

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสร

เกษตรศาสตร์ เอฟซี

Factors affecting in watching matches of Kasetsart FC club

วัลลภ ทองย้อย (Wallop Thongyoy)^{1*}

อาชวิทธิ์ เจิงกลินจันท์ (Archavit Choengklinchan)¹

สุภกร ตันวราวุฒิชัย (Supakorn Tunvaravuttichai)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ แฟนบอลหรือผู้ที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล สโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี จำนวน 400 คน ใช้การวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 – 40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท และอ่านหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสารเป็นงานอดิเรก 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี 3) ความพึงพอใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์ เอฟซี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 4) ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และ ด้านกระบวนการ

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการฟุตบอลอาชีพ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Master of Business Administration, Program in Professional Football Management, College of Innovation and Management,
Suan Sunandha Rajabhat University

* Corresponding author, e-mail: s63467807020@ssru.ac.th

ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ส่วนการอภิปรายผล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าชมฟุตบอลของ สโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี ของแฟนบอล ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี ของแฟนบอล อาจเป็นผลเนื่องมาจากสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี ขาดสภาพคล่อง ทั้งจากการเป็นองค์กรเฉพาะกิจ ขาดนายทุนมือใหญ่ และประสบวิกฤตเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการจ่ายเงิน จนเกิดเป็นกระแสข่าวที่โค้ชท่านหนึ่งออกมาโพสต์ทวงถามถึงเงินเดือนที่สโมสรยังไม่จ่ายผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้ภาพลักษณ์ของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี เสียหาย และลดความน่าเชื่อถือของสโมสรในสายตาของแฟนบอล ตามมาด้วยความเสียหายทางการตลาด ทำให้แฟนบอลหันไปเลือกสนับสนุนสโมสรอื่นที่มีภาพลักษณ์ที่ดีกว่า จึงทำให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี ของแฟนบอล

คำสำคัญ: การเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล, สโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

Abstract

The purpose of this research is to study demographic factors affecting in watching matches of Kasetsart FC club. It is a quantitative research. The sample group is football fans or people who watch football matches Kasetsart FC Club, totaling 400 people, used analysis using frequency distribution, percentage, mean, standard deviation. and multiple regression.

The research results found that 1) demographic factors The majority of the sample were male, aged 31 - 40 years, single status, educational degree level. Have an average monthly income 10,001-20,000 baht and 30,001-40,000 baht and read newspapers/journals/magazines as a hobby. 2) Marketing mix factors It does not affect the attendance at Kasetsart FC football matches. 3) Satisfaction in attending Kasetsart FC football matches is at the highest level. 4) Demographic factors in terms of income. Yes, it has a different effect on the attendance at Kasetsart FC football matches with statistical significance at the 0.05 level. 5) Marketing mix factors include product, price, and distribution channels. marketing promotion, personnel and process aspects Physical characteristics It has no effect on fans' satisfaction in attending Kasetsart FC football matches. Discussion section Marketing mix factors that affect football

attendance Kasetsart FC club of football fans. The study found that Product side, price side, distribution channel side marketing promotion, personnel and process aspects Physical characteristics There is no effect on fans' satisfaction in attending Kasetsart FC football matches.

This may be a result of Kasetsart FC lacking liquidity, both from being a special organization. Lack of big investors and faced an economic crisis Resulting in a delay in payment. Until it became a news trend that one coach came out and posted a request about the salary that the club had not yet paid via online media. It damaged the image of Kasetsart FC and reduced the club's credibility in the eyes of football fans. Followed by marketing losses This causes football fans to choose to support other clubs with a better image. Therefore, the marketing mix factors have no effect on fans' satisfaction in attending Kasetsart FC football matches.

Keywords: *watching matches, Kasetsart FC club*

บทนำ

กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ตลอดถึงทุกเพศทุกวัยเป็นกีฬาที่ใช้อุปกรณ์ในการเล่นไม่เยอะและไม่สลับซับซ้อน และการติดตามเชียร์ฟุตบอลสมัยนี้มีให้ติดตามเชียร์หลายช่องทางทั้งทางโทรทัศน์วิทยุ ทางสื่อสังคมออนไลน์ตามแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทำให้ทีมฟุตบอลบางทีมมีรายได้มหาศาล ทั้งรายได้จากการแข่งขัน รายได้จากตัวเข้าชม รายได้จากการถ่ายทอดสด รายได้จากการขายชุดแข่งขัน รวมถึงรายได้จากการขายของที่ระลึก เป็นต้น (Hamil & Chadwick, 2010)

