

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความภักดีของกลุ่มแฟนคลับ
ต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร
A Study of Personal Characteristics Influencing Loyalty
on Samut Sakhon Football Club

นเรศ บัวลอย^{1*} และศุภกาญจน์ จำเริญรักษ์²

(Naret Bualuay^{1*} and Supakan Chamroenraksa²)

^{1*}สาขาสื่อสารการกีฬา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอุดรธานี

²สาขาสื่อสารการกีฬา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสมุทรสาคร

อีเมลผู้แต่งหลัก : bualuay@hotmail.com เบอร์โทรศัพท์ : 08 6447 8868

วันที่รับบทความ 24 มิถุนายน 2564

Received: Jun. 24, 2021

วันที่รับแก้ไขบทความ 9 ธันวาคม 2564

Revised: Dec. 9, 2021

วันที่ตอบรับบทความ 9 ธันวาคม 2564

Accepted: Dec. 9, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มแฟนคลับ และ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความภักดีของกลุ่มแฟนคลับต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มแฟนคลับ จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มแฟนคลับส่วนใหญ่มีการเปิดรับสารสนเทศของสโมสรฟุตบอลผ่านสื่อเฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม และยูทูบ สูงที่สุด, รองลงมา คือ แอปพลิเคชันไลน์และเว็บไซต์ตามลำดับ ทั้งนี้การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความภักดี พบว่ากลุ่มแฟนคลับที่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ อายุ การศึกษาและรายได้มีความภักดีที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มแฟนคลับที่มีความแตกต่างด้านอาชีพ ภูมิลำเนามีความภักดีที่แตกต่างกัน ด้านปัจจัยที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับเกิดการติดตามและความภักดีต่อสโมสรฟุตบอล พบว่าปัจจัยด้านบรรยากาศในระหว่างการแข่งขันส่งผลต่อความภักดีมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านอื่น ๆ ปัจจัยด้านนักฟุตบอลของสโมสรตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล; การเปิดรับสารสนเทศ; ความภักดี; สโมสรฟุตบอล

Abstract

This quantitative study aimed to 1) explore information exposure of Samut Sakhon Football Club (SSFC) of its fan and 2) compare personal factors of the fans influencing on SSFC loyalty. Data were collected from 400 people of SSFC fan club via questionnaires.

Results revealed that the fan were most likely exposing to the SSFC information through Facebook, Instagram, and YouTube, followed by Line and websites; the loyalty to SSFC significantly depended on occupation and birthplace while sex, age, educational background and monthly income had no effect on the loyalty to SSFC; factors influencing the loyalty were atmosphere, other factors, and the player factors respectively.

Keywords: Personal Characteristics; Information Exposure; Loyalty; Football Club

บทนำ

โลกยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ชีวิตของมนุษย์ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการใช้ชีวิตประจำวันอยู่เสมอ และในบางครั้งคนเราก็ไม่รู้ตัวเลยว่ากำลังใช้และพึ่งพาเทคโนโลยี อุปกรณ์เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันของเราในปัจจุบันล้วนได้รับการพัฒนามาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี จนนำมาผลิตเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่มนุษย์มากขึ้น อีกทั้งความเจริญก้าวหน้าทางนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร ในปัจจุบันถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิต เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ปัจจุบันหน่วยงานองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ต่างนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เข้ากับการสื่อสาร เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งข้อมูลข่าวสาร ไปยังผู้รับสารผ่านช่องทางสารสนเทศต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น การส่งข้อมูลผ่านนวัตกรรมเทคโนโลยีบนพื้นที่สื่อกระแสหลัก (Mainstream Media) สื่อทางเลือก (Alternative Media) และสื่อสังคมออนไลน์ (Online Media)

