพอใจ / ความจงรักภักดี / ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

Corresponding Author : ดร.วาสนา บุตรโพธิ์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

E-mail : kookkai.bootpo@gmail.com



The Influence of Service Quality, Team Attachment and the satisfaction affects Team Loyalty with Fan Club in the Thai Premier League club

Wassana Bootpo¹ and Wisit Rittiboonchai²

¹Faculty of Education Ramkhamhaeng University

²Faculty of Management Nakhon Pathom Rajabhat University

Abstract

This research aimed: 1) the influence of quality of service participation and the satisfaction that affects loyalty in the Thai Premier League club. The population used in this study was the fanclubs from the Thai Premier League Football Club 802 persons. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, analysis of variance and multiple regression analysis. 2) to compare the differences in background that affect loyalty in Thai Premier League of Fan clubs.

The research found that: 1) Quality of service, participation. And satisfaction in fluence of loyalty on Thai Premier League clubs is statistically significant in all aspects. 2) Personal background Affected Loyalty to Thai Premier League clubs, sex, age, education, occupation, income and duration of this club. Y (loyalty in Thai Premier League club) = $0.89 + 0.24 X_1$ (Satisfaction) + $0.46 X_2$ (Quality of service) + $0.10 X_3$ (Participation) This equation the power of prediction is 88 percent.

Keywords: Service Quality/ Team Attachment/ Satisfaction/ Loyalty and Thai Premier League

Corresponding Author : Dr.Wassana Bootpo Faculty of Education, Ramkhamhaeng University.

E-mail : kookkai.bootpo@gmail.com

บทนำ

กระแสความนิยมในกีฬาฟุตบอล มีมาอย่างยาวนานในทุกประเทศในโลกนี้นับเป็นกีฬาลำดับต้นๆ ของทุกประเทศ ด้วยความสนุกสนาน ขวนติดตาม และด้วยความเข้มข้นของการแข่งขัน ทำให้ฟุตบอลเป็นกีฬาที่มีแฟนคลับ หรือกองเชียร์ติดตามมากที่สุดในโลกเมื่อเทียบกับทุกกีฬา จากกระแสความนิยมดังกล่าวก่อให้เกิดความสนใจในการเล่นฟุตบอล ทำให้กีฬาฟุตบอลสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของสโมสร นักกีฬา สปอนเซอร์ ในมูลค่ามหาศาล ไม่ว่าจะเป็นการจัดการแข่งขัน หรือการถ่ายทอดสด

สำหรับฟุตบอลในประเทศไทยมีประวัติยาวนานย้อนไปตั้งแต่ปี พ.ศ. 2458 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี (สนั่น เทพหัสดิน ณ อยุธยา) เป็นผู้ริเริ่มนำกีฬาฟุตบอลเข้ามาเล่นในไทยเป็นครั้งแรก จนกระทั่งเกิดความนิยมแพร่ขยายกว้างขวางไปทั่วประเทศ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ก่อตั้งสโมสรคณะฟุตบอลสยาม ขึ้นโดยมีพระองค์และพระบรมวงศานุวงศ์ ทรงลงแข่งขันเป็นผู้เล่นเอง และเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2458 มีการจัดแข่งขันในระดับนานาชาติขึ้นเป็นครั้งแรก ระหว่างทีมชาติสยาม (ปัจจุบันคือ ฟุตบอลทีมชาติไทย) กับทีมราชกรีฑาสโมสร ที่สนามราชกรีฑาสโมสร โดยมีดักลาส โรเบิร์ตสัน เป็นกรรมการผู้ตัดสิน นับเป็นเวลาถึง 102 ปีมาแล้ว สำหรับการกำเนิดฟุตบอลไทย (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย, 2559)

ฟุตบอลถือเป็นกีฬาซึ่งเป็นที่นิยมสูงสุดในประเทศไทย มีสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลฟุตบอลทีมชาติไทย ซึ่งประสบความสำเร็จในระดับ