สำหรับในประเทศไทย กีฬาฟุตบอลเริ่มต้นเมื่อเริ่มเข้ามาในยุคพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โดยมีเจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรีนำเข้ามา ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงสนพระทัยในกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างมาก ทรงริเริ่มหลาย ๆ อย่างในกีฬาฟุตบอล และก่อตั้งสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2459 ขึ้น ทำให้กีฬาฟุตบอลในประเทศไทยเริ่มเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ต่อมาในปี พ.ศ. 2552 สมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย ออกระเบียบว่าด้วยความเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพอย่างสมบูรณ์แบบ เป็นผลให้สมาคมฯ ต้องดำเนินการจัดตั้งนิติบุคคลเพื่อบริหารลีกและจัดการแข่งขันแทนที่สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย โดยได้มีการจัดตั้ง บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด โดยมี ดร.วิจิต แยมบุญเรือง เป็นประธานกรรมการคนแรก และได้ออกกฎระเบียบต่าง ๆ ให้ผู้บริหารสโมสรฟุตบอลอาชีพต้องจัดตั้งในรูปนิติบุคคล (บริษัท) เพื่อการบริหารสโมสรอย่างมืออาชีพ รวมทั้งแพร่หลายออกไปยังส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ จากเดิมที่สโมสรฟุตบอลต่าง ๆ จะกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลให้หลายสโมสรที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน เช่น ทีมของธนาคาร ทีมขององค์กรของรัฐ

เกิดการขายสโมสร หรือยุบสโมสรไป จนเป็นที่มาของการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย และทำให้ฟุตบอลลีก ของประเทศไทยกลับมาได้รับความนิยมอย่างมากอีกครั้ง (วสันต์ ปัญญาแก้ว, อาจินต์ ทองอยู่คง, พงศกร สงวนศักดิ์, และปลายฟ้า นามไพร. 2559)

การแข่งขันฟุตบอลลีกในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตั้งแต่ฤดูกาล 2560 การแข่งขัน จัด โดยบริษัท ไทยลีก จำกัด และมีการปรับลดเหลือเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ไทยลีก (T1), ไทยลีก 2 (T2), ไทยลีก 3 (T3) และไทยลีกสมัครเล่น (TA Amateur League) ไทยลีก (T1) คือการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ ระดับสูงสุดในประเทศไทย โดยมี 16 สโมสรเข้าร่วมแข่งขันในฤดูกาล 2562 ไทยลีก 2 (T2) เป็นระดับที่สอง โดยมี 18 สโมสรแข่งขันกัน ในฤดูกาล 2560 ไทยลีก 3 (T3) เป็นระดับที่ 3 มีสโมสรทั้งหมด 76 สโมสร แบ่งออกเป็น 6 โซน โดยฟุตบอลลีก ในประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ทำให้กีฬาฟุตบอลในประเทศไทยได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วและเป็นระบบมากขึ้น และมีการลงทุนจากภาครัฐและเอกชน ทำให้เกิด รายได้ นักกีฬาที่มีเงินเดือน รวมถึงบุคลากรในสโมสรก็มีรายได้หล่อเลี้ยงชีพได้อีกด้วย เพราะรายได้จาก สโมสรมีมาหลายทางทั้ง สปอนเซอร์ ตัวเข้าชมการแข่งขัน การขายเสื้อและชุดกีฬา การขายของที่ระลึก รวมถึงการขายอาหารและเครื่องดื่มในสนามแข่งขันอีกด้วย (ยุรชฎ ชาติสุทธิชัย, 2559)

จากความสำเร็จของการดำเนินงานขึ้นอยู่กับอำนาจที่อยู่ในมือของแฟนบอล จึงต้องเข้าใจแฟน บอลเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของแฟนบอลได้อย่างแท้จริง แต่การตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลไทยลีก ของ แฟนบอลไม่ได้ตัดสินใจด้วยตนเองเพียงเท่านั้น ยังได้รับอิทธิพลจากครอบครัว เพื่อน สื่อ และบุคคลต้นแบบ รวมทั้งการตัดสินใจซื้อที่เกิดขึ้นจากอารมณ์และสถานการณ์อีกด้วย (นภวรรณ คณานุรักษ์, 2563) รวมถึง การตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลไทยลีก มักจะได้รับการกระตุ้นจากส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทาง กายภาพ และ ด้านกระบวนการ จนส่งผลให้แสดงการตอบสนองออกมาในรูปของการเข้าชมการแข่งขัน ฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี (พรพนทิพา ชเนศร์, 2565)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของ สโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี เพื่อช่วยให้ทราบถึงปัจจัยประชากรศาสตร์และที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขัน ทางสโมสรฟุตบอลจะได้นำผลการศึกษามาใช้ในการวางแผนการตลาดให้ตรงตามความต้องการของแฟน บอลได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มฐานแฟนบอล ผู้เข้าชมการแข่งขัน เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งในการตลาด อีก ทั้งทีมฟุตบอลอื่น ๆ รวมทั้งบริษัททางภาคธุรกิจ สามารถนำผลการวิจัยไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ เกี่ยวกับฟุตบอลได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสร
เกษตรศาสตร์ เอฟซี
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสร
เกษตรศาสตร์ เอฟซี

สมมติฐานการวิจัย

- 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสร
เกษตรศาสตร์ เอฟซี ที่แตกต่างกัน
- 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสร
เกษตรศาสตร์ เอฟซี

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์ (2560) ได้ให้ความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) ไว้ว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ ทางครอบครัว รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากสามารถช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมาย หรือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์การตลาดที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย หรือเป็นปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่แต่ละบุคคล มีลักษณะที่แตกต่างกัน จะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งใด ถ้าคาดหวังมาก และได้รับการตอบสนองที่ดีจะเกิดความพึงพอใจ และในทิศทางตรงข้ามเมื่อไม่ได้การตอบสนองตามที่ตนคาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ได้ตั้งใจว่ามีมาก หรือมีน้อยเพียงใด โดยการศึกษาความพึงพอใจการให้บริการ ทัศนคติของบุคคลต่อการให้บริการ มีความคาดหวังกับการให้บริการ คือถ้าคาดหวังมากและได้รับการตอบสนอง