กีฬา (Sports) นับได้ว่าเป็นความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคน ซึ่งเป็นที่เข้าใจได้ว่ากีฬาไม่เพียงแต่จะเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมสุขภาพของคนเท่านั้น หากแต่ยังสร้างเสริมความมีระเบียบวินัย ความสมัครสมานสามัคคี ความอดทนเพื่อฝึกให้คนมีความสมบูรณ์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ (จุติกร ตูลาพันธ์, 2559) ดังนั้นกีฬาจึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นผู้ที่มีร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ มีจิตใจที่สดชื่นร่าเริงแจ่มใสตลอดจนส่งเสริมพัฒนาจิตใจให้มีคุณธรรมจริยธรรมมีน้ำใจเป็นนักกีฬา รู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย สามัคคี มีระเบียบวินัย รู้จักเสียสละ ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่นรวมทั้งประพฤติปฏิบัติตนให้อยู่ในกฎระเบียบของสังคม ซึ่งในบรรดากีฬาทุกประเภทฟุตบอล (Football) นับว่าเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดประเภทหนึ่งทั้งนี้อาจเป็นเพราะกฎกติกาการเล่นที่มีความเป็นสากล เข้าใจง่ายจึงส่งผลให้เป็นที่ได้รับความนิยมมีผู้เล่นทุกระดับวัยตั้งแต่มีสมาธิเล่นจนถึงมืออาชีพ ทำให้ฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ดังจะเห็นได้จากผลสำรวจการเข้าร่วมกิจกรรมการออกกำลังกาย เล่นกีฬาและดูกีฬาของประชากรในประเทศไทยโดยการกีฬาแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าประชากรที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไปนิยมเล่นกีฬาฟุตบอลเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 32.6 และดูกีฬาฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 46.8 นับว่าเป็นอัตราที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับกีฬาประเภทอื่น ๆ (ณัฐนิชา ภูโคกสูง, 2547)

ปัจจุบันโลกของการกีฬาได้มีการปรับเปลี่ยนเป็นอุตสาหกรรมทางการกีฬามากขึ้น มีการแพร่กระจายข่าวสารผ่านสื่อและการสัมผัสข่าวสารของผู้ชม ในส่วนของผู้ชมการแข่งขันซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ โดยพฤติกรรมการเป็นผู้ชมหรือผู้ติดตามหรือที่คนส่วนใหญ่เรียกว่า “แฟนคลับ” ของสโมสรที่เข้าร่วมการแข่งขัน จะมีการแสดงออกถึงการมีอารมณ์ร่วมในผลการแข่งขัน เช่น มีอารมณ์โศกเศร้าเมื่อสโมสรเป็นฝ่ายแพ้ และอารมณ์ดีใจเมื่อสโมสรที่เชียร์เป็นฝ่ายชนะ เท่ากับเป็นการเปรียบเทียบได้ว่ากลุ่มแฟนคลับ สโมสรฟุตบอลต่างติดตามในความสำเร็จและเสียใจในความล้มเหลวของทีม ดังนั้นความภักดีของกลุ่มผู้ติดตามจึงเป็นเสมือนเครื่องมือวัดความสำเร็จของสโมสรฟุตบอลด้วยเช่นกัน ตลอดจนถึงถือได้ว่าเป็นการสร้างคุณค่าในตราสินค้าสโมสร โดยความภักดีจะมาจากลักษณะพฤติกรรม และทัศนคติของผู้ชมการแข่งขันของสโมสรนั้น ๆ (สิทธิ วงศ์ทองคำ, 2560)