อาเซียน และรายการแข่งขันแบบอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก โดยในอดีต เคยจัดการแข่งขันระดับโลกหลายครั้ง เช่น เอเชียนคัพ 2 ครั้ง ฟุตบอลอายุไม่เกิน 19 ปีชิงแชมป์เอเชีย 10 ครั้ง และฟุตบอลโลกหญิงอายุไม่เกิน 20 ปี 1 ครั้ง (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2560) สิ่งหนึ่งที่เป็นที่ยืนยันความสำเร็จของฟุตบอลทีมชาติไทย เกิดจากการที่เรามีสโมสรฟุตบอลแบบอาชีพโดยในระยะหลังจากปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา ฟุตบอลระบบลีกอาชีพของไทยเป็นที่นิยมอย่างสูง จึงมีการจัดตั้งกลุ่มผู้สนับสนุนสโมสรฟุตบอลต่างๆ อีกเป็นจำนวนมาก ทำให้ประเทศไทยเริ่มมีความเข้มแข็งและอันดับโลกที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ฟุตบอลลีกอาชีพในประเทศไทย (Thailand Professional Football League) ได้รับอิทธิพลจากการขยายตัวของธุรกิจกีฬาโลก และการออกกฎข้อบังคับโดยสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (Federation International de Football Association: FIFA) ได้ประกาศให้สโมสรฟุตบอลในประเทศสมาชิกเข้าสู่ระบบการจดทะเบียนนิติบุคคลเชิงพาณิชย์ (Kaempfer, Qian and Smyth, 2010) โดยแต่งตั้งให้สหพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asian Football Confederation: AFC) เข้าดูแลมาตรฐานการแข่งขันในประเทศอาเซียนรวมถึงประเทศไทยด้วย (FIFA, 2009) ซึ่งในช่วงปี พ.ศ. 2551 เอ.เอฟ.ซี. รับหลักการจากฟีฟ่า และออกประกาศเกณฑ์การพิจารณามาตรฐาน (Criteria for Participation in AFC Champion League) หรือข้อกำหนดการได้สิทธิ์เข้าแข่งขันเอ.เอฟ.ซี. แชมป์เปียนลีก (AFC Champion League) เพื่อยกระดับฟุตบอลเข้าสู่ฟุตบอลอาชีพอย่างเต็มตัว (วรวิทย์ มะกุดี, 2552) โดยกฎข้อบังคับดังกล่าวที่สโมสรที่เข้าร่วมในการแข่งขันฟุตบอลถ้วยใหญ่ต้องเป็นทีมที่จดทะเบียนนิติบุคคลเชิง



พาณิชย์ และแสวงหาผลกำไรในรูปแบบธุรกิจเต็มตัว หากประเทศใดไม่ถือปฏิบัติตามจะถูกตัดสิทธิ์เข้าร่วมการแข่งขันในทุกกรณี (AFC Charter, 2009) ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาตามมาตรฐานการจัดการแข่งขันประกอบด้วย (1) การบริหารจัดการการแข่งขัน (Organization) (2) มาตรฐานทางเทคนิค (Technical Standard) (3) ผู้ชมกีฬา (Attendance) (4) ธรรมาภิบาลและการจัดการ (Governance and Soundness) (5) การตลาดและการส่งเสริม (Marketing and Promotion) (6) ขนาดของธุรกิจ (Business Scale) (7) การจัดการในวันแข่งขัน (Game Operation) (8) สื่อมวลชน (Media) (9) มาตรฐานสนามที่ใช้แข่งขัน (Stadium Standard) (10) การบริหารจัดการของสโมสรสมาชิก (Management of Clubs Member) ซึ่งสโมสรสมาชิกต้องทำบันทึกข้อตกลง (Club Licensing Agreement) กับผู้จัดการแข่งขันอย่างเป็นทางการกับบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด ในปัจจุบัน (Hammam, 2008)

หากเบื้องหลังความสำเร็จของฟุตบอลทีมชาติเกิดจากการมีสโมสรที่เข้มแข็ง เบื้องหลังของความเข้มแข็งจะปฏิเสธไม่ได้เลยว่าเกิดจากกองเชียร์ที่จงรักภักดี สิ่งนี้พิสูจน์ให้เห็นจากสโมสรชั้นนำต่างๆ ในโลกนี้ต่างก็มีแฟนคลับที่มีความจงรักภักดี ทั้งแฟนคลับท้องถิ่น และแฟนคลับที่มาจากชาติอื่นๆ ทั่วโลก สำหรับฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ยังถือว่ามียุคไม่มากนัก การเริ่มต้นสร้างความจงรักภักดีจากแฟนคลับท้องถิ่น หรือกองเชียร์ไทยมีความสำคัญมาก เพราะเป็นจุดเริ่มต้นของความเข้มแข็งในระยะยาวของสโมสร รวมถึงการได้เม็ดเงินที่จะเข้ามาอัดฉีดจากการเข้ามาชมการแข่งขัน การซื้อของที่ระลึก รวมถึงการสปอนเซอร์ที่เข้ามาให้การสนับสนุน

