

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารกับการก่อตัวและการธำรงรักษากลุ่มแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการศึกษาโดยอาศัยแนวคิดปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) กล่าวคือ เป็นวิธีการศึกษาโดยให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ประสบโดยตรง โดยมีพื้นฐานความเชื่อที่ว่าบุคคลจะรู้ดีในเรื่องที่ตนมีประสบการณ์มาก่อน การศึกษานี้จึงใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ความสนใจข้อมูลเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด ข้อมูลข้อเท็จจริง และความหมายที่บุคคลกำหนดขึ้นซึ่งไม่สามารถเจนนับได้ โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. ขั้นตอนในการทำวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอข้อมูล

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจำแนกสโมสรฟุตบอลทั้งหมด 16 สโมสรในฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบจังหวัดหรืออำเภอ
2. รูปแบบองค์การของรัฐ
3. รูปแบบองค์การของเอกชน
4. รูปแบบสถาบันการศึกษา

โดยแต่ละสโมสรสามารถระบุได้ว่าเป็นสโมสรรูปแบบใดได้ดังนี้

1. รูปแบบจังหวัดหรืออำเภอ ได้แก่ สโมสรชลบุรี เอฟซี สโมสรโอสถสภา เอ็ม 150-สระบุรี สโมสรที่ทีเอ็ม-สมุทรสาคร สโมสรสมุทรสงคราม เอฟซี สโมสรพญา ยูไนเต็ด สโมสรราชนาวิ ระยอง สโมสรศรีราชา เอฟซี และสโมสรนครปฐม เอฟซี
2. รูปแบบองค์การของรัฐ ได้แก่ สโมสรการทำเรือไทย เอฟ.ซี. สโมสรที่ทีเอ็ม-สมุทรสาคร สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และสโมสรราชนาวิ ระยอง
3. รูปแบบองค์การของเอกชน ได้แก่ สโมสรเมืองทองฯ ยูไนเต็ด สโมสรบางกอกกล๊าส เอฟซี สโมสรบีอีซี-เทโร ศาสน และสโมสรโอสถสภา เอ็ม 150-สระบุรี
4. รูปแบบสถาบันการศึกษา ได้แก่ สโมสรเบงคอก ยูไนเต็ด และสโมสรจฬา ยูไนเต็ด

จะเห็นได้ว่า มีสโมสรบางส่วนที่สามารถจำแนกได้เข้าข่ายได้มากกว่า 1 รูปแบบ อาทิ สโมสรโอสถสภา เอ็ม 150-สระบุรี ที่เข้าข่ายทั้งรูปแบบจังหวัดและรูปแบบองค์การของเอกชน หรือ สโมสรราชนาวิ ระยอง ที่เข้าข่ายทั้งรูปแบบจังหวัดและรูปแบบองค์การของรัฐ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์ความชัดเจนของรูปแบบในสโมสรนั้นๆ เป็นหลัก เพื่อให้ได้ตัวแทนของแต่ละรูปแบบที่ชัดเจน ไม่มีส่วนของรูปแบบอื่นๆ ผลมอยุด้วย จึงเลือกศึกษาสโมสรต่างๆ ดังนี้

- 1) รูปแบบจังหวัดหรืออำเภอ: สโมสรฟุตบอลพญา ยูไนเต็ด
- 2) รูปแบบองค์การของรัฐ: สโมสรฟุตบอลการทำเรือแห่งประเทศไทย
- 3) รูปแบบองค์การของเอกชน: สโมสรฟุตบอลเมืองทอง ยูไนเต็ด
- 4) รูปแบบสถาบันการศึกษา: สโมสรฟุตบอลจฬา ยูไนเต็ด

ในส่วนของแหล่งข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 แหล่งข้อมูล คือ

1. ตัวแทนจากกลุ่มแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลในฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก 4 สโมสรข้างต้น สโมสรละ 7 คน ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคลต่างๆ ดังนี้