ด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก ในทิศทางตรงข้ามหากไม่ได้รับการตอบสนองตามที่ได้คาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคาดหวังตั้งใจไว้มาก หรือมีน้อยเพียงใด

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พงษ์พิทยา สมุทรกลิน และอาชวิทธิ์ เจิงกลินจันทร์ (2563) ศึกษาพฤติกรรมการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกกรณีศึกษาสโมสร ทรู แบงค็อก ยูไนเต็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเข้าชมฟุตบอลไทยลีกของสโมสร ทรู แบงค็อก ยูไนเต็ต 2) ศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาดของสโมสร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเข้าชมฟุตบอลไทยลีกของสโมสร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เข้าชมฟุตบอลไทยลีกของสโมสร ทรู แบงค็อก ยูไนเต็ต จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเข้าชมฟุตบอลของสโมสร ทรู แบงค็อก ยูไนเต็ต ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท พฤติกรรมการเข้าชมฟุตบอลส่วนใหญ่เคยชมฟุตบอลของสโมสร ทรู แบงค็อก ยูไนเต็ต มีเหตุผลในการเข้าชมฟุตบอล คือ เป็นทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบ หรือนักเตะที่ชื่นชอบลงแข่งขัน มีความถี่ในการชมฟุตบอลในสนาม 1-2 ครั้ง/เดือน ใช้งบประมาณในการเข้าชมฟุตบอลโดยเฉลี่ยน้อยกว่าหรือเทียบเท่า 300 บาท เลือกชมฟุตบอลที่สนามเหย้าของทีม ช่วงเวลาในการเข้าชมคือสุดสัปดาห์ และตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลด้วยตนเอง ส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าชมฟุตบอลของสโมสร ทรู แบงค็อก ยูไนเต็ต ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และมีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

อริปวัฒน์ ฉัตรมงคลธรรม (2563) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมบาสเกตบอลไทยแลนด์ลีก 2016 มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันบาสเกตบอลไทยแลนด์ลีก 2016 และเพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เข้าชมบาสเกตบอลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าชมบาสเกตบอลไทยแลนด์ลีก 2016 กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เข้าชมบาสเกตบอลไทยแลนด์ลีก 2016 จำนวน 402 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการศึกษา พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่เท่ากัน มีอายุ 23-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 – 30,000 บาท 2) พฤติกรรมต่อกีฬาบาสเกตบอล พบว่า ส่วนใหญ่ผู้เข้าชมบาสเกตบอลไทยแลนด์ลีก 2016 มีชื่นชอบกีฬาบาสเกตบอลอยู่แล้ว ซึ่งจะมาชมการแข่งขันบาสเกตบอลเฉพาะรายการที่สำคัญและน่าสนใจไปกับกลุ่มเพื่อนที่เล่นบาสเกตบอลเป็นประจำ ซึ่งที่มีทักษะกีฬาบาสเกตบอลอยู่ในระดับปานกลาง (เล่นได้สนุก) โดยมีการติดตามข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวไปชมการแข่งขัน เพราะมีความชื่นชอบกีฬาบาสเกตบอลอยู่ในระดับมากและเป็นการได้เข้าสังคมหรือกลุ่มเพื่อนที่ชื่นชอบนักกีฬา และกีฬาบาสเกตบอลเหมือนกัน และในการแข่งขันลีกปี 2016 มีการเข้าชมการแข่งขันมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป หากไม่สามารถเข้าชมการแข่งขันในสนามได้จะมีการติดตามชมการ

แข่งขันผ่านโทรทัศน์ You tube และราคาบัตรที่ซื้อเข้าชมการแข่งขันมีความเหมาะสมด้วย 3) ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจต่อการเข้าชมการแข่งขันบาสเกตบอลไทยแลนด์ลีก 2016 โดยรวมอยู่ในระดับมาก และในรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากด้วยเช่นเดียวกัน ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันบาสเกตบอลไทยแลนด์ลีก 2016 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปณิธาน ชัยเมืองมา (2564) ศึกษาปัจจัยการเลือกรับชมและแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการถ่ายทอดสดฟุตบอลไทยลีก (Thai League) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านพฤติกรรมในการรับชมฟุตบอลไทยลีก (Thai League) กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลไทยลีกอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 372 ตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ 1) ปัจจัยการติดตามการแข่งขัน 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการเลือกรับชมฟุตบอลไทยลีก (Thai League) ในขณะที่ปัจจัยการรับชมผ่านสื่อออนไลน์ ไม่ส่งผลต่อการเลือกรับชมฟุตบอลไทยลีก (Thai League) เห็นว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาเริ่มฟื้นตัวขึ้นเช่นกันหลังจากสถานการณ์โควิด-19 (ดังตารางที่ 1) (สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา, 2566)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