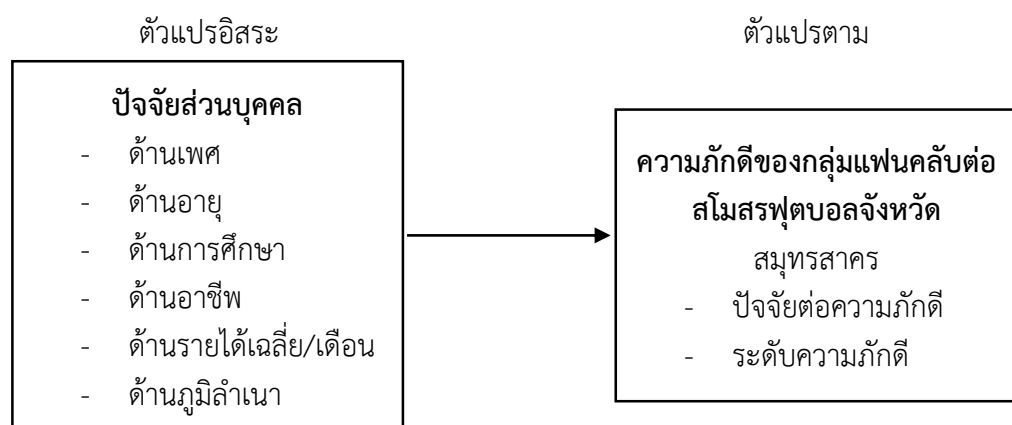
สโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร หรือไทยยูเนี่ยน สมุทรสาคร เอฟซี เป็นหนึ่งในสโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ตั้งอยู่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ปัจจุบันแข่งขันในระดับไทยลีก 2 เป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลอาชีพ ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2553 และภายหลังได้เลื่อนสถานะก่อตั้งเป็น “สโมสรฟุตบอลสมุทรสาครเอฟซี” ขึ้น โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสมาคมกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร ทั้งนี้สโมสรได้มีการบริหารจัดการข้อมูลทางด้านสารสนเทศแก่กลุ่มแฟนคลับ ตลอดจนประชาชนผู้ติดตามโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อเป็นการบริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และสร้างการรับรู้แก่ผู้ติดตามโดยผ่านเครื่องมือที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว โดยไร้ข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลาอันจะนำไปสู่ความจงรักภักดี (Loyalty) ที่กลุ่มผู้ติดตามและประชาชนจะมีต่อสโมสร จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการบริหารข้อมูลทางด้านสารสนเทศมีความสำคัญ ที่จะทำให้อสโมสรมีความน่าสนใจและประสบความสำเร็จตลอดจนทำให้กลุ่มบุคคลที่ติดตามหรือที่เรียกว่า “แฟนคลับ” เกิดการยอมรับและจงรักภักดีในต่อสโมสรฯ (Loyalty) โดยใช้วิธีการพยายามสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ติดตามให้เกิดทัศนคติที่ดี ไม่ว่าจะพยายามส่งเสริมหรือสร้างให้เกิดความเชื่อมั่น การนี้ถึงจนเกิดการติดตามอย่างต่อเนื่อง และศรัทธาในสโมสรจนไม่สามารถเปลี่ยนใจได้

คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัย ด้านการเปิดรับสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มแฟนคลับ และปัจจัยที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับเกิดความภักดี ต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร ตลอดจนปัจจัยและอิทธิพลความแตกต่าง ด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความภักดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มแฟนคลับ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความภักดีของกลุ่มแฟนคลับ ต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความภักดีของกลุ่มแฟนคลับต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ซึ่งได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกับประชากรการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งคณะผู้วิจัยไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอนแต่ทราบว่ามีจำนวนมาก จึงใช้สูตรการคำนวณหาค่าประชากรของคอเครน (Cochran) ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 384 คน จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างข้างต้นเพื่อลดความคลาดเคลื่อน คณะผู้วิจัยจึงได้เพิ่มจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้ เป็น 400 คน จากนั้นจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้เก็บ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient sampling) ในระหว่างทำการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครกับสโมสรอื่น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งคณะผู้วิจัยได้พัฒนาจากแนวคิดทฤษฎีที่นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา โดยมีการจำแนกแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านการเปิดรับสารสนเทศ และประเภทเนื้อหาสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนค่า (Rating scale) ซึ่งกำหนดให้มีระดับการเปิดรับสารสนเทศของแฟนคลับจำนวน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยด้านการยอมรับและความภักดี ต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ

3. การทดสอบความน่าเชื่อถือ คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา และโครงสร้างของแบบสอบถามและนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency : IOC) ได้เท่ากับ 0.702 และได้้นำเครื่องมือไปทดลองเก็บข้อมูลในพื้นที่จริงกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีต่อสโมสรฯ โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1) ผลการวิเคราะห์ส่วนบุคคล

ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (1) ด้านเพศ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.2 และเพศหญิง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 (2) ด้านอายุ พบว่าช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาช่วงอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ช่วงอายุระหว่าง 51 - 60 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 (3) ด้านการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 (4) ด้านอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงาน จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมานักเรียน/นักศึกษา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 (5) ด้านรายได้เฉลี่ย/เดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รายได้เฉลี่ย 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รายได้เฉลี่ย 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 รายได้เฉลี่ย 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และรายได้เฉลี่ย 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 (6) ด้านภูมิลำเนา พบว่าส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมากรุงเทพมหานคร จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และต่างจังหวัดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

2) การเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มแฟนคลับ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มแฟนคลับมีพฤติกรรม และการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงการเปิดรับสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มแฟนคลับ