แฟนคลับสโมสรเมืองทอง ยูไนเต็ด

- วริกร หัสบำเรอ เพศ ชาย อายุ 38 ปี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
- ปิเฉลิม พิสนุแสน เพศ ชาย อายุ 23 ปี อาชีพ นักศึกษา
- เฉษฐา กุลชัยวัฒน์ เพศ ชาย อายุ 40 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท
- นรินทร์ ทีประวิภาค เพศ ชาย อายุ 26 ปี อาชีพ นักศึกษา
- ชีรพล ศิระโสภาพร เพศ ชาย อายุ 36 ปี อาชีพ ดีไซน์เนอร์

- ศุภกิจ สุริยะ เพศ ชาย อายุ 26 ปี อาชีพ อาจารย์
- ประสงค์ ชินศรี เพศ ชาย อายุ 25 ปี อาชีพ โปรแกรมเมอร์

แพนคลับสโมสรการทำเรือไทย เอฟซี

- ภาวิณี สุขเกษม เพศ หญิง อายุ 25 ปี อาชีพ แม่บ้าน
- บัทยา รักษาเกียรติ เพศ หญิง อายุ 28 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท
- บุรินทร์ ดั่งเม้า เพศ ชาย อายุ 20 ปี อาชีพ นักศึกษา
- ชัยสิทธิ์ ถมโพธิ์ เพศ ชาย อายุ 30 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท
- อรรถพล รักร้อย เพศ ชาย อายุ 29 ปี อาชีพ ช่างภาพ
- ใส่ สิงห์เจ้าท่า เพศ ชาย อายุ 34 ปี อาชีพ รับจ้าง
- ประสิทธิ์ คำฟู เพศชาย อายุ 33 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท

แพนคลับสโมสรพื้ทยา ยูไนเต็ด

- ขวัญชัย อินทร์พิทักษ์ เพศ ชาย อายุ 31 ปี อาชีพวิศวกร
- ชยพัทธ์ บำรุงศิริ เพศ ชาย อายุ 33 ปี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
- อติศร สุขเกษม เพศ ชาย อายุ 27 ปี อาชีพ วิศวกร
- สมชาย ณะอำภัย เพศ ชาย อายุ 34 ปี อาชีพ รับจ้าง
- ทรงชัย ณะอำภัย เพศ ชาย อายุ 32 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท
- อาทิตยา สารสุวรรณ เพศ หญิง อายุ 24 ปี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
- พิชิต วุฒิสานจำเริญ เพศ ชาย อายุ 38 ปี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว

แพนคลับสโมสรจุฬา ยูไนเต็ด

- จั๊ย เพศ ชาย อายุ 22 ปี อาชีพ นักศึกษา
- พัชระ ชูศิลป์ เพศ ชาย อายุ 23 ปี อาชีพ นักศึกษา

- รัชชัย แสงธรรมชัย เพศ ชาย อายุ 25 ปี อาชีพ ครีเอทีฟโฆษณา
- ภัทรารุณ ชาวสนิท เพศ ชาย อายุ 23 ปี อาชีพ นักศึกษา
- อิศสระรี สะอิดี เพศ ชาย อายุ 23 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท
- หนูน เพศ ชาย อายุ 22 ปี อาชีพ นักศึกษา
- อีอบ เพศ ชาย อายุ 23 ปี อาชีพ นักข่าว

2. ข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ ได้แก่

- เว็บไซต์ของแฟนคลับสโมสรเมืองทอง ยูไนเต็ด www.mtufc.com/
- เว็บไซต์ทางการของสโมสรเมืองทอง ยูไนเต็ด www.mtutd.tv/
- เว็บไซต์ทางการของสโมสรการทำเรือไทย เอฟซี www.thaiportfc.com/
- เว็บไซต์ทางการของสโมสรพัทยา ยูไนเต็ด www.pattayautd.com/
- เว็บไซต์ทางการของสโมสรจุกา ยูไนเต็ด www.chulautd.com/
- เว็บไซต์สำหรับแฟนฟุตบอลไทย www.coreballthai.com/
- เว็บไซต์สำหรับแฟนฟุตบอลไทย www.thailandssusu.com/
- เว็บไซต์ของสยามสปอร์ต www.siamsport.co.th/home.html