รายการ	ปี พ.ศ.				จำนวน เพิ่มขึ้น/ ลดลง
	2562	2563	2564	2565	
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	9,857,627	9,898,428	5,689,455	6,137,896	+448,441
รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	24,744.10	12,674.79	5,806.85	10,044.66	+4,237.81

ที่มา : สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา (2566)

ทั้งนี้เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมทั้งจากภาครัฐและเอกชน จึงได้เตรียมความพร้อมขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) “Tourism For Good : เที่ยวดีที่ยั่งยืน” หนึ่งในหลาย ๆ แผนการดำเนินงานที่ทำทนายคือการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว ปัจจุบันเทคโนโลยีที่จะเข้ามาสร้างความเปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อการเติบโตและการอยู่รอดของภาคธุรกิจ ได้แก่ เทคโนโลยีการเชื่อมต่อประสิทธิภาพสูงกระจายตัวไปสู่กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก และมีแนวโน้มว่าในปี ค.ศ. 2030

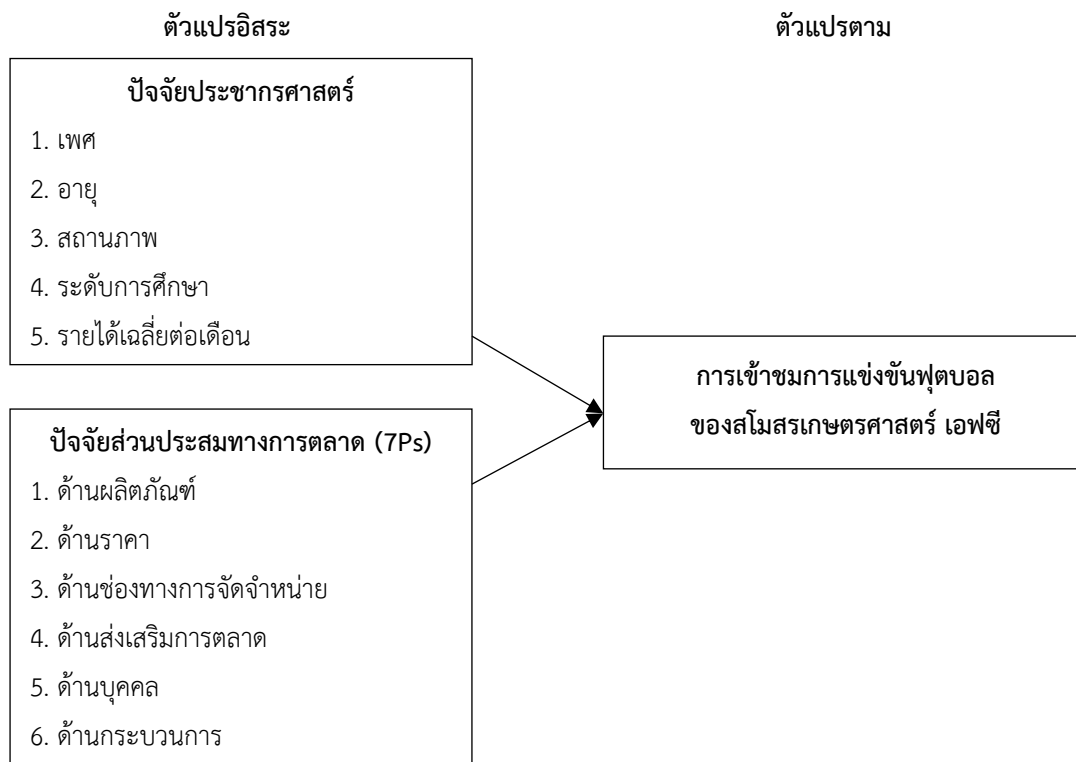
การเชื่อมต่อประสิทธิภาพสูงจะครอบคลุมประชากรถึงร้อยละ 80 ของประชากรโลก เทคโนโลยีเหล่านี้เป็นโอกาสและเป็นประโยชน์ให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเติบโตแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566)

ข้อมูลสำรวจความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย แสดงให้เห็นว่ามีหลายสาเหตุด้วยกันที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดความไม่พึงพอใจในการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการจราจรทำให้การเดินทางไม่สะดวก เป็นต้น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบข้อมูลการเดินทางต่าง ๆ ได้แบบทุกที่ทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นการจองห้องพัก ร้านอาหาร เส้นทางได้สะดวก ง่ายดาย และรวดเร็ว อีกทั้งการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในเว็บไซต์ที่มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีประสิทธิภาพ มีข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวให้ค้นหาจำนวนจำกัด ทำให้เกิดความไม่หลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้น แอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (Tourist Attraction Recommendation Application) เป็นแอปพลิเคชันที่ถูกสร้างขึ้นมาให้ผู้ใช้งานหรือนักท่องเที่ยว สามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยระบบการใช้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพิ่มความสะดวก และประหยัดเวลาในการหาข้อมูล และยังช่วยในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจุบันมีแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากที่รวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และจัดอันดับความนิยมให้กับนักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือกเพื่อวางแผนการท่องเที่ยว และยังเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้โฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าหากผู้ใช้งานต่างยอมรับเทคโนโลยี โดยรับรู้ว่ามีแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใช้งานได้ง่ายไม่ซับซ้อน จะทำให้ผู้ใช้งานรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการค้นหาข้อมูล รวมทั้งรูปภาพของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจใช้แอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวมากขึ้น