ลำดับ	การเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศ	ระดับการเปิดรับ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	มีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศผ่านเฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม, ยูทูบ	3.96	0.72	มาก
2	มีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศผ่านวิทยุกระจายเสียง	2.26	0.98	น้อย
3	มีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศผ่านเว็บไซต์	1.82	1.00	น้อย
4	มีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศผ่านป้ายประกาศหรือป้ายประชาสัมพันธ์	3.05	0.71	ปานกลาง
5	มีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	1.90	0.82	น้อย
6	มีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศผ่านวารสารกีฬา	2.30	0.81	น้อย
7	มีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล	3.66	0.91	มาก

ตารางที่ 1 แสดงการเปิดรับสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มแฟนคลับ (ต่อ)

ลำดับ	การเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศ	ระดับการเปิดรับ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
8	มีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศผ่านวิทยุโทรทัศน์	2.60	1.09	ปานกลาง
9	มีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศผ่านกลุ่มบุคคล/ประชุม	3.36	1.15	ปานกลาง
10	มีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศผ่านแอปพลิเคชันไลน์	3.72	1.20	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มแฟนคลับ จะเห็นได้ว่ากลุ่มแฟนคลับส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศของสโมสรฟุตบอลผ่านเฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม และยูทูบ สูงที่สุด โดยมีการเปิดรับอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96, รองลงมาคือ เปิดรับผ่านแอปพลิเคชันไลน์ โดยมีการเปิดรับอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72 และเปิดรับผ่านเว็บไซต์ต่ำที่สุด โดยมีการเปิดรับอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.82

ตารางที่ 2 แสดงประเภทของเนื้อหาสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครที่กลุ่มแฟนคลับเปิดรับ

ลำดับ	ประเภทเนื้อหา	ระดับการเปิดรับ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	การถ่ายทอดสดการแข่งขัน	3.28	0.96	ปานกลาง
2	สรุปประเด็นสำคัญของการแข่งขัน (Highlight)	3.56	1.53	มาก
3	รายงานพิเศษเกี่ยวกับนักฟุตบอล (Scoop Report)	3.72	0.99	มาก
4	รายงานพิเศษเกี่ยวกับการแข่งขัน (Scoop Report)	3.32	1.26	ปานกลาง
5	กิจกรรมที่สโมสรฟุตบอลจัด (Event and Meeting)	3.61	1.12	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงประเภทของเนื้อหาสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครที่กลุ่มแฟนคลับเปิดรับ จะเห็นได้ว่ากลุ่มแฟนคลับมีการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศของสโมสรฟุตบอลประเภทรายงานพิเศษเกี่ยวกับนักฟุตบอล สูงที่สุด โดยระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72, รองลงมาคือ ประเภทกิจกรรมที่สโมสรฟุตบอลจัด โดยระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 และการถ่ายทอดสดการแข่งขัน โดยระดับการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.28

3) ปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความภักดีของกลุ่มแฟนคลับสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับเกิดการยอมรับและภักดีต่อสโมสรฟุตบอล มีดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับติดตามสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร

ลำดับ	ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับติดตามสโมสรฟุตบอล	จำนวน	ร้อยละ
1	นักฟุตบอลของสโมสร	216	54.0
2	ผลงานของทีม	84	21.0
3	บรรยากาศการเชียร์ในระหว่างการแข่งขัน	38	9.5
4	อื่น ๆ (ทีมบ้านเกิด, ความสะดวกในการเดินทาง, ความชื่นชอบด้านกีฬาส่วนบุคคล ฯลฯ)	62	15.5
รวม		400	100

จากตารางที่ 3 แสดงปัจจัยที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับติดตามสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับติดตามสโมสรฟุตบอลสูงที่สุด คือ นักฟุตบอลของสโมสร โดยมีจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาคือ ผลงานของทีม โดยมีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ต่อมาคือปัจจัยด้านอื่น ๆ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และน้อยที่สุดคือ บรรยากาศการเชียร์ระหว่างการแข่งขัน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตารางที่ 4 แสดงระดับความภักดีของกลุ่มแฟนคลับต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร

ระดับความภักดี	จำนวน	ร้อยละ
เชียร์ทีมสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครเพียงทีมเดียว	298	74.5
เชียร์ทีมสโมสรฟุตบอลอื่นด้วย	102	25.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 แสดงระดับความภักดีของกลุ่มแฟนคลับต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร จะเห็นได้ว่ากลุ่มแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครเป็นกลุ่มที่เชียร์ทีมสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครเพียงทีมเดียว จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 และกลุ่มแฟนคลับที่เชียร์ทีมสโมสรฟุตบอลอื่นด้วย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ทั้งนี้จากผลการศึกษาข้างต้น เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อความภักดีของกลุ่มแฟนคลับสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งสามารถแสดงผลได้ดังนี้