3.2 ขั้นตอนการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการศึกษาไว้ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเรื่องที่จะทำการวิจัยจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. อ่านแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษา
3. เตรียมคำถามในการสัมภาษณ์และอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการเก็บรวบรวม

ข้อมูล ได้แก่ สมุดบันทึกและเครื่องบันทึกเทป

4. สอบถามข้อมูลจากคนรู้จักเพื่อหากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่ผู้วิจัยต้องการ และใช้วิธี Snowball โดยขอความช่วยเหลือจากกลุ่มตัวอย่างให้แนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีคุณสมบัติดังกล่าวอีกต่อหนึ่ง

5. ติดต่อกลุ่มตัวอย่างเพื่อแนะนำตัว คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง และขอสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยนัดหมายวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะลึกโดยใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้นในการเก็บรวบรวมข้อมูล
7. เก็บรวบรวมข้อมูล
8. วิเคราะห์ข้อมูลจากผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

- สัมภาษณ์เบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้คำถามกว้าง ๆ เพื่อสร้างความคุ้นเคยและเตรียมความพร้อมให้กับกลุ่มตัวอย่าง
- สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) โดยใช้คำถามที่ตรงประเด็น เพื่อตอบปัญหาในการวิจัย
- จัดบันทึกและบันทึกเทปการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์อย่างละเอียดที่ละเอียด

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงคุณสมบัติที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเป็นเกณฑ์

แนวคำถามในแบบสัมภาษณ์มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถตอบคำถามและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจะจำแนกคำถามสำหรับตัวแทนของกลุ่มแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก ออกเป็น 4 ส่วน โดยมีแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดของสโมสรที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อบริหารจัดการภายในกลุ่มแฟนคลับ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการก่อตัวและการดำรงรักษากลุ่มแฟนคลับ

แนวคำถามในการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มแฟนคลับ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

- ชื่อ นามสกุล
- เพศ
- อายุ
- การศึกษา
- อาชีพ
- สถานภาพสมรส
- จำนวนและอายุของบุตร (กรณีสมรสแล้ว)
- งานอดิเรก

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของสโมสรที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

- ทางสโมสรมีการผลิตสินค้าที่ระลึกออกมาจำหน่ายหรือไม่ อย่างไร
- ราคาตัวเข้าชมการแข่งขันนัดละเท่าใด เท่ากันทุกด้านหรือไม่ อย่างไร
- มีการจำหน่ายตัวเข้าชมการแข่งขันรายปีหรือไม่ อย่างไร
- สนามแข่งขันของสโมสรอยู่ที่ใด มีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง
- สโมสรมีร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกหรือไม่ อย่างไร
- รับทราบข่าวสารที่สโมสรประชาสัมพันธ์บ้างหรือไม่ ทางใดบ้าง และอย่างไร
- รับทราบว่าสโมสรมีการทำโปรโมชันอะไรบ้างอย่างไร
- โดยส่วนตัว คิดว่าการสื่อสารทางการตลาดของสโมสรมีผลต่อตัวเองหรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 3 การสื่อสารเพื่อบริหารจัดการภายในกลุ่มแฟนคลับ

- ใครเป็นผู้ควบคุมการกระจายของข้อมูลข่าวสารภายในกลุ่ม และอย่างไร
- ในการกระจายข้อมูลข่าวสารภายในกลุ่มจะใช้วิธีการใด
- ใช้ช่องทางใดบ้างในการกระจายข้อมูลข่าวสารภายในกลุ่ม
- มีการจัดวางโครงสร้างหรือแบ่งภาระหน้าที่ของสมาชิกแต่ละคนหรือไม่ อย่างไร

- มีการนัดรวมตัวกัน นอกเหนือจากการร่วมเชียร์ที่สนามแข่งขันหรือไม่ อย่างไร และเพื่อวัตถุประสงค์อะไร