ดังนั้น ทางคณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการใช้แอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และมีแนวโน้มของการเติบโตด้านการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนมาก จากการพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ประโยชน์ที่ทางจังหวัดนครราชสีมาจะได้รับในด้านการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักได้แพร่หลายมากขึ้นและการได้รับทราบข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงนโยบายด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ใช้งานแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายสะดวกมากขึ้น ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา (Any Time Any Where) เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการท่องเที่ยวโดยสามารถศึกษารายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวและนำไปประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ภัทร สุตรสุวรรณ, เดือนเพ็ญ ธีรวรรณ วิวัฒน์, และพาชิตชนัด ศิริพานิช, 2564)

ด้วยเหตุผลข้างต้น ทางคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการใช้แอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวโดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจใช้แอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนำแนวคิดทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา อาจกล่าวได้ว่าหากผู้ใช้งานรับรู้ถึงความง่ายในการใช้และรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานแล้ว จะทำให้เกิดพฤติกรรมการตั้งใจใช้แอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน ผู้ใช้งานหรือนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดนครราชสีมาที่เกี่ยวข้องหรือในจังหวัดอื่น ๆ สามารถนำผลการศึกษาไปปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ แฟนบอลหรือผู้ที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งตัวอย่างที่ได้นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกสุ่มความน่าจะเป็น (Probability sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แฟนบอลหรือผู้ที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ ของ Cochran (1977) ดังนี้

		สูตร	$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$
เมื่อ	n	แทน	ขนาดตัวอย่าง
	P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษากำลังสุ่ม 0.50
	Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)
	e	แทน	ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% (0.05)
แทนค่า	n	=	$\frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{(0.5)^2}$
	n	=	384.16
	n	≈	385 คน

ดังนั้น ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้จำนวน 385 คน ซึ่งถือว่าจำนวน 400 คน เป็นสัดส่วนที่เป็นไปตามมาตรฐานทางสถิติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

1) ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากตำรา บทความ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา และนำมาแก้ไขปรับปรุงตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาให้ข้อเสนอแนะไว้

2) ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสอบถามขึ้นตามกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยลักษณะของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และงานอดิเรก คำถามในส่วนนี้เป็นแบบสอบถามลักษณะตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบเท่านั้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์ เอฟซี ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลของสโมสร เกษตรศาสตร์ เอฟซี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามในส่วนที่ 2 และ 3 เป็นแบบสอบถามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert (Five-Point Likert Scales) เป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของแบบสอบถามที่สามารถแบ่งได้เป็น 5 ลำดับ ดังนี้

ซึ่งแบบสอบถามส่วนที่ 1 และ 2 จะประเมินคำตอบเป็น 5 ระดับ (Rating Scale) คือ

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้ค่าน้ำหนัก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้ค่าน้ำหนัก	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้ค่าน้ำหนัก	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก	1	คะแนน

การแปลผลค่าคะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 แปลผลโดยถือตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตร อันตรภาคชั้น

	5 - 1 / 5	=	0.80
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด	
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย	
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง	
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก	
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด	

3) ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

3.1 ตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากอาจารย์ที่ปรึกษาและได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วตามข้อเสนอแนะ ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาสาระในแบบสอบถาม ที่เรียกว่า การหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์ (index of item-objective congruence: IOC) โดยพิจารณาจากค่า IOC ของข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป พบว่า แบบสอบถามฉบับนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องไม่มีค่าน้อยกว่า 0.5

3.2 ตรวจสอบค่าความเชื่อถือได้ (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว ไปทดลองใช้ (try out) กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน เพื่อวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์คุณภาพด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อิธัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้เท่ากับ 0.89

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ขั้นที่ 1 เริ่มจากทำหนังสือขออนุญาตแจกแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยเพื่อดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง คือ แฟนบอลหรือผู้ที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี ตอบแบบสอบถาม

ขั้นที่ 2 นำแบบสอบถามที่แจกไปรับกลับคืนมา ทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุด

ขั้นที่ 3 รวบรวมแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามที่ได้ทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งจะนำข้อมูลสถิติไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการประเมินครั้งนี้ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของสโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์เอฟซี โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	306	76.50
หญิง	64	16.00
เพศทางเลือก	30	7.50
รวม	400	100.00
2. อายุ		
15-30 ปี	58	14.50
31-40 ปี	146	36.50
41-50 ปี	136	34.00
50 ปีขึ้นไป	60	15.00
รวม	400	100.00
3. สถานภาพ		
โสด	185	46.25
สมรส	174	43.50
หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่	41	10.25
รวม	400	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	360	90.00
สูงกว่าปริญญาตรี	40	10.00
รวม	400	100.00
5. รายได้		
10,001-20,000 บาท	90	22.50
20,001-30,000 บาท	76	19.00
30,001-40,000 บาท	90	22.50
40,001-50,000 บาท	65	16.25
50,000 บาทขึ้นไป	79	19.75
รวม	400	100.00

ปัจจัยประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
6. งานอดิเรก		
ดูโทรทัศน์/ภาพยนตร์/ข่าว	57	14.25
อ่านหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร	64	16.00
ออกกำลังกาย	60	15.00
ช้อปปิ้ง	60	15.00
เล่นอินเทอร์เน็ต/โซเชียลมีเดียต่างๆ	47	11.75
ท่องเที่ยว	58	14.50
เล่นดนตรี	54	13.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาเพศหญิง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และเพศทางเลือก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 อายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และอายุ 15-30 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50

สถานภาพ ส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมา สมรส จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 และหม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 90 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10

รายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท ในสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 รองลงมา 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 20,001-30,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และ 40,001-50,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25

งานอดิเรก ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รองลงมา ออกกำลังกาย และช้อปปิ้ง ในสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ท่องเที่ยว จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ดูโทรทัศน์/ภาพยนตร์/ข่าว จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 เล่นดนตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และเล่นอินเทอร์เน็ต/โซเชียลมีเดียต่างๆ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของสโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์เอฟซี โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.19	0.284	มาก
ด้านราคา	4.20	0.439	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.23	0.383	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.20	0.344	มาก
ด้านบุคคล	4.21	0.332	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.22	0.375	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.19	0.292	มาก
รวม	4.20	0.137	มาก

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) ทั้งนี้มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมา ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.22$) ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.21$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.20$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.20$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.19$) และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.19$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดตามชมฟุตบอลไทยลีกของกลุ่มคนที่มาครั้งแรกในกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์เอฟซี	4.47	0.500	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์เอฟซีอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ตารางที่ 4 การทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่ส่งผลการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ด้านเพศ	$\bar{X}$	S.D.	ค่า F	Sig.
ชาย	4.50	0.501	2.246	0.107
หญิง	4.38	0.488		
เพศทางเลือก	4.37	0.490		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่ส่งผลการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี พบว่า จากการทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ ที่ส่งผลการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยไม่พบด้านใดที่สอดคล้องกับค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ตารางที่ 5 การทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่ส่งผลการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ด้านอายุ	$\bar{X}$	S.D.	ค่า F	Sig.
15-30 ปี	4.43	0.500	1.466	0.223
31-40 ปี	4.41	0.494		
41-50 ปี	4.52	0.501		
50 ปีขึ้นไป	4.52	0.504		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี พบว่า จากการทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยไม่พบด้านใดที่สอดคล้องกับค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ตารางที่ 6 การทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ด้านสถานภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ค่า F	Sig.
โสด	4.47	0.500	0.006	0.994
สมรส	4.47	0.500		
หม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่	4.46	0.505		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี พบว่า จากการทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยไม่พบด้านใดที่สอดคล้องกับค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ตารางที่ 7 การทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ด้านระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ค่า F	Sig.
ปริญญาตรี	4.48	0.500	0.811	0.368
สูงกว่าปริญญาตรี	4.40	0.496		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี พบว่า จากการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยไม่พบด้านใดที่สอดคล้องกับค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ตารางที่ 8 การทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ด้านรายได้	$\bar{X}$	S.D.	ค่า F	Sig.
10,001-20,000 บาท	4.38	0.488		
20,001-30,000 บาท	4.61	0.492		
30,001-40,000 บาท	4.50	0.503	2.528	0.040*
40,001-50,000 บาท	4.42	0.497		
50,000 บาทขึ้นไป	4.44	0.500		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี พบว่า จากการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยพบด้านที่สอดคล้องกับค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี LSD ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้

ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้	$\bar{X}$	X1	X2	X3	X4	X5
10,001-20,000 บาท (X1)	4.38	-	0.003*	0.099	0.641	0.394
20,001-30,000 บาท (X2)	4.61		-	0.174	0.024*	0.042*
30,001-40,000 บาท (X3)	4.50			-	0.295	0.457
40,001-50,000 บาท (X4)	4.42				-	0.739
50,000 บาทขึ้นไป (X5)	4.44					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 แสดงผลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท แตกต่างกับ 20,001-30,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท แตกต่างกับ 40,001-50,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 1.6 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านงานอดิเรก ที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ตารางที่ 10 การทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านงานอดิเรกที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ด้านงานอดิเรก	$\bar{X}$	S.D.	ค่า F	Sig.
ดูโทรทัศน์/ภาพยนตร์/ข่าว	4.44	0.501		
อ่านหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร	4.53	0.503		
ออกกำลังกาย	4.38	0.49		
ช้อปปิ้ง	4.45	0.502	0.695	0.654
เล่นอินเตอร์เน็ต/โซเชียลมีเดียต่าง ๆ	4.45	0.503		
ท่องเที่ยว	4.48	0.504		
เล่นดนตรี	4.54	0.503		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านงานอดิเรก ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี พบว่า จากการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านงานอดิเรก ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยไม่พบด้านใดที่สอดคล้องกับค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การตรวจสอบความเหมาะสมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยแรงงานสัมพันธ์ ใช้ค่า VIF (Variance Inflation Factor) มีค่าไม่เกิน 5 ค่า Tolerance มีค่าไม่ต่ำ 0.2 และค่า Eigen Value มีค่าไม่ต่ำกว่า 10.0 เพื่อให้ตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุปัจจัย (Multicollinearity)

ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ปัจจัยทุกปัจจัยของแบบจำลอง พบว่า ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ที่สูงสุด เท่ากับ 1.031 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5 ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด เท่ากับ 0.970 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 และค่า Eigen Value ที่สูงสุด เท่ากับ 4.163 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10.0 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่ทำการวิเคราะห์ในแบบจำลองไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างปัจจัย (Multicollinearity) ข้อมูลจึงมีความเหมาะสมในการใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ แบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	B	SE	β	t	Sig.
ค่าคงที่	3.646	0.801		4.55	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.005	0.088	0.003	0.057	0.955
ด้านราคา	0.062	0.057	0.054	1.084	0.279
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.077	0.066	0.059	1.166	0.244
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.072	0.073	0.05	0.988	0.324
ด้านบุคคล	0.101	0.076	0.067	1.327	0.185
ด้านกระบวนการ	-0.095	0.067	-0.071	-1.411	0.159
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-0.028	0.086	-0.016	-0.324	0.746
$R^2 = 0.317$, $F = .980$, Sig of $F = .445$					

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

ซึ่ง โดยมีตัวแปรอิสระคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี โดยพบว่า

ส่วนที่ 1 : $R^2 = 0.317$ อธิบายได้ว่า ความพึงพอใจต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี เป็นผลมาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ทั้ง 7 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 31.7 ที่เหลืออีกร้อยละ 68.3 อาจเป็น ผลมาจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

ส่วนที่ 2 : $F = .980$ และ $\text{Sig of } F = .445$ แปลว่าค่าสถิติ F ค่า P-Value ของ F มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าโมเดลของสมการไม่นัยสำคัญ และไม่มีตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 – 40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท และ อ่านหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสารเป็นงานอดิเรก

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

3) ความพึงพอใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์ เอฟซี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4) ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และงานอดิเรก ส่งผลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นผลเนื่องมาจากแฟนบอลที่มีระดับรายได้น้อยส่วนใหญ่เป็นนิสิตนักศึกษาซึ่งตัดสินใจเชียร์สโมสร เพราะใจรักในสโมสร หรือให้ความสำคัญกับความสนุกในการรับชมการแข่งขันมากกว่าที่จะคำนึงถึงราคาบัตรเข้าชม ราคาของที่ระลึก รวมไปถึงราคาของอาหารและเครื่องดื่ม ต่างจากผู้ที่มีรายได้สูง ซึ่งจะให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวมากกว่าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตชิต อภินันท์ธรรม (2560) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเชียร์สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดของแฟนบอลคนไทย พบว่า รายได้ ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเชียร์สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดของแฟนบอลคนไทยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ

สอดคล้องกับงานวิจัยแนวคิดของ สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2557) กล่าวว่า การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการใด ผู้บริโภคต้องดูความเหมาะสมของราคากับคุณภาพ ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามรายได้ส่วนบุคคล นั่นคือสินค้าชนิดเดียวกันลูกค้าท่านหนึ่งอาจตัดสินใจซื้อเพราะราคาเท่านั้นสามารถซื้อได้ แต่ในขณะที่ท่านอื่นอาจรู้สึกว่าราคาสูงไปเพราะมีข้อจำกัดในด้านของจำนวนเงินที่ต้องจ่าย รอให้มีการจัดโปรโมชั่นก่อนค่อยตัดสินใจซื้อ หรือหากสถานที่ที่จะไปใช้บริการมีระยะทางไกลไม่สะดวกในการไปใช้บริการหรือต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มมากลูกค้าก็จะรู้สึกพึงพอใจน้อยลงเพราะมีค่าใช้จ่ายในส่วนการเดินทาง

5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี อาจเป็นผลเนื่องมาจากสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี ขาดสภาพคล่อง ทั้งจากการเป็นองค์การเฉพาะกิจ ขาดนายทุนมือใหญ่ และประสบวิกฤตเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการจ่ายเงิน จนเกิดเป็นกระแสข่าวที่โค้ชท่านหนึ่งออกมาโพสต์ทวงถามถึงเงินเดือนที่สโมสรยังไม่จ่ายผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้ภาพลักษณ์ของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซีเสียหาย และลดความน่าเชื่อถือของสโมสรในสายตาของผู้บริหารและแฟนบอล ตามมาด้วยความเสียหายทางการตลาด ทำให้แฟนบอลหันไปเลือกสนับสนุนสโมสรอื่นที่มีภาพลักษณ์ที่ดีกว่า จึงทำให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซีของแฟนบอล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ธุรกิจ/ หน่วยงาน/ องค์การที่ดำเนินการเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลอาชีพ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

1) องค์การต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้กับแฟนบอล เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากแฟนบอลบางกลุ่มอาจมีรายได้ที่จำกัดทำให้การสนับสนุนสโมสรหรือเข้าชมการแข่งขันอาจทำได้ยาก จึงควรทำให้แฟนบอลรู้สึกถึงความคุ้มค่าที่ได้รับจากการเข้าชมส่วนแฟนบอลที่มีรายได้สูงอยู่แล้ว จะส่งผลให้มีความยินดีที่จะสนับสนุนสโมสรมากขึ้น จะส่งผลให้มีรายรับมากขึ้น ทั้งจากการชักชวนและบอกต่อ สร้างฐานผู้เข้าชมกลุ่มใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