H_0 : กลุ่มแฟนคลับที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะไม่ส่งผลต่อการติดตามและความภักดีของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มแฟนคลับที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะส่งผลต่อการติดตามและความภักดีของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) กับปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อ ทำให้กลุ่มแฟนคลับติดตามและภักดีต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความภักดีของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร		
	Chi-square (X^2)	df.	Sig.
ด้านเพศ	0.679	3	0.878
ด้านอายุ	16.087	15	0.376
ด้านการศึกษา	17.450	9	0.773
ด้านอาชีพ	10.703	15	0.042*
ด้านรายได้เฉลี่ย/เดือน	13.357	15	0.575
ด้านภูมิลำเนา	12.943	15	0.033*

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความภักดีของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ ด้านอาชีพโดย Sig เท่ากับ 0.042 และด้านภูมิลำเนาโดย Sig เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่าปฏิเสธ (H_0) ยอมรับ (H_1) หมายความว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ด้านภูมิลำเนาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีสโมสรฟุตบอลสมุทรสาครแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4) ปัจจัยที่กลุ่มแฟนคลับเกิดการติดตาม และความภักดีต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากการใช้สถิติสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ปัจจัยที่กลุ่มแฟนคลับเกิดการติดตาม และความภักดีต่อสโมสร สามารถแสดงผลได้ ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (n=400)

Model	Sum of Square	df.	Mean Square	F	Sig
Regression	104.432	5	20.888	93.337	0.000
Residual	88.176	394	0.225		
Total	192.618	399			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแสดงค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่ามีปัจจัยอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านนักฟุตบอลของสโมสร ด้านผลงานของทีม ด้านบรรยากาศการเชียร์และด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อสโมสรฟุตบอลทั้งนี้ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig เท่ากับ 0.000 แสดงว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม

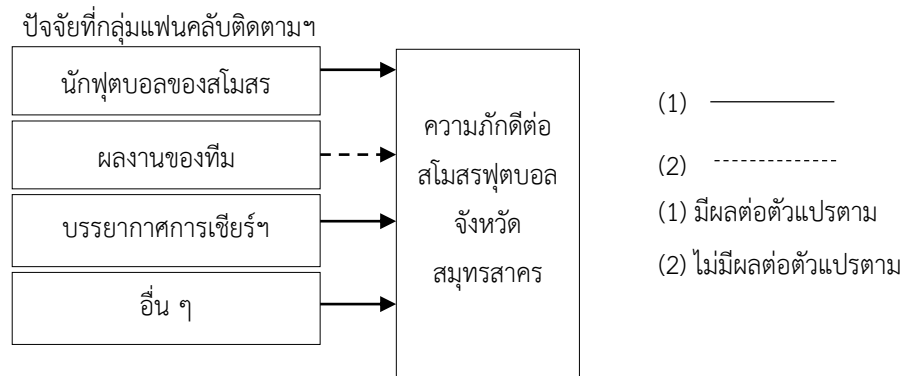
ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ถึงปัจจัยเกี่ยวกับการยอมรับและติดตามสโมสรที่ส่งผลต่อความภักดีของกลุ่มแฟนคลับ

ปัจจัย	ความภักดีของกลุ่มแฟนคลับต่อสโมสรฯ						
	S.E.	B	β	t	Sig	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.146	0.879		6.013	0.000		
นักฟุตบอลของสโมสร	0.058	0.156	0.147	2.681	0.008*	0.386	2.592
ผลงานของทีม	0.071	-0.38	-0.35	-0.532	0.595	0.268	3.735
บรรยากาศการเชียร์ฯ	0.69	0.254	0.245	3.654	0.000*	0.258	3.883
อื่น ๆ	0.54	0.152	0.164	2.806	0.005*	0.340	2.937

$R^2 = 0.542$, $AR^2 = 0.536$, $F=93.336$, $*p<0.05$

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าปัจจัยเกี่ยวกับการยอมรับ และติดตามส่งผลต่อความภักดีของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบรรยากาศการเชียร์ (Sig=0.000) ปัจจัยด้านอื่น ๆ (Sig=0.005) และปัจจัยด้านนักฟุตบอลของสโมสร (Sig=0.008) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความภักดี พบว่าปัจจัยบรรยากาศการเชียร์ ($\beta=0.245$) ส่งผลต่อความภักดีต่อสโมสรมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านอื่น ๆ ($\beta=0.164$) ปัจจัยด้านนักฟุตบอลของสโมสร ($\beta=0.147$) ตามลำดับ สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2=0.542$) แสดงให้เห็นว่า