ส่วนที่ 4 ปัจจัยการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการก่อตัวและการธำรงรักษากลุ่มแฟนคลับ

- ก่อนที่จะเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีความสนใจฟุตบอลไทยหรือไม่ อย่างไร
- ถ้ามีความสนใจ รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลไทยจากช่องทางใดบ้าง อย่างไร
- ก่อนที่จะเป็นแฟนคลับ มีทัศนคติอย่างไรต่อฟุตบอลไทย และสโมสรฟุตบอลที่ปัจจุบันเป็นสมาชิกแฟนคลับอยู่
- ครั้งแรกที่มาเชียร์สโมสรฟุตบอลนั้นเกิดขึ้นได้อย่างไร เพราะอะไร
- เนื้อหาที่ดึงดูดใจในการมาเชียร์คืออะไร
- รู้สึกอย่างไรกับการมาเชียร์ครั้งแรก
- ทำไมจึงตัดสินใจเป็นแฟนคลับ
- ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลครั้งแรกเกิดขึ้นได้อย่างไร เพราะอะไร
- เคยรู้สึกอยากเปลี่ยนทีมเชียร์หรือไม่ เพราะอะไร

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายกระบวนการสื่อสารทางการตลาดของสโมสรฟุตบอลที่ก่อให้เกิดกลุ่มแฟนคลับ การสื่อสารเพื่อบริหารจัดการภายในกลุ่มแฟนคลับ และปัจจัยการสื่อสารที่ทำให้เกิดการก่อตัวและการธำรงรักษากลุ่มแฟนคลับ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกมาวิเคราะห์แบบการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) คือการสรุปโดยไม่มี การตั้งสมมติฐานไว้ล่วงหน้า แต่จะใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในการสรุปผลการวิจัย โดยจะปฏิบัติตามขั้นตอน ต่อไปนี้

1. ทำการจำแนกประเภทของข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาด้วยการจัดระบบข้อมูล เพื่อจัด ข้อมูลให้เป็นระบบ โดยแบ่งเป็นข้อมูลที่มีลักษณะเป็นข้อเท็จจริง และข้อมูลเชิงความ คิดเห็น โดยนำข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกันมารวมกันเป็นหมวดหมู่ โดยใช้เหตุผลของ กลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์
2. วิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นเรื่องส่วนผสมทางการตลาดของสโมสรฟุตบอลที่สื่อสารไปยัง กลุ่มเป้าหมาย จะใช้การอธิบายข้อเท็จจริง และเชื่อมโยงกับแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ทางการตลาดและการตลาดแบบผสมผสาน ส่วนประเด็นเรื่องการสื่อสารเพื่อบริหาร จัดการภายในกลุ่มจะใช้การอธิบายข้อเท็จจริง และเชื่อมโยงกับแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง

เครือข่ายการสื่อสาร ส่วนในประเด็นเรื่องปัจจัยการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการก่อตัวและการธำรงรักษากลุ่มแฟนคลับ จะใช้การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในเชิงเหตุผล โดยเชื่อมโยงไปสู่แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด แนวคิดทฤษฎีและอิทธิพลของสื่อ และแนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งทั้งหมดเป็นการตอบปัญหาในการวิจัยครั้งนี้

3.6 การนำเสนอข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาส่วนผสมทางการตลาดของสโมสรฟุตบอลต่างๆ การสื่อสารเพื่อบริหารจัดการภายในกลุ่มแฟนคลับ และปัจจัยการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการก่อตัวและการธำรงรักษากลุ่มแฟนคลับ ผู้วิจัยจึงใช้การพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analysis Description) ในการนำเสนอผลการวิจัยโดยพรรณนาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ส่วน คือ กระบวนการสื่อสารทางการตลาดของสโมสรฟุตบอลที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารเพื่อบริหารจัดการภายในกลุ่มแฟนคลับ และปัจจัยการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการก่อตัวและการธำรงรักษากลุ่มแฟนคลับ