2) ถึงแม้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี เนื่องจากทางสโมสรประสบปัญหาหลักด้านการเงินในการดูแลทีมงานจึงส่งผลกระทบในภาพรวมทุกด้าน ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ อาจส่งผลให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง ด้านราคาอาจไม่สามารถปรับแก้ไขได้เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาмаดური ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อาจ

ยังคงจำหน่ายหน้าสนามเหมือนเดิมทั่วไป ด้านส่งเสริมการตลาด อาจยังขาดทีมงานที่มีความสามารถช่วยส่งเสริมจนเห็นการเปลี่ยนแปลง ด้านบุคคล อาจส่งผลให้บุคลากรไม่สามารถทำงานต่อไป เพราะประสบปัญหาทางการเงิน ด้านกระบวนการ อาจมีข้อจำกัดในการจัดการกระบวนการหลาย ๆ อย่างต้องประหยัดค่าใช้จ่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ อาจไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากเท่าที่ต้องการ แต่สโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์ เอฟซีและองค์กรต่าง ๆ ยังควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เนื่องจากปัจจัยนี้มีผลต่อการตัดสินใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอล หากองค์กรสามารถรักษากลุ่มแฟนบอลเดิมและดึงดูดกลุ่มแฟนบอลใหม่ให้เข้าชมการแข่งขันมากขึ้น ก็จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับแฟนบอลได้ มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลสรุปการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

- 1) การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มแฟนบอลที่มีการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลเกษตรศาสตร์ เอฟซี เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยในอนาคต ควรทำการขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยให้กว้างขึ้น โดยทำการศึกษาและวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแฟนบอล จากสโมสรฟุตบอลหลาย ๆ แห่ง ในประเทศไทย เพื่อให้ได้ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมมากขึ้น
- 2) การศึกษาครั้งนี้ ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเท่านั้น ดังนั้น ในการวิจัยในอนาคต ควรเพิ่มการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในเชิงลึกที่ครอบคลุมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี มากยิ่งขึ้น
- 3) การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเท่านั้น ดังนั้น ในการวิจัยในอนาคต ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ที่มีอาจจะส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชม การแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี เช่น ปัจจัยแรงจูงใจ ภาพลักษณ์องค์กร เป็นต้น ซึ่งการศึกษาและวิจัยจะทำให้ได้ตัวแปรที่หลากหลายมากขึ้น และทำให้ทราบว่าตัวแปรใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเกษตรศาสตร์ เอฟซี

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566 - 2570)*. ผู้แต่ง.
- เดชิต อภินันท์ธรรม. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเชียร์สโมสรฟุตบอล บุรีรัมย์ ยูไนเต็ดของแฟนบอลคนไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นภวรรณ คณานุกรษ์. (2563). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: กรีนแอปเปิ้ล กราฟิกส์ พรินติ้ง.
- ปณิธาน ชัยเมืองมา. (2564). *ปัจจัยการเลือกรับชมและแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการถ่ายทอดสดฟุตบอลไทยลีก (Thai League)*. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พงษ์พิทยา สมุทรกลิน และอาชวิทย์ เจริญเงินจันทร์. (2563). พฤติกรรมการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก กรณีศึกษา สโมสร ทู แบงค็อก ยูไนเต็ด. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 21(3), 379-390.
- พรณทิพา ชเนศร์. (2565). *การตลาดภายในสู่ภายนอกด้วยจิตชาญาณตลาด*. เพชรบุรี: โรเตอร์โซล.
- ภัทร สุตรสุวรรณ, เดือนเพ็ญ อีวรรณวิวัฒน์, และพาชิตชนัด ศิริพานิช. (2564). การศึกษาระบบแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(3), 121-139.
- ยุทธชัย ชาติสุทธิชัย. (2559, 10 มกราคม). *ไม่เกี่ยวกับเมย์ ไม่เกี่ยวกับเจ แต่เกี่ยวกับธุรกิจฟุตบอล*. เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/columnist/detail/9590000061419>
- วสันต์ ปัญญาแก้ว, อาจันต์ ทองอยู่คง, พงศกร สงวนศักดิ์, และปลายฟ้า นามไพร. (2559). *ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก: ความเป็นชาย วัยรุ่น และวัฒนธรรมบริโภคนิยม*. (รายงานการวิจัย). ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน, คณะ เศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: Dimond in Business World.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา. (2566). *Mind map (ชุดข้อมูลกลาง ด้านเศรษฐกิจ เรื่อง "การท่องเที่ยว")*. เข้าถึงได้จาก <https://nkrat.nso.go.th/?view=article&id=336:mind-map-central-economic-data-set,-tourism&catid=2>
- สุดาร์ตน์ พิมพ์รัตนกานต์. (2557). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อธิปวัฒน์ ชัตรกมลธรรม. (2563). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมบาสเกตบอลไทยแลนด์ ลีก 2016*. *วารสารสุศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ*, 45(2), 285-297.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Hamil, S., & Chadwick, S. (2010). *Managing football: An international perspective*. Oxford: Routledge.