สรุปได้ว่าการพัฒนาสโมสรกีฬา ในด้านการบริหารจัดการทีม ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ ด้านช่องทางการจำหน่ายของที่ระลึก มีความสำคัญต่อการพัฒนาสโมสร (Pollard and Pollard, 2007) สิ่งดังกล่าวนี้สร้างแรงดึงดูดให้ผู้ชมกีฬาเข้ามาเป็นแฟนคลับในระยะยาวตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุนเกิดความน่าเชื่อถือ และเกิดความต้องการเป็นเจ้าของทีมกีฬาเพิ่มสูงขึ้น (Dietland Weingaertner, 2011) ซึ่งแต่ละสโมสรกีฬาในระบบลีกเดียวกันจะแข่งขันและเปรียบเทียบกับตนเอง ทั้งผลการแข่งขันของทีมสโมสร และผลรวมรายได้จากการบริหารทีมสโมสร จนเป็นที่มาในการสร้างความนิยมสูงสุดของระบบการจัดการกีฬาในยุคนี้ (Rosner and Shropshire, 2011) และปัจจุบันประเทศไทยมีแนวโน้มการสร้างรายได้ของกีฬาอาชีพอยู่ในระดับดี และมีการจัดการแข่งขันในระบบลีกมากขึ้น ซึ่งระบบลีกมีการแข่งขันระบุช่วงเวลาชัดเจน เหมาะสมกับการสนับสนุนทีม (Team Sponsor) และสมาคมกีฬาในระยะยาว และเป็นการสร้างผู้ชมกีฬา และแฟนคลับให้มีจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดโอกาสในการร่วมลงทุนในกิจกรรมต่างๆ ของสโมสรกีฬา (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2552)

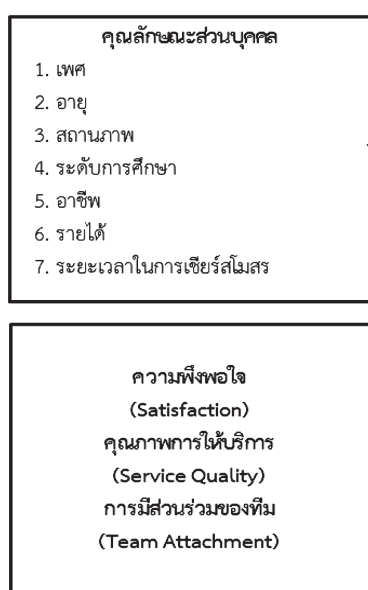
งานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพบริการ การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของแฟนคลับในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก มีเป้าประสงค์ที่จะหาเหตุของความจงรักภักดีของกองเชียร์ในสโมสร ทั้งนี้เนื่องจากความจงรักภักดีของกองเชียร์จะช่วยทำให้กองเชียร์อยู่กับสโมสรได้ยาวนานขึ้น รวมทั้งแนะนำให้บุคคลอื่นๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมกับสโมสร รวมถึงสร้างความเต็มใจของลูกค้าที่จะซื้อสินค้า และบริการอื่นๆ ที่มีราคา

สูงขึ้น เป็นดั่งเป้าหมายที่สโมสรต้องการทำให้ได้มา ซึ่งกลุ่มลูกค้าเพื่อพัฒนากองเชียร์ของสโมสร (Young, 2003) จากระดับผู้ซื้อหรือลูกค้า เป็นระดับผู้สนับสนุน หรือผู้มีอุปการคุณต่อองค์การหรือสโมสร และการรักษากลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่ากับองค์การเอาไว้

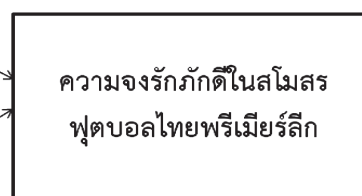
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการ การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

วิธีดำเนินงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาคั้งนี้ กองเชียร์จากสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่ชัดเจนจึงใช้การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ (Cochran, 1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 385 ราย ผู้วิจัยทำการเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างในการจัดเก็บ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 802 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก แบบ

สอบถามประกอบไปด้วยห้าตอน ได้แก่ การสอบถามคุณลักษณะส่วนบุคคล ความพึงพอใจ (Satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) การมีส่วนร่วมของทีม (Team Attachment) และความจงรักภักดีต่อสโมสร (Loyalty) มีการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Valiable) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ราย และความเชื่อมั่นด้วยวิธีอัลฟา ครอนบาคของแบบสอบถามจากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง



พิจารณาผลจากตารางที่ 1 พบว่าแบบสอบถามมีคุณภาพเพียงพอในการจัดเก็บ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิธีทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์

ค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Enter Multiple Regression)

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ความตรง	ความเชื่อมั่น
ความพึงพอใจ (Satisfaction)	5	1.00	0.82
คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)	5	0.67-1.00	0.85
การมีส่วนร่วมของทีม (Team Attachment)	6	1.00	0.73
ความจงรักภักดีต่อสโมสร (Loyalty)	6	0.67-1.00	0.88

ผลการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือพบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.89 ในด้านความพึงพอใจ (Satisfaction) มีค่าความเชื่อมั่น 0.82 ด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) 0.85 ด้านการมีส่วนร่วมของทีม (Team Attachment) 0.73 และความจงรักภักดีต่อสโมสร (Loyalty) 0.88

ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานมีความเชื่อมั่นในระดับดี

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบข้อตกลง โดยการใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่าข้อมูลเป็นไปตามข้อตกลงทุกประการ

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 802)

ปัจจัยส่วนบุคคล		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	406	50.62
	หญิง	396	49.38
อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	141	17.58
	25-30 ปี	374	46.63
	31-35 ปี	214	26.68
	35 ปีขึ้นไป	73	9.10
สถานภาพ	โสด	453	56.48
	สมรส	318	39.65
	หม้าย	21	2.62
	หย่าร้าง	10	1.25

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

(n = 802)

ปัจจัยส่วนบุคคล		ความถี่	ร้อยละ
การศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	245	30.55
	ปริญญาตรี	428	53.37
	สูงกว่า ปริญญาตรี	129	16.08
อาชีพ	นักศึกษา	299	37.28
	ข้าราชการ	177	22.07
	เจ้าของธุรกิจ	209	26.06
	พนักงานบริษัท	117	14.59
รายได้	ไม่เกิน 15000 บาท	386	48.13
	15000-20000 บาท	156	19.45
	20001-25000 บาท	111	13.84
	25000 บาทขึ้นไป	149	18.58
ระยะเวลา	ไม่เกิน 1 ปี	209	26.06
ในการเชียร์	1-3 ปี	341	42.52
	4-6 ปี	147	18.33
	7 ปีขึ้นไป	105	13.09

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 50.62) มีอายุในช่วง 25-30 ปี (ร้อยละ 46.63) สถานภาพโสด (ร้อยละ 56.48) การศึกษาจบระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 53.37) อาชีพนักศึกษา (ร้อยละ 37.28) รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท (ร้อยละ 48.13) และระยะเวลาในการเชียร์สโมสรแห่งนี้ (ร้อยละ 42.52)

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจ คุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมของทีมและความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

ตัวแปร	Mean	SD	ผลการประเมิน
ความพึงพอใจ (Satisfaction)	4.17	0.64	มาก
คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)	3.88	1.20	มาก
การมีส่วนร่วมของทีม (Team Attachment)	4.09	0.90	มาก
ความจงรักภักดีต่อสโมสร (Loyalty)	4.12	0.83	มาก



ผลการวิเคราะห์ในทุกปัจจัยพบว่าในทุกด้าน อยู่ระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความพึงพอใจ (Mean = 4.17) ความจงรักภักดี

ในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก (Mean = 4.12) การมีส่วนร่วมของทีม (Mean = 4.09) และ คุณภาพ การให้บริการ (Mean = 3.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจ คุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมของทีมและความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอล ไทยพรีเมียร์ลีก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	เพศ		อายุ		สถานภาพ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้		ระยะเวลา	
	t-test		ANOVA		ANOVA		ANOVA		ANOVA		ANOVA		ANOVA	
	t	Sig	F	sig	F	sig	F	sig	F	sig	F	sig	F	sig
ความพึงพอใจ	-0.98	0.33	21.52	0.00*	5.02	0.00*	10.54	0.00*	54.05	0.00*	19.19	0.00*	159.3	0.00*
คุณภาพการให้บริการ	-1.01	0.31	30.16	0.00*	1.73	0.16	8.83	0.00*	58.95	0.00*	17.41	0.00*	138.6	0.00*
การมีส่วนร่วมของทีม	-1.26	0.21	25.18	0.00*	1.61	0.19	4.39	0.01*	48.90	0.00*	9.40	0.00*	102.6	0.00*
ความจงรักภักดี	-2.35	0.02*	23.00	0.00*	1.21	0.31	6.02	0.00*	64.75	0.00*	15.58	0.00*	153.5	0.00*

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ได้แก่ อายุสถานภาพ การศึกษาอาชีพรายได้และระยะเวลา ในการเชียร์สโมสรแห่งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อ คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาในการเชียร์สโมสรแห่งนี้ สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ของทีม ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ระยะเวลาในการเชียร์สโมสรแห่งนี้ และปัจจัยส่วน

บุคคลที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอล ไทยพรีเมียร์ลีก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาในการ เชียร์สโมสรแห่งนี้

ก่อนการวิเคราะห์ค่าถดถอยเชิงพหุผู้วิจัย ได้ทำการทดสอบปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ (Multicollinearity) ซึ่งผลการวิจัยพบว่าไม่มี ตัวแปรอิสระใดสัมพันธ์กันเองร้อยละ 80

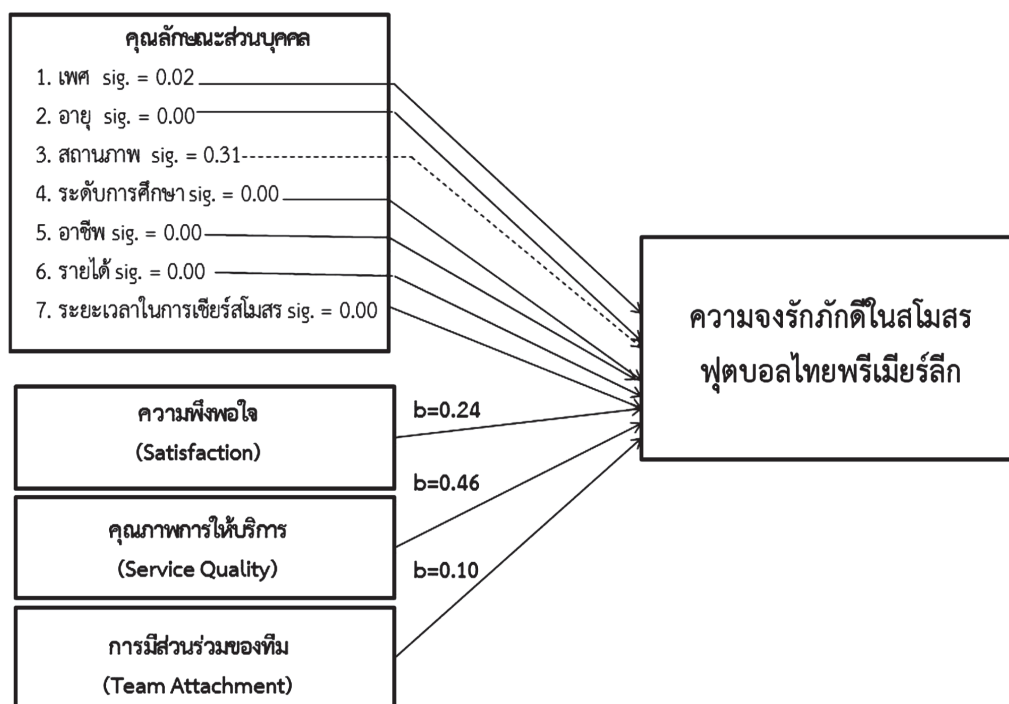
ตารางที่ 5 อิทธิพลของ คุณภาพบริการ การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีใน สโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