การยอมรับและติดตามส่งผลต่อความภักดี ต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้แสดงผลเพื่อแสดงการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของสโมสรได้ ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของสโมสรฯ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความภักดี ของกลุ่มแฟนคลับต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร” ผลการศึกษาพบว่าการเปิดรับเนื้อหาสารสนเทศสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มแฟนคลับมีการเปิดรับผ่านเฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม และยูทูบ สูงที่สุด, รองลงมาคือ การเปิดรับผ่านแอปพลิเคชันไลน์และการเปิดรับผ่านเว็บไซต์น้อยที่สุด ทั้งนี้ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับติดตามสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร พบว่าส่วนใหญ่ติดตามสโมสรฟุตบอลสูงที่สุดคือ ปัจจัยด้านนักฟุตบอลของสโมสร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลงานของทีม ต่อมาคือปัจจัยด้านอื่น ๆ และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านบรรยากาศการเชียร์ระหว่างการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยชาดาธิเบศร์ ภูทอง และนันทมน มุ่งสูงเนิน (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุ โดยพบว่าปัจจัยด้านความคาดหวัง ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้งาน ใช้บริการ หรือต่อต้านการเปลี่ยนแปลงบริการสุขภาพ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มของผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 146 คน จากการสุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจากทั่วประเทศ

การศึกษาด้านอิทธิพลของความแตกต่าง ด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความภักดีของกลุ่มแฟนคลับสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร พบว่ากลุ่มแฟนคลับที่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ อายุ การศึกษาและรายได้จะมีระดับความภักดีที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มแฟนคลับที่มีความแตกต่างด้านอาชีพ ภูมิลำเนาจะมีความภักดีที่แตกต่างกันโดยที่กลุ่มที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานจะมีความภักดีมากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ ส่วนด้านภูมิลำเนาพบว่ากลุ่มที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดสมุทรสาคร จะมีความภักดีมากกว่ากลุ่มที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัทสร ศรีมนตรี และภิเชก ชัยนิรันดร์ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยพบว่าเพศที่ต่างกันมีความภักดี

ในพหุณัยยิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกันแต่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่ต่างกันมีความภักดีในพหุณัยยิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้ประกอบการธุรกิจสโมสรกีฬา ควรวิเคราะห์ปัจจัยในแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับสารสนเทศ และความภักดีของกลุ่มแฟนคลับกีฬา เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ รวมถึงความภักดีต่อองค์กรให้มีความมั่นคงในระยะยาว
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยหรือองค์ประกอบ ที่จะสามารถช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรทางการกีฬาดำเนินงาน เพื่อตอบสนองประชาชนในหลากหลายมิติอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ให้ข้อมูลที่สำคัญแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง กับการให้บริการทางการกีฬา ในการนำไปปรับปรุงการให้บริการข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการกำหนดนโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยขอขอบคุณคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสมุทรสาคร ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยตลอดจนขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลการวิจัย ซึ่งเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐธิดา ภูโคสูง. (2547). การสื่อสารกับการรับรู้อัตลักษณ์ของแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ ในสังคมไทย กรณีศึกษา: ลิเวอร์พูลไทยแลนด์แฟนคลับ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธาดาธิเบศร์ ภูทอง และนันทมน มุ่งสูงเนิน. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุ. วารสาร Verridian E-Journal: Silpakorn University, กันยายน - ธันวาคม 2560, หน้า 548 - 566.
- วุฒิกกร ตูลาพันธ์. (2559). ความภักดีในตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบรนด์เกาหลี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิทธิชัย วงศ์ทองคำ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรักและความภักดีต่อสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก. วารสารสุทธิปริทัศน์: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรกฎาคม - กันยายน 2560, หน้า 160 - 173.
- สุภัทสร ศรีมนตรี และภิเชก ชัยนิรันดร์. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในพหุณัยยิเล็กทรอนิกส์. วารสาร MBA – KKU, กรกฎาคม - ธันวาคม 2558, หน้า 151 - 166.