	B	SE	Beta	t	sig
(Constant)	0.89	0.09		9.66	0.00**
ความพึงพอใจ	0.24	0.03	0.19	7.71	0.00**
คุณภาพบริการ	0.46	0.03	0.67	17.92	0.00**
การมีส่วนร่วม	0.10	0.03	0.11	3.68	0.00**

$$R = 0.94 \quad R^2 = 0.88 \quad \text{Adj } R^2 = 0.88$$

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการ การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน โดยมีสมการเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ Y (ความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอล

ไทยพรีเมียร์ลีก) = $0.89 + 0.24 X_1$ (ความพึงพอใจ) + $0.46 X_2$ (คุณภาพบริการ) + $0.10 X_3$ (การมีส่วนร่วม) โดยสมการดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 88



แผนภาพที่ 2 ค่าสมการพยากรณ์ตัวแปรในการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของกองเชียร์มีผลต่อความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน ดังนั้นผู้บริหารสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกจึงต้องให้ความสนใจในความต่างของปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าว เพื่อจะสร้างความจงรักภักดีอย่างยั่งยืน
2. ผลการวิจัยพบว่า ความจงรักภักดีในสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก เกิดจากคุณภาพ

ในการบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ทั้งนี้เพราะสะท้อนถึงความเอาใจใส่ และความเป็นมืออาชีพของสโมสรที่มอบให้กับกองเชียร์ ในขณะที่ปัจจัยรองลงมาคือ ความพึงพอใจของกองเชียร์ และปัจจัยสุดท้าย คือการมีส่วนร่วมของทีม โดยทุกปัจจัยต่างมีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าว และพัฒนาปัจจัยต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ



ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกองเชียร์เท่านั้น ผู้ที่สนใจอาจจะต่อยอดการศึกษาไปยังนักกีฬา ผู้จัดการทีม สปอนเซอร์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสโมสรกีฬาเพื่อให้เกิดการประเมินครบ 360 องศา

2. งานวิจัยดังกล่าวเน้นการทำวิจัยเชิงปริมาณเท่านั้น หากผู้ที่สนใจจะทำการวิจัยเชิงคุณภาพ สนับสนุนเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก โดยพัฒนาเป็นการวิจัยเชิงผสม ก็จะทำให้งานวิจัยมีมิติของงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ผู้ที่สนใจอาจนำกรอบแนวคิดดังกล่าวไปศึกษากับฟุตบอลลีคอื่น หรือศึกษาในกลุ่มกีฬาดารุงประเภทอื่น อาทิ มวยไทย ในลักษณะแยกส่วน หรือทำในลักษณะเปรียบเทียบ

บรรณานุกรม

- สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย. (2559). **ประวัติสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์**. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2560. จาก http://www.fat.or.th/?page_id=6
- Asian Football Confederation. (2009). **Criteria for Participant in AFC Champion League**. The Football Association. (Mimeographed).
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York : John Wiley.
- Dietl, H. and C. Weingaertner. (2011). The Effect of Professional Football Clubs' Legal Structure on Sponsoring Revenue. **Report to Institute for Strategy and Business Economics University of Zurich**. Working paper No. 141 January 2011, University of Zurich: Switzerland.
- Etzel, M., Walker, B., and S. William. (2010). **Marketing**. New York: McGrawHill.
- FIFA. (2009). **The principle document is the FIFA Laws of the Game AFC Cup**. Bangkok.
- Hammam, B. M. (2008). **Criteria for Participation in AFC Champions League**. (Online). <http://www.the-afc.com/uploads/afc/docs/acl2011criteria.pdf>, 1 March 2016.
- Kaempfer I., J. X. Qian, and R. Smyth. (2010). Working Hours in Supply Chain Chinese and Thai Factories: Evidence From the Fair Labor Association's "Soccer Project. **Discussion paper to Monash University Business and Economics**. 2010. Monash University.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L.,(1994). "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research, **Journal of Marketing**, 58 January 1994 : 111-124
- Pollard. R and G. Pollard. (2007). Long-term trends in home advantage in professional team sports in North America and England. **Journal of Sports Sciences**. 23(4): 337-350.
- Rosner, S. and K. L. Shropshire. (2011). **The business of sports**. (2nd ed.) London: Jones and Bartlett Learning.
- Young, V. (2003). Equity-indexed life insurance: Pricing and reserving using the principle of equivalent utility. **North American Actuarial Journal**. 7, 68-86.

Academic
Journal Institute
of Physical Education

